

MODELO DE ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES DE LA REGIÓN APURÍMAC

MODEL OF ENTREPRENEURIAL ATTITUDE OF THE ADMINISTRATION STUDENTS OF THE UNIVERSITIES OF THE APURIMAC REGION

Darío Valreymond-Tacora¹, Alberto Magno Cutipa-Limache², Raquel Álvarez-Siguayro¹

¹Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa, Av. José María Arguedas s/n, Andahuaylas, Apurímac, Perú, dvalreymond@gmail.com y raquelitaalvarez@hotmail.com

²Universidad Nacional del Altiplano, Escuela Profesional de Administración, Escuela de Posgrado, Av. Floral N° 1153, Ciudad Universitaria, Puno, Perú, magclaw0@hotmail.com

RESUMEN

El propósito del estudio fue determinar los factores: modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac. El alcance del estudio se enmarca como explicativo, no experimental y transversal, se hizo una encuesta a 283 estudiantes de las universidades de Micaela Bastidas sede Abancay; y su filial Tambobamba y José María Arguedas sede Andahuaylas; de las escuelas de Administración y Administración de Empresas, se aplicó un test de escala de Likert con un total de 37 ítems, para la prueba estadística se aplicó el método de modelado de trayectoria de mínimos cuadrados parciales; mediante el programa SMARPLS v.3.2.8. En las relaciones de causalidad entre los constructos: modelos de referencia (primaria (0.043) y secundaria (0.155)), expectativa de trabajo (0.408) y ambiente universitario (0.257) con la actitud emprendedora; los coeficientes de trayectoria presentan puntuaciones débiles para las dos primeras y moderadas para las dos últimas. El estudio demuestra que los factores que influyen de manera positiva y significativa en la actitud emprendedora son la expectativa de trabajo y el ambiente universitario, asimismo se aprecia que el valor de R^2 (varianza explicada) explica en un 49% la actitud emprendedora; por otra parte, el test Stone-Geisser Q^2 es $0.274 > 0$ por lo que el modelo tiene relevancia predictiva.

Palabras clave: Actitud emprendedora, ambiente universitario, expectativa de trabajo, mínimos cuadrados parciales, modelos de referencia.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine some factors: reference models (primary and secondary), job expectation and university environment which influence the entrepreneurial attitude in students of administration schools at Apurimac Universities. The scope of the study is framed as explanatory, non-experimental and transversal; a survey was conducted of 283 students, of the Schools of Administration and Business Administration, from the Micaela Bastidas University, in Abancay and Tambobamba, and the José María Arguedas University in Andahuaylas; a Likert scale test was applied with a total of 37 items, for the statistical test, the method called modeling of trajectory by partial least squares was applied. In the relationships of causality between the constructs: reference models (primary (0.043) and secondary (0.155)), job expectation (0.408) and university environment (0.257) with the entrepreneurial attitude; the trajectory coefficients have weak scores for the first two and moderate scores for the last two. The study shows that the factors that influence in a positive and significant way, in the entrepreneurial attitude, are the job expectation and the university environment, likewise it is appreciated that the value of R^2 (explained variance) explains in 49% the entrepreneurial attitude; on the other hand, test Stone-Geisser Q^2 is $0.274 > 0$, so that the model has predictive relevance.

key words: Entrepreneurial attitude, partial least squares, reference models, university environment, work expectation.

*Autor para Correspondencia: dvalreymond@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los jóvenes que egresan de las Universidades, es la carencia de oportunidades para emplearse, provocando una serie de problemáticas tanto sociales, económicas y de otra índole, en la actualidad encontrar un empleo se vuelve cada vez más complejo y sobre todo ante un mercado laboral que no se encuentra en las mejores condiciones de desarrollo (Hernández y Arano, 2015), Los emprendedores constituyen un factor fundamental para el desarrollo económico y social de los países (Fernández *et al.*, 2011), En los actuales momentos el desarrollo económico de países y regiones se relaciona entre otras cosas con el emprendimiento. (Durán y Arias, 2015). En un contexto económico como el actual con elevadas tasas de desempleo, la generación de nuevos puestos de trabajo se vuelve aún más relevante y con ella la actividad emprendedora (Liseras *et al.*, 2003). Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas y las empresas, el emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños según (Vesga, 2009), Una de las causas principales es que se acepta que el emprendimiento favorece la creación de fuentes de trabajo, lo que se da origen a una mayor cantidad de oportunidad laboral para la fuerza de trabajo y con ello un mejor nivel de bienestar económico en la población (Soria *et al.*, 2016).

El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas pues en ella convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento o de la intención emprendedora en los individuos (Durán y Arias, 2015). Por otro lado según los autores Triandis (1974), (Robinson *et al.*, 1991), Alcántara (1988), Ibañez (2002) afirman que las actitudes son modificables. Así mismo Robinson *et al.*, (1991) indica que las actitudes están abiertas al cambio, la actitud emprendedora puede ser influida por educadores y profesionales.

Según Krauss (2011) las actitudes emprendedoras definidas como: necesidad de logro, autoestima, innovación, control percibido interno y asunción de riesgo. Además es la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida (Velasco, 2008). Del mismo modo para Moreno *et al.*, (2017) son los comportamientos que emplean los emprendedores para efectuar diferentes labores o tareas, cuyas características expresadas en valores son: pasión, autoconfianza, propensión al riesgo, valentía, determinación, autocontrol e independencia. También se traduce en una voluntad constante de iniciar y de organizar teniendo en cuenta los recursos disponibles para atender a los resultados concretos independientemente de la actividad donde se desarrolla (Quintero, 2007).

Según (Robinson *et al.*, 1991) el logro en los negocios, refiriéndose a los resultados concretos asociados con la puesta en marcha y crecimiento de una empresa comercial. (Krauss, 2011) complementa como la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos. Del mismo modo Ibañez (2002) afirma como el deseo de lograr algún objetivo o meta y tener éxito en la creación de empresa. Además (McClelland, 1961) sostiene como una característica básica de los emprendedores, que actúan de una determinada forma: Necesitan tener responsabilidad, buscan la retroalimentación de los resultados de sus decisiones, Se fijan retos y metas realistas con riesgos moderados, no les agradan las tareas rutinarias y con mayor previsión y a la hora de elegir compañeros de trabajo prefieren expertos a amigos.

Para (Robinson *et al.*, 1991) la innovación en los negocios, está relacionada con percibir y actuar sobre las actividades comerciales en formas nuevas y únicas (Krauss, 2011), describe como el funcionamiento de una empresa en una forma nueva y única. Asimismo (Drucker, 1993) sostiene que la innovación es la búsqueda sistemática y organizada del cambio, así como el análisis profundo

de las oportunidades que los cambios pueden ofrecer para la innovación económica y social. Del mismo modo Schumpeter (1967) identifica como el realizador de nuevas combinaciones, salirse de la actividad acostumbrada, nadar contra corriente, romper los límites de la rutina, y manejar incógnitas en vez de datos.

Según (Robinson *et al.*, 1991) el control como la percepción individual de los resultados comerciales e influencia sobre su negocio. Para Krauss (2011) describe como forma de influir en los resultados empresariales. Según (Ayerbe *et al.*, 2000) explican que el *locus of control* es el elemento que muestra el lugar donde la persona sitúa el control de su vida. El control percibido es interno si la persona cree que los resultados que obtiene en su vida son debidos a sí mismo. En cambio, una persona con control percibido externo creerá que su actuación no va a influir en los resultados que obtenga. Basará la explicación de los acontecimientos en la suerte, el azar, la influencia de otras personas o grupos sociales de poder. Asimismo para (Krauss, 2011) afirma que se relaciona positivamente con el esfuerzo en el trabajo, con nuevas ideas, con iniciativa, etcétera, y negativamente con la creencia de la suerte, ideas viejas, decepción ante la no consecución de metas, obediencia, etcétera. Una persona con control percibido interno es más persuasiva, busca más información, es más propensa a olvidar los recuerdos del fracaso. También (Blackman, 2003), afirma que naturalmente, la persona y su empresa tienen más éxito si posee un elevado control interno, y responsabilidad. Esto hace que el emprendedor seleccione cuidadosamente su plan de negocios, haciendo más probable el resultado exitoso.

Para (Robinson *et al.*, 1991) la autoestima en los negocios se relacionada con la autoconfianza y la percepción de competencia de un individuo en conjunto con sus asuntos comerciales, (Krauss, 2011) describe como confianza y sentimiento de competencia para llevar a cabo el negocio, asimismo sostiene que cuanto más confíe en sus propias actitudes, con mayor perseverancia buscará sus objetivos y se convencerá de que es competente para lograrlo, Para (Branden, 1993) se puede explicar cómo la evaluación que se hace de sí mismo. Es la confianza en la propia capacidad para pensar y afrontar los desafíos que surgen todos los días. La autoestima positiva hace que las personas busquen objetivos exigentes que la estimulen y, al lograrlos, su autoestima aumenta aún más, Según (Harvey *et al.*, 2003) afirma que necesita tiempo y trabajo para lograrse; Los individuos que la poseen son los que tienden a valorar sus logros y habilidades en forma objetiva, sin negarlos ni exagerarlos. Asimismo, actúa como un moderador frente a los factores de riesgo del trabajo, razón por la cual es tan importante que el emprendedor posea una alta autoestima, capaz de resguardar la armonía y la dignidad en condiciones de estrés.

Para Krauss (2011) una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá una mayor asunción de riesgo y, por lo tanto, un menor grado de aversión a este. Ello implicará que la persona tendrá menos miedo en autoemplearse y en crear su propio emprendimiento, asimismo sostiene que el riesgo posee tres componentes: el tamaño de la pérdida, la probabilidad de ocurrencia y la vulnerabilidad de esta. Además, según (Ibañez, 2002) se reconocen tres fuentes que determinan el riesgo: Insuficiencia de control sobre personas, recursos, el tiempo y la información, Limitación de información, ya sea por no ser completa o no ser fiable y Escasez de tiempo cuando se debe tomar una decisión sin tener poseer la información completa, Para (McCarthy, 2003) la propensión al riesgo de los emprendedores está enérgicamente vinculada con la personalidad que posean. Los emprendedores de tipo carismático, que son visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales, son tomadores de riesgo. Lo hacen basándose en la experiencia que fueron adquiriendo en fracasos anteriores. En cambio, los emprendedores de tipo práctico, que son más cautelosos y más racionales, asumen riesgos de forma calculada y planificando exactamente el negocio al cual apuntan.

La expectativa de trabajo según (Guerrero *et al.*, 2015) precisa como predisposición a trabajar: por cuenta ajena (empleado no público), por cuenta propia (independiente, empresario con otros socios, crear una nueva empresa), para la administración pública, trabajar/colaborar en una organización sin fines de lucro y aun no tengo definido que me gustaría hacer al terminar la carrera. Para González y Martínez (2016) consiste en elegir un empleo, objetivos profesionales a corto-medio plazo. De la misma forma (Naigeboren *et al.*, 2009) afirma que las expectativas de actuación profesional permiten proyectarse al futuro en términos de roles ocupacionales. Por lo tanto, es la esperanza o posibilidad de conseguir trabajo en los diversos sectores de económicos o autoemplearse; una vez egresado de la universidad. Por otro lado (Ibañez, 2002) sostiene que las propias características de autoempleo tiene un profundo efecto en la situación familiar e influyen la elección de carrera a largo plazo asimismo los antecedentes familiares son un factor importante para el establecimiento inicial en el mercado laboral.

Los modelos de referencia intenta medir la percepción o existencia asociados al emprendimiento en su entorno social más cercano; relacional al padre/madre emprendedor, otro emprendedor miembro de la familia, amigo, profesor y otra persona que haya puesto en marcha una empresa (Guerrero *et al.*, 2016). En esa misma línea (Guerrero *et al.*, 2015) precisa la importancia que radica en conocer personas emprendedoras que incentiva e incluso apoya en el desarrollo de iniciativas emprendedoras de otras personas. Por otro lado para (Rodríguez y Vega, 2016) indica que los antiguos alumnos y alumnas, con su bagaje de trayectorias vitales y profesionales, son una fuente de diversos modelos de referencia en emprendimiento con los que los estudiantes pueden llegar a identificarse. Tener familiares empresarios o profesionales que trabajen por cuenta propia sirve de motivación a los futuros emprendedores, y es evidente que influye en los estudiantes universitarios en las intenciones de crear su propia empresa (Espíritu y Sastre, 2007). Para (Shapero y Sokol, 1982), son los antecedentes personales y familiares, resalta, entre otros aspectos, la influencia positiva de los padres en la creación de empresas; asimismo usa información familiar, de amigos, entorno educativo, grupos étnicos y contexto profesional de los futuros empresarios. De la misma forma Ibañez (2002) indica que los que tienen un familiar cercano promotor de una empresa se muestran más propensos a la creación de una empresa. Fernández *et al.*, (2011) afirma que los universitarios que no han pensado en crear su propio negocio le dan una valoración más elevada a la aprobación de su decisión por parte de amigos, familia y compañeros. Liseras *et al.*, (2003) indica los elementos de su entorno cercano (modelos de rol paternos y de familiares o amigos).

La percepción de los alumnos sobre el ambiente que ofrece la Universidad para desarrollar nuevas ideas, e involucrarse en actividades emprendedoras. Uno de los factores que se han considerado de elevada importancia en la formación de competencias emprendedoras es el papel de la Universidad en cuanto a la oferta de actividades de emprendimiento, adecuación de dicha oferta a las expectativas de los estudiantes y en general el ambiente emprendedor que existe en la misma (Estrada *et al.*, 2016). Por otro lado Guerrero *et al.*, (2015) afirma la existencia de diversos programas, asignaturas, infraestructuras e incentivos dirigidos a la comunidad universitaria para fortalecer/developar el emprendimiento universitario, según (Liseras *et al.*, 2003), indica que los factores relacionados con su formación (la realización de cursos específicos, las expectativas de obtener mayores ingresos como autoempleados a partir de la formación universitaria, la valoración positiva de las herramientas brindadas por la carrera y la orientación de la misma hacia la creación de empresas). Espíritu y Sastre (2007) indica que todo parece indicar que los conocimientos aportados incrementan sus competencias de gestión, pero les orientan hacia salidas laborales más conservadoras, como son el trabajo por cuenta ajena, y no les motivan hacia el autoempleo.

Así mismo, (Tarapuez, 2016) sostiene que la intención empresarial de los estudiantes universitarios está determinada por un conjunto heterogéneo de factores intrínsecos y extrínsecos. De las similitudes culturales que pueden presentarse entre un país y sus regiones, cada territorio genera una dinámica propia cuyas dimensiones culturales influyen en la intención emprendedora a nivel local. Por lo que (Durán y Arias, 2015) sostiene que la formación de futuros profesionales universitarios orientados a emprender, dando mayor relevancia a aspectos psicológicos del individuo en vez de la visión estrictamente económica y gerencial presente en los planes de formación para emprendedores de la actualidad, (Krauss, 2011) sostiene que otra manera de fomentar el emprendimiento entre los estudiantes es por medio de un concurso de ideas y planes de negocios e integradas por diferentes carreras y creen un proyecto en forma conjunta. Por lo que (Cabana *et al.*, 2013) sostiene que la brecha de desarrollo de capacidad emprendedora, representa un desafío estratégico para cada uno de los centros de educación superior, para contribuir a su valor y complementariamente al desarrollo local, regional y nacional.

MATERIALES Y MÉTODOS

Apurímac está ubicado en el sur este de los Andes centrales del Perú, su territorio es uno de los más accidentados del país, está formado por 7 provincias y 84 distritos, las ciudades principales son Abancay (capital) y Andahuaylas, las que conforman el eje de desarrollo económico del departamento. El clima es variado de acuerdo a la altitud.

El estudio se efectuó en las universidades nacionales de: Micaela Bastidas (Sede Abancay y filial Tambobamba) y José María Arguedas (Andahuaylas); a los estudiantes de las escuelas de Administración y Administración de Empresas; la importancia del estudio es por la carencia de oportunidades laborales cuando egresan de las universidades; asimismo se emplean en puestos de trabajo distintos a su formación profesional, por lo que es necesario plantear alternativas cuando egresan; como una opción que deben tomar en cuenta las universidades es la formación en emprendimiento.

La población de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac al semestre académico 2018-II está conformado por 1076 estudiantes; el 48% (UNAMBA Sede Abancay), 17% (UNAMBA Sede Tambobamba) y 35% (UNAJMA sede Andahuaylas), la muestra fue de 283 estudiantes. Se aplicó un test de escala de Likert (de 1 al 5) con un total de 37 ítems. El diseño del cuestionario fue adaptado de los estudios de actitud emprendedora de (Krauss, 2011), (Ibañez, 2002) y (Robinson *et al.*, 2011), para los factores de modelos de referencia, expectativa de trabajo y ambiente universitario de (Guerrero *et al.*, 2016) y para algunos datos generales de (Espíritu y Sastre, 2007) y (Chávez y Suárez, 2017).

El estudio se enmarca como explicativo, no experimental y transversal. Para el análisis descriptivo de las variables se usó programas como IBM SPSS STATISTICS v.22 y Excel 2013, para la prueba estadística se aplicó el método de modelado de trayectoria de mínimos cuadrados parciales; mediante el programa SMARPLS v.3.2.8.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis del modelo de medida

En la tabla permite apreciar la fiabilidad individual de las variables asociadas al modelo. La fiabilidad del constructo fue medida utilizando el Alpha de Cronbach, no obstante, se utilizó la Fiabilidad Compuesta, ambas medidas se encuentran sobre 0.7, lo que permite comprobar que existe

consistencia interna de los constructos, ambos valores interpretamos con las directrices que ofrecieron (Nunnally y Bernstein, 1999) los cuales sugieren un valor de 0,7 como punto de referencia (Tabla 1).

Tabla 1. Indicadores de Fiabilidad y Confianza del Modelo Propuesto

Variable Latente	Ítems	Cargas (Λ)	Consistencia Interna		Validez Convergente Varianza Extraída Media (Ave)
			Alfa De Cronbach	Fiabilidad Compuesta	
Modelos de referencia primaria	REMP1	0.842	0.743	0.882	0.789
	REMP2	0.932			
Modelos de referencia secundaria	REMS1	0.871	0.834	0.901	0.751
	REMS2	0.881			
	REMS3	0.848			
Expectativa de Trabajo	ET1	0.736	0.753	0.84	0.569
	ET2	0.820			
	ET3	0.712			
	ET4	0.744			
	AU1	0.822			
Ambiente universitario	AU2	0.870	0.914	0.93	0.727
	AU3	0.854			
	AU4	0.847			
AELogro	AU5	0.869	0.906	0.931	0.729
	L1	0.815			
	L2	0.724			
	L3	0.843			
	L4	0.860			
AEInnovación	L5	0.859	0.925	0.941	0.728
	I1	0.860			
	I2	0.780			
	I3	0.805			
	I4	0.855			
AEControl	I5	0.877	0.827	0.885	0.66
	I6	0.784			
	C1	0.743			
AEAutoestima	C2	0.838	0.799	0.881	0.714
	C3	0.743			
	C4	0.688			
AERiesgo	A1	0.821	0.800	0.904	0.634
	A2	0.591			
	A3	0.835			
	R1	0.728			
	R2	0.787			
	R3	0.806			
	R4	0.819			
	R5	0.602			

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

en esa misma línea afirman (Hair *et al.*, 2014), (Bernal *et al.*, 2016) y Terán (2019). La validez convergente del constructo se valoró a través de la varianza media extraída (AVE), el cual mide que la varianza del constructo se pueda explicar a través de los indicadores elegidos, los valores obtenidos son a partir de 0.569, según Bagozzi y Yi (1988) recomienda para las varianzas extraídas de 0.5, de la misma forma (Hair *et al.*, 2014), Bernal *et al.*, (2016) y Terán (2019). Por lo que un AVE de 0.5 muestra que el constructo explica más de la mitad de la varianza de sus indicadores.

La validez discriminante el cual consiste en la raíz cuadrada de AVE para cada constructo debe ser mayor a todas las correlaciones que éste tiene con el resto de constructos, asimismo las correlaciones entre los distintos factores que componen el modelo no deben ser superiores a 0.8. Se puede verificar que, para el presente estudio, esto se cumple para cada uno de los constructos, por lo que se confirma la validez discriminante (Tabla 2).

Tabla 2. Matriz de correlaciones y validez discriminante

	Actitud Emprendedora	Ambiente Universitario	Expectativa de Trabajo	Modelos de referencia primaria	Modelos de referencia secundaria
Actitud Emprendedora	0.789				
Ambiente Universitario	0.562	0.853			
Expectativa de Trabajo	0.626	0.515	0.754		
Modelos de referencia primaria	0.300	0.315	0.281	0.888	
Modelos de referencia secundaria	0.500	0.527	0.473	0.397	0.867

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

Como consecuencia de que todas las pruebas realizadas anteriormente han resultado positivas, se puede afirmar que el modelo de medida utilizado resulta válido y fiable. Para evaluar la existencia de validez discriminante se utilizó el criterio de (Fornell y Larcker, 1981), en esa misma línea confirma estos criterios en los estudios de (Bernal *et al.*, 2016) y (Terán, 2019).

Análisis del modelo estructural

Se muestra un resumen de los resultados del análisis de datos para el contraste de las hipótesis planteadas. Se aceptarán aquellos coeficientes path, y las hipótesis planteadas, que sean significativos según una distribución t de Student de una cola con n-1 grados de libertad (Roldán y Sánchez, 2012) (Tabla 3).

Tabla 3. Contraste de hipótesis

Hipótesis	Relación de causalidad	Coefficientes path estimados (β)	Estadísticos t	P-valores	Decisión
Hipótesis1	Modelos de Referencia Primaria \rightarrow Actitud Emprendedora	0.043	0.912	0.362	Rechazada
Hipótesis2	Modelos de Referencia Secundaria \rightarrow Actitud Emprendedora	0.155	2.992	0.003**	Rechazada
Hipótesis3	Expectativa de Trabajo \rightarrow Actitud Emprendedora	0.408	8.624	0.000**	Aceptada
Hipótesis4	Ambiente Universitario \rightarrow Actitud Emprendedora	0.257	4.806	0.000**	Aceptada

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

Nota: * $p < 0.05$. ** $p < 0.01$.

Asimismo (Veas *et al.*, 2019) afirma que si el valor t se encuentra entre 1.65 y 1.95 el nivel de significancia es del 10%; entre 1.96 y 2.157 el nivel es de 5% y si es superior a 2.58 el nivel de significancia es de 1%. Los valores β , según Chinn (1998) deben ser al menos de 0.2 e idealmente superar el valor 0.3, por tanto si $\beta < 0.2$ no hay causalidad y la hipótesis se rechaza, en esa línea los valores se confirman en los estudios de (Bernal *et al.*, 2016) y (Terán, 2019). De acuerdo con (Hair *et al.*, 2014) se utilizó un bootstrapping (5000 remuestras).

Modelo estructural de actitud emprendedora con coeficientes path y R^2

Se observa las hipótesis planteadas con el siguiente detalle: En las hipótesis 1 y 2 se planteaba que los modelos de referencia (primaria y secundaria) influyen de manera positiva y significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes, al obtener coeficientes paths o $\beta=0.043$ y $\beta=0.155$ respectivamente, no se puede rechazar la hipótesis nula y no se puede demostrar la hipótesis del investigador que sea cierta (Figura 2).

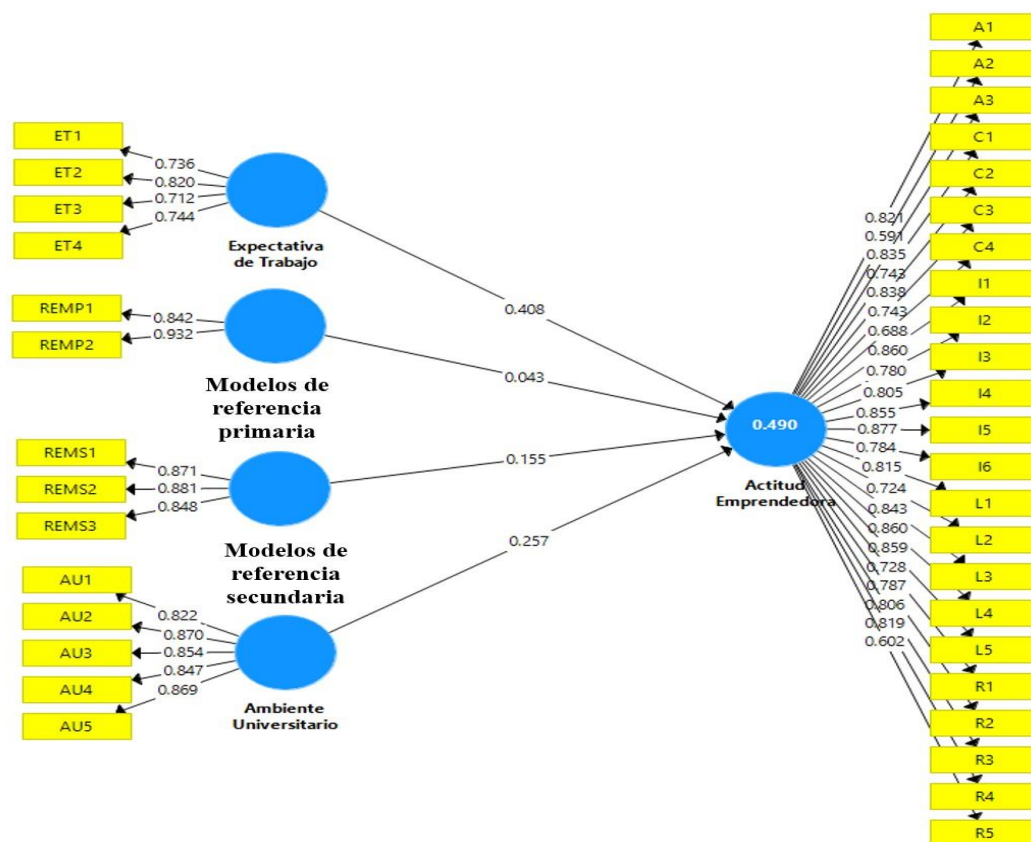


Figura 1. Modelo estructural de actitud emprendedora con coeficientes path y R^2

La hipótesis 3 que sostiene que la expectativa de trabajo influye de manera positiva y significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes, al soportar un coeficiente path o $\beta=0.408$, el estadístico $t=8.624$ y un nivel de significancia de $P=0.000$, por lo que se rechaza la hipótesis nula; y nos quedamos con la hipótesis de investigación. Finalmente, la hipótesis 4 sustenta que el ambiente universitario influye de manera positiva y significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes, al soportar un coeficiente path o $\beta=0.257$ el estadístico $t=4.806$ y un nivel de significancia de $P=0.000$, por lo que se rechaza la hipótesis nula; y nos quedamos con la hipótesis de investigación. Estos resultados se respaldan en los estudios realizados en (Roldán y Sánchez, 2012), (Veas *et al.*, 2019), (Chinn, 1998), (Bernal *et al.*, 2016) y (Terán, 2019).

Se muestra un resumen de los resultados del análisis de datos para R^2 y Q^2 . La bondad de un modelo se determina a través de la fortaleza de cada relación estructural y se analiza utilizando el valor de R^2 para cada constructo dependiente. Considerando que el R^2 es una medida de la exactitud del modelo (Hair *et al.*, 2014). Según los autores (Falk y Miller, 1992) y (Chinn, 1998) son menos exigentes y sugieren que si su valor se encuentra por encima de 0,19 su capacidad explicativa es débil; si es superior a 0,33 es moderada; y si es superior a 0.67 se puede decir que es sustancial. En la figura 2, se aprecia que el valor de $R^2=0.490$, lo que quiere decir que se explica en un 49% la actitud emprendedora, Por lo tanto, se puede señalar que el modelo sí refleja la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac. Se obtiene valor similar en (Terán, 2019) (Tabla 4).

Tabla 4. Resumen de resultados de análisis de datos para R^2 y Q^2

	R^2	Q^2
Actitud Emprendedora	0.490	0.274

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

Finalmente, se realizó una evaluación del modelo estructural en su capacidad para predecir, la cual se mide a través del test Stone-Geisser Q^2 (Stone, 2013) y (Geisser y Apr, 2007). Según (Chinn, 1998) y Hair *et al.*, (2014) Si Q^2 es mayor que 0 esto implica que el modelo tiene relevancia predictiva. De la misma forma (Wang *et al.*, 2015) y (Roldán y Sánchez, 2012) Q^2 se usa como criterio para medir la relevancia predictiva de los constructos dependientes. Por tanto es un medio para evaluar la relevancia predictiva del modelo estructural (Hair *et al.*, 2014). Como se puede apreciar en la Tabla el valor de Q^2 obtenido tiene signo positivo y es mayor, lo que confirma la relevancia predictiva de los constructos exógenos sobre el constructo endógeno, es decir, que es posible predecir el comportamiento del constructo endógeno en este caso actitud emprendedora, a partir de los constructos exógenos.

CONCLUSIONES

El objetivo principal de investigación fue determinar los factores que resultan influye en la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las Universidades de la Región Apurímac. El estudio permite identificar las relaciones de causalidad entre los factores que integran el modelo estructural propuesto.

Los resultados obtenidos en el estudio muestran que los modelos de referencia primaria respecto a la actitud emprendedora no presentan una relación de causalidad. Por tanto, estos factores no anteceden directamente en la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de la Región Apurímac. Asimismo, la valoración a este factor y a sus variables (padres y otros miembros de la familia) es considerada como de poca importancia. Por lo que este factor no es fuente de inspiración en su actitud emprendedora. Asimismo, los resultados obtenidos en el estudio muestran que los modelos de referencia secundaria respecto a la actitud emprendedora no presentan una relación de causalidad. Por tanto, estos factores no anteceden directamente en la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de la Región Apurímac.

La valoración a este factor y a sus variables (amigos, compañeros, profesores) es considerada como importante. Por lo que este factor es fuente de inspiración en su actitud emprendedora; pero su

influencia es muy débil. Mientras que el factor expectativo de trabajo resulta ser antecedente de la actitud emprendedora de los estudiantes de administración; por lo que este factor explica la actitud emprendedora. Asimismo, la valoración a este factor es considerada como importante, de la misma forma para las variables (en el sector privado, como empresario, y en actividades sin fines de lucro) es considerada como importante, muy importante y moderadamente importante respectivamente, mientras que la variable (en el sector público) es valorado como de poca importancia. Por lo que la variable como empresario se exterioriza en la actitud emprendedora. Además, el ambiente universitario de acuerdo a los resultados obtenidos; es un antecedente de la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac. Asimismo, la valoración a este factor es considerada como importante, de la misma forma para las variables (programas, asignaturas, incentivos y difusión de programas de emprendimiento) es considerada como importante, mientras que la variable (unidad de apoyo a la incubación) es valorado como moderadamente importante. Por lo que las universidades involucradas deben articular mejor los aspectos relacionados a la actitud emprendedora.

AGRADECIMIENTOS

A las Doctoras María Asunción Ibáñez Romero y Catherine Krauss por facilitar el instrumento de investigación sobre actitud emprendedora.

LITERATURA CITADA

- Alcántara, J. A. (1988). Cómo educar las actitudes. Ceac. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=216366>
- Ayerbe, M. y Buenetxea, E. (2000). La cultura del trabajo y la actitud emprendedora en el ámbito profesional de la C.A.P.V. Cuadernos Sociológicos Vascos. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. (Vol. 3). Retrieved from http://www.izenpe.eus/contenidos/documentacion/cuaderno_sociologico_vasco_3/es_cu_soc3/adjuntos/csv3.pdf
- Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Bernal, J., De Nieves, C. y Briones, A. (2016). Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales para analizar los sistemas de gestión en la integración de la RSC y su influencia en la estrategia y el performance de las empresas tecnológicas. *revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 21, 77–102. Retrieved from www.upo.es/RevMetCuant/art.php?id=117
- Blackman, A. J. (2003). Entrepreneurs: Interrelationships between their characteristics, values, expectations, management practices and SME performance. *Griffith university*. <https://doi.org/10.1075/tufs.4.18rac>
- Branden, N. (1993). Cómo mejorar su autoestima. In *El poder de la autoestima* (Paidós, pp. 1–64). Retrieved from <https://www.ttmib.org/documentos/Branden-Autoestima.pdf>
- Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M. y Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management and Innovation*. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007>
- Chávez, E. y Suárez, J. (2017). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II. *Universidad Peruana Unión*, 141. Retrieved from <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/409>
- Chinn, W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modelling. *Modern Methods for Business Research*.
- Drucker, P. (1993). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Human Resource Management. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.21501/22161201.1528>
- Espíritu, R. y Sastre, Á. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95–116. <https://doi.org/>

- Espíritu, R. y Sastre, A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Cuadernos de Estudios Empresariales. <https://doi.org/10.5209/CESE.10265>
- Estrada, M., Solves, M. y Gómez, J. M. (2016). El entorno universitario como generador de capacidades emprendedoras: un análisis de percepciones. XIV Jornadas de Redes de Investigación En Docencia Universitaria, 21. Retrieved from <https://web.ua.es/es/ice/jornadas-redes-2016/documentos/tema-4/806575.pdf>
- Falk, R. F. y Miller, N. B. (1992). A primer for soft modeling. Akron, OH: University of Akron Press. Open Journal of Business and Management.
- Fernández Laviada, A., Rueda Sampedro, I. y Herrero Crespo, Á. (2011). Estudio de la Actitud Emprendedora de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cantabria. XVI CONGRESO AECA: “Nuevo Modelo Económico: Empresa, Mercados y Culturas.”
- Fornell, C. y Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural model with unobserved variables and measurement errors. Journal of Marketing Research.
- Geisser, S. & Apr, N. (2007). A Predictive Approach to the Random Effect Model. Biometrika.
- González, C. y Martínez, C. P. (2016). Expectativas de futuro laboral del universitario de hoy: un estudio internacional. Revista de Investigacion Educativa, 34(1), 167–183. <https://doi.org/10.6018/rie.34.1.232071>
- Guerrero, M., Gonzales, J. L., Peña, I., Hoyos, J., Saiz, M., Gonzales, N. y Urbano, D. (2015). Goblal Entrepreneurship Monitor, Comunidad Autónoma del País Vasco: Informe Ejecutivo 2015.
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A., Ruiz-Navarro, J., Neira, I. y Fernández-Laviada, A. (2016). Perfil Emprendedor del Estudiante Universitario. Retrieved from <http://www.cise.es/gem/Informe-Observatorio-Emprendimiento-Universitario.pdf>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. y Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). European Business Review. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Harvey, S. y Keashly, L. (2003). Predicting the Risk for Aggression in the Workplace: Risk Factors, Self-Esteem and Time At Work. Social Behavior and Personality: An International Journal. <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.8.807>
- Hernández, C. y Arano, R. M. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. Ciencia Administrativa.
- Ibañez, A. (2002). Actitudes Emprendedoras de los estudiantes universitarios. Medición y Propuestas de Actuación.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. Dimensión Empresarial.
- Liseras, N., Gennero de Rearte, A. y Graña, F. (2003). Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios.
- Mas Velasco, J. (2008). Actitud Emprendedora. Retrieved from <http://www.crearmas.com/udocumentos/actitud-emprendedora.pdf>
- McCarthy, B. (2003). The Impact of the Entrepreneur's Personality on the Strategy-Formation and Planning Process in SMEs. Irish Journal of Management, 24, 154–173. <https://doi.org/10.1177/097135570000900103>
- McClelland, D. (1961). Entrepreneurial Behavior. The Achieving Society. <https://doi.org/10.1037/007291>
- Moreno, S. y Egusquiza, C. (2017). Caracterísitcas emprendedoras en alumnos de últimos ciclos de la Carrera de Administración de Empresas de una Universidad privada de Lima. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Naigeboren, M., Caram, G., & Gil De Asar, M. (2009). Motivación Y Expectativas Laborales En Alumnos Motivación Y Expectativas Universitarios, 336–338.
- Nunnally, J. C. y Bernstein, I. H. (1999). Psychometric theory (3rd Ed.). New York: McGraw-Hill. Journal of Psychoeducational Assessment. <https://doi.org/10.1037/018882>
- Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores - PDF. Retrieved September 26, 2018, from <https://docplayer.es/8276352-Generacion-de-competencias-en-jovenes-emprendedores.html>
- Robinson, P. B., Huefner, J. C. y Hunt, H. K. (1991). Entrepreneurial Research on Student Subjects Does Not Generalize to Real World Entrepreneurs. Journal of Small Business Management.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. y Hunt, H. K. (2011). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice. <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>

-
- Rodríguez, I. D. y Vega, J. A. (2016). La educación para el emprendimiento en el sistema educativo español. Año 2015, 137. <https://doi.org/030-16-017-X>
- Roldán, J. L. y Sánchez, F. M. J. (2012). Variance-Based Structural Equation Modeling: Guidelines for Using Partial Least Squares in Information Systems research. In *Research Methodologies, Innovations and Philosophies in Software Systems Engineering and Information Systems*. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-0179-6>
- Schumpeter, J. (1967). *Explorations in Enterprise*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Retrieved from <https://ostromworkshop.indiana.edu/library/node/66161>
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Stone, M. (2013). Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions. *Journal of the Royal Statistical Society*.
- Tarapuez, E. (2016). Factores que influyen en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Colombia del Departamento del Quindío (Colombia). *Visión de Futuro*, 20(2), 114–136.
- Terán, F. (2019). Aceptación de los estudiantes universitarios en el uso de los sistemas e-learning Moodle desde la perspectiva del modelo TAM Resumen Acceptance of university students in the use of Moodle e-learning systems from the perspective of the TAM model Abstract. *Revista Ciencia UNEMI*, 12, 63–76.
- Triandis, H. C. (1974). *Actitudes y cambios de actitudes*. Toray.
- Veas, G. I. A., Sanchez, O. urora D. y Perez, C. C. (2019). Determinantes del Marketing Boca a Boca en el Contexto Universitario: El Rol de la Satisfacción y la Lealtad de los Estudiantes. *Formación Universitaria*, 12(1), 45–54. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062019000100045>
- Vesga, R. (2009). *Emprendimiento e Innovacion en Colombia*. Universidad de Los Andes.
- Wang, M., Chen, P. H., Yu, T. H. K. y Hsiao, C. Y. (2015). The effects of corporate social responsibility on brand equity and firm performance. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.003>