

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021

Presentado por:

Sheyla Zunilda Chipa Rivas

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2022



**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC**  
**FACULTA DE ADMINISTRACIÓN**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

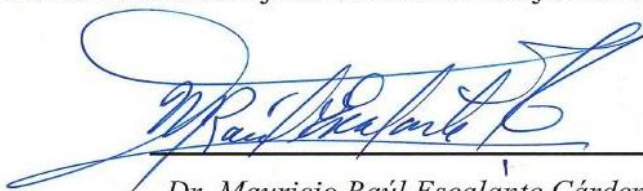
**“RASGOS DE PERSONALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA DE LOS GRADUADOS DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC; 2021”**

Presentado por **Sheyla Zunilda Chipa Rivas**, para optar el Título de:

Licenciado en Administración

Sustentado y aprobado en fecha 26 de julio de 2022 ante el jurado evaluador:

**Presidente:**



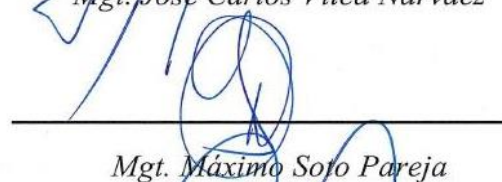
Dr. Mauricio Raúl Escalante Cárdenas

**Primer Miembro:**



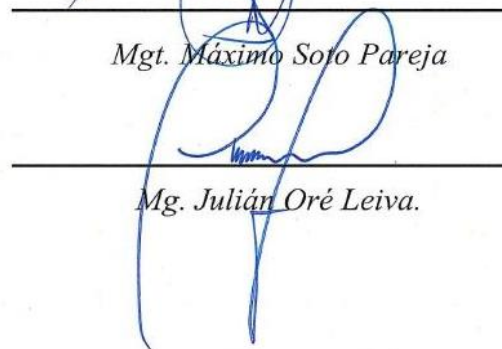
Mgt. José Carlos Vilca Narváez

**Segundo Miembro:**



Mgt. Máximo Soto Pareja

**Asesor:**



Mg. Julián Oré Leiva.

### **Agradecimiento**

*A la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, por acogerme en sus aulas en el proceso de mi formación profesional; a mi asesor por su guía y conocimientos brindados, que fueron aportes invaluable en la elaboración del proyecto y ejecución del trabajo de tesis.*



## **Dedicatoria**

*A Dios, quien me acompaña y me guía con infinita sabiduría.*

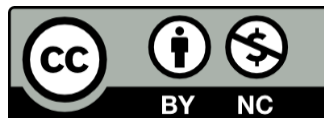
*Va dedicado de manera especial a mis padres, quienes constantemente estuvieron brindándome su apoyo y consejos para concluir el presente proyecto; y a quienes agradezco por formar en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación.*



“Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021”

Gestión Empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



## ÍNDICE

|                                                                                  | Pág. |
|----------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....                                                        | 1    |
| <b>RESUMEN</b> .....                                                             | 3    |
| <b>ABSTRAC</b> .....                                                             | 5    |
| <b>CAPÍTULO I</b> .....                                                          | 7    |
| <b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....                                          | 7    |
| 1.1 Descripción del problema .....                                               | 7    |
| 1.2 Enunciado del problema .....                                                 | 12   |
| 1.2.1 Problema general .....                                                     | 12   |
| 1.2.2 Problemas específicos.....                                                 | 12   |
| 1.3 Justificación de la investigación .....                                      | 12   |
| 1.3.1 Justificación teórica .....                                                | 13   |
| 1.3.2 Justificación metodológica .....                                           | 13   |
| 1.3.3 Justificación social.....                                                  | 13   |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....                                                         | 15   |
| <b>OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b> .....                                               | 15   |
| 2.1 Objetivos de la investigación .....                                          | 15   |
| 2.1.1 Objetivo general .....                                                     | 15   |
| 2.1.2 Objetivos Específicos .....                                                | 15   |
| 2.2 Hipótesis de la investigación .....                                          | 16   |
| 2.2.1 Hipótesis general .....                                                    | 16   |
| 2.2.2 Hipótesis específicas.....                                                 | 16   |
| 2.3 Operacionalización de variables .....                                        | 17   |
| <b>CAPÍTULO III</b> .....                                                        | 20   |
| <b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b> .....                                           | 21   |
| 3.1 Antecedentes .....                                                           | 21   |
| 3.1.1 Nivel internacional .....                                                  | 21   |
| 3.1.2 Nivel nacional.....                                                        | 22   |
| 3.1.3 Nivel regional .....                                                       | 22   |
| 3.2 Marco teórico .....                                                          | 23   |
| 3.2.1 Personalidad .....                                                         | 23   |
| 3.2.2 Rasgos de personalidad .....                                               | 25   |
| 3.2.3 Modelos Teóricos de Rasgos de Personalidad .....                           | 25   |
| 3.2.4 Modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae, aplicado a la investigación | 30   |



|                                       |                                                                                              |           |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2.5                                 | Instrumentos que evalúan dimensiones de personalidad, bajo el Modelo de Costa y McCrae ..... | 42        |
| 3.2.6                                 | Emprendimiento .....                                                                         | 45        |
| 3.2.7                                 | Proceso emprendedor .....                                                                    | 49        |
| 3.2.8                                 | Relación entre proceso emprendedor e intención emprendedora .....                            | 51        |
| 3.2.9                                 | Emprendimiento en el Perú .....                                                              | 52        |
| 3.2.10                                | Intención emprendedora .....                                                                 | 54        |
| 3.2.11                                | Modelos de intención emprendedora .....                                                      | 54        |
| 3.2.12                                | Modelo Teórico de la Acción Planificada, aplicado a la investigación .....                   | 62        |
| 3.2.13                                | Conducta y resultados conductuales .....                                                     | 67        |
| 3.3                                   | Marco conceptual .....                                                                       | 68        |
| <b>CAPÍTULO IV .....</b>              |                                                                                              | <b>71</b> |
| <b>METODOLOGÍA .....</b>              |                                                                                              | <b>71</b> |
| 4.1                                   | Tipo y nivel de investigación .....                                                          | 71        |
| 4.1.1                                 | Tipo de investigación .....                                                                  | 71        |
| 4.1.2                                 | Nivel de investigación .....                                                                 | 71        |
| 4.2                                   | Método de investigación .....                                                                | 72        |
| 4.3                                   | Diseño de investigación .....                                                                | 72        |
| 4.4                                   | Población y muestra .....                                                                    | 73        |
| 4.4.1                                 | Población .....                                                                              | 73        |
| 4.4.2                                 | Muestra .....                                                                                | 74        |
| 4.4.3                                 | Muestreo .....                                                                               | 75        |
| 4.4.4                                 | Técnica del muestreo .....                                                                   | 75        |
| 4.5                                   | Técnicas e instrumentos .....                                                                | 75        |
| 4.5.1                                 | Técnica para la aplicación del instrumento .....                                             | 75        |
| 4.5.2                                 | Instrumentos .....                                                                           | 75        |
| 4.6                                   | Estadísticos de investigación .....                                                          | 76        |
| <b>CAPÍTULO V .....</b>               |                                                                                              | <b>77</b> |
| <b>RESULTADOS Y DISCUSIONES .....</b> |                                                                                              | <b>77</b> |
| 5.1                                   | Análisis de resultados .....                                                                 | 77        |
| 5.1.1                                 | Presentación y fiabilidad de los instrumentos aplicados .....                                | 77        |
| 5.1.2                                 | Prueba de normalidad .....                                                                   | 82        |
| 5.1.3                                 | Resultado de frecuencia de Datos Sociodemográficos .....                                     | 82        |
| 5.1.4                                 | Resultados de frecuencia de Rasgos de Personalidad .....                                     | 90        |
| 5.1.5                                 | Resultados de frecuencia de intención emprendedora .....                                     | 99        |
| 5.2                                   | Contrastación de hipótesis .....                                                             | 106       |
| 5.2.1                                 | Contrastación de hipótesis específica 1 .....                                                | 106       |
| 5.2.2                                 | Contrastación de hipótesis específica 2 .....                                                | 108       |
| 5.2.3                                 | Contrastación de hipótesis específica 3 .....                                                | 111       |



|                                                                                                                          |                                               |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------|
| 5.2.4                                                                                                                    | Contrastación de hipótesis específica 4 ..... | 113        |
| 5.2.5                                                                                                                    | Contrastación de hipótesis específica 5 ..... | 115        |
| 5.2.6                                                                                                                    | Contrastación de hipótesis general .....      | 118        |
| 5.3                                                                                                                      | Discusión .....                               | 119        |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>                                                                                                  |                                               | <b>133</b> |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>                                                                              |                                               | <b>133</b> |
| 6.1                                                                                                                      | Conclusiones.....                             | 133        |
| 6.2                                                                                                                      | Recomendaciones .....                         | 135        |
| <b>REFERENCIAS .....</b>                                                                                                 |                                               | <b>137</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>                                                                                                      |                                               | <b>142</b> |
| Anexo A Matriz de Consistencia.....                                                                                      |                                               | 142        |
| Anexo B Ficha Técnica del Test: Inventario Cinco Factores NEO-FFI.....                                                   |                                               | 145        |
| Anexo C Test: Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos. .... |                                               | 148        |
| Anexo D Validación del Test “Inventario NEO-FFI” en estudiantes universitarios peruanos. ....                            |                                               | 150        |
| Anexo E Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado.....                                                             |                                               | 151        |
| Anexo F Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado, por Juicio de Expertos. ....                     |                                               | 152        |
| Anexo G Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado, por confiabilidad. ....                          |                                               | 156        |
| Anexo H Fotografías de aplicación de instrumentos.....                                                                   |                                               | 157        |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                 |                                                                                                      |     |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tabla 1</b>  | Operacionalización de Variable .....                                                                 | 17  |
| <b>Tabla 2</b>  | Factores que componen el 16PF .....                                                                  | 27  |
| <b>Tabla 3</b>  | Prototipo y Polos del Neuroticismo.....                                                              | 34  |
| <b>Tabla 4</b>  | Prototipo y Polos de Extraversión .....                                                              | 36  |
| <b>Tabla 5</b>  | Prototipo y Polos de Apertura a la Experiencia .....                                                 | 38  |
| <b>Tabla 6</b>  | Prototipo y Polos de Amabilidad.....                                                                 | 40  |
| <b>Tabla 7</b>  | Prototipo y Polos de Responsabilidad .....                                                           | 42  |
| <b>Tabla 8</b>  | Población .....                                                                                      | 74  |
| <b>Tabla 9</b>  | Presentación del Test .....                                                                          | 78  |
| <b>Tabla 10</b> | Presentación del Cuestionario .....                                                                  | 78  |
| <b>Tabla 11</b> | Distribución de los ítems de los instrumentos.....                                                   | 79  |
| <b>Tabla 12</b> | Baremación y escala de interpretación, de las dimensiones de la Variable Rasgos de Personalidad..... | 80  |
| <b>Tabla 13</b> | Baremación y escala de interpretación de la Variable Intención Emprendedora. ....                    | 80  |
| <b>Tabla 14</b> | Nivel de Confiabilidad .....                                                                         | 81  |
| <b>Tabla 15</b> | Estadísticas de fiabilidad con Alfa de Cronbach, para cada instrumento de variable.....              | 81  |
| <b>Tabla 16</b> | Estadísticos de prueba Kolmogorov Smirnov .....                                                      | 82  |
| <b>Tabla 17</b> | Sexo .....                                                                                           | 83  |
| <b>Tabla 18</b> | Edad.....                                                                                            | 83  |
| <b>Tabla 19</b> | Año de obtención del grado académico de bachiller.....                                               | 84  |
| <b>Tabla 20</b> | Sector en el que desarrollaría un emprendimiento .....                                               | 85  |
| <b>Tabla 21</b> | Actividad laboral actual.....                                                                        | 86  |
| <b>Tabla 22</b> | Sector Laboral .....                                                                                 | 87  |
| <b>Tabla 23</b> | Constituyo su Empresa .....                                                                          | 88  |
| <b>Tabla 24</b> | Vigencia de la empresa.....                                                                          | 89  |
| <b>Tabla 25</b> | Nivel de Neuroticismo.....                                                                           | 91  |
| <b>Tabla 26</b> | Nivel de Extraversión .....                                                                          | 93  |
| <b>Tabla 27</b> | Nivel de Apertura .....                                                                              | 95  |
| <b>Tabla 28</b> | Nivel de amabilidad.....                                                                             | 96  |
| <b>Tabla 29</b> | Nivel de Responsabilidad .....                                                                       | 98  |
| <b>Tabla 30</b> | Nivel de actitud hacia la conducta.....                                                              | 100 |
| <b>Tabla 31</b> | Nivel de Norma Subjetiva .....                                                                       | 101 |
| <b>Tabla 32</b> | Nivel del control conductual percibido .....                                                         | 103 |
| <b>Tabla 33</b> | Nivel de Intención emprendedora .....                                                                | 104 |
| <b>Tabla 34</b> | Neuroticismo versus intención emprendedora .....                                                     | 106 |
| <b>Tabla 35</b> | Pearson entre neuroticismo e intención emprendedora.....                                             | 108 |
| <b>Tabla 36</b> | Extraversión versus Intención emprendedora .....                                                     | 109 |
| <b>Tabla 37</b> | Pearson entre extraversión e intención emprendedora .....                                            | 110 |
| <b>Tabla 38</b> | Apertura versus Intención emprendedora.....                                                          | 111 |
| <b>Tabla 39</b> | Pearson entre apertura e intención emprendedora.....                                                 | 113 |
| <b>Tabla 40</b> | Amabilidad versus Intención Emprendedora .....                                                       | 114 |
| <b>Tabla 41</b> | Pearson entre amabilidad e intención emprendedora .....                                              | 115 |
| <b>Tabla 42</b> | Responsabilidad versus Intención Emprendedora.....                                                   | 116 |

|                 |                                                                                                                                                                           |     |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tabla 43</b> | Pearson entre responsabilidad e intención emprendedora.....                                                                                                               | 117 |
| <b>Tabla 44</b> | Comparación crítica entre el Modelo Teórico de Cinco Factores de Personalidad aplicado en la presente investigación, con la Teoría Humoral .....                          | 122 |
| <b>Tabla 45</b> | Comparación crítica entre el Modelo Teórico de Cinco Factores de Personalidad aplicado en la presente investigación, con la Teoría de Personalidad de Cattell .....       | 123 |
| <b>Tabla 46</b> | Comparación crítica entre el Modelo Teórico de la Acción Planificada aplicado en la presente investigación, con el Modelo de la maximización de la utilidad esperada..... | 124 |
| <b>Tabla 47</b> | Comparación crítica entre el Modelo Teórico de la Acción Planificada aplicado en la presente investigación, con el Modelo del Evento Emprendedor .....                    | 125 |
| <b>Tabla 48</b> | Comparación crítica con los resultados del Antecedente Internacional.....                                                                                                 | 127 |
| <b>Tabla 49</b> | Comparación crítica con los resultados del Antecedente Nacional.....                                                                                                      | 129 |
| <b>Tabla 50</b> | Comparación crítica con los resultados del Antecedente Regional.....                                                                                                      | 131 |
| <b>Tabla 51</b> | Matriz de Consistencia .....                                                                                                                                              | 142 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                  |                                                                                                    |     |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Figura 1</b>  | Metamodelo de la personalidad de Costa y McCrae.....                                               | 29  |
| <b>Figura 2</b>  | Dimensiones y facetas de la personalidad según Modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae. .... | 30  |
| <b>Figura 3</b>  | Teoría de Maslow.....                                                                              | 48  |
| <b>Figura 4</b>  | El Proceso emprendedor. ....                                                                       | 49  |
| <b>Figura 5</b>  | Representación del “Modelo de Shapero Evento Emprendedor”. ....                                    | 56  |
| <b>Figura 6</b>  | Modelo de Implementación de las Ideas Emprendedoras.....                                           | 57  |
| <b>Figura 7</b>  | Representación del “Modelo de Douglas y Shepherd”. ....                                            | 58  |
| <b>Figura 8</b>  | Representación del Modelo Teórico de la Acción Razonada. ....                                      | 59  |
| <b>Figura 9</b>  | Representación del Modelo Teórico Acción Planificada.....                                          | 61  |
| <b>Figura 10</b> | Sexo.....                                                                                          | 83  |
| <b>Figura 12</b> | Año de obtención del grado académico de bachiller. ....                                            | 85  |
| <b>Figura 13</b> | Sector en el que desarrollaría un emprendimiento.....                                              | 86  |
| <b>Figura 14</b> | Actividad laboral actual. ....                                                                     | 87  |
| <b>Figura 15</b> | Sector Laboral. ....                                                                               | 88  |
| <b>Figura 16</b> | Constituyo su Empresa. ....                                                                        | 89  |
| <b>Figura 17</b> | Vigencia de la empresa. ....                                                                       | 90  |
| <b>Figura 18</b> | Nivel de Neuroticismo. ....                                                                        | 91  |
| <b>Figura 19</b> | Nivel de Extraversión ....                                                                         | 93  |
| <b>Figura 20</b> | Nivel de Apertura.....                                                                             | 95  |
| <b>Figura 21</b> | Nivel de amabilidad. ....                                                                          | 97  |
| <b>Figura 22</b> | Nivel de Responsabilidad.....                                                                      | 98  |
| <b>Figura 23</b> | Nivel de actitud hacia la conducta. ....                                                           | 100 |
| <b>Figura 24</b> | Nivel de Norma Subjetiva.....                                                                      | 102 |
| <b>Figura 25</b> | Nivel del control conductual percibido.....                                                        | 103 |
| <b>Figura 26</b> | Nivel de Intención emprendedora. ....                                                              | 105 |
| <b>Figura 27</b> | Neuroticismo versus Intención emprendedora.....                                                    | 107 |
| <b>Figura 28</b> | Extraversión versus Intención emprendedora.....                                                    | 109 |
| <b>Figura 29</b> | Apertura versus Intención emprendedor. ....                                                        | 112 |
| <b>Figura 30</b> | Amabilidad versus Intención Emprendedora.....                                                      | 114 |
| <b>Figura 31</b> | Responsabilidad versus Intención Emprendedora. ....                                                | 116 |
| <b>Figura 32</b> | Cuestionario y Test, aplicados por Microsoft forms.....                                            | 157 |
| <b>Figura 33</b> | Fotos de Cuestionarios y Test en físico. ....                                                      | 158 |



## INTRODUCCIÓN

Últimamente, las investigaciones en emprendimiento empresarial tienen un impacto fundamental en el desarrollo socioeconómico de un país, ya que, mediante sus resultados, permite fomentar la creación de empresas o empleos, los cuales son considerados un motor de crecimiento económico y desarrollo social de un país. Según Smith y Schumpeter (como se citó en Lederman et al., 2014), “Los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos” (p. 13). Es por ello, que los campos científicos van incrementando su interés por generar cultura de emprendimiento, no siendo ajeno a ello la educación superior universitaria del Perú, a través de sus diversos programas de estudio como Negocios Internacionales, Administración, Economía y entre otros.

El proceso emprendedor es activado por voluntad humana, según Sánchez et al. (2005) la intención emprendedora se considera como el elemento previo del proceso emprendedor; por ser un elemento predictor que determina una conducta planificada, un comportamiento planificado o una decisión sobre crear un nuevo negocio o nueva empresa

Por otro lado, según el aporte fundamental de Espiritu (2008), “Es evidente que a medida que se conozca mejor los rasgos personales del emprendedor, se estará en una posición óptima para promover iniciativas de emprendimiento” (p. 91).

Referente a rasgos personales, según Costa y McCrae la personalidad es una serie de tendencias básicas de conducta que influyen en las acciones o decisiones. Su origen es biológico e influenciado por la cultura, y va desarrollándose desde la niñez hasta convertirse en estructuras estables en la adultez (Moya et al., 2004, p. 2).

Respecto al emprendimiento en el Perú, según Global Entrepreneurship Monitor de los años 2018 y 2019; determina que los peruanos en un 39.7% tienen intención de crear negocio en los próximos 3 años. En emprendimiento en etapa temprana, el Perú se encuentra en el 5° puesto entre 49 países estudiados a nivel mundial. Asimismo, de los emprendedores peruanos en etapa temprana, el 25.5% cuentan con educación superior universitaria (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2020).

Por otra parte, la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, a través del programa de estudios de Administración, señala que el perfil del graduado de Administración se caracteriza por habilidades emprendedoras, capacidades emprendedoras y espíritu empresarial (Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac [UNAMBA], 2021). Asimismo, de



acuerdo a las encuestas realizadas por la Universidad a sus graduados; se evidencia que menos del 2% de graduados en Ciencias Administrativas, de las promociones año 2017-2018, están emprendiendo un negocio. En este tenor también reporta con un descenso, que menos del 0.8% de graduados en Ciencias Administrativas, de las promociones año 2018-2019, están emprendiendo un negocio (UNAMBA, 2019;2021).

Los datos en párrafos anteriores señalan que una mayoría considerable de graduados de la Facultad de Administración aún no han activado el proceso emprendedor; y cuyos resultados presumiblemente no guardan una relación positiva directa con los resultados obtenidos por el Perú en el GEM en los años 2017, 2018 y 2019.

Son estos antecedentes, los que motivaron a investigar si existen otros factores, como los rasgos de personalidad que influyen en la intención emprendedora; para determinar la decisión de crear o no una empresa.

La presente investigación denominada “Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021”; se desarrolló bajo la línea de investigación “Gestión Empresarial” y es de tipo Científico Básico, nivel correlacional-explicativo.

El objetivo general de la investigación está enmarcado en:

Determinar en qué grado influye los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021

Así mismo; se plantea como hipótesis general, que existe una influencia significativa de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

Mediante la contrastación de la hipótesis, el procesamiento de datos, análisis de resultados y recomendaciones; la investigación permitirá como relevancia social, a las autoridades universitarias tomar como referencia los resultados de la investigación, para que determinen acciones estratégicas que promuevan el emprendimiento en los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.



## RESUMEN

La investigación denominada Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Ha tenido como ubicación el distrito de Tamburco, provincia de Abancay, departamento de Apurímac; y fue contextualizado en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac (UNAMBA).

La investigación tiene como objetivo general; determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA. Para alcanzar el objetivo planteado se ha realizado una investigación bibliográfica que contextualiza el tema a través de dos modelos teóricos; Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad de Costa, McCrae y Goldberg y Modelo Teórico de la Acción Planificada de Ajzen y Fishbein.

La presente investigación se desarrolló bajo la línea de investigación Gestión Empresarial; se enmarca en una investigación de tipo científica básica, nivel correlacional explicativo, método deductivo-cuantitativo con un diseño no experimental o ex post-facto de tipo transversal.

Se contó con una población finita de 196 graduados de Administración de los años 2019 y 2020; y una muestra de 131 graduados, la cantidad de muestra fue establecida con un nivel de confianza del 95% y conformado mediante muestreo probabilístico con técnica muestreo aleatorio simple. A los 131 graduados a través de la técnica de encuesta escrita, se aplicó dos instrumentos de tipo cuestionario auto administrativo: i) Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes Universitarios Peruanos; y ii) Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado; la clasificación, codificación y/o tabulación de los datos se aplicaron mediante el software estadístico IBM SPSS Statistics 25.0

Como uno de los hallazgos principales, se determinó que sí existe una influencia moderada de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

Por lo tanto, se concluye que a mayores rasgos de extraversión, apertura, amabilidad, responsabilidad y menor neuroticismo; mayor será el nivel de intención emprendedora

Los resultados de la investigación, en cumplimiento a su relevancia metodológica, podrán ser usados como referencia en otras investigaciones similares futuras; y el cuestionario de intención



emprendedora adaptado y validado, podrá ser aplicado como instrumento a otros estudios de intención emprendedora en estudiantes universitarios.

***Palabras clave:*** rasgos de personalidad, intención emprendedora, grado de influencia.

## ABSTRACT

The research called Personality traits and their influence on the entrepreneurial intention of the graduates of the Faculty of Administration of the Micaela Bastidas National University of Apurímac; year 2021. It has been located in the district of Tamburco, province of Abancay, department of Apurímac; and it was contextualized in the Faculty of Administration of the Micaela Bastidas National University of Apurímac (UNAMBA).

The research has as a general objective; determine the degree of influence of personality traits on the entrepreneurial intention of graduates of the Faculty of Administration of UNAMBA. To achieve the stated objective, bibliographical research has been carried out that contextualizes the subject through two theoretical models; Theoretical Model of the Five Factors of Personality by Costa, McCrae and Goldberg and Theoretical Model of Planned Action by Ajzen and Fishbein.

This research was developed under the Business Management research line; It is part of a basic scientific research, explanatory correlational level, deductive-quantitative method with a non-experimental or ex post-facto cross-sectional design.

There was a finite population of 196 Administration graduates from the years 2019 and 2020; and a sample of 131 graduates, the amount of the sample was established with a confidence level of 95% and conformed by probabilistic sampling with a simple random sampling technique. Two self-administered questionnaire-type instruments were applied to the 131 graduates through the written survey technique: i) Inventory of the Five Factors NEO-FFI in Spanish, validated in Peruvian university students; and ii) Adapted Entrepreneurial Intention Questionnaire; the classification, coding and/or tabulation of the data were applied using the statistical software IBM SPSS Statistics 25.0

As one of the main findings, it was determined that there is a moderate influence of personality traits on the entrepreneurial intention of graduates of the Faculty of Administration of the Micaela Bastidas National University of Apurímac, year 2021. Therefore, it is concluded that greater traits of extraversion, openness, kindness, responsibility and less neuroticism; the higher the level of entrepreneurial intention

The results of the investigation, in compliance with its methodological relevance, may be used as a reference in other similar future investigations; and the adapted and validated



entrepreneurial intention questionnaire may be applied as an instrument to other studies of entrepreneurial intention in university students.

**Keywords:** *personality traits, entrepreneurial intention, degree of influence.*



## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción del problema

A nivel mundial, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el más prestigioso y extenso estudio de emprendimiento, ha presentado el 05 de mayo año 2021, el último informe de actividad emprendedora mundial observada en 43 países participantes en la edición 2020.

De acuerdo a este último informe del GEM a nivel mundial (como se citó en Impulsa Colombia, 2021) señala que:

En medio de las circunstancias de la emergencia sanitaria mundial del COVID-19; el 43% de adultos (de 18 a 64 años) de 43 economías, señalan que conocieron a alguien que había cerrado un negocio en 2020 como resultado de la pandemia, mientras que el 25% conocía a alguien que había iniciado un negocio en medio de la pandemia. Sin embargo, las caídas no son universales: una minoría de economías ha experimentado aumentos en la actividad empresarial, especialmente en las economías de América Latina y el Caribe, Oriente Medio y África. (párr. 11)

Respecto a la apertura de negocios durante la pandemia “Colombia y Panamá fueron los únicos países a nivel mundial donde las percepciones sobre la apertura de negocios durante la pandemia fueron superior al cierre de negocios” (Impulsa Colombia, 2021,párr. 5).

Por otra parte; la Organización Mundial de la Salud (OMS,2020) señala que la depresión y la ansiedad es uno de los rasgos que afecta a la población mundial, y constituye una epidemia silenciosa que ha afectado a las Américas mucho antes de COVID-19; mismos que también ha incrementado con la situación sanitaria actual y las presiones socioeconómicas.

La depresión continúa ocupando la principal posición entre los trastornos mentales, y es dos veces más frecuente en mujeres que hombres. Entre el 10 y 15% de las mujeres en países industrializados y entre el 20 y 40% de las mujeres en países en desarrollo, sufren de depresión. (OMS, 2020, párr. 3)



A pesar de dichas cifras sobre depresión. “El gasto en servicios de salud mental en todo el mundo representa solo un 2.8% del gasto total destinado a la salud en general” (OMS, 2020, párr. 7).

A nivel nacional, según Global Entrepreneurship Monitor de los años 2018 y 2019, interpretado y publicado en el año 2020 por el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN; determina que los peruanos según sus valoraciones sociales y de autopercepción hacia el emprendimiento peruano, consideran en un 56.0% que habrá oportunidades para emprender en los próximos seis meses en el área donde viven. En un 52.6% consideran que existen facilidades para emprender un negocio en el área donde viven. En un 71.8% consideran que cuentan con los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para emprender; sin embargo, en un 30.2% consideran que el miedo al fracaso es un obstáculo para poner en marcha un emprendimiento (GEM, 2020).

Así mismo, los peruanos en un 65.7% consideran que, el emprendimiento es una buena elección de carrera. Mientras que un 62.4% consideran que un emprendimiento exitoso es una fuente de estatus y prestigio.

Referente a la intención emprendedora, los peruanos en un 39.7% están pensando en poner en marcha un negocio en los próximos 3 años; considerando como línea base años 2018 y 2019. (GEM, 2020, p. 11)

En función al índice de actividad emprendedora en etapa temprana<sup>1</sup>; el Perú se posiciona en el 5° puesto entre 49 países a nivel mundial y en el 3° puesto entre 9 países a nivel Latinoamérica y el Caribe; lo que significa que el 22.4% de peruanos se encuentran involucrados en emprendimiento en etapa temprana (dueños de negocios con menos de 3.5 años de funcionamiento). Así mismo respecto a emprendimiento establecidos, donde sus negocios tienen más de 3.5 años de funcionamiento, el Perú ocupa el 19° puesto a nivel mundial y el 5° puesto a nivel Latinoamérica y el Caribe.

Referente a la edad en emprendimientos de etapa temprana, el 49.8% de los peruanos tiene menos de 34 años de edad, de los cuales el 47.6% son motivados por oportunidad. (GEM, 2020, p. 12)

Finalmente, en relación al nivel educativo se puede valorar que; de los emprendedores en etapa temprana el 25.5 % cuentan con educación superior universitaria de los cuales el 27.5% son motivados por oportunidad; por otro lado se puede apreciar que el 25.5%

---

<sup>1</sup> La etapa temprana de emprendimiento (TEA), se considera a los emprendedores de 18 a 64 años.



cuentan con educación superior técnica de los cuales el 74.1% son motivados por necesidad; en ese contexto se puede señalar que mientras se cuente con educación superior universitaria será mayor la identificación de oportunidades de mercado (GEM, 2020).

Realizando la comparación de los resultados de Perú obtenidos en el GEM en los años 2017 y 2018, con los resultados de Perú obtenidos en el GEM en los años 2018 y 2019; se puede apreciar que Perú en el índice de actividad emprendedora en etapa temprana, según el ranking global, del 3° puesto desciende al 5° puesto; por otra parte, a nivel Latinoamérica y el Caribe se mantiene en el 3° puesto; sin embargo, se observa un ligero descenso en las tasas obtenidas de 25.6% a 24.6%. Respecto a emprendedores en etapa temprana, en el año 2017-2018 se observa que el 30% de emprendedores cuentan con educación superior universitaria; sin embargo, para el año 2018-2019 el 25.5% de emprendedores cuentan con educación superior universitaria. Finalmente, referente a la intención emprendedora, en los años 2017-2018 el 43.2% de peruanos pensó en poner en marcha un negocio en los próximos 3 años; sin embargo, para los años 2018-2019 se aprecia con un descenso, que el 39.7% de los peruanos tienen la intención de poner en marcha un negocio en los próximos 3 años (GEM, 2018; 2020).

En ese contexto y por las caídas ligeras de los resultados del Perú en el GEM, es oportuno manifestar que la Universidad ESAN (2018), afirma que “Un mayor nivel educativo, sobre todo con enfoque en emprendimiento, potencia las capacidades requeridas para identificar oportunidades en el mercado y brinda las herramientas necesarias para poder aprovecharlas” (p. 44).

Del mismo modo, los expertos peruanos del GEM (2020):

Insisten en la necesidad de mejorar la educación a través de la incorporación del emprendimiento como curso transversal. También recomiendan incentivar el espíritu emprendedor y la innovación desde la infancia a través de una formación que considere el desarrollo de dichas competencias. (p. 57)

Según Smith y Schumpeter (como se citó en Lederman et al., 2014), “Los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos” (p. 13). Por lo tanto, el emprendimiento en el Perú, es uno de los temas que merece una atención puntual dentro de las universidades públicas y en general en todos los niveles educativos del país.



Del mismo modo Sánchez et al. (2011) plantean que uno de los objetivos de la universidad es retornar a la sociedad la inversión. Para cumplir este objetivo, la universidad tiene que preparar a sus estudiantes en competencias que la sociedad demande como prioritarias.

Es fundamental señalar que, en el Perú, la valoración de educación emprendedora técnica y universitaria no es la esperada, en comparación con países de América Latina y el Caribe, el Perú se posiciona en el puesto 15 de 54 países (GEM, 2020).

Por otro lado; referente a la variable de rasgos de personalidad, a nivel nacional, conforme a la investigación en salud mental en condiciones de pandemia por el COVID-19 en el Perú año 2020, se confirma que “El estrés y la ansiedad evolucionó desde los inicios de la pandemia y se incrementa cuando hay mayor mortalidad por el Covid-19” (Sánchez y Mejía, 2020, p. 114).

Por otra parte, a nivel regional el departamento de Apurímac cuenta con dos universidades públicas licenciadas, entre ellas la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac (de aquí en adelante la Universidad). La Universidad cuenta con nueve programas de estudio pregrado y un programa de posgrado; la sede universitaria está ubicada en la provincia de Abancay y sus dos filiales en la provincia de Grau y Cotabambas. La Universidad cuenta con cuatro Facultades, entre ellas la Facultad de Administración compuesta por la Escuela Profesional de Administración en sede Abancay (SL01 Local Tamburco) y en filial Cotabambas (F02L01 Local Tambobamba); en la actualidad año 2022, la E.P de Administración en su totalidad alberga a 500 estudiantes aproximadamente. Según la Resolución N°536-2019-CU-UNAMBA que aprueba el Plan de Estudios del Programa de Administración, señala en el numeral dos (2), que el perfil del graduado de Administración se caracteriza por las siguientes cualidades: habilidades para emprender y gerenciar su propia empresa, capacidades emprendedoras y espíritu empresarial (UNAMBA, 2021).

Por otra parte, la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, a través de la Oficina de Seguimiento del Graduado, realiza anualmente encuestas al graduado. Por consiguiente, la encuesta desarrollada en los años 2018 y 2019 a los graduados del cohorte 2017-2018 reporta, que menos del 2% de los graduados de la Escuela Profesional de Administración están emprendiendo un negocio. Del mismo modo la encuesta desarrollada en los años 2020 y 2021 a los graduados del cohorte 2018-2019 reporta, con una caída, que menos del 0.8% de los graduados de la Escuela Profesional de Administración están emprendiendo un negocio. En ese contexto, la Unidad de



Estadística señala que las caídas sobre generación de emprendimiento del 2% al 0.8%, se debe a la pandemia que azota a todo el mundo (UNAMBA, 2019; 2021).

Los datos en párrafos anteriores señalan que una mayoría considerable de graduados de los años 2017, 2018 y 2019 de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac aún no han activado el proceso emprendedor; y los resultados del porcentaje de emprendimientos generados por los graduados de Administración son mínimos, los cuales presumiblemente guardan relación positiva directa media y baja con los resultados obtenidos por Perú en el GEM (años 2017 al 2019). Por otra parte, se debe considerar que los graduados de Administración poseen un perfil de graduado con habilidades para emprender y gerenciar su propia empresa, con capacidades emprendedoras y espíritu empresarial. Según los resultados estadísticos e interpretaciones de la Universidad (UNAMBA, 2019; 2021) se determina que los escasos emprendimientos de los graduados y el descenso del mismo, se debe a la pandemia que azota a todo el mundo. Según la OMS (2020), a razón de la pandemia la depresión a nivel mundial se incrementó; asimismo el estrés y la ansiedad en los peruanos evolucionó y se incrementó considerablemente desde los inicios de la Pandemia Covid-19 (Sánchez y Mejía, 2020). De acuerdo a lo antes expuesto, los antecedentes de los escasos emprendimientos de los graduados de la Facultad de Administración y las consecuencias de la Pandemia Covid-19 a nivel de la personalidad, fueron los que motivaron a investigar si existen otros factores, como los rasgos de personalidad que influyen en la intención emprendedora del graduado de Administración; para determinar la decisión de crear o no una empresa.

Mediante el presente trabajo de investigación, se pretende abordar la influencia que pudiera tener los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Asimismo, se pretende ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos en relación al emprendimiento en referencia a la generación de emprendimientos en etapa temprana; por ser un motor de crecimiento económico y de generación de empleo de la economía del país.



## **1.2 Enunciado del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera influye los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿De qué manera influye el neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?
- ¿De qué manera influye la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?
- ¿De qué manera influye la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?
- ¿De qué manera influye la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?
- ¿De qué manera influye la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?

## **1.3 Justificación de la investigación**

Todo trabajo de investigación científica, debe desarrollarse por la importancia que tiene, por el impacto que va generar y por los beneficios que se derivan de el; existen diversos criterios para evaluar la importancia potencial de una investigación, entre los que más destacan son la justificación social, justificación teórica y justificación metodológica (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).



### **1.3.1 Justificación teórica**

La investigación científica bajo el enfoque cuantitativo es relevante al desarrollar fundamentos tóricos, los cuales permiten incrementar el conocimiento; en este mismo sentido, Ñaupas et al. (2018) afirman que, “La justificación teórica es cuando se señala la importancia que tiene la investigación de un problema en el desarrollo de una toría científica” (p.220).

En ese contexto el trabajo de investigación; es relevante teóricamente, ya que va desarrollar modelos teóricos de personalidad y emprendimiento; los cuales van a permitir aumentar en amplitud y profundidad el conocimiento del emprendimiento.

### **1.3.2 Justificación metodológica**

Una de las relevancias potenciales de una investigación, es la utilidad metodológica. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), “La utilidad metodológica contribuye a crear nuevos métodos y técnicas de investigación, por ejemplo instrumentos para recolectar datos” (p. 45). Así mismo según Ñaupas et al. (2018), “La justificación metodológica es cuando el uso de determinadas técnicas e instrumentos de investigación pueden servir para otras investigaciones futuras” (p. 221).

En ese contexto el desarrollo de la investigación es útil, toda vez que en el se adaptó y validó el instrumento de medición del nivel de intención emprendedora “Cuestionario de Intención Emprendedora”, el cual podrá ser aplicado como instrumento a otros estudios de intención emprendedora en graduados de educación superior. Asimismo en la investigación se aplicó el Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI; cuyos resultados servirán como referencia para investigaciones similares y futuras.

### **1.3.3 Justificación social**

Los trabajos de investigación científica, geran impacto social por los beneficios que se derivan de el, en esa línea, según Ñaupas et al. (2018), “La justificación social es cuando la investigación va a resolver problemas sociales que afectan a un grupo social” (p.221). Asimismo, para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), “ Es relevante socialmente, cuando es trascendental para la sociedad,



determina quienes y cuantos se benefician con los resultados de la investigación y de que modo”

Bajo esa premisa, el trabajo de investigación tiene relevancia social, puesto que permitirá a las autoridades de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, tomar como referencia los resultados de la investigación, para determinar decisiones o acciones estratégicas que promuevan el emprendimiento en sus graduados de la Facultad de Administración; y por consiguiente beneficiará directamente a los estudiantes y egresados de Administración.



## CAPÍTULO II

### OBJETIVOS E HIPÓTESIS

#### 2.1 Objetivos de la investigación

##### 2.1.1 Objetivo general

Determinar de qué manera influye los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

##### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Establecer de qué manera influye el neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Establecer de qué manera influye de la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Establecer de qué manera influye la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Establecer de qué manera influye la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Establecer de qué manera influye la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.



## **2.2 Hipótesis de la investigación**

### **2.2.1 Hipótesis general**

Influye de manera significativa los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

### **2.2.2 Hipótesis específicas**

- Influye de manera significativa el neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Influye de manera significativa la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Influye de manera significativa la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Influye de manera significativa la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.
- Influye de manera significativa la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.



## 2.3 Operacionalización de variables

Tabla 1

*Operacionalización de Variable*

| Variable                                                  | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Dimensión               | Indicadores                                                                                                                         | Escala                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Variable independiente:<br/>Rasgos de personalidad</b> | <b>Definición Conceptual</b><br>Costa y McCrae afirman que la personalidad es una serie de tendencias básicas de conducta que influyen en los pensamientos, emociones, y acciones. Su origen es biológico (hereditaria, genética e influenciada por la cultura) y va desarrollándose desde la niñez hasta convertirse en estructuras estables en la adultez. Asimismo, la personalidad se organiza de forma jerárquica, desde estructuras específicas (rasgos) a otras más generales (dimensiones). (Moya et al., 2004, p. 2)<br>“Los rasgos son; como prototipos expresados que hacen que cada persona se diferencie del comportamiento, así mismo es una característica neuropsíquica que son visibles y existentes y se | <b>1. Neuroticismo.</b> | 1.1 Ansiedad.<br>1.2 Hostilidad.<br>1.3 Depresión.<br>1.4 Ansiedad social.<br>1.5 Impulsividad.<br>1.6 Vulnerabilidad.              | <b>Instrumento:</b><br>“Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos”<br>Autor inicial:<br>-Autor del Test: Costa y McCrae (1992).<br>- Última validación y adaptación del Test para Europa: TEA Ediciones S.A (2008).<br>- Test validado para Perú: Martínez y Cassaretto (2011).<br><br><b>Escala de medición:</b><br>Escala de tipo Likert<br><br>ETD: En total desacuerdo (1).<br>ED: En desacuerdo (2). |
|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>2. Extraversión</b>  | 2.1 Cordialidad.<br>2.2 Gregarismo.<br>2.3 Asertividad.<br>2.4 Actividad.<br>2.5 Búsqueda de emociones.<br>2.6 Emociones Positivas. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>3. Apertura</b>      | 3.1 Fantasía.<br>3.2 Estética.<br>3.3 Sentimientos.<br>3.4 Acciones.<br>3.5 Ideas.<br>3.6 Valores.                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>4. Amabilidad</b>    | 4.1 Confianza.<br>4.2 Franqueza.<br>4.3 Altruismo.<br>4.4 Actitud conciliadora.<br>4.5 Modestia.<br>4.6 Sensibilidad a los demás.   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                      | observan mediante la conducta” (Arango Ramírez, 2015, p. 15).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>5.Responsabilidad</b>            | 5.1 Competencia.<br>5.2 Sentido del deber.<br>5.3 Necesidad de logro.<br>5.4 Deliberación.<br>5.5 Autodisciplina.<br>5.6 Orden.                                                                                          | N: Neutral (3).<br>DA: De acuerdo (4).<br>TA: Totalmente de acuerdo (5).                     |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | <b>Definición Operacional</b><br>Según el Modelo Teórico Cinco Factores de Personalidad, la personalidad se estructura en cinco factores o dimensiones de personalidad; neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad. Costa y McCrae (Como se citó en Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos, 2008).                                                                                                                                                 |                                     |                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                              |
| Variable                                             | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Dimensión                           | Indicadores / Índices                                                                                                                                                                                                    | Escala                                                                                       |
| <b>Variable dependiente: Intención emprendedora.</b> | <b>Definición Conceptual</b><br>“La intención es el mejor predictor de cualquier tipo de conducta planificada, principalmente cuando esa conducta es rara o difícil de observar” Krueger et al. (Como se citó en Leguía et al., 2016, p. 2). La intención emprendedora es el paso primero del proceso emprendedor. Por lo que resulta difícil imaginar la creación de un negocio simplemente como respuesta a un estímulo y no como una decisión planificada. (Ajzen y Fishbein, 1999). | <b>1. Actitud hacia la conducta</b> | <b>1.1 Creencia acerca de la consecuencia de la conducta.</b>                                                                                                                                                            | <b>Instrumento:</b><br>“Cuestionario de Intención Emprendedora, Adaptado”.                   |
|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                     | 1.1.1 Enfrentarme a nuevos retos<br>1.1.2 Crear empleo para otras personas.<br>1.1.3 Ser creativo e innovador.<br>1.1.4 Tener altos ingresos económicos.<br>1.1.5 Asumir riesgos calculados.<br>1.1.6 Ser mi propio jefe | -Autor: Liñán y Chen (2009)<br>-Adaptado y Validado para España: Rodríguez y Moriano (2015). |
|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                     | <b>1.2. Medida de la evaluación de la consecuencia de emprender.</b>                                                                                                                                                     | -Adaptado y validado para graduados de UNAMBA: Mediante la presente investigación (2021).    |
|                                                      | <b>Definición Operacional</b><br>Según el Modelo de la Teoría de la Acción Planificada, la intención de emprender se explica mediante tres componentes: actitud hacia la                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                     | <b>2.1 Medida de las creencia normativas atribuidas a los referente.</b>                                                                                                                                                 | <b>Escala de medición:</b><br>Escala de tipo Likert<br><br>TA: Totalmente de Acuerdo (1)     |

|  |                                                                                    |                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                         |
|--|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | conducta, norma subjetiva y control conductual percibido (Ajzen y Fishbein, 1999). | <b>2. Norma subjetiva</b>              | 2.1.1 Mi familia.<br>2.1.2 Mis amigos íntimos.<br>2.1.3 Mis compañeros o colegas.<br><hr/> <b>2.2 Medida de la valoración y motivación para acomodarse a los referentes.</b><br><hr/> 2.2.1 Mi familia<br>2.2.2 Mis amigos íntimos<br>2.2.3 Mis compañeros o colegas<br><hr/> <b>3.1 Medida de la autoeficacia emprendedora.</b><br><hr/> 3.1.1 “Definir la idea de negocio<br>3.1.2 Formular el Plan de negocio<br>3.1.3 Realizar trámites administrativos y burocráticos necesarios para crear su empresa.<br>3.1.4 Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos<br>3.1.5 Trabajar bajo un continuo estrés, presión y conflicto<br>3.1.6 Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos (bienes o servicios)<br>3.1.7 Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados<br>3.1.8 Relacionarte con personas clave para obtener capital para tu empresa<br>3.1.9 Tolerar los cambios inesperados en las condiciones de tu negocio<br>3.1.10 Identificar recursos potenciales para la financiación de su empresa<br>3.1.11 Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de tus clientes<br>3.1.12 Persistir frente a la adversidad en tu negocio<br>3.1.13 Formar asociaciones o alianzas con otras empresas”.<br><hr/> <b>3.2 Medida de controlabilidad.</b> | ED: En desacuerdo (2)<br>N: Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3).<br>DA: De acuerdo (4).<br>TA: Totalmente de acuerdo (5) |
|  |                                                                                    | <b>3. Control conductual percibido</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                         |

|  |                                                                                                                                      |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 3.2.1 “Si quisiera, podría fácilmente ser emprendedor y crear mi propia empresa                                                      |
|  | 3.2.2 Si creara mi empresa, tendría un control total sobre la situación                                                              |
|  | 3.2.3 Hay pocas circunstancias fuera de mi control que podrían impedirme ser emprendedor y crear mi propia empresa y ser emprendedor |
|  | 3.2.4 Depende totalmente de mi si decido o no crear mi propia empresa y ser emprendedor”.                                            |

*Nota.* En la presente tabla, la variable rasgos de personalidad se operacionaliza a través del “Modelo Teórico, Los Cinco Factores de Personalidad” de Costa y McCrae; asimismo, la variable intención emprendedora se operacionaliza a través del “Modelo Teórico Acción Planificada” de Ajzen y Fishbein. Fuente: Información tomada de Ajzen y Fishbein (1999) y Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (2008).

## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 3.1 Antecedentes

Los trabajos que fueron considerados como antecedentes en el estudio de investigación, han sido analizados y seleccionados según sus objetivos y conclusiones.

##### 3.1.1 Nivel internacional

Hernández Maldonado (2018) de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico en su artículo de investigación publicado en la revista Académica y de Negocios y denominado Intención emprendedora: ¿Es influenciada por factores de personalidad y género?; establece como objetivo general; determinar la influencia de los factores de personalidad y genero en la intención emprendedora de subgraduados universitarios. La investigación se enmarca en dos modelos teóricos: Teoría de los Cinco Factores de Personalidad y Teoría del Comportamiento Planificado. Las dimensiones a estudiar en la intención emprendedora fueron: Actitudes Personales, Control y Comportamiento Percibido. Del mismo modo las dimensiones a estudiar en los rasgos de personalidad fueron: apertura a las nuevas experiencias, responsabilidad, extraversión, amabilidad y neuroticismo. Respecto a la metodología, en la investigación refiere tipo básico con enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo y correlacional. Para medir la variable de intención emprendedora usan el constructo utilizado por Liñán y Chen, y para medir los rasgos de personalidad se usa la escala NEO-FFI de McCrae y Costa; ambos mediante la técnica de encuesta escrita.

La invesigación comprendió una muestra de 200 universitarios subgraduados de carreras de negocio de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico. Los resultados indican que los rasgos de personalidad de extroversión y aperturas a experiencias tienden a tener relación con la intención emprendedora; contrario al neuroticismo, amabilidad y responsabilidad, los cuales no presentaron evidencia significativa. (Hernández Maldonado, 2018, pp. 1-2)



### 3.1.2 Nivel nacional

Sánchez Ballesteros (2017), en su investigación denominada, Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios de Lima Metropolitana, para obtener el grado de licenciatura en Psicología en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Señala que el objetivo de su investigación es: Comprender la influencia de los rasgos de personalidad y las preferencias en prácticas de negocio sobre las intenciones empresariales. La investigación se enmarca en dos modelos teóricos: Teoría Big Five de Costa y McCrae y la Teoría del Comportamiento Planificado. Las dimensiones a estudiar en la intención emprendedora fueron: actitud hacia la conducta emprendedora, norma subjetiva, control conductual percibido y la intención emprendedora. Del mismo modo las dimensiones a estudiar en los rasgos de personalidad fueron: extraversión, agradabilidad, conciencia, neuroticismo y apertura a la experiencia. Respecto a la metodología, en la investigación refiere tipo básico con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional. Para medir la variable de intención emprendedora usan el cuestionario de intención emprendedora (CIE), y para evaluar los rasgos de personalidad se usa la escala de personalidad de golberg; ambos mediante la técnica de encuesta escrita.

Se trabajó con estudiantes y egresados universitarios en estadio de emprendedor naciente y nuevos empresarios. En total, se contó con una muestra de 86 jóvenes provenientes de diferentes universidades de Lima Metropolitana. Los resultados muestran que la intención de emprender es alta en este grupo y dichas intenciones se asocian positivamente con los rasgos de personalidad: Extraversión, Agradabilidad, Conciencia, Estabilidad Emocional y Apertura a la Experiencia. Asimismo, se aprecia que la Apertura a la Experiencia aparece como un rasgo predictor de la intención emprendedora (Sánchez Ballesteros, 2017, p. 3)

### 3.1.3 Nivel regional

Criado y Arenas (2020), presentan su investigación denominada, La Inteligencia emocional y su relación con la intención emprendedora en los estudiantes de la



Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, 2018; para obtener el grado de licenciado en Administración. El cual señala como objetivo general; determinar la relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes. La investigación se enmarca en dos modelos teóricos: Modelo de las Competencias de Daniel Goleman y Teoría del Comportamiento Planificado de Icek Ajzen. Las dimensiones a estudiar en la inteligencia emocional fueron: conciencia de uno mismo, autogestión, conciencia social y gestión de relaciones. Del mismo modo las dimensiones a estudiar en la intención emprendedora fueron: actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva percibida y autoeficacia. Respecto a la metodología, en la investigación refiere diseño no experimental con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional. Para medir ambas variables se utilizó cuestionario elaborado por los investigadores de la tesis; mediante la técnica de encuesta escrita.

La población se constituyó por 515 estudiantes registrados entre el primer y décimo semestre adscritos a la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Se contó con una muestra de 206 estudiantes matriculados en cursos de prácticas pre-profesionales. Los resultados muestran que existe en la mayoría de los estudiantes un nivel alto intención emprendedora; mismo tiene relación con la inteligencia emocional.

## 3.2 Marco teórico

### 3.2.1 Personalidad

Cuando se habla de predisposiciones, estas pertenecen al campo de las actitudes, por ello toda actitud implica proceso psicológico que posibilita al individuo evaluar constantemente: situaciones, lugares, objetos de su vida personal social y evaluarse así mismo (Meléndez, 2003).

Según Mamani y Quineros (2014), “La actitud no es innata en el sujeto, sino que su aprendizaje y formación depende en gran medida, de la complejidad cognoscitiva de cada individuo” (p. 23). Así también, Salinas asevera que “En la formación de ciertas predisposiciones, denominadas actitudes, es la *personalidad* de cada individuo la que cumple una función fundamental en su aprendizaje y formación” (como se citó en Mamani y Quineros, 2014, p. 23).



Guilford en el año 1959 define la personalidad como única en cada individuo, por ser un patrón único de rasgos. Del mismo modo, Allport en el año 1965 define que la personalidad es una organización de sistemas psicofísicos que determina la forma de pensar y actuar de cada persona en su relación con la adaptación al medio.

Por otra parte, Costa y McCrae afirman que la personalidad es una serie de tendencias básicas de conducta que influyen en los pensamientos, emociones, y acciones. Su origen es biológico (hereditaria, genética e influenciada por la cultura) y va desarrollándose desde la niñez hasta convertirse en estructuras estables en la adultez. Además, señalan que, la personalidad se organiza de forma jerárquica, desde estructuras específicas (rasgos) a otras más generales (dimensiones) (Moya et al., 2004, p. 2).

Bajo esa premisa, Costa y McCrae plantean su *modelo de los Cinco Factores de Personalidad*, el cual está compuesto por cinco dimensiones de personalidad: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad; cada una de las dimensiones caracterizado por seis rasgos o factores.

Las dimensiones de la personalidad son medibles a través de rasgos, su origen es biológico (hereditaria, genética e influenciada por la cultura); sin embargo, la personalidad estable en la adultez, se identifica como la parcela del funcionamiento personal, que es resistente al cambio, se encuentra consolidada y posee una generalidad y coherencia de respuestas en distintos tiempos y contextos excluyendo lo situacional (Moya et al., 2004).

La personalidad es influenciada por la cultura, por consiguiente, la OMS (2015) señala que la depresión y la ansiedad es uno de los rasgos que sigue afectando a la población mundial, y constituye una epidemia silenciosa que ha afectado a las Américas mucho antes de COVID-19; y se va incrementado con la situación sanitaria actual y las presiones socioeconómicas.

Finalmente, la OMS (2020) señala que la mala salud mental se asocia a los cambios sociales rápidos, a las condiciones de trabajo estresantes, a la discriminación y los mandatos de género, a la exclusión social, a los modos de vida poco saludables, a los riesgos de violencia y mala salud física y a las violaciones de los derechos humanos.



### 3.2.2 Rasgos de personalidad

Feldman (2006) describe los rasgos de personalidad como una característica que todos los seres humanos poseen, pero que cada persona tiene un grado medible que se aplica en un individuo en particular; por ejemplo, un individuo que sea sociable y otro que no lo sea, ambos poseen la característica de la sociabilidad, aunque una lo obtenga más elevado que la otra.

Los rasgos son; como prototipos expresados que hacen que cada persona se diferencie del comportamiento, así mismo da a conocer que es una característica neuropsíquica la cual define Allport como la capacidad de brindar cierta equivalencia para formar una estabilidad individual, los rasgos son visibles y existentes y se observan mediante la conducta. Los rasgos son una serie de pautas duraderas en la forma de percibir, de pensar y de relacionarse con el medio ambiente y con uno mismo. (Arango Ramírez, 2015)

Según la literatura expuesta, se comprende que los rasgos de personalidad son características que poseen los seres humanos y se diferencian en cada individuo. Los rasgos miden la personalidad a través de una estructura.

### 3.2.3 Modelos Teóricos de Rasgos de Personalidad

El estudio de la personalidad se remonta a la antigua Grecia, donde la palabra *persona* se utilizaba para referirse a la máscara que usaban los griegos en las representaciones teatrales en Grecia, para personificar diferentes estilos de vida. El estudio de la personalidad, actualmente se ha convertido en una de las áreas de mayor investigación en psicología. Durante el siglo XX se ha postulado una cantidad significativa de teorías de personalidad que han pretendido explicar y medir la personalidad desde distintos enfoques conceptuales y metodológicos; muchas de esas teorías han sido rebatidas y replanteadas.

La primera teoría que se aproxima a la clasificación de las dimensiones que estructura la personalidad, se remonta a la Grecia Clásica con la Teoría Humoral de Hipócrates (García Meléndez, 2005).

#### 3.2.3.1 Teoría Humoral de Hipócrates

La teoría humoral de Hipócrates (460aC -355aC), se centra en la clasificación tipológica de los individuos, según la constitución y predominancias de cuatro



elementos constitutivo del cuerpo o de cuatro humores, cuales son; bilis negra, bilis amarilla, flema y sangre; el cual da lugar a cuatro tipos de temperamentos o personalidad, los que son; colérico, melancólico, sanguíneo y flemático (García Meléndez, 2005).

Posteriormente la Teoría Humoral, fue ampliada por Galeno, quien asoció el temperamento colérico a la irascibilidad, el sanguíneo al optimismo, el melancólico a la tristeza y el flemático a la apatía.

La teoría sobre personalidad de Hipócrates y Galeno, fue el punto de partida del sistema categorial y clasificatorio de la personalidad; sin embargo llega con plena vigencia en las disciplinas médicas y en la filosofía hasta el siglo XIX (García Meléndez, 2005).

Finalmente la Teoría Humoral, es la principal y primogénita teoría de personalidad, y su dimensionamiento sirvió de base a distintos modelos teóricos de la personalidad.

### **3.2.3.2 Teoría de Personalidad de Cattell**

En los años ochenta se produce un resurgir de los enfoques de personalidad; donde se plantea el estudio y medición de la personalidad mediante análisis factorial. El antecedente inmediato se atribuye a Cattell en la década de los 60, cuando daba inicio a sus estudios de personalidad (Universidad Complutense de Madrid [UCM], 2015).

Raymond Bernard Cattell desarrolló la Teoría de Personalidad de Cattell, desde el año 1968 al año 1995; el modelo teórico dimensiona la personalidad en 16 factores de personalidad, cada uno de ellos compuesto por dos rasgos de personalidad; tal como se muestra en la Tabla N°02.

Cattell, considera que la personalidad es un conjunto de rasgos que tiene carácter predictivo sobre la conducta, que es un constructo constituido por partes (los rasgos) y que es una estructura única y original para cada individuo. El objetivo primordial de Cattell es hacer una clasificación de las conductas y hallar una unidad de medida en personalidad, valiéndose del análisis factorial para encontrar sus elementos estructurales básicos. Según el autor, tales elementos son los rasgos, que representan las tendencias particulares de respuesta. Estos pueden ser de tipo físico, fisiológico, psicológico o sociológico, y son producto de la mezcla entre

herencia y ambiente. Tras la factorización de datos provenientes de diferentes fuentes (historia del individuo, DV; datos de cuestionarios, DC; y datos de test objetivos, DT) logra delimitar y definir una estructura de 16 factores o dimensiones de personalidad mostrados en tabla N°02 (García Meléndez, 2005, p. 55).

Cattell señala que los dieciséis factores primarios de la personalidad se miden en los 16 FP.

**Tabla 2**

*Factores que componen el 16PF*

| FACTOR | Nombre                                                 | Rasgo                        |
|--------|--------------------------------------------------------|------------------------------|
| A      | Sizotimia - Afectotimia                                | Retraído - Sociable          |
| B      | Inteligencia baja - Inteligencia alta                  | Concreto - Abstracto         |
| C      | Poca fuerza del ego - Mucha fuerza del ego             | Perturbable - Estable        |
| E      | Sumisión - Dominancia                                  | Débil - Dominante            |
| F      | Desurgencia - Surgencia                                | Sobrio - Entusiasta          |
| G      | Poca fuerza del superego - Mucha fuerza del superego   | Despreocupado - Escrupuloso  |
| H      | Trectia - Parmia                                       | Inhibido - Desinhibido       |
| I      | Harria - Premsia                                       | Insensible - Impresionable   |
| L      | Alaxia - Protención                                    | Confiable - Suspica          |
| M      | Praxernia - Autia                                      | Convencional - Imaginativo   |
| N      | Sencillez - Astucia                                    | Sencillo - Astuto            |
| O      | Adecuación imperturbable - Tendencia a la culpabilidad | Apacible - Preocupado        |
| Q1     | Conservadurismo - Radicalismo                          | Conservador - Crítico        |
| Q2     | Adhesión al grupo - Autosuficiencia                    | Dependiente - Autosuficiente |
| Q3     | Baja integración - Mucho control de la autoimagen      | Autoconflictivo - Controlado |
| Q4     | Poca tensión érgica - Mucha tensión érgica             | Relajado - Tensionado        |

*Nota.* La tabla muestra los 16 factores de personalidad. Fuente: García Meléndez (2005, p.55).

La Teoría de Cattella a pesar de ser reconocida entre las teorías factoriales de la personalidad, presentó críticas por Pervin y Jhon (Como se citó en García, 2015) quienes señalan que, “Los factores de personalidad de Cattell no son un número definitivo de factores y no hay certeza de la cantidad exacta de ellos y algunos de los hallados no han podido ser definidos e interpretados”(p. 55). Por ello, la teoría de Cattell, se ha convertido en base para la aparición de teorías modernas de la personalidad; como los modelos de cinco factores, modelo de Eysenck o de Cloninger.

De acuerdo a la literatura, existen distintos modelos de rasgos de personalidad, de los cuales el más aceptado y reconocido en el campo de la investigación de psicología, es el “Modelo de los Cinco Grandes” que se detalla a continuación.



### 3.2.3.3 Modelo Teórico de los Cinco Grandes de Costa y McCrae

El origen del Modelo de los Cinco Grandes de Personalidad, se centra a partir de los trabajos de Cattell, cuando Fiske en el año 1949 realizaba un análisis factorial y obtiene una estructura de cinco factores de personalidad. Del mismo modo en el año 1961 Tupes y Cristal, con mayor número de datos obtienen igualmente una estructura de cinco factores de personalidad. Más adelante Norman en el año 1963 consigue replicar los mismos resultados, con la característica de que estos cinco factores están constituidos por cuatro adjetivos bipolares.

Así mismo Ortet en el año 2010 replicó los resultados en población española adolescente. Posteriormente a partir del año 1971 comienzan las validaciones transculturales en Filipinas y Japón.

Es importante destacar que sea cual sea la investigación y el panorama, se obtiene cinco factores que estructuran la personalidad. Sin embargo, pasando el tiempo, en el año 1968 Michel realiza críticas destructivas al modelo de estos cinco factores, por lo que va perdiendo prestigio.

A razón de ello, autores como Costa y McCrae en el año 1976 y Goldberg en el año 1982, retoman y crean el modelo de los Cinco Grandes. Este modelo va más allá de la simple identificación de los cinco factores, puesto que es un modelo comparable al de Eysenck o Cattell, en el sentido de que no es únicamente descriptivo, pues pretende justificar la naturaleza de los rasgos, describir sus relaciones y proponer utilidades del mismo en el contexto profesional y aplicado. El modelo de Costa y McCrae; estructura la personalidad en cinco factores, independientemente del lenguaje y de la cultura y edad que poseen las personas. Los factores son: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad.

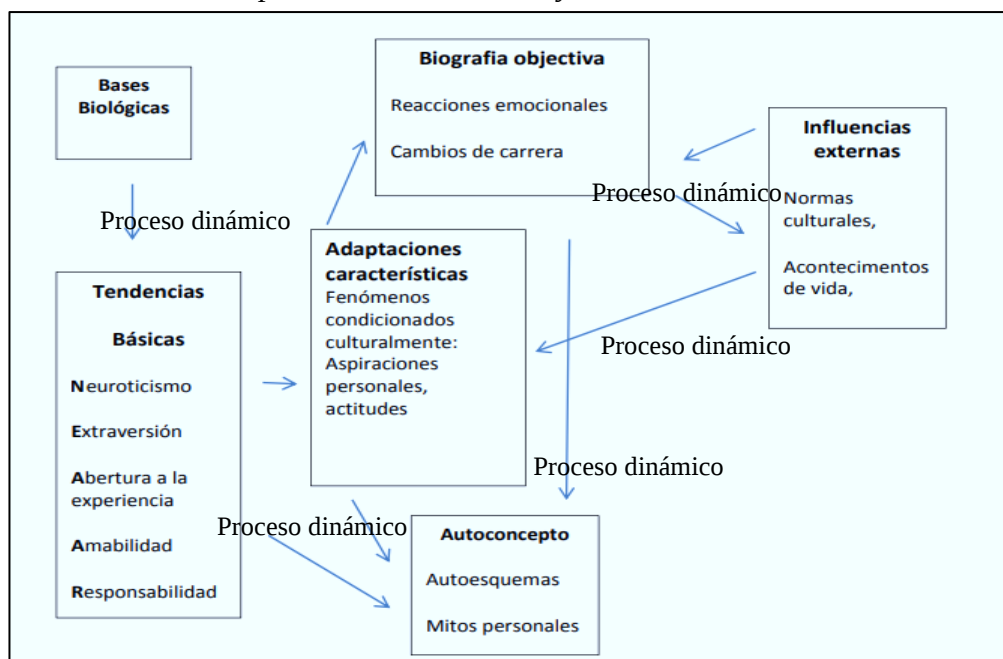
Por otra parte; en la actualidad la personalidad es evaluada por diversos instrumentos como el NEO PI, NEO PI-R, NEO-FFI, HPI, Marcadores de Goldberg y BFQ. Sin embargo, según investigaciones el más destacado, reconocido y prototípico es el NEO-PI-R y el NEO-FFI (Valdivieso Alba, 2015). El NEO PI-R desarrollado por Costa y McCrae, es el instrumento más prestigioso para evaluar los factores de personalidad bajo el “Modelo de los



Cinco Grandes”. Es el cuestionario más prototípico, consta de 240 ítems a los que se responde en una escala Likert de cinco opciones, en función del grado de adherencia; por otra parte, el NEO PI-R presenta su versión resumida NEO-FFI que consta de 60 ítems (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos , 2008).

**Figura 1**

*Metamodelo de la personalidad de Costa y McCrae.*



*Nota.* El Metamodelo muestra las dimensiones de personalidad en la sección tendencias básicas. Fuente: Adaptado de Costa McCrae (1982, p. 158).

**Figura 2**

*Dimensiones y facetas de la personalidad según Modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae.*



*Nota.* Las cinco dimensiones del modelo de los Cinco Grandes es medible a través del instrumento NEO PI R. Fuente: Elaboración propia, adaptado de TEA. Ediciones S.A (2008, pág. 11).

### 3.2.4 Modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae, aplicado a la investigación

El modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae es aplicado al trabajo de investigación denominado; Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA; año 2021.

En el trabajo de investigación para poder medir la variable independiente rasgos de personalidad, se ha decidido aplicar el Modelo de los Cinco Grandes Factores de Personalidad de los autores Costa y McCrae.

Bermúdez et al. (2020) determinan que, el modelo evidencia gran aceptación en la comunidad profesional y científica de la psicología mundial, con validez y utilidad tanto a nivel de personalidad normal como anormal

El modelo teórico de Cinco Factores de Personalidad de Costa y McCrae, estructura la personalidad en cinco dimensiones: neuroticismo (emotividad negativa), extraversión (sociabilidad y emotividad positiva), apertura (curiosidad cultural e intelectual), amabilidad (confianza interpersonal y simpatía) y responsabilidad (control de impulso y organización). Cada una de estas dimensiones está compuesta por seis factores o rasgos de personalidad. (Moya et al., 2004, p. 2)

El modelo de los Cinco Grandes es universal, ya que la misma estructura se halla en diversas culturas y en aplicaciones a niños, adolescentes y adultos. El modelo es la sistematización ordenada y jerarquizada de los rasgos de la personalidad en base a las cinco dimensiones.

### **3.2.4.1 Dimensiones y Facetas del Modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae**

#### **3.2.4.1.1 Neuroticismo (N)**

El neuroticismo es la inestabilidad emocional y la experiencia de estados emocionales negativos. El neurótico es un individuo ansioso, malhumorado, usualmente deprimido, podría ser que duerma mal, y probablemente sufra trastornos psicosomáticos.

El neurótico se caracteriza por ser excesivamente emocional, reaccionando fuertemente a todo tipo de estímulos y siéndole difícil volver a un estado de equilibrio después de cada experiencia emocional importante. Sus fuertes reacciones emocionales interfieren en su propio equilibrio, haciéndolo reaccionar de forma irracional, a veces rígida. La principal característica de un neurótico es la preocupación constante por las cosas que le pueden salir mal y una fuerte reacción emocional de ansiedad ante estas cosas, lo que le hace sufrir. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008, p. 6)



Lo contrario a un neurótico, es un individuo tranquilo, de igual humor, controlado y despreocupado.

Las puntuaciones altas en el neuroticismo indican que los sujetos que así puntúan son más propensos a tener ideas menos racionales, son menos capaces que los demás de controlar sus impulsos y de enfrentarse al estrés. (Manga y Astorga, 2016, p. 48)

### **Las seis facetas del Neuroticismo (N)**

El rasgo de personalidad neuroticismo, hace referencia a la ansiedad, inseguridad, miedo e inestabilidad emocional. El neuroticismo está compuesto por seis facetas o escalas: ansiedad, hostilidad, depresión, ansiedad social, Impulsividad y vulnerabilidad. Bajo esa premisa, Manga y Astorga ( 2016) expresan las siguientes interpretaciones por cada faceta del neuroticismo:

**N1: Ansiedad.** La persona ansiosa es aprensiva, temerosa, premiosa, nerviosa, tensa y voluble. La escala no mide miedos o fobias específicos, pero quien puntúa alto, probablemente tiene más miedos y mayor grado de ansiedad flotante. Quien puntúa bajo, está tranquilo y relajado, no piensa que las cosas puedan ir mal.

**N2: Hostilidad.** El presente rasgo de personalidad depende del nivel de amabilidad; la hostilidad indica, tendencia a experimentar ira y estados relacionados con ella, como frustración y rencor. Esta escala mide la propensión del sujeto a experimentar ira si bien la expresión de la misma depende de su nivel de Amabilidad.

**N3: Depresión.** Esta escala mide las normales diferencias individuales de los sujetos en la tendencia a experimentar afectos depresivos. El que puntúa alto suele experimentar sentimientos de culpa, melancolía, desesperanza y soledad. Se desanima fácilmente y se muestra a menudo abatido. Quien obtiene bajas puntuaciones raras veces experimenta estas emociones, pero no es necesariamente jovial y alegre, características asociadas más bien con la Extraversión. (p.48)

El neuroticismo comprende otras tres facetas: ansiedad social, impulsividad y vulnerabilidad. Según Manga y Astorga (2016):



**N4: Ansiedad social.** Las emociones de vergüenza y turbación constituyen el núcleo de esta faceta de Neuroticismo. La persona socialmente ansiosa se siente incómoda con los demás, es sensible al ridículo y propensa a sentimientos de inferioridad. Esta característica se asemeja a la timidez y ansiedad pública (pero no a la privada). El que puntúa bajo no posee necesariamente desenvoltura y buenas habilidades sociales; simplemente le preocupa menos la falta de soltura en estas situaciones.

**N5: Impulsividad.** Esta faceta, en el NEO-PI R, alude a la incapacidad de controlar los apetitos y arrebatos. Los deseos se perciben de una manera tan intensa que el sujeto no puede resistirse a ellos, aunque más adelante se lamenta de ese comportamiento. Quien puntúa bajo encuentra mucho más fácil dominar esas tentaciones y tiene una alta tolerancia a la frustración. El término impulsivo, utilizado por un gran número de teóricos para referirse a muchos e independientes rasgos, no debería confundirse con espontaneidad, aceptación de riesgos o tiempo rápido de decisión.

**N6: Vulnerabilidad.** Es la vulnerabilidad al estrés. Quien obtiene puntuación alta en esta escala se siente incapaz de luchar contra el estrés, convirtiéndose en dependiente, desesperanzado o aterrorizado cuando se enfrenta a situaciones de emergencia. El que puntúa bajo se considera a sí mismo capaz de desenvolverse en situaciones difíciles. (pp. 48-49)

### **Prototipo y Polos del Neuroticismo**

Según tabla N°03, al polo de Inestabilidad emocional N+ se opone el polo de N- (Estabilidad emocional).

**Tabla 3**

*Prototipo y Polos del Neuroticismo*

| (N) NEUROTICISMO                        |                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                              |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Factor o dimensión                      | Definición                                                                                                                                  | Prototipo          | Características de los Polos de los Factores                                                                                                                                                                                    | Facetas o Rasgos Específicos                                                                                                 |
| Neuroticismo<br>(Estabilidad Emocional) | Tendencia a experimentar emociones negativas y pensamientos irracionales, y poca capacidad para controlar impulsos y situaciones de estrés. | Paciente neurótico | <p>N+: Nervioso, preocupado, aprehensivo, inestable, sensible, emocional, inseguro, hipocondríaco, tenso, miedoso, triste, vulnerable.</p> <p>N-: Calmado, relajado, estable, seguro, auto-controlado, fuerte, equilibrado.</p> | <p>N1. Ansiedad<br/>N2. Hostilidad<br/>N3. Depresión<br/>N4. Ansiedad social<br/>N5. Impulsividad<br/>N6. Vulnerabilidad</p> |

*Nota.* La tabla muestra definición, prototipo, características de los polos de los factores y facetas o rasgos específicos del Neuroticismo. Fuente: Sanz et al. (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016).

### 3.2.4.1.2 Extraversión (E)

La extraversión implica aspectos como asertividad y el dinamismo. Los extrvertidos son personas sociables, amantes de las reuniones, con muchos amigos, no les gusta estudiar solos, son amantes de la aventura y el riesgo, con carácter impulsivo, les gusta las bromas, el cambio, son despreocupados y tienden a ser relativamente agresivos. Por el contrario, los introvertidos son personas retraídas, quietas, amantes de la lectura, tienen amigos muy seleccionados, les gusta proyectarse a largo plazo, piensan las cosas antes de hacer y tienen un régimen ordenado de vida. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008, p. 6)

### Las seis facetas de Extraversión (E)

Según el modelo teórico lo Grandes Rasgos de Personalidad de Costa y McCrae; la extraversión está compuesto por seis facetas o escalas: cordialidad, gregarismo, asertividad, actividad, búsqueda de emociones y



emociones positivas. En ese mismo sentido, Manga y Astorga (2016) expresan las siguientes interpretaciones por cada faceta de la extroversión:

**E1: Cordialidad.** Es la faceta de Extraversión más relevante en los aspectos de intimidad interpersonal. La persona cordial es afectuosa y amistosa. Realmente le gusta la gente y establece fácilmente relaciones con otros. Quienes tienen puntuaciones bajas no son ni hostiles ni necesariamente carecen de compasión, pero son más formalistas, reservados y de modales distantes que los que puntúan alto. Cordialidad es la faceta de E más próxima a Amabilidad en el ámbito interpersonal, pero se distingue por la afectuosidad y franqueza que no forman parte de Extraversión.

**E2: Gregarismo.** Se refiere a la preferencia por la compañía de los demás. Quien puntúa alto en E2 disfruta reuniéndose y divirtiéndose con otros, mientras que quien puntúa bajo suele ser solitario por no buscar e incluso rechazar los estímulos sociales.

**E3: Asertividad.** Puntuar alto en esta escala significa ser dominante, ser animoso y destacar socialmente. El asertivo habla sin titubeos y a menudo se convierte en líder del grupo, al contrario del que puntúa bajo, ya que éste prefiere permanecer en la sombra y dejar hablar a los otros.

**E4: Actividad.** El sujeto con alta actividad necesita estar siempre ocupado, mostrando rapidez y energía. La gente activa lleva vida agitada. En sentido contrario, la baja actividad no equivale a indolencia o pereza, más bien caracteriza a gente más tranquila y relajada.

**E5: Búsqueda de emociones.** Significa el ansia de excitación y de estimulación, como puede ser la marcada preferencia por los colores vivos y los ambientes ruidosos. Para quienes puntúan bajo, es escasa la necesidad de ese tipo de sensaciones y emociones.

**E6: Emociones positivas.** Se evalúa con esta escala la tendencia a experimentar emociones positivas, como pueden ser la alegría, la felicidad, el amor y el entusiasmo. La faceta de las emociones positivas, entre las que también se halla el optimismo, resulta importante en la predicción de la felicidad según Costa y McCrae. (pp. 49-50)

## Prototipo y Polos de Extraversión

Según tabla N° 04, al polo de Extraversión E+ se opone el polo de Extraversión E- (Introversión).

**Tabla 4**

### *Prototipo y Polos de Extraversión*

| (E) EXTRAVERSIÓN               |                                                                                                                                        |           |                                                                                                                                                                           |                                                                                                                               |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Factor o dimensión             | Definición                                                                                                                             | Prototipo | Características de los Polos de los Factores                                                                                                                              | Facetas o Rasgos Específicos                                                                                                  |
| Extraversión<br>(Introversión) | Cantidad e intensidad de las interacciones interpersonales, nivel de actividad, necesidad de estimulación y capacidad para la alegría. | Vendedor  | E+: Sociable, activo, hablador, optimista, amante de la diversión, afectuoso, divertido.<br><br>E-: Reservado, distante, sobrio, frío, independiente, callado, solitario. | E1. Cordialidad<br>E2. Gregarismo<br>E3. Asertividad<br>E4. Actividad<br>E5. Búsqueda de emociones<br>E6. Emociones positivas |

*Nota.* La figura muestra definición, prototipo, características de los polos de los factores y facetas o rasgos específicos de la extraversión. Fuente: Sanz et al. (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016).

### 3.2.4.1.3 Apertura (O)

La apertura refleja el mantenimiento de valores e ideas no tradicionales, y la amplitud de intereses; se refiere a las personas interesadas en el mundo exterior como en el interior, y cuyas vidas se enriquecen por la experiencia. La apertura hace referencia a la flexibilidad, lo opuesto es la rigidez. “Una persona caracterizada por la apertura se relaciona especialmente con aspectos intelectuales, como el pensamiento divergente que contribuye a la creatividad; pero no es equivalente a inteligencia” (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008, p. 6).

Las personas con una alta Apertura a la experiencia tienen una mayor satisfacción con la vida y se asocia a una mejor regulación del estrés. Silvia y Stephan (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016)



### Las seis facetas de Apertura (O)

La Apertura está compuesto por seis facetas o escalas: fantasía, estética, sentimientos, acciones, ideas y valores. Bajo esa premisa, las seis facetas son descritas por Manga y Astorga (2016):

**O1: Fantasía.** Quien desarrolla una alta fantasía tiene mucha imaginación que considera útil para acceder a un interesante y creativo mundo interior. Tales ensoñaciones no son sólo una forma de evasión.

**O2: Estética.** Significa atractivo por el arte sin necesidad de poseer talento estético particular. Se refiere al alto aprecio por el arte y la belleza, al contrario de quienes puntúan bajo por ser relativamente insensibles y sin interés por el arte general.

**O3: Sentimientos.** Las puntuaciones altas son de quienes experimentan de manera más diferenciada sus propios estados emocionales y sienten con mayor intensidad que los demás tanto la felicidad como la desgracia. Las puntuaciones bajas indican que esos sujetos conceden una importancia menor en su vida a las emociones y la afectividad.

**O4: Acciones.** Puntuar alto significa la preferencia por la novedad y la variedad frente a la familiaridad y la rutina, como puede ser visitar lugares nuevos o comer alimentos poco acostumbrados. (pp. 51-52)

Asimismo, el rasgo de personalidad apertura a la experiencia, se caracteriza por las siguientes facetas descritas por Manga y Astorga (2016):

**O5: Ideas.** Alude a la curiosidad intelectual que enfrenta a los sujetos con el deseo de considerar ideas nuevas y menos convencionales. Esto no significa que quienes puntúan alto posean necesariamente una inteligencia más elevada, sino que disfrutan con incursiones en debates filosóficos y en problemas con salidas originales e ingeniosas.

**O6: Valores.** Apertura a los valores indica disposición para cuestionar los valores sociales, políticos y religiosos. Se opone al dogmatismo y a conformarse a la tradición por una fuerte tendencia a aceptar la autoridad. En definitiva, este tipo de Apertura se opone al conservadurismo a ultranza. (p. 52)



### Prototipo y Polos de Apertura a la Experiencia

Según tabla N°05, al polo de Apertura O+ se opone el polo de O- (Cerrazón a la experiencia)

**Tabla 5**

*Prototipo y Polos de Apertura a la Experiencia*

| (O) APERTURA A LA EXPERIENCIA                            |                                                                                                                    |           |                                                                                                     |                                                                 |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Factor o dimensión                                       | Definición                                                                                                         | Prototipo | Características de los Polos de los Factores                                                        | Facetas o Rasgos Específicos                                    |
| Apertura a la experiencia<br>(Cerrazón a la Experiencia) | Amplitud, profundidad y permeabilidad de la conciencia, y motivación activa por ampliar y examinar la experiencia. | Artista   | O+: Curioso, creativo, original, imaginativo, de intereses amplios, liberal, de mentalidad abierta. | O1. Fantasía<br>O2. Estética<br>O3. Valores<br>O4. Sentimientos |
|                                                          |                                                                                                                    |           | O-: Convencional, conservador, dogmático, rígido, tradicional, práctico, insensible, prosaico.      | O5. Acciones<br>O6. Ideas                                       |

*Nota.* La figura muestra definición, prototipo, características de los polos de los factores y facetas o rasgos específicos de la apertura a la experiencia.

Fuente: Sanz et al. (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016).

#### 3.2.4.1.4 Amabilidad (A)

La amabilidad o afabilidad, se caracteriza por ser fundamentalmente altruista y simpatiza con los demás y está dispuesto ayudar, lo que le hace pensar que los demás son también amables. En sentido contrario, las personas no amables egocéntricos, mostrando suspicacia respecto a las intenciones de los demás; son personas más que colaboradoras, opositora.

#### Las seis facetas de Amabilidad (A)

Conforme al modelo de los Grandes Cinco de Costa y McCrae, la Amabilidad está compuesto por seis facetas o escalas: confianza, franqueza, altruismo, actitud conciliadora, modestia y sensibilidad a los demás. En ese contexto, Manga y Astorga (2016) interpretan las puntuaciones en la faceta de amabilidad:



**A 1: Confianza.** Las altas puntuaciones son de quienes tienden a creer que los demás son honestos y bien intencionados. Por el contrario, puntúan bajo quienes tienden a ser cínicos y escépticos, por pensar que los demás son peligrosos y poco honrados.

**A2: Franqueza.** Las puntuaciones altas indican que esas personas son francas, sinceras e ingenuas. Quien puntúa bajo en esta escala desea más bien manipular a los demás mediante el halago, la astucia o el engaño, ya que considera estas tácticas como habilidades sociales necesarias y puede juzgar de cándidas a las personas más sinceras.

**A3: Altruismo.** Puntuar alto en esta escala significa preocuparse activamente por el bienestar de los demás, mostrando disposición a prestar ayuda a los que la necesitan. Las puntuaciones bajas reflejan mayor preocupación por uno mismo, sin intención de implicarse en los problemas de los demás.

**A4: Actitud conciliadora.** Se refiere a las reacciones características ante los conflictos interpersonales. Las puntuaciones altas indican la tendencia a ser condescendiente con los demás, a no mostrar agresividad, a olvidar y perdonar. La gente conciliadora es apacible y benigna, al contrario de la gente agresiva y poco cooperativa en la solución de los problemas interpersonales.

**A5: Modestia.** Puntuar alto en modestia indica que se trata de gente humilde que trata de pasar desapercibida, aunque no necesariamente carezca de autoestima. Las bajas puntuaciones son de quienes se creen superiores a los demás, aunque éstos los vean como engreídos y arrogantes. El narcisismo conlleva una carencia patológica de modestia.

**A6: Sensibilidad a los demás.** Esta escala mide las actitudes de simpatía y preocupación por los demás. Puntuar alto significa que a uno le afectan las necesidades ajenas, concediendo mayor importancia a los aspectos humanos de las normas sociales que a las propias normas racionalmente considerada. Se enfrentan en esta escala los de mayor compasión a quienes se sienten menos inclinados a ella. (p. 53)

## Prototipo y Polos de Apertura a la Amabilidad

Según tabla N°06, al polo de Amabilidad A+ se opone el de A-(Antagonismo).

**Tabla 6**

### *Prototipo y Polos de Amabilidad*

| (A) AMABILIDAD           |                                                                                                                |           |                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                               |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Factor o dimensión       | Definición                                                                                                     | Prototipo | Características de los Polos de los Factores                                                                                                                                                                                                                  | Facetas o Rasgos Específicos                                                                                                                                  |
| Amabilidad (Antagonismo) | Calidad de las interacciones que una persona prefiere en un continuo que va desde la compasión al antagonismo. | Misionero | <p>A+: Bondadoso, compasivo, afable, confiado, servicial, atento, misericordioso, altruista, cooperativo, sensible, empático.</p> <p>A-: Cínico, rudo, agresivo, suspicaz, competitivo, irritable, manipulativo, vengativo, despiadado, egoísta, crítico.</p> | <p>A1. Confianza</p> <p>A2. Franqueza</p> <p>A3. Altruismo</p> <p>A4. Actitud</p> <p>conciliadora</p> <p>A5. Modestia</p> <p>A6. Sensibilidad a los demás</p> |

*Nota.* La figura los polos y facetas o rasgos amabilidad. Fuente: Sanz et al. (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016).

### 3.2.4.1.5 Responsabilidad (C)

La responsabilidad, “Incluye la tendencia al sentido del deber, a la organización, el orden, la búsqueda de objetivos, la autodisciplina y la eficiencia. Se trata de personas voluntariosas, escrupulosas, puntuales y fiables, que controlan sus impulsos” (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008, p. 6). Lo opuesto a ello es la informalidad.

#### **Las seis facetas de Responsabilidad (C)**

Según el modelo de los Grandes Cinco de Costa y McCrae, la responsabilidad está compuesto por seis facetas o escalas: competencia, orden, sentido del deber, necesidad del logro, autodisciplina y deliberación; a los cuales Manga y Astorga (2016) analizan y exponen las interpretaciones por cada faceta de la amabilidad:

**C1: Competencia.** Alude a la preparación que las personas creen tener para enfrentarse a la vida, siendo conocedoras de su propia capacidad, sensibilidad, prudencia y eficacia.



**C2: Orden.** Se refiere a la buena organización y limpieza en lo que las personas hacen, pudiendo llegar por exceso al trastorno obsesivo-compulsivo de la personalidad. Las puntuaciones bajas en esta escala pertenecen a las personas desordenadas, que no guardan sus cosas en los lugares adecuados.

**C3: Sentido del deber.** Obtienen puntuaciones altas quienes se rigen estrictamente por principios éticos en el cumplimiento de sus obligaciones. Las puntuaciones bajas indican descuido en la moralidad de las acciones.

**C4: Necesidad de logro.** Puntúan alto en esta escala quienes poseen altos niveles de aspiración, metas claras en la vida y un esfuerzo continuado para conseguir los objetivos. El exceso en esta faceta, por puntuaciones muy altas, puede indicar que existe adicción al trabajo. Por defecto, se carece de ambiciones y se pueden conformar estas personas con su bajo rendimiento.

**C5: Autodisciplina.** Indica la capacidad de motivarse a sí mismo para conseguir terminar las tareas emprendidas, a pesar de inconvenientes y obstáculos. El que puntúa bajo en autodisciplina no se esfuerza en hacer lo que le gustaría hacer, porque necesita más motivación de la que tiene.

**C6: Deliberación.** Se refiere a la tendencia a pensar muy bien las cosas antes de actuar. Puntúa alto quien es reflexivo y prudente, mientras que puntúa bajo la persona que actúa con precipitación y, en ocasiones, sin medir las consecuencias. (p. 54)

### **Prototipo y Polos de Apertura a la Responsabilidad**

Según tabla 7, al polo de Responsabilidad C+ se opone C- (Falta de responsabilidad).



**Tabla 7**  
*Prototipo y Polos de Responsabilidad*

| (C) RESPONSABILIDAD                               |                                                                                            |           |                                                                                                                                                  |                                                                                                        |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Factor o dimensión                                | Definición                                                                                 | Prototipo | Características de los Polos de los Factores                                                                                                     | Facetas o Rasgos Específicos                                                                           |
| Responsabilidad<br><br>(Falta de Responsabilidad) | Grado de organización, persistencia, control y motivación en la conducta dirigida a metas. | Militar   | C+: Organizado, fiable, trabajador, auto-controlado, cuidadoso, puntual, formal, escrupuloso, ambicioso, tenaz, perseverante, cauto, meticuloso. | C1. Competencia                                                                                        |
|                                                   |                                                                                            |           | C-: Poco fiable, informal, vago, descuidado, abúlico, negligente, hedonista, sin objetivos, voluble, laxo.                                       | C2. Orden<br>C3. Sentido del deber<br>C4. Necesidad de logro<br>C5. Autodisciplina<br>C6. Deliberación |

*Nota.* La tabla muestra definición, prototipo, características de los polos de los factores y facetas o rasgos específicos de la Responsabilidad. Fuente: Sanz et al. (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016).

### 3.2.5 Instrumentos que evalúan dimensiones de personalidad, bajo el Modelo de Costa y McCrae

Una vez adoptado el modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae, en la presente investigación es importante identificar el instrumento de evaluación. En la actualidad en el campo de la psicología e investigación existe una variedad de instrumentos, entre ellos los más destacados son los siguientes:

#### 3.2.5.1 NEO PI

El NEO PI es el instrumento de personalidad desarrollado por Paul Costa y Robert McCrae en el año 1985, tuvo como origen la sigla NEO, toda vez que en los años 80 hacía referencia a lo nuevo en la psicometría de la personalidad.

Asimismo, NEO es la sigla de los tres primeros factores de personalidad (neuroticismo, extraversión y apertura u openness), a los que posteriormente se añadiría los factores de amabilidad y responsabilidad.

El NEO PI es un inventario de personalidad, nació dentro del modelo de los Cinco Grandes, como algo nuevo y revolucionario y fue esperado durante años

por los psicólogos españoles. En el año 1985 Costa y McCrae presentan oficialmente el instrumento NEO-PI (TEA Ediciones S.A., 2008).

Valdivieso Alba (2015) explica que, el inventario de Personalidad NEO-PI, ha sido el primer cuestionario de personalidad desarrollado por Paul Costa y Robert McCrae, el cual examinaba cinco grandes dominios de la personalidad, con un total de 180 ítems. Los dominios a examinar han sido: neuroticismo con 48 ítems, extraversión con 48 ítems, openness con 48 ítems, cordialidad con 18 ítems y responsabilidad con 18 ítems.

Sin embargo, posteriormente, por los mismos autores Paul Costa y Robert McCrae, en el año 1992 se publicó la revisión del NEO PI al cual se denominó NEO PI-R, que mejoraba sustancialmente al anterior instrumento.

### 3.2.5.2 NEO PI-R y NEO- FFI.

TEA Ediciones.S.A. (2008) afirma:

A principios de 1998 y en contacto con la editorial original del NEO de Costa y McCrae; la TEA Ediciones S.A. se hace cargo del NEO-PI y NEO PI-R; y a través de recogida de nuevas muestras y análisis estadísticos genera dos instrumentos:

- El inventario de personalidad NEO Revisado o denominado NEO PI-R, validado para Europa.
- El Inventario NEO reducido o denominado inventario de los Cinco Factores NEO-FFI. (p.7)

Años después, el Departamento de investigación y desarrollo de TEA Ediciones S.A. a partir de nuevos estudios, confeccionó nuevos baremos e incorporó una nueva escala para la detección de la deseabilidad social (escala DS), por lo que en el año 2008 presenta la última versión revisada y ampliada del NEO PI-R y su forma reducida el NEO-FFI. Mismos que siguen vigentes hasta la actualidad (TEA Ediciones S.A., 2008).

El Inventario de Personalidad NEO PI-R sustituye al inventario de personalidad NEO PI de Costa y McCrae. El NEO PI-R es una evaluación de la personalidad normal; este instrumento evalúa las cinco dimensiones del modelo de los Cinco Grandes (*neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad*). Cada dimensión se compone de seis escalas o facetas que son medidas por ocho ítems cada una; llegando a ser en su totalidad 240 ítems o cuestiones a los que



se responden en una escala de Likert de cinco opciones en función al grado de adherencia.

Aunque el NEO PI-R fue desarrollado para la evaluación de la personalidad en adultos, ya en el manual, sugieren la posibilidad de su utilización en adolescentes y animan a investigar sus cualidades en poblaciones jóvenes. En posteriores trabajos, estos autores han insistido en su demanda. (Costa y McCrae, 1997, p. 36)

Por otra parte, existe una versión resumida del NEO PI-R; es el inventario de los Cinco Factores NEO-FFI, este inventario es un test que evalúa las cinco dimensiones de la Personalidad (*neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad*) de acuerdo al Modelo de los Cinco Grande de Costa y McCrae. Cada dimensión se compone de seis escalas o facetas que son medidos por dos ítems cada uno; llegando a ser en su totalidad 60 ítems o cuestiones a los que se responden en una escala de Likert de cinco opciones. Asimismo, se detalla que los 60 ítems del NO-FFI, son los 60 primeros ítems del NEO PI-R.

El test NEO -FFI, según el tipo de instrumento es un “inventario psicométrico de la personalidad” y tiene como base teórica al modelo de los Cinco Grandes de Costa y McCrae. El inventario es aplicable a poblaciones de adolescentes mayores de 17 años sin trastornos psicopatológicos serios y adultos de la población general. El tiempo estimado para la aplicación del test NEO-FFI, consta de 15 minutos aproximadamente. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos , 2008)

De acuerdo a TEA ediciones, S.A y a Psychological Assessment Resources (PAR), la última versión del NEO-FFI es del año 2008, el test es validado para Europa y presenta una adaptación española por los autores Agustín Cordero, Antonio Pamos y Nicolás Seisdedos.

Del mismo modo, el test NEO-FFI en español, es validado en estudiantes universitarios peruanos, por los autores Patricia Martínez Uribe y Mónica Cassaretto Bardales de la Pontificia Universidad Católica del Perú



### **3.2.5.3 Marcadores de Golberg**

Los marcadores de golberg se desarrolló por Golberg en el año 1992; evalúa la personalidad y presentan dos instrumentos, uno basado en cincuenta adjetivos bipolares y otro en cien adjetivos unipolares. Así mismo Golberg desarrolla el HPI un inventario de personalidad, el cual es criticado por muchas falencias y no validaciones (Valdivieso Alba, 2015).

### **3.2.5.4 Big Five Questionnaire**

El Big Five Questinnaire se desarrolló en el año 1993 por Caprara, Barbaranelli, Borgogni y Perugini. El instrumento evalúa la personalidad y se aplica a personas a partir de los 16 años de edad, consta de 132 preguntas con respuestas múltiples (Valdivieso Alba, 2015).

Según la investigación realizada, se recomienda el uso de las pruebas de NEO PI-R o de su versión reducida NEO-FFI, para aquellos contextos evaluativos en los que se mide la personalidad (clínico, educativo y organizacional). Así mismo de acuerdo al Colegio General Oficial de Psicólogos de Europa, el NEO Revisado como medida de personalidad para investigaciones y situaciones clínicas es la más consensuada y validada en la adaptación española a cargo de la TEA.

Precisamente son estos antecedentes y fundamentos detallados en el título 3.2.5.2, que han motivado en el presente trabajo de investigación, aplicar el test o inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos, por los autores Patricia Martínez Uribe y Mónica Cassaretto Bardales de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## **3.2.6 Emprendimiento**

### **3.2.6.1 Desarrollo histórico**

El desarrollo histórico del emprendimiento abarca aspectos relacionados como iniciativa emprendedora, espíritu emprendedor, proceso emprendedor, emprendeduría, función empresarial, emprendedurismo, emprendizaje y entre



otros. Actualmente el emprendimiento sigue en pleno desarrollo académico e intelectual.

De acuerdo a Rickets (como se citó en Pontificia Universidad Católica Del Perú [UPC], 2018) la evolución de las percepciones sobre el emprendimiento y el emprendedor es amplia y variada, en ese sentido, para entender el desarrollo se presenta momentos históricos sobre el emprendimiento:

- En la era medieval, San Agustín criticó que era injusto comprar por debajo o por encima del precio justo, así las enseñanzas de la Iglesia Católica de entonces, censuraban la usura en el interés del uso del dinero, condenando dicha acción.
- En los finales del siglo XV, con el surgimiento de los estados-nación modernos como Francia, España e Inglaterra, se comenzó apreciar el talento del empresario, no solo como la acumulación de los tesoros, sino como un talento empresarial de las personas.
- En los siglos XVIII y XIX con la revolución industrial se produjo la moderna imagen del emprendedor. El emprendimiento fue incentivado en un nivel mayor que en cualquier otra etapa de la historia. Por un lado, en Inglaterra se realizaron los principales avances en productividad agrícola, innovación en el transporte, minería, textil, siderúrgica y construcción de barcos. Por otro lado, nombres de emprendedores fueron asociados con la ingeniería y la banca de forma particular. El emprendedor comenzó a contextualizarse como transformador y fundador de industrias.
- En el siglo XX, se incrementó el emprendimiento a pequeña escala y consecuentemente un mayor incremento del autoempleo, debido al avance de las tecnologías de computación.
- En el siglo XXI, de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial, afirma que el emprendimiento a nivel global se ve evidenciado sobre el poder de las mujeres y jóvenes, teniendo sus inicios en etapa temprana desde los 18 años hasta los 64 años. Así mismo los empresarios en las economías de bajos ingresos son en su mayoría motivados por la necesidad que en economías ricas.

Los emprendimientos se caracterizan por los altos niveles de innovación, uso de tecnología y orientación a la internalización y el potencial impacto que generan en el empleo. (Global Entrepreneurship Monitor [GEM] , 2019).

### **3.2.6.2 Emprendimiento, emprendedor y empresario**

De acuerdo a Schumpeter, el emprendimiento se basa en la determinación y en el sistema de la innovación. En las palabras de McClelland, el emprendimiento implica hacer cosas en una nueva y mejor forma en un contexto de incertidumbre (Moliner, 1992).

El emprendimiento es una filosofía de vida, un estilo de existencia, un código de conducta que, en la búsqueda de hacer realidad un ideal, objetivo o sueño, combina racionalidad y emocionalidad como en todo arte. La razón para minimizar el riesgo cuando se acomete con resolución un proyecto y la pasión para hacer posible lo que para otros sería imposible. (Canseco Terry, 2014, p. 3)

Según Vesper (1982) el emprendedor desde la perspectiva economista, es aquel que transforma recursos; y aumenta su valor introduciendo innovaciones. Vesper plantea que para un empresario, un emprendedor podría ser amenaza, mientras que para otro empresario el mismo emprendedor podría ser fortaleza u oportunidad. Así mismo desde la perspectiva capitalista, el emprendedor genera riqueza para los demás. Finalmente, desde el punto psicológico, el emprendedor es la persona que se moviliza por necesidad, búsqueda de logro y para no estar sujeto a la autoridad.

“El empresario es el titular, propietario o directivo de una industria, negocio o empresa y el emprendedor es un adjetivo que se aplica a aquellas personas que emprenden” (Rodríguez Batalla, 2015, pp. 28-29).

### **3.2.6.3 El perfil psicológico del emprendedor.**

El perfil psicológico del emprendedor se ha expuesto en investigaciones de Mcdellland, Moore, Collins y Unwalla, donde manifiestan aportes de ciertos rasgos personales del emprendedor.



Desde el perfil psicológico, se identifica el comportamiento del emprendedor a partir de los motivos que influyen en él, destacando en primer lugar la necesidad del logro, y en segundo lugar el deseo de independencia. A lo largo de la historia, el proceso emprendedor se ha estudiado bajo modelos cuantificables; sin embargo por otra parte Baumol; es el primer autor que imprime una visión más cualitativa al problema, al afirmar que el emprendedor no tiene cabida en ninguna visión que trate de medir variables cuantitativas, ya que se apuesta por un estudio del emprendedor basados en factores culturales, sociales y psicológicos, por tratarse de una persona y no se puede seguir asumiendo que su conducta solo responde a las fuerzas del mercado. Posteriormente surge una concepción psicológica de la motivación que se plasma en los modelos de Maslow y McGregor. (Rodríguez Batalla, 2015, pp. 13-14)

**Figura 3**

*Teoría de Maslow.*



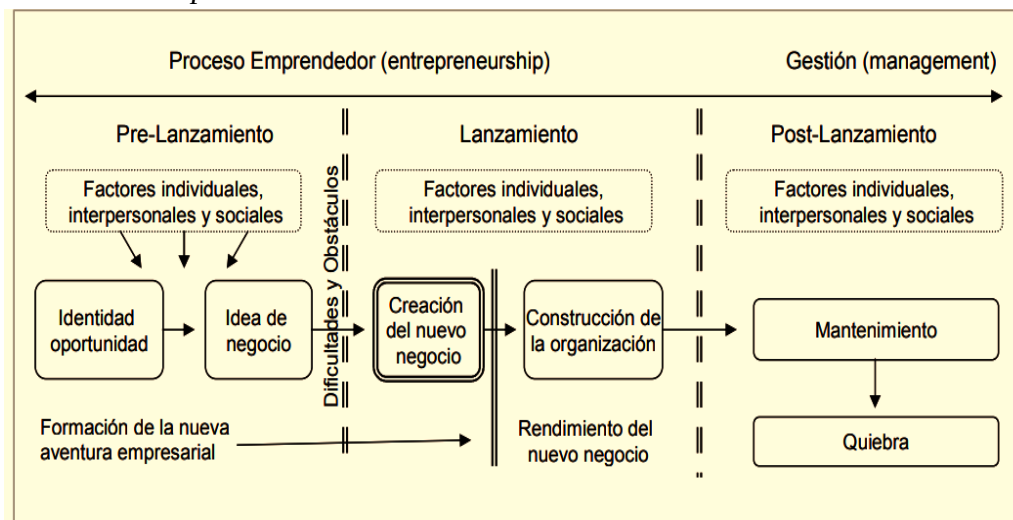
*Nota.* Maslow en su teoría de motivación desarrolla dos componentes: primero establece una jerarquía de necesidades humanas y segundo dinamiza las motivaciones para satisfacer estas necesidades. Fuente: Sitio Web La controvertida Pirámide de Maslow (2015).

El estudio del emprendedor, desde una perspectiva psicológica, es probablemente el aspecto del emprendimiento más complicado de configurar; ya que la causalidad y los diversos factores que afectan al proceso son extremadamente amplios.

### 3.2.7 Proceso emprendedor

**Figura 4**

*El Proceso emprendedor.*



*Nota.* La figura muestra las tres etapas del proceso emprendedor. Fuente: Carton et al. y Baron (Como se citó en Rodríguez Batalla, 2015, p.26).

El proceso emprendedor, es un proceso iterativo que se puede analizar como un proyecto, donde se tiene que combinar recursos humanos y no humanos, reunidos en una organización o entidad temporal para conseguir un propósito determinado. El proceso debe incorporar variables técnicas, económicas, sociales y ambientales, teniendo presente que no se puede aislar de su contexto, tiene la globalidad y complejidad de un sistema común, que precisa un plan para su correcta ejecución y se debe ejecutar con flexibilidad y capacidad de adaptación continua. La esencia del proceso radica en el reconocimiento de oportunidades, la asunción del riesgo por encima de la seguridad o tenacidad para sacar adelante una idea innovadora. (Rodríguez Batalla, 2015, p. 26)

#### 3.2.7.1 Primera fase del proceso emprendedor

La primera fase del proceso emprendedor se denomina pre-lanzamiento, consiste en identificar oportunidades en el entorno, y posteriormente darle forma a la oportunidad en una idea concreta.

Osterwalder (como se citó en Rodríguez Batalla, 2015) plantea que la primera fase es de maduración de configuración de creencias, expectativas y probabilidades de oportunidad para posteriormente concretizarlo; es la fase en el que se desarrolla el modelo de negocio rentable y orientado a lo concreto.

Como definición según Clark y Osterwalder (como se citó en Rodríguez Batalla, 2015) el modelo de negocio:

Es la lógica que subyace en el sustento económico de las organizaciones, es decir, es la forma en que una empresa produce dinero. Sin embargo, las organizaciones tienen en cuenta más aspectos estratégicos que sólo generar dinero, si bien este puede ser el fin último de muchas de ellas. De una manera más particular, se puede decir que un modelo de negocio describe el modo en que una organización crea, distribuye y captura la atención de un segmento de mercado. Así, se puede apreciar un acercamiento hacia el marketing, pensando en el segmento de mercado como centro del modelo de organización y en cómo se genera valor. El modelo de negocio, consiste en módulos que facilitan la comprensión de la interacción de cada una de ellos, ya que se propone una lógica que parte desde la: 1) segmentación de mercado, 2) propuesta de valor, 3) canales, 5) relación con clientes, 6) fuente de ingresos, 7) recursos claves, 8) actividades clave, 9) socios clave y 10) estructura de costes. (pp. 26-27)

Muchos emprendedores padecen de un proceso reflexivo óptimo, como dice Nueno (2001):

En este estado, por temor a perder la oportunidad, el emprendedor actúa de forma irracional, bloqueando su mente para no percibir los aspectos negativos de su proyecto, y potenciando su imaginación para ensalzar los aspectos positivos. (p.52)

### 3.2.7.2 Segunda fase del proceso emprendedor

La segunda fase se denomina fase de lanzamiento, inicia con la creación de la empresa. “La empresa es una estructura organizacional, que se utiliza como vehículo para gestionar recursos con el fin de satisfacer una necesidad en el mercado, obteniendo con ello rentabilidad” (Rodríguez Batalla, 2015, pp. 26-27).

En la fase de lanzamiento se gesta la creación del nuevo negocio y la construcción de una empresa u organización.



### 3.2.7.3 Tercera fase del proceso emprendedor

La tercera fase se denomina post-lanzamiento, marca el final del proceso emprendedor y el comienzo de un nuevo proceso que sería la gestión empresarial. Las habilidades y características personales del emprendedor, que se necesitan para esta última fase, no tienen por qué ser las mismas para las fases previas, ya que los objetivos y dinámicas de trabajo son totalmente distintos. De hecho, muchos emprendedores dejan sus negocios en manos expertas, para dedicarse a nuevos lanzamientos, pasando a ser emprendedores en serie o generadores de nuevos negocios. (Rodríguez Batalla, 2015, p.27)

En ese contexto según lo citado, se determina que el post-lanzamiento, es la línea que marca el fin del proceso emprendedor y el inicio de la gestión empresarial del cual depende el mantenimiento o quiebre del negocio; toda vez que la gestión empresarial son actividades orientadas a mejorar la competitividad y productividad del negocio

Durante el proceso de emprender, se presenta tres tipos de factores: factores individuales, sociales y del entorno. Los factores individuales están compuestos por los motivos, actitudes, cogniciones, competencias, habilidades, conocimientos y rasgos de personalidad. Los factores sociales están compuestos por influencia y/o apoyo de la familia y los amigos, tamaño de la red de contactos, y valores culturales o grupales. Los factores del entorno están compuestos por políticas de gobierno, factores económicos, situación del mercado laboral y avances tecnológicos. (Rodríguez Batalla, 2015, p.27)

### 3.2.8 Relación entre proceso emprendedor e intención emprendedora

El proceso emprendedor comienza en un estado latente o potencial, que se denomina *iniciativa emprendedora*, ya que, aunque refleja la intención de crear una empresa, no tienen que traducirse necesariamente en la formación de una organización. El emprendimiento es un proceso activado por voluntad humana. Robinson (como se citó en Rodríguez Batalla, 2015, p. 100)

Conforme al modelo del proceso emprendedor de Carton y Barón ; la intención emprendedora es el primer paso de la evolución del proceso emprendedor; siendo este un precursor esencial y un indicador para explicar el comportamiento emprendedor.



Por otra parte Barón destaca que para reconocer la oportunidad durante el proceso de emprendimiento, tres factores son importantes:

- Compromiso para la búsqueda activa de oportunidades.
- Estar alerta a oportunidades.
- Reconocimiento previo del mercado

### 3.2.9 Emprendimiento en el Perú

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) es la mayor iniciativa de investigación sobre la actividad emprendedora a nivel mundial. El proyecto fue creado en 1997 gracias a un esfuerzo conjunto de Babson College y London Business School. En 1999 se realizó el lanzamiento del primer reporte, con 10 países participantes. En la última edición de los años 2019 y 2020, se estudió a 43 países provenientes de los cinco continentes; dentro de ellos se encuentra el Perú.

El GEM está basado en un modelo conceptual que relaciona de forma directa el emprendimiento con los mecanismos que afectan el crecimiento económico de un país.

Los últimos reportes generados por el GEM para el Perú, pertenecen a los años 2018 y 2019, que son interpretados por el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN; donde participaron 49 países a nivel mundial.

En ese sentido de acuerdo a los reportes y en función al índice de actividad emprendedora en etapa temprana, el Perú se posiciona en el 5° puesto entre 49 países a nivel mundial y en el 3° puesto entre 9 países a nivel Latinoamérica y el Caribe; lo que significa que el 22.4% de peruanos se encuentran involucrados en emprendimiento en etapa temprana (dueños de negocios con menos de 3.5 años de funcionamiento). Así mismo respecto a emprendimiento establecidos, donde sus negocios tienen más de 3.5 años de funcionamiento, el Perú ocupa el 19° puesto a nivel mundial y el 5° puesto a nivel Latinoamérica y el Caribe (GEM, 2019; 2020).

### 3.2.9.1 Perfil y motivaciones del emprendedor Peruano

#### a) Edad

Referente a la edad en emprendimientos de etapa temprana, el 49.8% de los peruanos tiene menos de 34 años de edad, de los cuales el 47.6% son motivados por oportunidad. (GEM, 2020, p. 12)

#### b) Género

En el Perú, “A nivel de género, se observa la predominancia masculina entre los emprendedores establecidos. En este grupo, el 59.8% son hombres. Esta predominancia se reduce en el caso de los emprendimientos en etapa temprana, donde el 53.3% son hombres” (GEM, 2020, p. 04).

“De acuerdo a los análisis se concluye que no existen diferencias relevantes por género a nivel de los emprendimientos pertenecientes a los sectores de manufactura y transporte, agricultura y minería” (Universidad ESAN, 2020).

#### c) Educación

En relación al nivel educativo se puede valorar que; de los emprendedores en etapa temprana el 25.5 % cuentan con educación superior universitaria de los cuales el 27.5% son motivados por oportunidad; por otro lado se puede apreciar que el 25.5% cuentan con educación superior técnica de los cuales el 74.1% son motivados por necesidad; en ese contexto se puede señalar que mientras se cuente con educación superior universitaria será mayor la identificación de oportunidades de mercado (GEM, 2020).

Finalmente, GEM (2018) señala que, “Un mayor nivel educativo, sobre todo con enfoque en emprendimiento, potencia las capacidades requeridas para identificar oportunidades en el mercado y brinda las herramientas necesarias para poder aprovecharlas” (p. 44).

#### d) Intención de crear empresa

Referente a la intención emprendedora, los peruanos en un 39.7% están pensando en poner en marcha un negocio en los próximos 3 años; considerando como línea base años 2018 y 2019. (GEM, 2020, p. 11)



### 3.2.10 Intención emprendedora

Emprender no es un hecho puntual; es un proceso planteado y compuesto por tres etapas: fase prelanzamiento, fase de lanzamiento y fase de poslanzamiento

Según Krueger et al. (como se citó en Leguía et al., 2016):

La intención es el mejor predictor de cualquier tipo de conducta planificada, particularmente cuando esta conducta resulta poco común, difícil de observar, y/o implica imprevisibles retrasos. Crear una empresa conlleva una serie de requisitos que hacen que pueda considerarse un tipo de conducta planificada. (p.02)

Asimismo para Icek Ajzen y Martin Fishbein, las intenciones son definidas como el mejor predictor de la conducta planificada, principalmente cuando esa conducta es rara o difícil de observar.

La intención emprendedora es el paso primero del proceso emprendedor. Por lo que resulta difícil imaginar la creación de un negocio simplemente como respuesta a un estímulo y no como una decisión planificada.

Por otra parte la intención empresarial se considera como el elemento previo del proceso emprendedor; por ser un elemento predictor que determina una conducta planificada, un comportamiento planificado o una decisión sobre la creación de un nuevo negocio o nueva empresa (Sánchez et al., Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario., 2005).

### 3.2.11 Modelos de intención emprendedora

La Teoría de las intenciones emprendedoras cuenta sus inicios en el año 1988 con los precursores como Bird y Jelinek. Según los autores, la decisión sobre la opción que muchos individuos adquieren en cuanto a la constitución o adquisición de una empresa, no es un suceso que ocurra por accidente u obligación. El mismo acto de crear una empresa o la manera de organizar los recursos para ofrecer un valor añadido en el producto o servicio, está basado en la *voluntariedad* y ocurre a nivel individual. (Rodríguez Batalla, 2015, p.100)

Por lo tanto, la decisión de ser un emprendedor es libre, voluntaria, intencional y consciente; y la intención de emprender es factor decisivo para desempeñar el comportamiento emprendedor

“La creación de una nueva empresa implica una importante dosis de planificación, y refleja un alto grado de procesamiento cognitivo, la conducta emprendedora se considera exactamente un tipo de conducta planificada” (Rodríguez Batalla, 2015, p. 103).

Seguidamente se describe cuatro principales modelos de intención emprendedora para la creación de empresas.

### **3.2.11.1 Modelo del evento emprendedor**

El modelo del evento emprendedor es el primer modelo de intención emprendedora formulado por Shapero y Sokol en el año 1982 “De acuerdo a este modelo, la elección personal para iniciar una nueva empresa depende de tres conjuntos de elementos: la percepción de deseabilidad, la percepción de viabilidad y la propensión a actuar ante nuevas oportunidades” (Tarrats et al., 2015, p. 129).

#### **a) Percepción de deseabilidad**

La percepción de deseabilidad depende de las normas sociales de su entorno el cual constituye la cultura social. Es la percepción que tiene el sujeto sobre el qué pensarán las personas más importantes y cercanas de su vida sobre la posibilidad de constituir una empresa, es decir si lo verán como deseable o no.

#### **b) Percepción de Viabilidad**

La percepción de viabilidad es la autoeficacia percibida por el individuo.

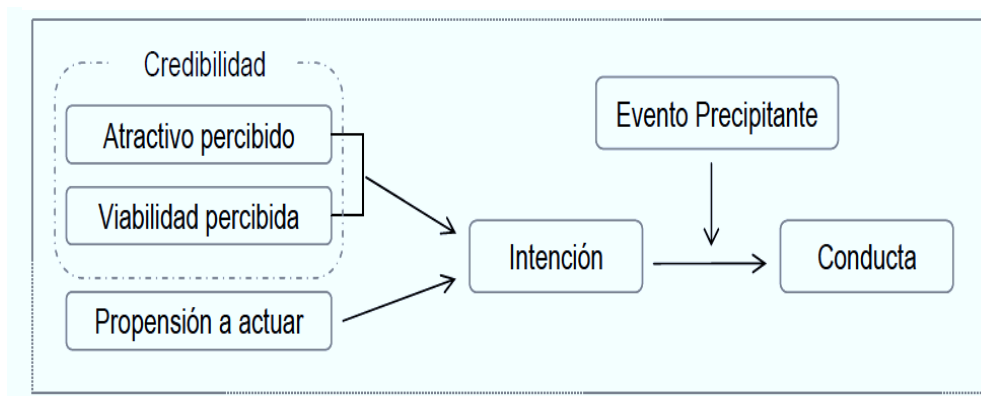
#### **c) Percepción actuar**

La percepción actuar es el elemento precipitador que impulsa al individuo a crear empresa. Shapero (como se citó en Tarrats Pons et al. , 2015) afirma, “El suceso impulsador puede ser negativo, como la pérdida de un puesto de trabajo, mujeres que sufren síndrome del nido vacío, frustración en el trabajo, o positivo como un asenso, ser su propio jefe, herencia e impulso de un amigo” (p.129).

De acuerdo a la literatura se considera a la percepción actuar; como al elemento más robusto y con mayor poder predictivo, toda vez que es el suceso precipitador que incita crear empresa.

**Figura 5**

*Representación del “Modelo de Shapero Evento Emprendedor”.*



*Nota.* La figura muestra el primer modelo de intención emprendedora.

Fuente: RRodríguez Batalla (2015, p.104).

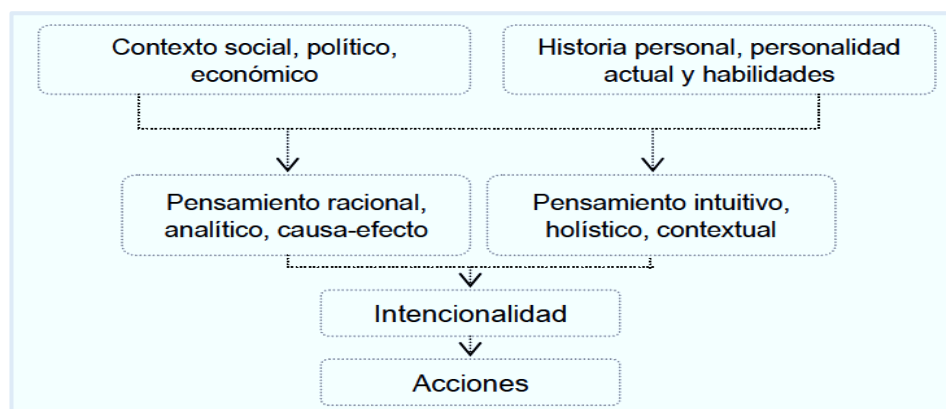
Según al análisis, el modelo de Shapero no recoge los factores exógenos-sociales, asimismo “Se determina que la experiencia previa relacionada con la conducta no tiene un impacto directo en la intención de emprender, sino que ejerce su efecto únicamente a través de la viabilidad percibida” (Rodríguez Batalla, 2015, p. 104).

### 3.2.11.2 Modelo de implementación de las ideas emprendedoras

El modelo es planteado por Bird a fines de los ochenta; según el “Modelo de implementación de las ideas emprendedoras”, en la formación de la intención emprendedora, el contexto social, económico, político y los aspectos personales, interactúan con el pensamiento racional e intuitivo. La intención emprendedora se refiere a la intención de crear empresa o valores para la empresa existente (Bird, 1989).

**Figura 6**

*Modelo de Implementación de las Ideas Emprendedoras.*



*Nota.* La figura muestra las dimensiones del Modelo Teórico de Bird.  
Fuente Rodríguez Batalla (2015, p.105).

La intención emprendedora de crear nuevas empresas o valores para empresas ya existentes, se determina por los siguientes elementos:

**a) Contexto Social**

El contexto social agrupa a factores económicos, políticos y sociales del entorno de la persona que afectan a la generación de empresas (Bird, 1989).

**b) Aspecto Personales.**

Los aspectos personales se refieren a la historia personal, el cual comprende sucesos vividos por los individuos, habilidades o características de personalidad como el locus de control interno o la necesidad del logro.

Para el desarrollo de la intención emprendedora, el modelo resalta la importancia de dos procesos cognitivos; primero el pensamiento racional y analítico, el cual busca relaciones de causa-efecto para desarrollar planes de negocio, analizar oportunidades, adquirir recursos y establecer objetivos. Segundo el pensamiento heurístico, el cual ayuda al emprendedor a tomar una decisión y a seguir una determinada visión de negocio. (Rodríguez Batalla, 2015, p. 100)

Por lo tanto, el modelo de implementación de las ideas emprendedora, a través del aspecto personal señala, que para el desarrollo de intención emprendedora se requiere del proceso cognitivo y del pensamiento divergente del cual depende la solución de problemas de forma creativa y una determinación para seguir una visión de negocio.

### 3.2.11.3 Modelo de la maximización de la utilidad esperada.

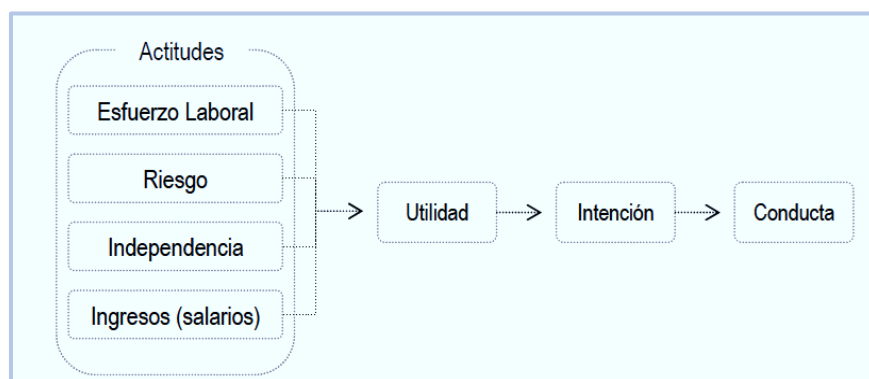
La maximización de la utilidad esperada, se ha formulado por Shepherd y Douglas a fine del siglo XX.

El modelo explica que, la decisión de ser un emprendedor es el producto del deseo de maximizar la utilidad esperada por el individuo. Por lo tanto, la gente elige desarrollar emprendimiento, si el total de utilidad que ellos esperan obtener –vía ingresos, independencia, toma de riesgos, esfuerzo laboral, etc. – es mayor que en la alternativa como empleado. (Rodríguez Batalla, 2015, pp. 106-107)

El modelo, sostiene que la intención emprendedora depende de la utilidad esperada; y la utilidad es condicionada por esfuerzo laboral, riesgo, independencia y salario.

**Figura 7**

*Representación del “Modelo de Douglas y Shepherd”.*



*Nota.* El presente modelo teórico ha obtenido una validez parcial. Fuente: Rodríguez Batalla (2015, p.106).

Finalmente; “Los estudios realizados han confirmado parcialmente la validez de dicho modelo, ya que solo se ha determinado que la actitud

hacia el riesgo e independencia influyen significativa y positiva en la intención de emprender” Douglas (como se citó en Rodríguez Batalla, 2015, p. 107).

#### 3.2.11.4 Modelo de la Teoría de la Acción Planificada

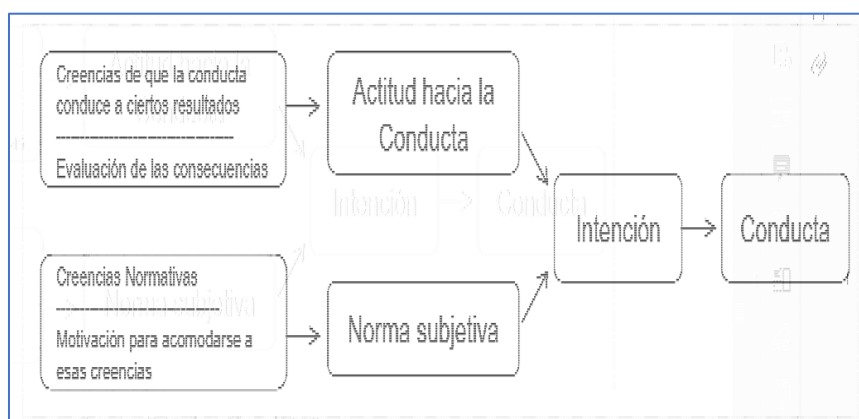
La “Teoría de la Acción Planificada” o también denominado “Teoría del Comportamiento Planificado”, es originario del idioma inglés “Theory of Planned Behavior (TPB)” formulado por el PhD en Psicología Social Icek Ajzen y el PhD en Psicología Martin Fishbein en 1991.

Inicialmente en 1980 Icek Ajzen y Martin Fishbein en su libro “Comprensión de las actitudes y predicción del comportamiento social” examinaron implicaciones para la predicción del comportamiento, a través de su teoría Acción Razonada (TAR).

La TAR de Ajzen y Fishbein, parte de la base de que los seres humanos somos animales racionales que procesamos sistemáticamente la información disponible para llegar a una decisión conductual, es decir, las personas utilizamos la información de forma razonable para enjuiciar y evaluar nuestras decisiones, y consideramos las implicaciones de las acciones antes de decidir si actuar o no. Esta intención se deriva de dos componentes; actitud hacia la conducta y norma Subjetiva. (Rodríguez Batalla, 2015, p. 108)

**Figura 8**

*Representación del Modelo Teórico de la Acción Razonada.*



Fuente: Fishbein y Ajzen (Como se citó en Rodríguez Batalla, 2015, p.108).

Posteriormente en 1988 con el fin de mejorar la TAR, y por no estar exenta de críticas, Icek Ajzen y Martin Fishbein amplían el modelo agregando un componente, “control percibido” el cual llega a ser el 3º competente en la TAR. Si con anterioridad la acción se describía como razonada, ahora se considera como planificada.

Es así que a finales de 1991, Icek Ajzen y Martin Fishbein en su artículo científico “Comportamiento organizacional y procesos de decisión humana” presentan oficialmente la Teoría de la Acción Planificada (TAP).

La Teoría de la Acción Planificada es uno de los modelos más aceptados para explicar la predicción o inclinación de un individuo hacia la creación de una empresa. El modelo ofrece la relación entre los predictores de la intención conductual – actitudes, norma subjetiva y control conductual percibido-, y la intención, así como en la capacidad de esta intención para pronosticar la conducta. (Icek Ajzen, 1991, p. 50)

De acuerdo al modelo teórico, “Las actitudes explican el 50% de la variación en las intenciones y las intenciones explican entre el 25% y el 30% de la variación del comportamiento” (Rodríguez Batalla, 2015, p. 107).

La TAP, propone que la intención de llevar a cabo una conducta, depende de la influencia que tienen sobre ella tres componentes:

- Actitud hacia la conducta.
- Norma subjetiva.
- Control conductual percibido.

#### **a) Actitud hacia la conducta**

La actitud hacia la conducta consiste en la evaluación, favorable o desfavorable, que una persona hace del comportamiento en cuestión.

Kolvereid y Krueger señalan que la actitud hacia la conducta está conformada por las creencias y hace mención aspectos tales como el deseo de ser independiente y el desarrollo personal como elementos

actitudinales que potencian la intención emprendedora. (Ubierna Gomez, 2015, p. 245)

**b) Norma subjetiva**

La norma subjetiva se refiere a la presión social percibida sobre realizar o no una determinada actuación.

Kolvereid (1996) señala que tanto los factores demográficos como del entorno social del emprendedor, son los que inciden en el desarrollo de la intención emprendedora. (Ubierna Gomez, 2015, p. 245)

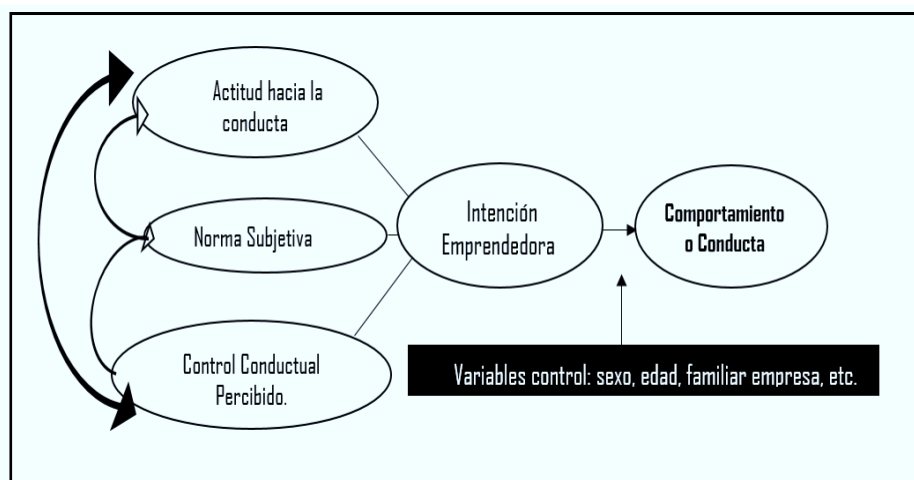
**c) Control conductual percibido**

El control conductual percibido, es la creencia sobre la capacidad que tiene o no la persona para concretizar un emprendimiento.

El control conductual percibido es el control sobre el comportamiento, se refiere a la facilidad o dificultad percibida de llevar a cabo una actuación en virtud de experiencias pasadas, así como la anticipación de dificultades y obstáculos. Bandura indica que este factor hace referencia a la creencia de poseer la capacidad y eficacia para desarrollar un proyecto empresarial. (Ubierna Gomez, 2015, p.246)

**Figura 9**

*Representación del Modelo Teórico Acción Planificada.*



*Nota.* El Modelo Teórico de la Acción Planificada es aplicado en la presente investigación. Fuente: Adaptado de Rodríguez Batalla (215).

Ajzen (como se cito en Ubierna Gomez, 2015) establece como regla general, cuanto más favorable sea la actitud y las normas subjetivas y mayor el control percibido, más fuerte será la intención de un individuo de llevar a cabo una determinada conducta.

### **3.2.12 Modelo Teórico de la Acción Planificada, aplicado a la investigación**

“Debido a que el emprendimiento representa un acto voluntario, planeado e intencional; la utilización de modelos formales de intención emprendedora y factores cognitivos en el estudio del emprendimiento se considera muy adecuado y efectivo” (Rodríguez Batalla, 2015, p.112).

Conforme a lo señalado anteriormente, la investigación tiene por objetivo aplicar el modelo de la Teórico de la Acción Planificada, a los graduados de la Facultad de Administración, con la finalidad de medir la intención emprendedora; el modelo teórico está compuesto por tres elementos:

- Dimensiones: actitud hacia la conducta, norma subjetiva y control conductual percibido.
- Intención conductual (emprendedora).
- Variables de control: datos socio-demográficos y cuarto conducta o comportamiento como resultado.

#### **3.2.12.1 Actitud hacia la conducta, dimensión (1) del Modelo Teórico de la Acción Planificada**

La actitud hacia la conducta es la primera dimensión del modelo TAP. Según el “Modelo de la expectativa-valor de las actitudes”, para Ajzen y Fishbein (como se citó en Laguía et al., 2016):

Las actitudes de una persona están conformadas por la fuerza de cada creencia combinada de forma multiplicativa con su valor subjetivo .Cada creencia asocia la conducta en particular con ciertos resultados u otros atributos, como el coste de llevar a cabo la conducta de emprender. (p.3).

Ajzen hace mención que la actitud refleja una predisposición favorable o desfavorable hacia un objeto; de este modo se interpreta que la persona desarrollará actitudes favorables hacia la conducta de emprender con

consecuencias deseables; o actitudes desfavorables hacia la conducta de emprender con consecuencias no deseables.

Para Fishbein y Ajzen ( como se citó en Rodríguez Batalla, 2015):

Las actitudes individuales hacia el comportamiento están determinadas por valores personales. La actitud se puede definir como aquellas respuestas aprendidas o implícitas, que varían en intensidad, y que tienden a mediar o guiar la evaluación hacia un objeto o concepto. Las actitudes implican una evaluación psicológica hacia el comportamiento dado, y se extiende a la influencia de la deseabilidad sobre la realización del comportamiento. (p.114).

### **Relación entre creencia, actitud y conducta**

Las actitudes se desarrollan a partir de creencias que los individuos tienen acerca de un objeto. Las actitud se forman favorable cuando se cree que obtendrán resultados o consecuencias deseables; asimismo se forma actitud desfavorable cuando asocian con consecuencias no deseables. (Icek Ajzen, 1991, p.114)

Por lo tanto si se conoce las actitudes; se podrá predecir su conducta futura en forma parcial, es decir, si el individuo cree que se genera consecuencias deseables al crear una empresa, la conducta de emprender se predecirá favorablee.

#### **3.2.12.1.1 Componentes de la actitud hacia la conducta**

Dado que las actitudes no dependen únicamente de las creencias, sino también de la evaluación que se realiza sobre dichas creencias; para la medición de esta dimensión se aplica la escala de medida de la creencia sobre la consecuencia de la conducta y la medida de la evaluación de la consecuencia sobre la conducta a realizar, sobre un grupo de seis items:

- “Enfrentarse a nuevos retos
- Crear empleo para otras personas
- Ser creativo e innovado
- Tener altos ingresos económicos

- Asumir riesgos calculados
- Ser propio jefe” (Leguía et al., 2016, p. 8).

Los items utilizados en la presente investigación para los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA, se desarrolló a partir de escalas propuestas por Chen y Liñan en el año 2009. Mismos que fueron validados por estudios superiores de España y Colombia.

### **3.2.12.2 Norma subjetiva, dimensión (2) del Modelo Teórico de la Acción Planificada.**

La segunda dimensión que se integra en el modelo TAP, es la norma subjetiva.

La norma subjetiva puede describirse como “El juicio probabilístico acerca de lo que la mayoría de las personas importantes para el sujeto, piensan sobre la realización de crear empresa” (Icek Ajzen, 1991, p. 50). De acuerdo al análisis se interpreta que la norma subjetiva es el exponente principal de los efectos que ocasionan los factores sociales, y representa la presión social percibida o la influencia del entorno sobre el sujeto. El objetivo de esta dimensión es medir la presión social percibida por el sujeto, el cual condiciona el comportamiento del emprendedor.

Asimismo, la norma subjetiva, se refiere a la percepción sobre si aquello colectivo, que son grupos de referencia, aprobarían la decisión del sujeto de convertirse en empresario o no. Estos colectivos de referencia, de motivación, de reafirmaciones positivas o de apoyo emocional cuando se toman decisiones, para la mayoría son los miembros de la familia más cercana y los mejores amigos. (Rodríguez Batalla, 2015, p.133)

Finalmente, para Ajzen (como se citó en Leguía et al., 2016) “Cuanto más positiva sea la norma subjetiva, mayor será la intención de emprender. De los tres componentes de la TAP, la norma subjetiva es el que tiene un peso más débil” (p.3).



### 3.2.12.2.1 Componentes de la norma subjetiva

La norma subjetiva se compone de dos factores:

**Factor uno:** Creencias normativas que el individuo atribuye a las personas o grupos de referencia, es decir, la opinión que otras personas significativas o referentes mostrarían si el participante decide emprender.

**Factor dos:** Motivación para actuar de forma consistente con los deseos de tales personas referente, es decir, la valoración o importancia que se da a la opinión de estas personas.

Los grupos o personas referente son: familia directa, amigos íntimos y compañeros o colegas” (Rodríguez Batalla, 2015, p.202).

### 3.2.12.3 Control conductual percibido, dimensión (3) del Modelo Teórico de la Acción Planificada.

El Control Conductual Percibido (CCP) es la tercera dimensión del Modelo Teórico de la TAP; “Hace referencia a la facilidad o dificultad que percibe la persona para realizar una conducta” (Icek Ajzen, 1991, p.134).

El control conductual percibido se trata de la creencia que tiene el individuo sobre su capacidad para ejecutar con éxito determinadas conductas. Es decir, cuando mayor sea el número de recursos y oportunidades que perciban y menor el número de obstáculos que se anticipen, mayor será el control conductual percibido. (Leguía et al., 2016, pp. 3-4)

El CCP, determina si la conducta de la persona es influenciada por la confianza que tiene sobre su capacidad para ejecutar acciones de emprendimiento. Las investigaciones demuestran que el CCP es el componente de mayor peso por ser un predictor de la conducta.

### 3.2.12.3.1 Componentes del control conductual percibido (CCP)

El CCP está estructurado por los siguientes componentes independientes:

#### a) Autoeficacia Percibida.

La autoeficacia percibida entendida como autoeficacia emprendedora, hace referencia a la capacidad que una persona percibe en sí misma para



movilizar recursos y llevar a cabo acciones Krueger (como se citó en Rodríguez Batalla, 2015).

Para Bandura (1997), “La autoeficacia percibida son los juicios que cada individuo tiene sobre sus capacidades, en base a los cuales organizará sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado” (p.45).

La autoeficacia emprendedora es un constructo potente, ya que la confianza del sujeto sobre sus habilidades, condiciona la decisión de crear o no una empresa. Se mide a través de 13 ítems y tiene por objetivo calcular las creencias personales sobre las habilidades y capacidades de control.

- Definición de idea de negocio.
- Plan de negocio.
- Trámites administrativos y burocrático para la creación de la empresa.
- Relación favorable con inversores potenciales y bancos.
- Trabajo sujeto presión, conflicto y estrés.
- Reconocimiento de oportunidades en el mercado.
- Selección del personal.
- Relación con personas claves para obtener capital
- Tolerancia frente a cambios de las condiciones del negocio.
- Identificación de recursos de financiamiento de la empresa
- Creación de productos.
- Persistencia frente a la adversidad en el negocio.
- Formación de asociaciones o alianzas empresariales

#### **b) Controlabilidad Percibida**

La Controlabilidad se define “Como las creencias acerca del control que tiene el sujeto sobre la conducta. En este modelo, la autoeficacia y la controlabilidad son dos componentes separados, y evaluados por diferentes indicadores que forman el concepto de orden superior control conductual percibido” (Morian, 2005, p. 5).

La controlabilidad se evalúa con cuatro ítems, con la finalidad de determinar el grado que el sujeto que cree ser capaz de realizar actividades referentes a emprendimiento.

- “Control sobre el hecho de crear un negocio



- Control sobre la gestión de la Empresa
- Control sobre las circunstancias externas
- Control sobre la decisión de crear la empresa” (Rodríguez Batalla, 2015, p. 134).

Finalmente de acuerdo al análisis de las investigaciones del modelo TAP, se determina que la dimensión 1 de la TAP (norma subjetiva) representa los efectos de los factores sociales; la dimensión 2 de la TAP (actitud hacia la conducta) representa los efectos psicológicos individuales frente a la presión social; y la dimensión 3 (control conductual percibido) responde a los efectos psicológicos frente a la confianza de uno mismo.

### 3.2.13 Conducta y resultados conductuales

El objetivo último del modelo de intención emprendedora, no es únicamente predecir la intención, sino también la comprensión de la conducta. Según la Real Academia de la Lengua Española la conducta o comportamiento es la manera con que las personas se comportan en su vida y acciones.

Finalmente, es importante establecer la distinción entre conducta y resultados conductuales, es decir, la diferencia entre el comportamiento propiamente dicho y los sucesos que siguen a ese comportamiento y, que dependen de las habilidades del sujeto como de otros factores ajenos a él. *Por ejemplo, en las intenciones conductuales como la de emprender, el modelo predice la conducta – crear una nueva empresa o establecerse por cuenta propia, pero no los resultados conductuales – éxito o fracaso-*. (Rodríguez Batalla, 2015, p. 122)

### 3.3 Marco conceptual

#### a) Emprendedor

Es la persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar oportunidades. Así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto (Sánchez Galán, 2022).

#### b) Proceso emprendedor

Es el proceso emprendedor, es un conjunto de etapas y eventos que se puede analizar como un proyecto para la concepción de un propósito determinado, donde se tiene que combinar recursos humanos, físicos y financieros (Rodríguez Batalla, 2015).

#### c) Etapa temprana de emprendimiento

La etapa temprana de emprendimiento “Es el emprendimiento establecido que, tienden a ser desarrollados por personas más jóvenes. Al respecto, la edad promedio de los emprendedores del Perú en etapa temprana es de 36 años” (Universidad ESAN, 2018, p. 41).

#### d) Espíritu emprendedor

El espíritu emprendedor es la “Motivación y la capacidad que tiene una persona, ya sea de forma independiente o dentro de una empresa u organización, de identificar una oportunidad y luchar por ella, de llevar a cabo cambios, de reaccionar con intuición, flexibilidad y apertura” (Soto, 2020, p. 1).

#### e) Sentido de oportunidad

Consiste en que el “Emprendedor identifica necesidades, problemas y tendencias de las personas que viven a su alrededor y trata de concebir alternativas de satisfacción o solución según sea el caso” (Sánchez, 2020, pág. 2).

#### f) Cohorte

Grupo de individuos que comparten una característica común, como el año de graduación.



**g) Rasgos**

Es un prototipo expresado que hace que cada persona se diferencie del comportamiento o característica neuro-psíquica. Los rasgos se pueden observar mediante la conducta (Universidad Rafael Lándivar, 2015).

**h) Entrepreneur**

El entrepreneur es un término francés que hace referencia a aquellas personas que crean y desarrollan ideas de negocio bajo riesgo propio económico.

**i) Neuroticismo**

Neuroticismo es la inestabilidad emocional y la experiencia de estados emocionales negativos. El neurótico es un individuo ansioso, malhumorado y usualmente deprimido (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008).

**j) Extraversión**

La extraversión implica aspectos como asertividad y el dinamismo. Los extravertidos son personas sociables y amantes de la aventura y el riesgo (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008).

**k) Apertura**

La apertura refleja el mantenimiento de valores e ideas no tradicionales, una persona caracterizada por la apertura se relaciona especialmente con aspectos intelectuales (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008).

**l) Amabilidad**

La amabilidad o afabilidad, se caracteriza por ser fundamentalmente altruista y simpatiza con los demás y está dispuesto ayudar (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008).

**m) Responsabilidad**

La responsabilidad, incluye la tendencia al sentido del deber, a la organización, el orden, la búsqueda de objetivos, la autodisciplina y la eficiencia (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008).



**n) Actitud hacia la conducta**

La actitud hacia la conducta consiste en la evaluación, favorable o desfavorable, que una persona hace del comportamiento en cuestión (Ubierna Gomez, 2015).

**o) Norma Subjetiva**

La norma subjetiva se refiere a la presión social percibida sobre realizar o no una determinada actuación (Ubierna Gomez, 2015).

**p) Control conductual percibido**

El control conductual percibido, es la creencia sobre la capacidad que tiene o no la persona para concretizar un emprendimiento (Ubierna Gomez, 2015).

**q) SISGRA**

El SISGRA es el Sistema Informático de Seguimiento a Graduados de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac (UNAMBA, 2022).



## CAPÍTULO IV

### METODOLOGÍA

#### 4.1 Tipo y nivel de investigación

##### 4.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo Científica Básica, toda vez que ha tenido el propósito de buscar ampliar y profundizar el caudal del conocimiento científico a través de la aplicación de dos teorías científicas: Modelo de los Cinco Grandes de Costa, McCrae y Goldberg y la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen y Fishbein.

El tipo de investigación se determinó de acuerdo a lo señalado por Charaja Cutipa (2018), donde afirma que “La investigación Científica Básica, no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos. Su objeto son las teorías científicas” (p.25). Así mismo, según Ñaupas et al. (2018):

La investigación pura, básica o sustantiva, recibe el nombre de pura porque en efecto no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la simple curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos, es como dicen otros el amor de la ciencia por la ciencia; se dice que es básica por qué sirve de cimiento a la investigación aplicada o tecnológica; y fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia” (p.134).

##### 4.1.2 Nivel de investigación

La presente investigación es de nivel correlacional explicativo; por ser de mayor profundidad, en la que no solo se describió, sino realizó relación y grados de asociación y a la vez mediante los resultados aporta información explicativa, asimismo prueba hipótesis con diseño ex post-facto, donde no se puede manipular las variables mas sí medir. El nivel de investigación, se fundamentó de acuerdo al postulado de Hernández et al. (2014), donde señala que:



La investigación de nivel correlacional, tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos o variables. Así mismo tiene un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa. (p. 98)

#### **4.2 Método de investigación**

La presente investigación es de método deductivo y cuantitativo, puesto que inició con el análisis de dos modelos teóricos para obtener explicaciones particulares. Asimismo se fundamenta en la medición de variables para determinar la influencia.

El método de investigación se estableció, tomando en cuenta a Bernal (2010) donde afirma que , “El método deductivo consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (p.60).

Por otra parte, el método de investigación en ciencias sociales, es el cuantitativo o método tradicional, bajo esa premisa para Bernal (2010):

El método cuantitativo se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (p.60)

#### **4.3 Diseño de investigación**

La presente investigación es de diseño de investigación no experimental de tipo transversal; toda vez que no realizó manipulación de las variables; y recopiló datos en un momento único.

El diseño de investigación utilizado en la presente investigación, se respalda en lo manifestado por Hernandez et al. (2014) donde señala que, “El diseño no experimental para investigaciones cuantitativas, son los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152). Así mismo Charaja Cutipa (2018) plantea que el diseño no experimental recoge datos tal como se presenta el fenómeno o evento en la realidad sin la intervención del investigador y su medición es solo una vez.



Por otra parte, el tipo de diseño no experimental, se clasifica en transaccionales y longitudinales. Para Hernandez (2014):

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. (p. 154)

#### **4.4 Población y muestra**

##### **4.4.1 Población**

Para Arias (2016), “La población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (p.81). Así mismo la “Población finita, es la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades” (Arias, 2016, p. 82).

De acuerdo a lo señalado anteriormente, la presente investigación, presentó una población tipo finita, toda vez que se conoció la cantidad de unidades de estudio y existe un registro de documental de dichas unidades.

En ese contexto, en la investigación la población fue el conjunto de Bachilleres de Ciencias Administrativas de la Facultad de Administración (sede Abancay y filial Cotabambas) de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, se ha considerado a graduados de las promociones 2019 y 2020 que en total ascienden a 196 graduados en Ciencias Administrativas; la cantidad de graduados se precisa según la base de datos del sistema SISGRA de la Oficina de Seguimiento del Graduado y según los archivos y acervo documental de la Unidad de Grados y Títulos – UNAMBA.



**Tabla 8**

*Población*

| Código de Programa de Estudios | Programa       | Periodo Académico |              |
|--------------------------------|----------------|-------------------|--------------|
|                                |                | 2019              | 2020         |
| P01                            | Administración | 120 graduados     | 76 graduados |

*Nota.* La tabla muestra el total de graduados bachilleres en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, de los años 2019 y 2020. Fuente: Oficina de Seguimiento del Graduado y Unidad de Grados y Títulos UNAMBA (2021).

$N \Rightarrow$

N= 196

#### 4.4.2 Muestra

La muestra es la representación de la población; según Arias (2016), “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). Bajo esa premisa la muestra representativa fueron **131 graduados en Ciencias Administrativa** de la UNAMBA.

#### Procedimiento para hallar la muestra.

1º Determinar:

- Nivel de confianza: 95% de confiabilidad
- Margen de error: 0,05 (5%) porque la confiabilidad asumida es del 95%.
- Valores Estadísticos de la Población: N=196

2º Aplicación de la fórmula por razones de confiabilidad.

Donde:

n: tamaño de muestra.

N: Población: 196

p: probabilidad de éxito (0.5)

q: probabilidad de fracaso (0.5)

Z: nivel de confianza. (1,96)

E: margen de error (0.05) (5%)

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

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(1-0,5)196}{(0,05)^2 (196-1) + 1,96^2 (0,5)(1-0,5)} \Rightarrow n = 131$$



#### **4.4.3 Muestreo**

El muestreo es el procedimiento que se va utilizar para conformar la muestra. En ese contexto, la investigación aplicó el tipo de muestreo probabilístico, toda vez que se va elegir al azar los elementos constituyentes de la muestra (Charaja Cutipa, 2018).

#### **4.4.4 Técnica del muestreo**

Dentro del muestreo probabilístico, se aplicó la técnica: muestreo aleatorio simple, toda vez que cada graduado de la población tiene igual posibilidad de ser incluida en la muestra (Charaja Cutipa, 2018).

### **4.5 Técnicas e instrumentos**

#### **4.5.1 Técnica para la aplicación del instrumento**

El presente estudio aplicó la técnica de encuesta escrita, toda vez que se obtuvo información de los graduados en un momento único y mediante cuestionario y test. La determinación de la técnica es respaldado por Arias (2016), quien afirma que “La encuesta es un técnica que obtiene información de un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, en un momento único” (p. 72).

#### **4.5.2 Instrumentos**

El instrumento, es todo aquel que tiene como objetivo la recolección de datos y debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad (Hernández et al., 2014). En ese contexto, la presente investigación aplicó 2 instrumentos: cuestionario y test.

##### **4.5.2.1 Instrumento para variable independiente**

El instrumento para la variable rasgos de personalidad, fue el Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos.

- Autor inicial del Test o del Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI: Costa y McCrae (1992).
- Última validación y adaptación del Test para Europa: TEA Ediciones S.A (2008).



- Test validado para Perú, en estudiantes universitarios: Patricia Martínez Uribe y Mónica Cassaretto Bardales de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2011).
- Base Teórica: Modelo Teórico de los Cinco Grandes de Costa, McCrae y Goldberg
- Escala de medición: Escala de tipo Likert
- Ficha Técnica de Inventario Cinco Factores NEO-FFI: Ver Anexo B.
- Test completo de 60 ítems: Ver Anexo C.

#### **4.5.2.2 Instrumento para variable dependiente**

El instrumento para la variable intención emprendedora, fue el Cuestionario de Intención Emprendedora, Adaptado”.

- Autor inicial: Liñán y Chen (2009)
- Adaptado y Validado para España: Rodríguez y Moriano (2015).
- Adaptado y validado para graduados de UNAMBA: Se ha adaptado y validado mediante la presente investigación (2021).
- Base Teórica: Teoría de la Acción Planificada de los autores Ajzen y Fishbein.
- Escala de medición: Escala de tipo Likert
- Cuestionario completo de 35 preguntas: Ver Anexo E.

### **4.6 Estadísticos de investigación**

Para la clasificación, codificación y/o tabulación y análisis de datos de la investigación, se aplicó el software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0.



## CAPÍTULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIONES

#### 5.1 Análisis de resultados

En el presente capítulo se da conocer y divulgar los resultados de la investigación. “Por tanto, en ella se expone tres puntos, en primer lugar, exponer dichos resultados de manera ordenada, clara, detallada y global, y no individual en el caso de poblaciones” (Aceituno et al., 2021, p. 27).

En segundo lugar, “Se enjuicia críticamente la validez y fiabilidad de los resultados en cuestión, se analiza la renuncia a cualquier hipótesis inicial no satisfactoria. En tercer lugar, se realiza un análisis del modo más detenido posible” (Aceituno et al., 2021, p. 27).

##### 5.1.1 Presentación y fiabilidad de los instrumentos aplicados

###### 5.1.1.1 Presentación de los Instrumentos.

El trabajo de investigación; Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Está compuesto por dos variables y cada uno de ellos medidos por un instrumento, por consiguiente, para la variable independiente rasgos de personalidad, se usó el Test: Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos, y para la variable dependiente intención emprendedora, se usó el Cuestionario de Intención Emprendedora, Adaptado.



**Tabla 9**

*Presentación del Test*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Variable Independiente:</b> Rasgos de Personalidad</p> <p><b>Instrumento:</b> Test: Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autor inicial del Test: Costa y McCrae (1992).</li> <li>- Última validación y adaptación del Test para Europa: TEA Ediciones S.A (2008).</li> <li>- Test validado para Perú, en estudiantes universitarios: Patricia Martínez Uribe y Mónica Cassaretto Bardales de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2011).</li> <li>- Base Teórica: Modelo Teórico de los Cinco Grandes de Costa, McCrae y Goldberg</li> <li>- Escala de medición: Escala de tipo Likert del 1 al 5.</li> <li>- Ficha Técnica: Ver Anexo B.</li> </ul> <p>Test completo de 60 ítems: Ver Anexo C.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Nota.* Información del test, tomados de Martínez y Casareto (2011).

**Tabla 10**

*Presentación del Cuestionario*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Variable Dependiente:</b> Intención Emprendedora.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario de Intención Emprendedora, Adaptado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autor inicial del Cuestionario: Liñán y Chen (2009)</li> <li>- Cuestionario adaptado y Validado para España: Rodríguez y Moriano (2015).</li> <li>- Cuestionario adaptado y validado para graduados de UNAMBA: Se ha validado por juicio de expertos y por confiabilidad (encuesta piloto), por quien suscribe (2021) – Ver Anexo F y Anexo G.</li> <li>- Base Teórica: Teoría de la Acción Planificada de los autores Ajzen y Fishbein.</li> <li>- Escala de medición: Escala de tipo Likert del 1 al 5.</li> <li>- Cuestionario completo de 35 preguntas: Ver Anexo E.</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Nota.* Información del cuestionario, tomados de Rodríguez y Moriano (2011).

En la presente investigación se contó con una población tipo finito de 196 graduados de Administración y se aplicó ambos instrumentos a una muestra representativa de 131 graduados en Ciencias Administrativas de la Facultad de

Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Para el instrumento Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos (de aquí en adelante Test NEO-FFI) se consideró 60 ítems y para el instrumento Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado (De aquí en adelante Cuestionario CIE) se consideró 35 ítems, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

**Tabla 11**

*Distribución de los ítems de los instrumentos*

| Variable                      | Dimensiones                  | Ítems del Test NEO FF-I                                            |
|-------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>Rasgos de personalidad</b> | Neuroticismo                 | 1,6, 11,16,21, 26,31,36, 41,46,51,56                               |
|                               | Extraversión                 | 2,7,12,17,22 ,27,32, 37,42,47, 52,57                               |
|                               | Apertura                     | 3,8,13,18,23, 28,33,38, 43,48,53,58                                |
|                               | Amabilidad                   | 4,9,14,19,24,29, 34,39,44, 49,54,59                                |
|                               | Responsabilidad              | 5,10,15,20,25,30,35,40,45,50,55, 60                                |
| Variable                      | Dimensiones                  | Ítems del Cuestionario CIE                                         |
| <b>Intención emprendedora</b> | Actitud hacia la conducta    | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12                              |
|                               | Norma subjetiva              | 13, 14, 15, 16, 17, 18                                             |
|                               | Control conductual percibido | 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de medición e interpretación.

**Tabla 12**

*Baremación y escala de interpretación, de las dimensiones de la Variable Rasgos de Personalidad.*

| Dimensiones             | Valores | Interpretación | Escala de valoración           |
|-------------------------|---------|----------------|--------------------------------|
| <b>Neuroticismo,</b>    | 12 - 21 | Muy bajo       | ETD: En total desacuerdo (1).  |
| <b>Extraversión,</b>    | 22 - 31 | Bajo           | ED: En desacuerdo (2).         |
| <b>Apertura,</b>        | 32 - 41 | Medio          | N: Neutral (3).                |
| <b>Amabilidad y</b>     | 42 - 51 | Alto           | DA: De acuerdo (4).            |
| <b>Responsabilidad.</b> | 52 - 60 | Muy alto       | TA: Totalmente de acuerdo (5). |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021).

**Tabla 13**

*Baremación y escala de interpretación de la Variable Intención Emprendedora.*

| Variable  | Valores   | Interpretación | Escala de valoración                   |
|-----------|-----------|----------------|----------------------------------------|
|           | 35 - 81   | Bajo           | TA: Totalmente de Acuerdo (1).         |
| Intención | 82 - 128  | Medio          | ED: En desacuerdo (2).                 |
| emprende- | 129 - 175 | Alto           | N: Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3). |
| dora      |           |                | DA: De acuerdo (4).                    |
|           |           |                | TA: Totalmente de acuerdo (5).         |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021).

#### 5.1.1.2 Fiabilidad de los Instrumentos.

La fiabilidad nos indica el índice de consistencia, donde nos permite medir si un instrumento tiene la fiabilidad suficiente para ser aplicado, si su valor está por debajo de 0.6 el instrumento que se está evaluando, presenta una variabilidad heterogénea en sus ítems y por tanto nos llevará a conclusiones equivocadas. Como primer paso, para determinar el nivel de confiabilidad de cada instrumento, se consideró la siguiente tabla:

**Tabla 14**

*Nivel de Confiabilidad*

| Valores        | Nivel                  |
|----------------|------------------------|
| De -1 a 0      | No es confiable        |
| De 0.01 a 0.49 | Baja confiabilidad     |
| De 0.50 a 0.75 | Moderada confiabilidad |
| De 0.76 a 0.89 | Fuerte confiabilidad   |
| De 0.90 a 1.00 | Alta confiabilidad     |

*Nota.* La tabla muestra los valores y niveles de confiabilidad. Fuente: Hogan (2004).

Como segundo paso, para establecer los valores de confiabilidad, se ha determinado el coeficiente de Alfa de Cronbach por cada instrumento de variable, el cual se trabajó mediante el software estadístico IBM SPSS Statistics 25.0 y Excel, cuyo resultado fue el siguiente:

**Tabla 15**

*Estadísticas de fiabilidad con Alfa de Cronbach, para cada instrumento de variable*

| Variable               | N de elementos | Alfa de Cronbach |
|------------------------|----------------|------------------|
| Rasgos de personalidad | 60             | 0.710            |
| Intención emprendedora | 35             | 0.947            |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.710 y 0.947; por lo que se establece; que el instrumento “Test: Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos” tiene una moderada confiabilidad; y el instrumento “Cuestionario de Intención Emprendedora, Adaptado” tiene una alta confiabilidad, eso quiere decir que ambos instrumentos son fiables para el procesamiento de los datos.

### 5.1.2 Prueba de normalidad

Para poder elegir la prueba correlacional de las hipótesis planteadas, se debe de evaluar la normalidad de la muestra, para esto se usará la prueba de Kolmogorov Smirnov.

Las hipótesis para la prueba de normalidad:

$H_0$ : Los datos analizados siguen una distribución normal.

$H_1$ : Los datos analizados no siguen una distribución normal.

Nivel de significación:  $\alpha = 0,05 = 5\%$

**Tabla 16**

*Estadísticos de prueba Kolmogorov Smirnov*

| Variable               | Sig.  |
|------------------------|-------|
| Intención emprendedora | 0.200 |
| Rasgos de personalidad |       |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

De acuerdo a la sigma obtenida en la prueba; se determina que la Sig. = 0.200 es mayor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula  $H_0$ : Los datos analizados siguen una distribución normal y se determina que la muestra es paramétrica, por lo tanto, se debe de usar la prueba de Pearson para las hipótesis.

### 5.1.3 Resultado de frecuencia de Datos Sociodemográficos

Los graduados encuestados, son quienes han obtenido el grado académico de bachiller Ciencias Administrativas de la Facultad de Administración - Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac., en los años 2019 y 2020.

#### a) Sexo

En tabla N° 17 y figura N° 10, se observa las frecuencias del sexo de los de los graduados en Ciencias Administrativas donde en su mayoría con 63.64% son del género femenino y el 36.36% son del género masculino.

**Tabla 17**

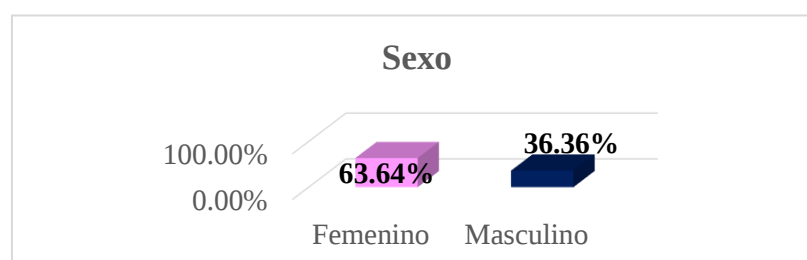
*Sexo*

| Sexo      | F   | %       |
|-----------|-----|---------|
| Femenino  | 84  | 63,64%  |
| Masculino | 48  | 36,36%  |
| Total     | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 10**

*Sexo.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración

## b) Edad

En tabla N° 18 y figura N° 11 se observa la distribución de frecuencias sobre la edad de los graduados en Ciencias Administrativas, donde en su mayoría con 83.33% tienen entre 22 a 30 años, con 15.15% tienen más de 30 años y con 1.52% son menores a 21 años.

**Tabla 18**

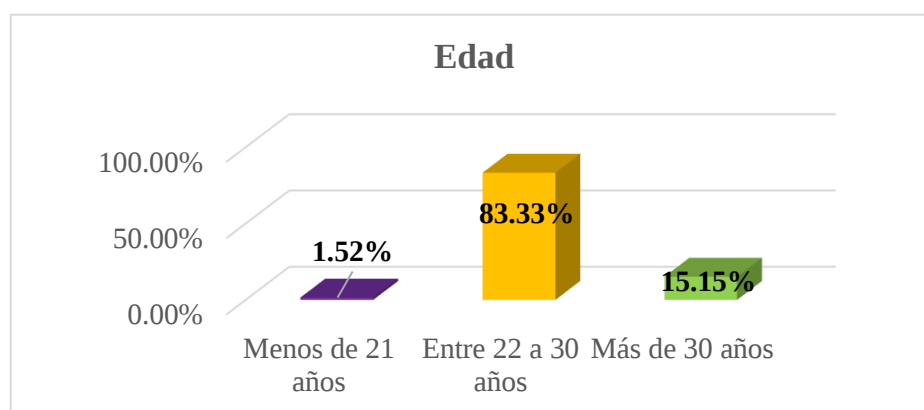
*Edad*

| Edad               | F   | %       |
|--------------------|-----|---------|
| Menos de 21 años   | 2   | 1,52%   |
| Entre 22 a 30 años | 110 | 83,33%  |
| Más de 30 años     | 20  | 15,15%  |
| Total              | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 11**

*Edad*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**c) Año de obtención del grado a académico de bachiller**

En tabla N° 19 y figura N° 11 se observa las frecuencias del año de obtención del grado académico de bachiller de los encuestados, donde en su mayoría con 65.91% han obtenido su grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas en el año 2019 y con 34.09% en el año 2020.

**Tabla 19**

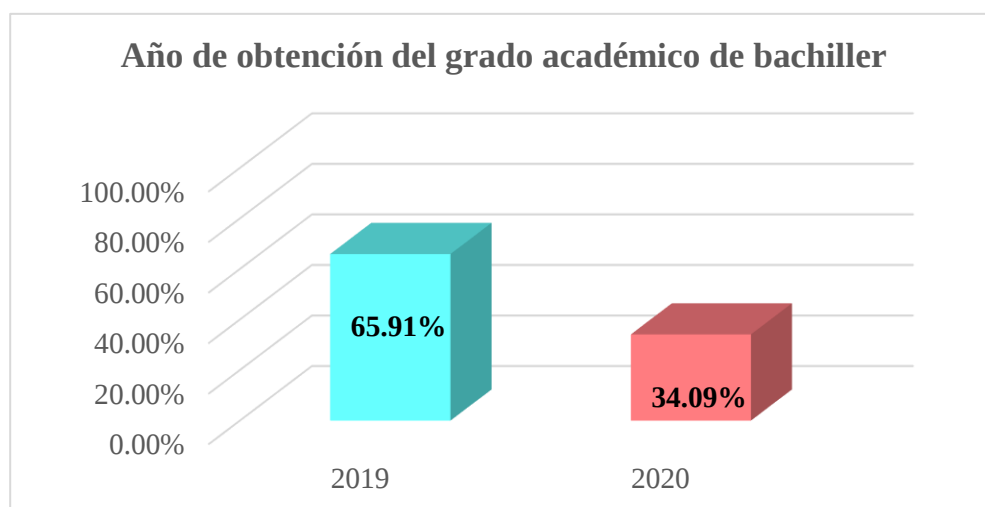
*Año de obtención del grado académico de bachiller*

| Año de obtención del grado académico de bachiller. | F   | %       |
|----------------------------------------------------|-----|---------|
| 2019                                               | 87  | 65,91%  |
| 2020                                               | 45  | 34,09%  |
| Total                                              | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 11**

*Año de obtención del grado académico de bachiller.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**d) Sector en el que el graduado desarrollaría un emprendimiento**

En tabla N° 20 y figura N° 12 se observa las frecuencias del sector en el que los graduados en Ciencias Administrativas desarrollarían un emprendimiento; por consiguiente se evidencia que los graduados en su mayoría con el 62.12% desarrollarían emprendimiento en el sector servicios, el 19.70% desarrollaría emprendimiento en el sector primario (agricultura, ganadería, pesca y minería) y un minoría que es el 18.18% desarrollaría emprendimiento en el sector industrial (transformación de bienes).

**Tabla 20**

*Sector en el que desarrollaría un emprendimiento*

| Sector en el que desarrollaría un emprendimiento | F   | %       |
|--------------------------------------------------|-----|---------|
| Sector primario                                  | 26  | 19,70%  |
| Sector industrial                                | 24  | 18,18%  |
| Sector servicios                                 | 82  | 62,12%  |
| Total                                            | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 12**

*Sector en el que desarrollaría un emprendimiento.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM

SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**e) Situación laboral y actual del graduado en Ciencias Administrativas**

En tabla N° 21 y figura N° 13 se observa las frecuencias de la actividad laboral de los graduados en Ciencias Administrativas, que en su mayoría el 57.58% de graduados tiene actividad laboral, el 23.48% no cuenta con actividad laboral y por último, el 18.94% tiene actividad laboral recurrente (eventual).

**Tabla 21**

*Actividad laboral actual*

| Actividad laboral                           | F   | %       |
|---------------------------------------------|-----|---------|
| Con actividad laboral                       | 76  | 57,58%  |
| Con actividad laboral recurrente (eventual) | 25  | 18,94%  |
| Sin actividad laboral                       | 31  | 23,48%  |
| Total                                       | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 13**

*Actividad laboral actual.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**f) Sector donde labora el graduado de Ciencias Administrativas**

En tabla N° 22 y figura N° 14 se observa las frecuencias del sector laboral al que pertenecen los graduados con actividad laboral, en su mayoría el 43.56% de graduados que se encuentran laborando pertenecen al sector público, el 33.66% pertenece al sector privado independiente, y por último, con minoría el 22.77% se encuentra laborando en un sector privado dependiente.

**Tabla 22**

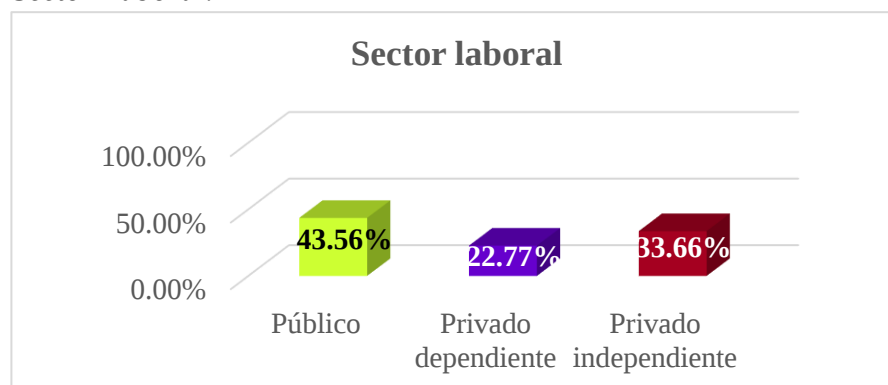
*Sector Laboral*

| Sector laboral        | F   | %       |
|-----------------------|-----|---------|
| Público               | 44  | 43,56%  |
| Privado dependiente   | 23  | 22,77%  |
| Privado independiente | 34  | 33,66%  |
| Total                 | 101 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 14**

*Sector Laboral.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**g) Empresas creadas por los graduados, posterior a la obtención del grado académico de bachiller.**

En tabla N° 23 y figura N° 15 se observa las frecuencias sobre la creación de empresa, donde se evidencia que en su mayoría considerable el 71.97% de graduados no han constituido empresa, posterior a la obtención de su grado académico de bachiller; mientras el 28.03% si lo ha realizado posterior a la obtención del grado académico de bachiller.

**Tabla 23**

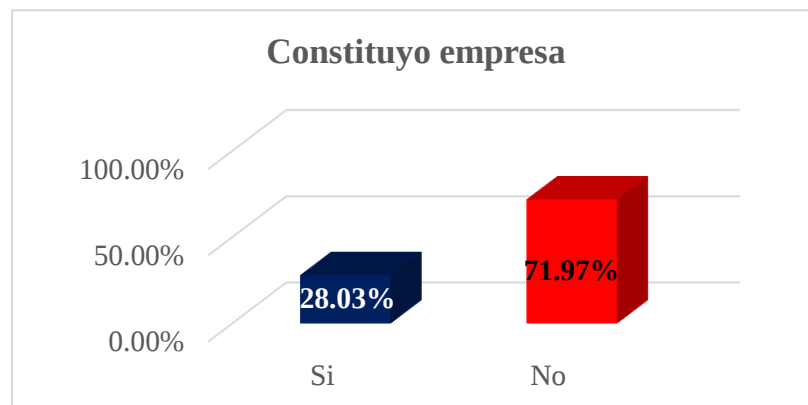
*Constituyo su Empresa*

| Constituyo empresa | F   | %       |
|--------------------|-----|---------|
| Si                 | 37  | 28,03%  |
| No                 | 95  | 71,97%  |
| Total              | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 15**

*Constituyo su Empresa.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

#### **h) Vigencia actual de las empresas creados por los graduados**

En tabla N° 24 y figura N° 16 se observa las frecuencias de la vigencia de las empresas que constituyeron los graduados, que en mayoría con 62.16% las empresas a la actualidad año 2021 sí están vigentes, mientras que el 37.84% de empresas a la actualidad 2021 no se encuentran vigentes.

**Tabla 24**

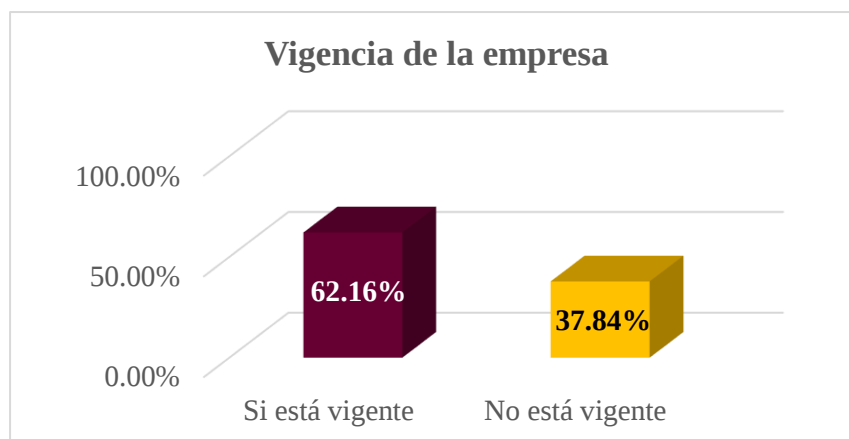
*Vigencia de la empresa*

| Vigencia de la empresa | F  | %       |
|------------------------|----|---------|
| Si está vigente        | 23 | 62,16%  |
| No está vigente        | 14 | 37,84%  |
| Total                  | 37 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 16**

*Vigencia de la empresa.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

#### 5.1.4 Resultados de frecuencia de Rasgos de Personalidad

Los graduados encuestados, han sido los que obtuvieron el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas de la Facultad de Administración - Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en los años 2019 y 2020, En el trabajo de investigación para poder determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora; se ha tenido que medir las dimensiones de los rasgos de personalidad en los graduados de Ciencias Administrativas, mediante la aplicación del Modelo de los Cinco Grandes Factores de Personalidad de los autores Costa y McCrae y mediante la aplicación del test denominado “Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos”.

El modelo teórico de Cinco Factores de Personalidad de Costa y McCrae, evalúa y mide el nivel de los cinco rasgos o dimensiones de la personalidad, mas no mide los rasgos de personalidad como un todo ni la personalidad en general; toda vez que no existe personalidad alta, media o baja.

“Los rasgos o dimensiones de personalidad a evaluar en los graduados son: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad. Cada una de estas dimensiones está caracterizada por seis factores de personalidad” (Moya et al., 2004, p. 2).

**a) Neuroticismo – Dimensión uno de Rasgos de Personalidad**

En tabla N° 25 y figura N° 17 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión neuroticismo de la variable rasgos de personalidad; la mayoría de los graduados que es el 56.82% presentan un nivel de neuroticismo medio, el 34.85% de graduados presenta un nivel de neuroticismo bajo, también se observa que un 6.82% de graduado tienen un nivel de neuroticismo alto, asimismo, se aprecia en su minoría que el 1.52% de graduados tienen un nivel de neuroticismo muy bajo. Finalmente se evidencia que ningún graduado encuestado presenta un nivel muy alto de neuroticismo.

**Tabla 25**

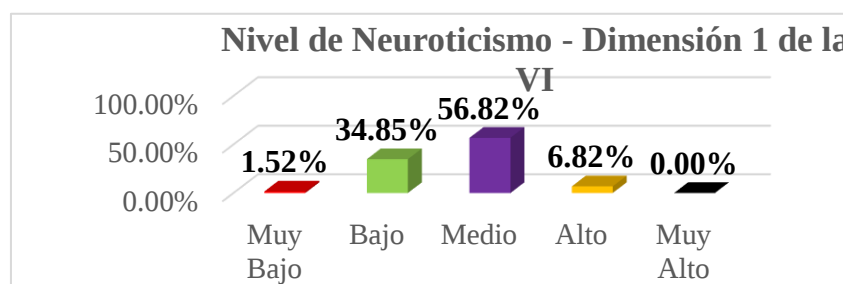
*Nivel de Neuroticismo*

| Neuroticismo | F   | %       |
|--------------|-----|---------|
| Muy Bajo     | 2   | 1,52%   |
| Bajo         | 46  | 34,85%  |
| Medio        | 75  | 56,82%  |
| Alto         | 9   | 6,82%   |
| Muy Alto     | 0   | 0,00%   |
| Total        | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 17**

*Nivel de Neuroticismo.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### **Interpretación:**

**Prototipo:** Paciente neurótico.

**Quienes puntúan alto y muy alto en el neuroticismo**, presentan tendencias a experimentar nerviosismo, preocupación, tienden a ser aprehensivos, inestables, sensibles, inseguros, hipocondríacos, tensos, sienten miedo, triste y vulnerabilidad. Así mismo, las puntuaciones altas en el neuroticismo indican que los sujetos que así puntúan son más propensos a tener ideas menos racionales, son menos capaces que los demás de controlar sus impulsos y de enfrentarse al estrés. (Manga y Astorga, 2016)

**Quienes puntúan moderadamente en el neuroticismo**, presentan algunas veces o en ocasiones algunas tendencias que caracterizan al paciente neurótico que puntúa alto. Probablemente el 56.82% de los graduados que son una mayoría considerable presentan neuroticismo medio, a razón de la presión social, económica y sanitaria causados por la pandemia del Covid-19 (SARS-CoV-2.), que se viene atravesando a nivel mundial. Así mismo, estos altos porcentaje de neuroticismo posiblemente respondan al último reporte de la OMS (2020), donde señala que la epidemia silenciosa de la depresión y la ansiedad viene afectando a las Américas y va incrementándose potencialmente durante la pandemia.

**Quienes puntúan bajo y muy bajo en el neuroticismo**, tienden a ser calmados, relajados, estables, seguros, auto controlados, fuertes emocionalmente y equilibrados. Así mismo Lo contrario a un neurótico, es un individuo tranquilo, de igual humor, controlado y despreocupado. (Manga y Astorga, 2016)

El neuroticismo está compuesto por seis rasgos específicos: ansiedad, hostilidad, depresión, ansiedad social, Impulsividad y vulnerabilidad; el nivel de dichos rasgos depende positivo y directo del nivel o grado de neuroticismo que presenta el sujeto. (TEA Ediciones, S.A., 2008)

### **b) Extraversión – Dimensión dos de Rasgos de Personalidad**

En tabla N° 26 y figura N°18 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión extraversión de la variable rasgos de personalidad; la mayoría de los graduados que es el 43.94% presentan un nivel de extraversión media, el 38.64% tiene un nivel de extraversión alta, también se observa a 16.67%



con un nivel de extraversión bajo, para concluir, se aprecia que una minoría del 0.76% de graduados son extrovertidos muy altamente.

**Tabla 26**

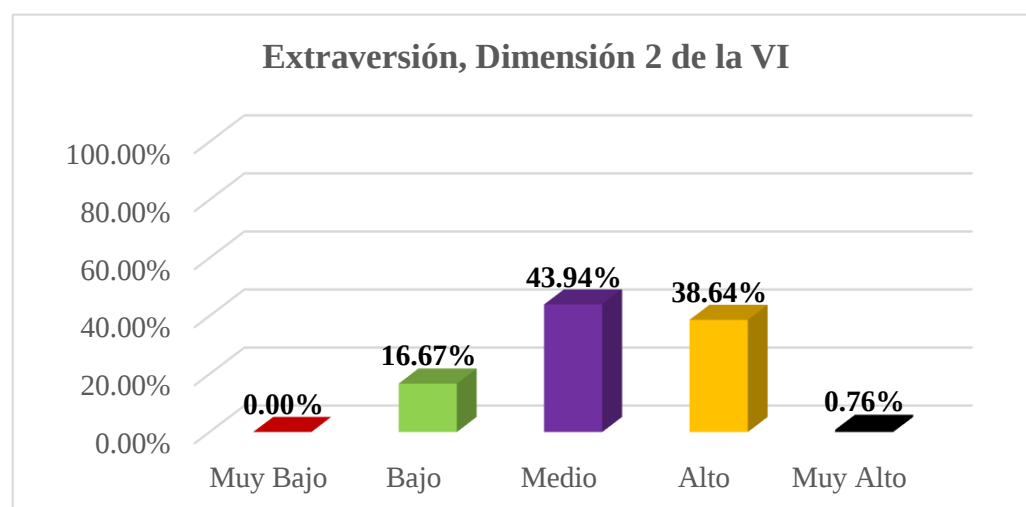
*Nivel de Extraversión*

| Extraversión | F   | %       |
|--------------|-----|---------|
| Muy Bajo     | 0   | 0,00%   |
| Bajo         | 22  | 16,67%  |
| Medio        | 58  | 43,94%  |
| Alto         | 51  | 38,64%  |
| Muy Alto     | 1   | 0,76%   |
| Total        | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 18**

Nivel de Extraversión



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**Interpretación:**

**Prototipo:** Vendedor

**Quienes puntúan alto y muy alto en extroversión;** tienden a ser sociables, activos, habladores, optimistas, amantes de la diversión, afectuosos y divertidos. Así mismo los extravertidos son personas sociables, amantes de las reuniones, con muchos amigos, no les gusta estudiar solos, son amantes de la aventura y el riesgo, con carácter impulsivo, les gusta las bromas, el cambio, son despreocupados y tienden a ser relativamente agresivos. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008)

**Quienes puntúan moderadamente en extroversión;** presentan algunas veces o en ocasiones algunas tendencias que caracterizan al sujeto que puntúa alto.

**Quienes puntúan bajo y muy bajo en extroversión;** tienden a ser reservados, distantes, sobrios, fríos de sentimientos, independientes, callados o solitarios. Así mismo los introvertidos son personas retraídas, quietas, amantes de la lectura, tienen amigos muy seleccionados, les gusta proyectarse a largo plazo, piensan las cosas antes de hacer y tienen un régimen ordenado de vida. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008)

La Extraversión está compuesto por seis rasgos específicos: cordialidad, gregarismo, asertividad, actividad, búsqueda de emociones y emociones positivas; el nivel de dichos rasgos depende positivo y directo del nivel o grado de extraversión que presenta el sujeto. (TEA Ediciones, S.A., 2008)

**c) Apertura – Dimensión tres de Rasgos de Personalidad**

En tabla N° 27 y figura N° 19 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión apertura de la variable rasgos de personalidad; la mayoría de los graduados que es el 70.45% tiene un nivel de apertura medio, el 24.24% tiene un nivel de apertura alto, también se observa que el 4.55% posee un nivel de apertura bajo, asimismo, se aprecia que el 0.76% de graduados tiene un nivel de apertura muy alto. Finalmente se evidencia que ningún graduado encuestado presenta un nivel de apertura muy bajo.



**Tabla 27**

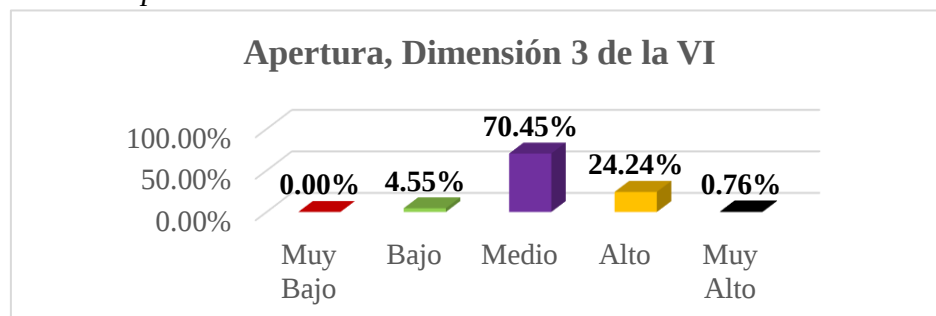
*Nivel de Apertura*

| Apertura | F   | %       |
|----------|-----|---------|
| Muy Bajo | 0   | 0,00%   |
| Bajo     | 6   | 4,55%   |
| Medio    | 93  | 70,45%  |
| Alto     | 32  | 24,24%  |
| Muy Alto | 1   | 0,76%   |
| Total    | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 19**

*Nivel de Apertura.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### **Interpretación:**

**Prototipo:** Artista

**Quienes puntúan alto y muy alto en apertura;** tienden a ser curiosos, creativos, originales, imaginativo, son de interés amplios, liberales, de mentalidad abierta. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008) Asimismo las personas con una alta apertura a la experiencia tienen una mayor satisfacción con la vida y se asocia a una mejor regulación del estrés. Silvia y Stephan (como se citó en Rodríguez Crespo, 2016)

**Quienes puntúan moderadamente en apertura;** presentan algunas veces o en ocasiones algunas tendencias que caracterizan al sujeto que puntúa alto.

**Quienes puntúan bajo y muy bajo en apertura;** tienden a ser convencionales, conservadores, dogmáticos, rígidos, tradicionales, prácticos, insensibles y prosaicos.

La apertura está compuesto por seis rasgos específicos: fantasía, estética, sentimientos, acciones, ideas y valores; el nivel de dichos rasgos depende positivo y directo del nivel o grado de apertura que presenta el sujeto. (TEA Ediciones, S.A., 2008)

#### d) Amabilidad – Dimensión cuatro de Rasgos de Personalidad

En tabla N° 28 y figura N° 20 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión amabilidad de la variable rasgos de personalidad; la mayoría de graduados que son 62.12% tiene un nivel de amabilidad media, el 27.27% tiene un nivel de amabilidad alta, así mismo, se observa a 10.61% con un nivel de amabilidad bajo. Finalmente se evidencia que ningún graduado encuestado presenta nivel muy alto y muy bajo de amabilidad.

**Tabla 28**

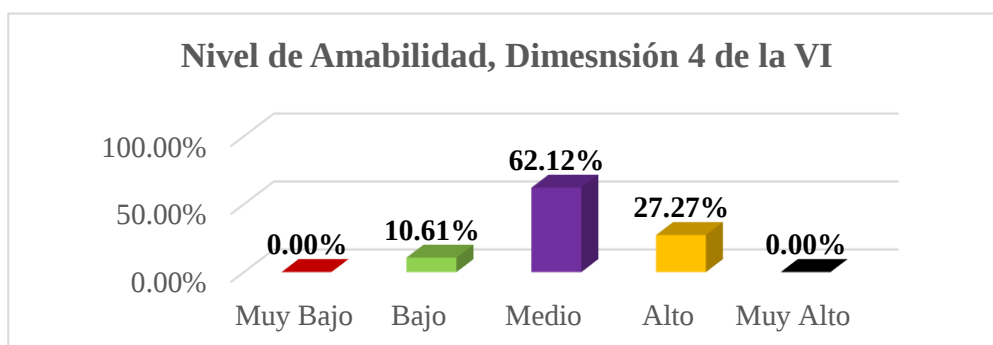
*Nivel de amabilidad*

| <b>Amabilidad</b> | <b> F</b> | <b>%</b> |
|-------------------|-----------|----------|
| Muy Bajo          | 0         | 0,00%    |
| Bajo              | 14        | 10,61%   |
| Medio             | 82        | 62,12%   |
| Alto              | 36        | 27,27%   |
| Muy Alto          | 0         | 0,00%    |
| Total             | 132       | 100,00%  |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 20**

*Nivel de amabilidad.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### **Interpretación:**

**Prototipo:** Misionero

**Quienes puntúan alto y muy alto en amabilidad;** tienden a ser bondadosos, compasivos, afables, confiados, serviciales, atentos, misericordiosos, altruistas, cooperativos, sensibles o empáticos. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008) Así mismo son personas que simpatizan con los demás y están dispuestos ayudar, lo que les hace pensar que los demás son también amables

**Quienes puntúan moderadamente en amabilidad;** presentan algunas veces o en ocasiones algunas tendencias que caracterizan al sujeto que puntúa alto.

**Quienes puntúan bajo y muy bajo en apertura;** tienden a ser agresivos, suspicaces, competitivos, manipulativos, egoístas. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008) las personas no amables egocéntricos; son personas más que colaboradoras, opositora.

La Amabilidad está compuesto por seis rasgos específicos: confianza, franqueza, altruismo, actitud conciliadora, modestia y sensibilidad a los demás; el nivel de dichos rasgos depende positivo y directo del nivel o grado de amabilidad que presenta el sujeto. (TEA Ediciones, S.A., 2008)

**e) Responsabilidad – Dimensión cinco de Rasgos de Personalidad**

En tabla N° 29 y figura N° 21 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión responsabilidad de la variable rasgos de personalidad; la mayoría de los graduados que son el 62.88% tienen un nivel de responsabilidad alto, el 31.06% tienen un nivel de responsabilidad media, también el 3.79% de graduados presenta un nivel de responsabilidad bajo, asimismo, se observa en minoría que un 2.27% presenta un nivel de responsabilidad muy alto. Finalmente se evidencia que ningún graduado encuestado presenta un nivel muy bajo de responsabilidad.

**Tabla 29**

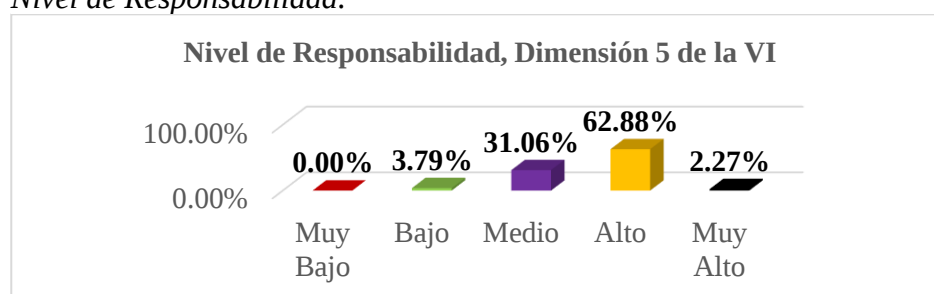
*Nivel de Responsabilidad*

| <b>Responsabilidad</b> | <b>F</b>   | <b>%</b>       |
|------------------------|------------|----------------|
| Muy Bajo               | 0          | 0,00%          |
| Bajo                   | 5          | 3,79%          |
| Medio                  | 41         | 31,06%         |
| Alto                   | 83         | 62,88%         |
| Muy Alto               | 3          | 2,27%          |
| <b>Total</b>           | <b>132</b> | <b>100,00%</b> |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 21**

*Nivel de Responsabilidad.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### **Interpretación:**

#### **Prototipo: Militar**

**Quienes puntúan alto y muy alto en responsabilidad;** tienden a ser organizados, fiables, trabajadores, auto controlados, puntuales, formales, ambiciosos, perseverantes, cautos o meticulosos. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008) Asimismo, el sujeto está orientado al sentido del deber, a la organización, el orden, la búsqueda de objetivos, la autodisciplina y la eficiencia.

**Quienes puntúan moderadamente en amabilidad;** presentan algunas veces o en ocasiones algunas tendencias que caracterizan al sujeto que puntúa alto.

**Quienes puntúan bajo y muy bajo en apertura;** tienden a ser poco fiables, informales, descuidados, abúlicos, negligentes, hedonistas, sin objetivos, volubles o laxos. (Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos, 2008)

La Responsabilidad está compuesto por seis rasgos específicos: competencia, orden, sentido del deber, necesidad del logro, autodisciplina y deliberación; el nivel de dichos rasgos depende positivo y directo del nivel o grado de responsabilidad que presenta el sujeto. (TEA Ediciones, S.A., 2008)

#### **5.1.5 Resultados de frecuencia de la intención emprendedora**

Los graduados encuestados, son quienes han obtenido el grado académico de bachiller, en los años 2019 y 2020, en Ciencias Administrativas de la Facultad de Administración - Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

En el trabajo de investigación para poder determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora; se ha tenido que medir el nivel de intención emprendedora con sus dimensiones, en los graduados de Ciencias Administrativas; mediante la aplicación de la Teoría de la Acción Planificada de los autores Ajzen y Fishbein y mediante la aplicación del cuestionario denominado “Cuestionario de Intención Emprendedora, Adaptado”.

El modelo teórico de la Acción Planificada de Ajzen y Fishbein, evalúa la intención emprendedora en tres dimensiones; por consiguiente las dimensiones a medir en los graduados de Ciencias Administrativa son: actitud hacia la



conducta, norma subjetiva y control conductual percibido. Cada una de estas dimensiones está medida por dos factores (Rodríguez Batalla, 2015).

#### a) Actitud hacia la conducta – Dimensión uno de la Intención emprendedora

En tabla N° 30 y figura N°22 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión actitud hacia la conducta de la variable intención emprendedora, donde la mayoría de graduados que es el 71.97% tiene un nivel alto de actitud hacia la conducta de emprender, mientras que el 25.00% tiene un nivel medio de actitud hacia la conducta de emprender, finalmente se evidencia con minoría que un 3.03% de graduados, presentan un nivel bajo de actitud hacia la conducta emprender.

**Tabla 30**

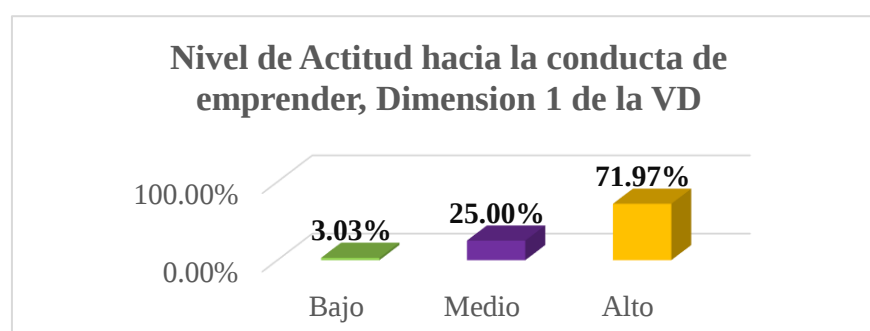
*Nivel de actitud hacia la conducta*

| Actitud hacia la conducta | F   | %       |
|---------------------------|-----|---------|
| Bajo                      | 4   | 3,03%   |
| Medio                     | 33  | 25,00%  |
| Alto                      | 95  | 71,97%  |
| Total                     | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 22**

*Nivel de actitud hacia la conducta.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### Interpretación:

**Quienes puntúan alto en la actitud hacia la conducta:** Bajo la premisa de Rodríguez Batalla. El 71.97% de graduados con nivel alto de actitud hacia la conducta, reflejan una predisposición favorable para emprender, esta actitud favorable se forma cuando el graduado cree que obtendrán resultados o consecuencias deseables sobre el hecho de emprender.

**Quienes puntúan medio en la actitud hacia la conducta:** Bajo la premisa de Rodríguez Batalla. El 25.00% de graduados con nivel medio de actitud hacia la conducta, reflejan una predisposición moderada para emprender; esta actitud moderada se forma cuando el graduado no tiene la seguridad de los resultados que obtendrá.

**Quienes puntúan bajo en la actitud hacia la conducta:** Bajo la premisa de Rodríguez Batalla. El 3.03% de graduados con nivel bajo de actitud hacia la conducta, reflejan una predisposición desfavorable para emprender; esta actitud desfavorable se forma cuando el graduado asocia al emprendimiento con consecuencias no deseables.

### b) Norma subjetiva – Dimensión dos de la Intención emprendedora

En tabla N° 31 y figura N° 23 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión norma subjetiva de la variable intención emprendedora; la mayoría de graduados que son el 50% presentan un nivel medio en norma subjetiva; por otro lado, sin diferencia considerable, el 48.48% de graduados tiene un nivel alto de norma subjetiva; finalmente se aprecia con minoría, que el 1.52% de graduados presentan un nivel bajo de norma subjetiva.

**Tabla 31**

*Nivel de Norma Subjetiva*

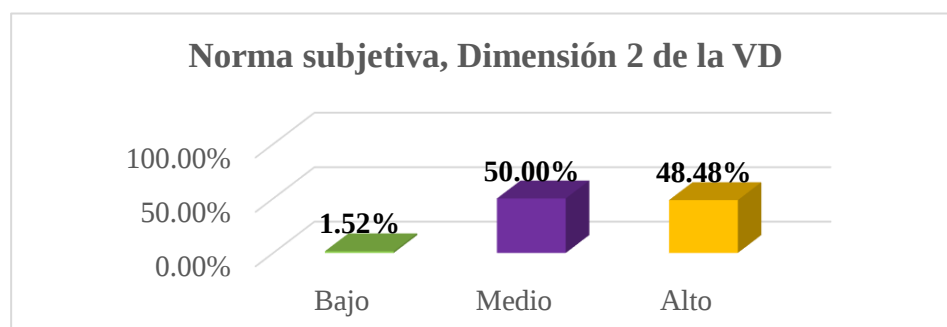
| <b>Norma subjetiva</b> | <b>F</b> | <b>%</b> |
|------------------------|----------|----------|
| Bajo                   | 2        | 1,52%    |
| Medio                  | 66       | 50,00%   |
| Alto                   | 64       | 48,48%   |
| Total                  | 132      | 100,00%  |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0



**Figura 23**

*Nivel de Norma Subjetiva.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### **Interpretación:**

**Quienes puntúan alto en norma subjetiva:** Bajo la premisa de Rodríguez y Leguía et al. El 48.48% de graduados que tienen nivel alto en norma subjetiva; perciben que sus grupos de referencia (familia directa, amigos íntimos y compañeros o colegas) aprobarían la decisión que tiene el graduado de convertirse en emprendedor. Asimismo están motivados para actuar de forma consistente con los deseos de tales personas referente, es decir, valoran la opinión de estas personas.

**Quienes puntúan medio en norma subjetiva:** Bajo la premisa de Rodríguez y Leguía et al. El 50.00% de graduados que tiene un nivel medio en norma subjetiva, perciben que sus grupos de referencia (familia directa, amigos íntimos y compañeros o colegas) no están de acuerdo ni en desacuerdo la decisión que tiene el graduado de convertirse en emprendedor. Asimismo no consideran significativo la opinión de estas personas.

**Quienes puntúan bajo en norma subjetiva:** Bajo la premisa de Rodríguez y Leguía et al. El 1.52% de graduados que califican con norma subjetiva bajo, perciben que sus grupos de referencia (familia directa, amigos íntimos y compañeros o colegas) desaprobaban la decisión que tiene el graduado de convertirse en emprendedor. Asimismo consideran importante la opinión de estas personas y por consiguiente no están motivados para actuar de forma consistente con sus deseos.

**c) Control Conductual Percibido – Dimensión tres de la Intención emprendedora**

En tabla N° 32 y figura N° 24 se observa las frecuencias de los resultados de la dimensión control conductual percibido de la variable intención emprendedora; la mayoría de graduados que es el 62.12% tienen un nivel alto de control conductual percibido; por otra parte, el 32.58% presentan un nivel medio de control conductual percibido; finalmente, con una minoría el 5.30% presentan un nivel bajo.

**Tabla 32**

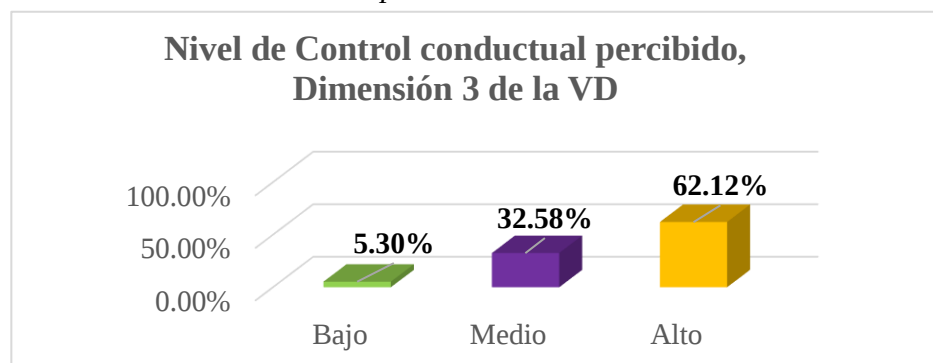
*Nivel del control conductual percibido*

| Control conductual percibido | F   | %       |
|------------------------------|-----|---------|
| Bajo                         | 7   | 5,30%   |
| Medio                        | 43  | 32,58%  |
| Alto                         | 82  | 62,12%  |
| Total                        | 132 | 100,00% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 24**

*Nivel del control conductual percibido.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**Interpretación:**

**Quienes puntúan alto en control conductual percibido:** Bajo la premisa de Icek Ajzen y Leguía. El 62.12% de graduados que tiene un nivel alto de control conductual percibido, cree que posee la capacidad para ejecutar con éxito un determinado emprendimiento empresarial. Así mismo cree que ser emprendedor depende de uno mismo y es fácil si uno se propone.

**Quienes puntúan medio en control conductual percibido:** Bajo la premisa de Leguía. El 32.58% de graduados que tienen un nivel medio de control conductual percibido, consideran que tienen capacidades regular o promedio para crear empresa.

**Quienes puntúan bajo en control conductual percibido:** Bajo la premisa de Icek Ajzen. El 5.30% de graduados que tiene un nivel bajo en control conductual percibido, considera que no tiene la capacidad necesaria para emprender con éxito y ve con dificultad crear una empresa.

#### d) **Intención Emprendedora- Como Variable dependiente**

En tabla N° 33 y figura N° 25 se observa las frecuencias de los resultados de la variable intención emprendedora; existe una alta intención emprendedora en la mayoría de los graduados que son el 62.12%; por otra parte, el 34.85% de graduados poseen un nivel medio de intención emprendedora; finalmente se aprecia que una minoría de graduados 3.03% tienen un nivel bajo de intención emprendedora.

**Tabla 33**

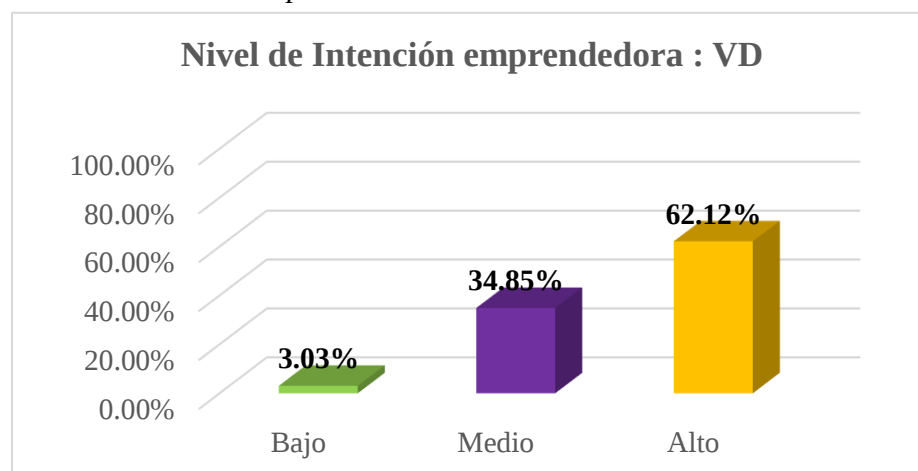
*Nivel de Intención emprendedora*

| <b>Intención emprendedora</b> | <b>F</b> | <b>%</b> |
|-------------------------------|----------|----------|
| Bajo                          | 4        | 3,03%    |
| Medio                         | 46       | 34,85%   |
| Alto                          | 82       | 62,12%   |
| Total                         | 132      | 100,00%  |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 25**

*Nivel de Intención emprendedora.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

**Interpretación:**

**Quienes puntúan alto en intención emprendedora:** Bajo la premisa del Modelo Teórico de la Acción Planificada. El 62.12% de graduados que tienen alta intención emprendedora, tienen una alta inclinación para crear empresa, asimismo tienen una alta deseabilidad y decisión de crear un nuevo negocio. Sin embargo; es importante manifestar que una alta intención emprendedora no determinará los resultados conductuales – éxito o fracaso de la empresa

**Quienes puntúan medio en intención emprendedora:** Bajo la premisa del Modelo Teórico de la Acción Planificada. El 34.85% de graduados que tienen nivel medio de intención emprendedora, tiene un nivel moderado de deseabilidad y decisión de crear un nuevo negocio.

**Quienes puntúan bajo en intención emprendedora:** Bajo la premisa del Modelo Teórico de la Acción Planificada. El 3.03% de graduados que puntúa bajo en intención emprendedora, tiene una voluntad baja para crear un negocio.

## 5.2 Contratación de hipótesis

### 5.2.1 Contratación de hipótesis específica uno

HE1: Existe una influencia significativa del neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

#### Prueba de neuroticismo versus intención emprendedora

En la tabla N° 34 y figura N° 26 se observa que, en intención emprendedora baja, el 75% tiene neuroticismo alto y el 25% neuroticismo medio. En la intención emprendedora media, el 67% tiene neuroticismo medio, el 28% bajo, el 2% alto y el 2% muy bajo. Finalmente, en la intención emprendedora alta, tenemos al 52% con neuroticismo medio, el 40% con bajo, 6% con alto y 1% con neuroticismo muy bajo.

**Tabla 34**

*Prueba de Neuroticismo versus intención emprendedora*

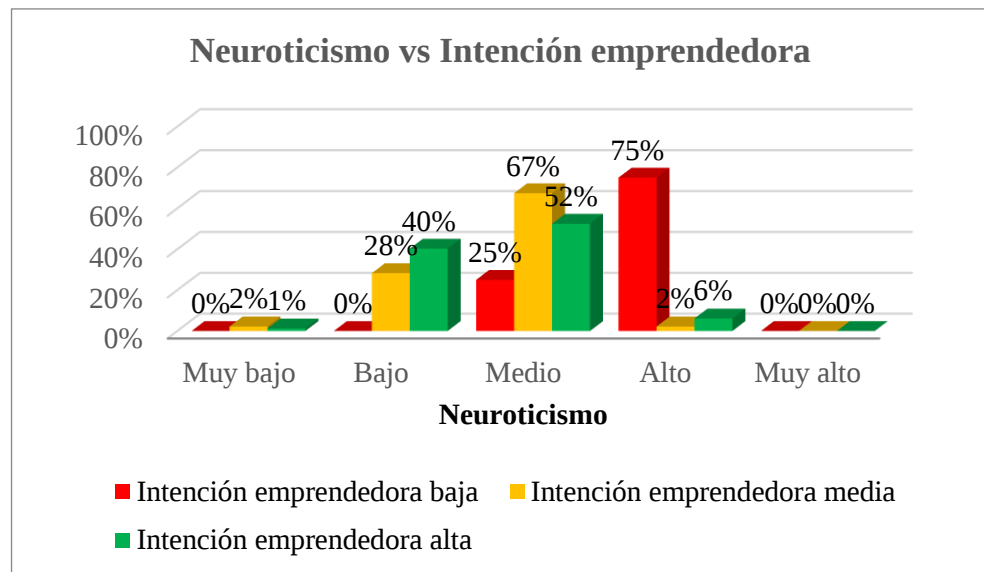
| Neuroticismo | Intención emprendedora |      |       |      |      |      | Total |      |
|--------------|------------------------|------|-------|------|------|------|-------|------|
|              | Bajo                   |      | Medio |      | Alto |      |       |      |
|              | F                      | %    | F     | %    | F    | %    | F     | %    |
| Muy bajo     | 0                      | 0%   | 1     | 2%   | 1    | 1%   | 2     | 2%   |
| Bajo         | 0                      | 0%   | 13    | 28%  | 33   | 40%  | 46    | 35%  |
| Medio        | 1                      | 25%  | 31    | 67%  | 43   | 52%  | 75    | 57%  |
| Alto         | 3                      | 75%  | 1     | 2%   | 5    | 6%   | 9     | 7%   |
| Muy alto     | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 0    | 0%   | 0     | 0%   |
| Total        | 4                      | 100% | 46    | 100% | 82   | 100% | 132   | 100% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 26**

*Neuroticismo versus Intención emprendedora.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### La hipótesis para Pearson:

- $H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es cero ( $\rho = 0$ ).
- $H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ( $\rho \neq 0$ ).
- Nivel de significación:  $\alpha = 0,05 = 5\%$

En la tabla N° 35, Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia negativa indirecta media baja ( $r_{xy} = -0.322$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre el neuroticismo y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia media baja, es decir a menor neuroticismo, mayor intención emprendedora.

**Tabla 35***Pearson entre neuroticismo e intención emprendedora*

|                        |                  | <b>Intención emprendedora</b> | <b>Neuroticismo</b> |
|------------------------|------------------|-------------------------------|---------------------|
| Intención emprendedora | Pearson          | 1,000                         | -0.322**            |
|                        | Sig. (bilateral) | .                             | ,000                |
|                        | N                | 132                           | 132                 |
| Neuroticismo           | Pearson          | -0.322**                      | 1,000               |
|                        | Sig. (bilateral) | ,000                          | .                   |
|                        | N                | 132                           | 132                 |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

### **Resultado prueba de hipótesis uno**

Respecto a la influencia del neuroticismo en la intención emprendedora, existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia negativa indirecta media baja. Por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia negativa indirecta media baja, es decir a más neuroticismo, menor intención emprendedora.

#### **5.2.2 Contrastación de hipótesis específica dos**

HE2: Existe una influencia significativa de la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

#### **Prueba de extraversión versus intención emprendedora**

En la tabla N° 36 y figura N° 27 se observa que, en intención emprendedora baja, el 100% tiene extraversión baja. En la intención emprendedora media, tenemos al 39% con extraversión media y el 30% tanto en alto como bajo. Finalmente, en la intención emprendedora alta, el 49% tiene extraversión media, el 45% alto, el 5% bajo y el 1% muy alto

**Tabla 36**

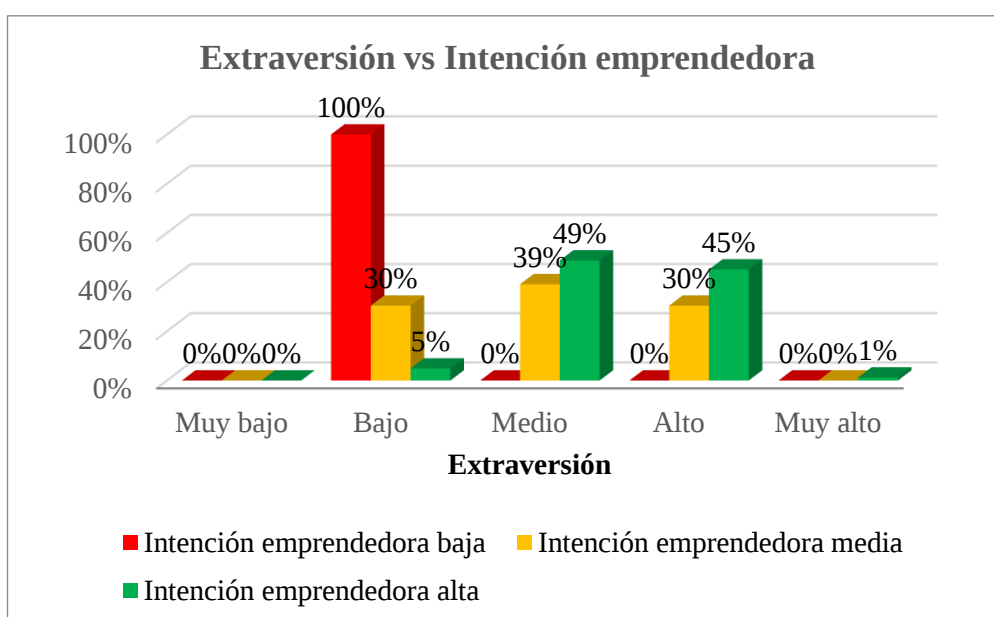
*Extraversión versus Intención emprendedora*

| Extraversión | Intención emprendedora |      |       |      |      |      | Total |      |
|--------------|------------------------|------|-------|------|------|------|-------|------|
|              | Bajo                   |      | Medio |      | Alto |      |       |      |
|              | F                      | %    | F     | %    | F    | %    | F     | %    |
| Muy bajo     | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 0    | 0%   | 0     | 0%   |
| Bajo         | 4                      | 100% | 14    | 30%  | 4    | 5%   | 22    | 17%  |
| Medio        | 0                      | 0%   | 18    | 39%  | 40   | 49%  | 58    | 44%  |
| Alto         | 0                      | 0%   | 14    | 30%  | 37   | 45%  | 51    | 39%  |
| Muy alto     | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 1    | 1%   | 1     | 1%   |
| Total        | 4                      | 100% | 46    | 100% | 82   | 100% | 132   | 100% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 27**

*Extraversión versus Intención emprendedora.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### La hipótesis para Pearson:

- $H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es cero ( $\rho = 0$ ).
- $H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ( $\rho \neq 0$ ).
- Nivel de significación:  $\alpha = 0,05 = 5\%$

En la tabla N° 37, se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media ( $r_{xy} = 0.457$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la extraversión y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia media, es decir a más extraversión, mayor es la intención emprendedora.

**Tabla 37**

*Pearson entre extraversión e intención emprendedora*

|                        |                  | Intención emprendedora | Extraversión |
|------------------------|------------------|------------------------|--------------|
| Intención emprendedora | Pearson          | 1,000                  | 0.457**      |
|                        | Sig. (bilateral) | .                      | ,000         |
|                        | N                | 132                    | 132          |
| Extraversión           | Pearson          | 0.457**                | 1,000        |
|                        | Sig. (bilateral) | ,000                   | .            |
|                        | N                | 132                    | 132          |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

### Resultado prueba de hipótesis dos

Respecto a la influencia de la extraversión en la intención emprendedora, existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media. Por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más extraversión, mayor es la intención emprendedora.

### 5.2.3 Contrastación de hipótesis específica tres

HE3 Existe una influencia significativa de la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

#### Prueba de apertura versus intención emprendedora

En la tabla N° 38 y figura N° 28 se observa que, cuando existe intención emprendedora baja, el 50% tiene apertura baja y el otro 50% apertura media. En intención emprendedora media, el 76% tiene apertura media, el 15% apertura alta y el 9% apertura baja. Finalmente, en intención emprendedora alta, el 68% tiene apertura media, el 31% alta y el 1% muy alto.

**Tabla 38**

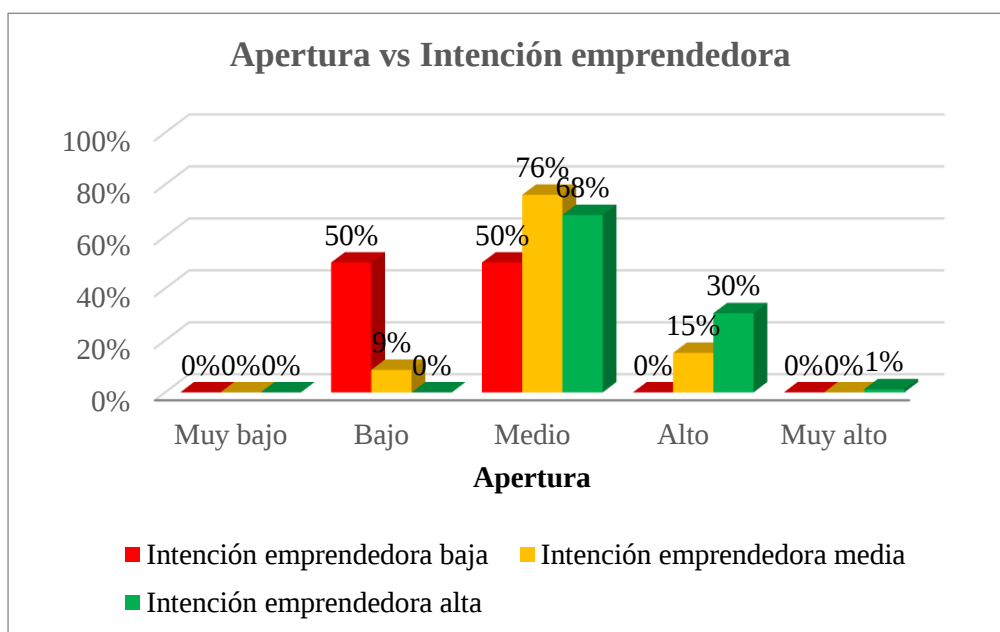
*Apertura versus Intención emprendedora*

| Apertura | Intención emprendedora |      |       |      |      |      | Total |      |
|----------|------------------------|------|-------|------|------|------|-------|------|
|          | Bajo                   |      | Medio |      | Alto |      |       |      |
|          | F                      | %    | F     | %    | F    | %    | F     | %    |
| Muy bajo | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 0    | 0%   | 0     | 0%   |
| Bajo     | 2                      | 50%  | 4     | 9%   | 0    | 0%   | 6     | 5%   |
| Medio    | 2                      | 50%  | 35    | 76%  | 56   | 68%  | 93    | 70%  |
| Alto     | 0                      | 0%   | 7     | 15%  | 25   | 31%  | 32    | 24%  |
| Muy alto | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 1    | 1%   | 1     | 1%   |
| Total    | 4                      | 100% | 46    | 100% | 82   | 100% | 132   | 100% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 28**

*Apertura versus Intención emprendedor.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### La hipótesis para Pearson:

- $H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es cero ( $\rho = 0$ ).
- $H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ( $\rho \neq 0$ ).
- Nivel de significación:  $\alpha = 0,05 = 5\%$

En la tabla N° 39, se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media ( $r_{xy} = 0.401$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la apertura y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más apertura, mayor es la intención emprendedora.

**Tabla 39***Pearson entre apertura e intención emprendedora*

|                        |                  | <b>Intención emprendedora</b> | <b>Apertura</b> |
|------------------------|------------------|-------------------------------|-----------------|
| Intención emprendedora | Pearson          | 1,000                         | 0.401**         |
|                        | Sig. (bilateral) | .                             | ,000            |
|                        | N                | 132                           | 132             |
| Apertura               | Pearson          | 0.401**                       | 1,000           |
|                        | Sig. (bilateral) | ,000                          | .               |
|                        | N                | 132                           | 132             |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

### **Resultado prueba de hipótesis tres**

Respecto a la influencia de la apertura en la intención emprendedora, existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media. Por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más apertura, mayor es la intención emprendedora.

#### **5.2.4 Contrastación de hipótesis específica cuatro**

HE4 Existe una influencia significativa de la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

#### **Prueba de amabilidad versus intención emprendedora**

En la tabla N° 40 y figura N° 29 se observa que, en intención emprendedora alta, el 65% tiene una calificación de amabilidad media, el 29% alta y el 6% baja. En la intención emprendedora media, el 63% tiene amabilidad media, el 22% alta y el 15% baja. Finalmente, en la intención emprendedora baja el 50% obtuvo una calificación de amabilidad baja y el otro restante 50% una calificación de amabilidad alta.

**Tabla 40**

*Amabilidad versus Intención Emprendedora*

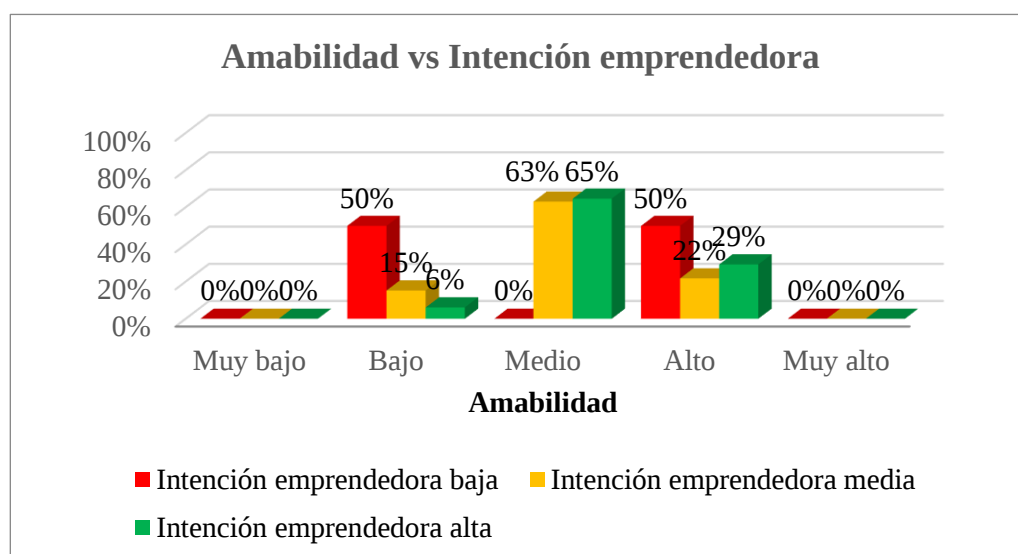
| Amabilidad | Intención emprendedora |      |       |      |      |      | Total |      |
|------------|------------------------|------|-------|------|------|------|-------|------|
|            | Bajo                   |      | Medio |      | Alto |      |       |      |
|            | F                      | %    | F     | %    | F    | %    | F     | %    |
| Muy bajo   | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 0    | 0%   | 0     | 0%   |
| Bajo       | 2                      | 50%  | 7     | 15%  | 5    | 6%   | 14    | 11%  |
| Medio      | 0                      | 0%   | 29    | 63%  | 53   | 65%  | 82    | 62%  |
| Alto       | 2                      | 50%  | 10    | 22%  | 24   | 29%  | 36    | 27%  |
| Muy alto   | 0                      | 0%   | 0     | 0%   | 0    | 0%   | 0     | 0%   |
| Total      | 4                      | 100% | 46    | 100% | 82   | 100% | 132   | 100% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 29**

*Amabilidad versus Intención Emprendedora.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### La hipótesis para Pearson:

- $H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es cero ( $\rho = 0$ ).
- $H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ( $\rho \neq 0$ ).
- Nivel de significación:  $\alpha = 0,05 = 5\%$

En la tabla N° 41, se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa baja ( $r_{xy} = 0.236$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la intención emprendedora y la amabilidad, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa baja, es decir a más amabilidad, mayor intención emprendedora.

**Tabla 41**

*Pearson entre amabilidad e intención emprendedora*

|                        |                  | Intención emprendedora | Amabilidad |
|------------------------|------------------|------------------------|------------|
| Intención emprendedora | Pearson          | 1,000                  | 0.236**    |
|                        | Sig. (bilateral) | .                      | ,000       |
|                        | N                | 132                    | 132        |
| Amabilidad             | Pearson          | 0.236**                | 1,000      |
|                        | Sig. (bilateral) | ,000                   | .          |
|                        | N                | 132                    | 132        |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

### **Resultado prueba de hipótesis cuatro**

Respecto a la influencia de la amabilidad en la intención emprendedora, existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa baja. Por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa baja, es decir a más amabilidad, mayor intención emprendedora.

#### **5.2.5 Contrastación de hipótesis específica cinco**

HE5 Existe una influencia significativa de la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

### Prueba de responsabilidad versus intención emprendedora

En tabla N° 42 y figura N° 30, se observa que, en intención emprendedora alta, el 76% tiene responsabilidad alta, el 21% medio y el 4% muy alto. En intención emprendedora bajo, el 50% tiene responsabilidad media y el otro restante 50% tiene responsabilidad baja. Finalmente, en intención emprendedora media, tenemos al 48% con responsabilidad media, al 46% con responsabilidad alta y al 7% con responsabilidad baja.

**Tabla 42**

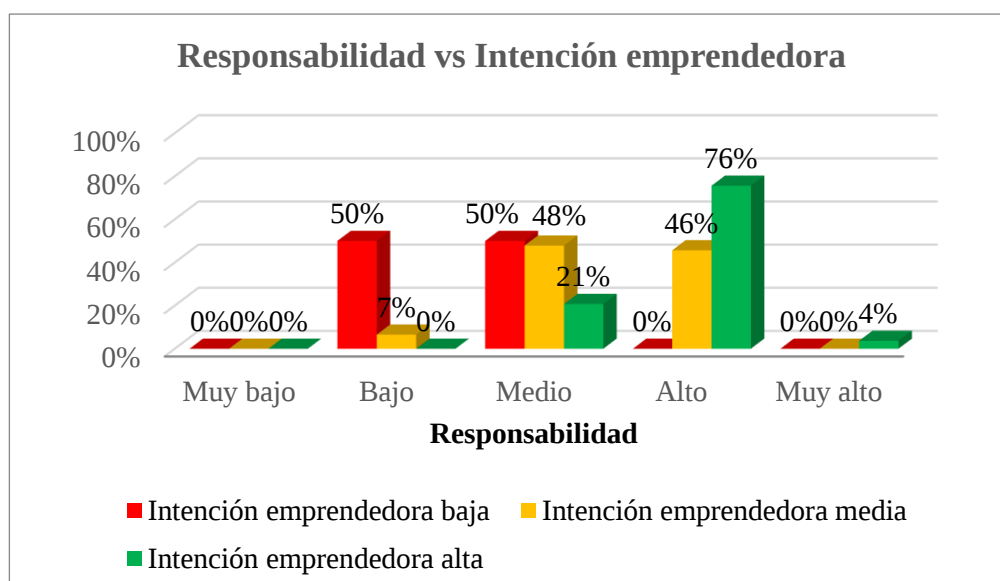
*Responsabilidad versus Intención Emprendedora*

| Responsabi<br>lidad | Intención emprendedora |          |       |      |      |      | Total |      |
|---------------------|------------------------|----------|-------|------|------|------|-------|------|
|                     | Bajo                   |          | Medio |      | Alto |      |       |      |
|                     | F                      | %        | F     | %    | F    | %    | F     | %    |
| Muy bajo            | 0                      | 0%       | 0     | 0%   | 0    | 0%   | 0     | 0%   |
| Bajo                | 2                      | 50%      | 3     | 7%   | 0    | 0%   | 5     | 4%   |
| Medio               | 2                      | 50%      | 22    | 48%  | 17   | 21%  | 41    | 31%  |
| Alto                | 0                      | 0%       | 21    | 46%  | 62   | 76%  | 83    | 63%  |
| Muy alto            | 0                      | 0%       | 0     | 0%   | 3    | 4%   | 3     | 2%   |
| Total               | 4                      | 100<br>% | 46    | 100% | 82   | 100% | 132   | 100% |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

**Figura 30**

*Responsabilidad versus Intención Emprendedora.*



*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0. Fuente: Elaboración propia (2021).

### La hipótesis para Pearson:

- $H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es cero ( $\rho = 0$ ).
- $H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$  El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ( $\rho \neq 0$ ).
- Nivel de significación:  $\alpha = 0,05 = 5\%$

En tabla N° 43, se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media ( $r_{xy} = 0.464$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la responsabilidad y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más responsabilidad, mayor intención emprendedora.

**Tabla 43**

*Pearson entre responsabilidad e intención emprendedora*

|                        |                  | Intención emprendedora | Responsabilidad |
|------------------------|------------------|------------------------|-----------------|
| Intención emprendedora | Pearson          | 1,000                  | 0.464**         |
|                        | Sig. (bilateral) | .                      | ,000            |
|                        | N                | 132                    | 132             |
| Responsabilidad        | Pearson          | 0.464**                | 1,000           |
|                        | Sig. (bilateral) | ,000                   | .               |
|                        | N                | 132                    | 132             |

*Nota.* Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021).

### Resultado prueba de hipótesis 5

Respecto a la influencia de la responsabilidad en la intención emprendedora, existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media. Por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más responsabilidad, mayor intención emprendedora.

### 5.2.6 Contrastación de hipótesis general

HG: Existe una influencia significativa de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.

#### Resultado de hipótesis general

De acuerdo a los resultados de la prueba de las hipótesis específicas, se llega a la conclusión que, los rasgos de personalidad influyen de manera moderada en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; ya que la mayoría de las dimensiones de rasgos de personalidad 80% influyen de manera moderada sobre la intención emprendedora.

Se manifiesta que en cuanto a prueba de hipótesis general, no se puede establecer una medida o nivel para los rasgos de personalidad en conjunto o de manera global, ya que el “Test-Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI” evalúa y mide por niveles cada uno de las cinco dimensiones de los rasgos de personalidad de manera particular; mas no mide los rasgos de personalidad como un todo, toda vez que no existe personalidad alta, media o baja. Así lo respalda el modelo teórico de Cinco Factores de Personalidad de Costa y McCrae.

Por consiguiente, el afirmar que existe una influencia moderada de los rasgos de la personalidad en la intención emprendedora, responde a que casi todas las dimensiones o rasgos de la personalidad influyen de manera moderada en la intención emprendedora.



### 5.3 Discusiones

En la discusión de resultados, se expone los siguientes elementos: hallazgos relevantes y validez de la investigación, limitaciones y fortalezas, comparación crítica con la literatura existente, interpretación de hallazgos, conclusiones y recomendaciones. Los elementos antes mencionados son flexibles y dependen de cada investigación y de cada investigador que le colocará su sello personal (Aceituno et al., 2021).

#### Hallazgos relevantes

La investigación 'Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021'. Presentó como objetivo general determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración. En respuesta al objetivo; la investigación presenta como uno de sus hallazgos más importantes, que sí existe una influencia moderada de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Asimismo genera nuevos conocimientos al descubrir que existe influencia negativa indirecta media baja del neuroticismo en la intención emprendedora; existe una influencia positiva directa media de la extraversión en la intención emprendedora; existe una influencia positiva directa media de la apertura en la intención emprendedora, existe una influencia positiva directa baja de la amabilidad en la intención emprendedora. Por último, se descubre que existe una influencia positiva directa media de la responsabilidad en la intención emprendedora.

Finalmente, conforme a los resultados de la prueba Pearson, se determina que la extraversión ( $\text{Pearson } 0.457^{**} < 0.05$ ) y a la responsabilidad ( $\text{Pearson } 0.464^{**} < 0.05$ ) son los rasgos de la personalidad, más predictores en la intención emprendedora.

#### Validez de la Investigación

Referente a la calidad de investigación; la investigación desarrollada, presenta como soporte teórico dos modelos comprobados; Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad de Costa, McCrae y Goldberg para la variable rasgos de personalidad; y el Modelo Teórico de la Acción Planificada de Ajzen y Fishbein para la variable intención emprendedora. La investigación se respalda por una matriz de operacionalización de variables el cual generó dos (02) instrumentos de medición: 1) Test: Inventario de los



Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos que evalúa los rasgos de personalidad, el test tiene una fuerte confiabilidad con un Alfa de Cronbach de 0.710. 2) Cuestionario de Intención Emprendedora adaptado; instrumento validado por juicio de expertos y comprobado por encuesta piloto, el cuestionario evalúa la intención emprendedora y tiene alta confiabilidad con un Alfa de Cronbach de 0.947. La confiabilidad en ambos instrumentos se ha determinado de acuerdo a los valores establecidos por Hogan (2004).

Los instrumentos se aplicaron a una muestra de 131 graduados en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac de los años 2019 y 2020. La cantidad de la muestra fue establecida con un nivel de confianza del 95%; asimismo la conformación de la muestra se dio mediante la técnica de muestreo aleatorio simple.

Finalmente, los hallazgos de la investigación, incrementarán el caudal del conocimiento científico en el campo del emprendimiento; asimismo podrán servir como referente para futuras investigaciones.

### **Limitaciones y Fortalezas**

La presente investigación, por más cuidadosa y exigente que sea, no está exenta a críticas; toda vez que los resultados de dicha investigación no necesariamente serán iguales para las mismas unidades de análisis en otras delimitaciones geográficas y temporales; a razón que se trabajó con muestras de individuos específicos.

Al trabajar con muestras y no con toda la población siempre habrá la posibilidad que exista errores mínimos en la investigación, a esto se conoce como error aleatorio inevitable, no existe medición perfecta (Aceituno et al., 2021).

Una de las limitaciones de la investigación, fue la dificultad para entablar comunicación con los 131 graduados, toda vez que en su mayoría se encontraban fuera de la región de Apurímac, a razón de su situación laboral, familiar y otros; el cual conllevó a realizar una investigación de sus números telefónicos, correos electrónicos o redes sociales; llevando así un trabajo de campo prolongado durante de 3 meses calendarios. Es válido recalcar, que los 131 graduados contaban con un registro documental de datos, proporcionados por las unidades competentes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; sin embargo dichos datos no necesariamente se mantuvieron en el tiempo. Finalmente, otra limitación presentada, fueron los escasos estudios de



investigación de rasgos de personalidad e intención emprendedora, realizados en el ámbito regional.

Por otro lado, como fortaleza, para desarrollar el planteamiento del problema de la investigación; se ha tenido acceso a antecedentes históricos y estadísticos; entre ellos los más importantes:

- Último reporte mundial del Global Entrepreneurship Monitor años 2019 y 2020, estudio en el cual participaron 43 países de los cinco continentes; dentro de ellos el Perú.
- Último reporte generado por el Global Entrepreneurship Monitor para el Perú, año 2018 y 2019; e interpretado por el “Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN”; donde participaron 49 países a nivel mundial.
- Reporte de salud mental de la Organización Mundial de la Salud, año 2020.
- Reporte de la encuesta desarrollada en los años 2018 y 2019 a los graduados de la UNAMBA cohorte 2017-2018.
- Reporte de la encuesta desarrollada en los años 2020 y 2021 a los graduados de la UNAMBA cohorte 2018-2019.

Finalmente, como fortaleza, para desarrollar la investigación, se ha contado con una amplia literatura y modelos teóricos comprobados para cada variable. `Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad de Costa, McCrae y Goldberg` para la variable rasgos de personalidad y `Modelo Teórico de la Acción Planificada de Ajzen y Fishbein` para la variable intención emprendedora.

### **Comparación crítica de los modelos teóricos aplicados en la investigación con otros modelos teóricos existentes afines**

En el presente apartado, se realiza las comparaciones críticas, entre los modelos teóricos aplicados en la presente investigación, con otros modelos teóricos afines existentes.

Las comparaciones se detallaran entre modelos teóricos afines y mediante tablas; toda vez que según Aceituno et al. (2021):

Solo tiene sentido comparar frecuencias de eventos cuando se producen de manera similar. Tradicionalmente la comparación de los resultados de la investigación se realiza en forma de texto. ¿Por qué no utilizar una tabla o una figura para presentar las comparaciones? Consideramos que, si es posible, ahora

la tecnología permite generar figuras, diagramas, ilustraciones que pueden revelar mejor estas comparaciones. (p. 62)

**Tabla 44**

*Comparación crítica entre el Modelo Teórico de Cinco Factores de Personalidad aplicado en la presente investigación, con la Teoría Humoral*

| <b>Teoría Humoral de Hipócrates</b>                                                                |                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor Hipócrates (460aC-355aC)</b>                                                              |                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Relación con la variable</b>                                                                    | Rasgos de Personalidad.                                                                                                                                                                                             |
| <b>Dimensiones</b>                                                                                 | Presenta tipos de personalidad o temperamentos: colérico, melancólico, sanguíneo y flemático                                                                                                                        |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b>                                                                 | Clasificar cuatro humores: bilis negra, bilis amarilla, flema y sangre; el cual da lugar a cuatro tipos de temperamentos o personalidad: colérico, melancólico, sanguíneo y flemático.                              |
| <b>Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad, aplicado en la presente investigación</b> |                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Autor</b>                                                                                       | Costa y McCrae en el año 1976 y Goldberg en el año 1982.                                                                                                                                                            |
| <b>Relación con la variable</b>                                                                    | Rasgos de Personalidad.                                                                                                                                                                                             |
| <b>Dimensiones</b>                                                                                 | Presenta cinco dimensiones o factores: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad.                                                                                                          |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b>                                                                 | Estructurar la personalidad en cinco dimensiones (neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad) y medir a través de instrumentos, cuales son: Inventario de personalidad NEO PI-R o NEO-FFFI. |

*Nota.* La información de la Teoría de Cattell es tomada de García Meléndez (2005).  
La información de la Teoría de Cinco Factores de Personalidad es tomada de TEA Ediciones S.A. (2008).

Del Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad, aplicado en la presente investigación, en comparación con la Teoría Humoral de Hipócrates; se puede apreciar que ambos estudios se centran en la personalidad, ambos modelos tienen como objetivo estructurar la personalidad; sin embargo el modelo teórico de Hipócrates estructura la personalidad en cuatro temperamentos, mientras que el modelo de Costa y McCrae estructura la personalidad en cinco dimensiones (neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad) y cada uno de las dimensiones se estructura en seis rasgos de personalidad; los cuales son medibles a través de los instrumentos: NEO PI-R o NEO-FFI.



Se consideró como antecedente teórico la Teoría Humoral, porque es la principal y primogénita teoría de personalidad, y su dimensionamiento sirvió de base a distintos modelos teóricos de la personalidad. Asimismo, fue el punto de partida del sistema categorial y clasificatorio de la personalidad

Sin embargo llegó con plena vigencia en las disciplinas médicas y en la filosofía hasta el siglo XIX (García Meléndez, 2005).

**Tabla 45**

*Comparación crítica entre el Modelo Teórico de Cinco Factores de Personalidad con la Teoría de Personalidad de Cattell.*

| <b>Teoría de Personalidad de Cattell</b>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor</b>                                                                                       | Raymond Bernard Cattell (desarrolló la teoría desde año 1968 a 1995)                                                                                                                                                              |
| <b>Relación con la variable</b>                                                                    | Rasgos de Personalidad.                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Dimensiones</b>                                                                                 | Presenta 16 factores primarios de personalidad                                                                                                                                                                                    |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b>                                                                 | Estructurar la personalidad en 16 factores primarios de personalidad cada uno compuesto por dos rasgos de personalidad. Asimismo, medir los factores a través de los rasgos de personalidad, valiéndose de un análisis factorial. |
| <b>Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad, aplicado en la presente investigación</b> |                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Autor</b>                                                                                       | Costa y McCrae en el año 1976 y Goldberg en el año 1982.                                                                                                                                                                          |
| <b>Relación con la variable</b>                                                                    | Rasgos de Personalidad.                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Dimensiones</b>                                                                                 | Presenta cinco dimensiones o factores: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad.                                                                                                                        |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b>                                                                 | Estructurar la personalidad en cinco dimensiones (neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad) y medir a través de instrumentos, cuales son: Inventario de personalidad NEO PI-R o NEO-FFFI.               |

*Nota.* La información de la Teoría Humoral de Hipócrates son tomados de García Meléndez (2005). La información de la Teoría de Cinco Factores de Personalidad es tomada de TEA Ediciones S.A. (2008).

Del Modelo Teórico de los Cinco Factores de Personalidad, aplicado en la presente investigación, en comparación con la Teoría Humoral de Hipócrates; se puede apreciar que ambos estudios se centran en la personalidad, ambos modelos tienen como objetivo estructurar la personalidad y ser medidos a través de los rasgos de personalidad.

En la presente investigación se ha considerado como antecedente teórico al Modelo de Cattell, toda vez que ha sido primordial como base para la aparición de teorías modernas de la personalidad; como los modelos de cinco factores, modelo de Eysenck o de Cloninger. Sin embargo, la Teoría de Cattell a pesar de ser reconocida entre las teorías factoriales de la personalidad, presentó críticas por Pervin y Jhon (Como se citó en García, 2015) quienes señalan que, “Los factores de personalidad de Cattell no son un número definitivo de factores y no hay certeza de la cantidad exacta de ellos y algunos de los hallados no han podido ser definidos e interpretados”(p. 55).

El modelo de Costa y McCrae, va más allá de la simple identificación de los cinco factores, puesto que es un modelo comparable al de Eysenck o Cattell, en el sentido de que no es únicamente descriptivo, pues pretende justificar la naturaleza de los rasgos, describir sus relaciones y proponer utilidades del mismo.

Finalmente; Bermúdez et al. (2020) determinan que, el modelo evidencia gran aceptación en la comunidad profesional y científica de la psicología mundial, con validez y utilidad tanto a nivel de personalidad normal como anormal.

**Tabla 46**

*Comparación crítica entre el Modelo TAP aplicado en la presente investigación, con el Modelo de la maximización de la utilidad esperada.*

| <b>Modelo de la maximización de la utilidad esperada</b> |                                                                                   |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor</b>                                             | Shepherd y Douglas a fine del siglo XX.                                           |
| <b>Relación con la variable</b>                          | Intención Emprendedora.                                                           |
| <b>Dimensiones</b>                                       | Esfuerzo laboral, riesgo, independencia, ingresos (salarios) y utilidad esperada. |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b>                       | Explicar la intención emprendedora, desde la perspectiva de utilidad esperada.    |
| <b>Modelo Teórico de la Acción Planificada</b>           |                                                                                   |
| <b>Autor</b>                                             | Icek Ajzen y Martin Fishbein, 1991.                                               |
| <b>Relación con la variable</b>                          | Intención Emprendedora                                                            |

|                                    |                                                                                        |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Dimensiones</b>                 | Actitud hacia la conducta, norma subjetiva y control conductual percibido.             |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b> | Explicar la predicción o inclinación de un individuo hacia la creación de una empresa. |

*Nota.* La información de la Teoría de la Maximización de utilidad esperada y la Teoría de la Acción Planificada es tomada de Rodríguez Batalla (2015).

Del Modelo Teórico de la Acción Planificada (TAP) aplicado en la presente investigación, en comparación con Modelo de la maximización de la utilidad esperada; se puede apreciar que ambos estudios se centran en la intención de emprender, cada modelo con distintas dimensiones, el modelo de la TAP presenta dimensiones más predictivas, mientras que el modelo de la maximización de la utilidad presenta dimensiones desde un enfoque de utilidad esperada.

Sin embargo; “Los estudios realizados han confirmado parcialmente la validez del Modelo de la Maximización de la utilidad esperada, ya que solo se ha determinado que la actitud hacia el riesgo e independencia influyen significativa y positiva en la intención de emprender” Douglas (como se citó en Rodríguez Batalla, 2015, p. 107).

En la presente investigación para la variable de intención emprendedora se desarrolló la Teoría de la Acción Planificada toda vez que:

La Teoría de la Acción Planificada es uno de los modelos más aceptados para explicar la predicción o inclinación de un individuo hacia la creación de una empresa. El modelo ofrece la relación entre los predictores de la intención conductual – actitudes, norma subjetiva y control conductual percibido-, y la intención, así como en la capacidad de esta intención para pronosticar la conducta. (Icek Ajzen, 1991, p. 50)

**Tabla 47**

*Comparación crítica entre el Modelo TAP aplicado en la presente investigación, con el Modelo del Evento Emprendedor*

| <b>Modelo del Evento Emprendedor</b> |                                                                              |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor</b>                         | Shapero y Sokol, 1982.                                                       |
| <b>Relación con la variable</b>      | Intención Emprendedora.                                                      |
| <b>Dimensiones</b>                   | Percepción de deseabilidad, percepción de viabilidad y percepción de actuar. |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b>   | Explicar la intención personal, para iniciar una nueva empresa.              |

### Modelo Teórico de la Acción Planificada

|                                    |                                                                                        |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor</b>                       | Icek Ajzen y Martin Fishbein, 1991.                                                    |
| <b>Relación con la variable</b>    | Intención Emprendedora                                                                 |
| <b>Dimensiones</b>                 | Actitud hacia la conducta, norma subjetiva y control conductual percibido.             |
| <b>Objetivo del Modelo Teórico</b> | Explicar la predicción o inclinación de un individuo hacia la creación de una empresa. |

*Nota.* La información de la Teoría del Evento Emprendedor y la Teoría de la Acción Planificada es tomada de Rodríguez Batalla (2015).

Del Modelo Teórico de la Acción Planificada (TAP) aplicado en la presente investigación, en comparación con Modelo del Evento Emprendedor; se puede apreciar que ambos estudios tienen el objetivo explicar la intención de emprender, cada modelo con distintas dimensiones.

Sin embargo, según análisis, “El modelo de Shapero no recoge factores exógenos-sociales, asimismo se determina que la experiencia previa relacionada con la conducta no tiene un impacto directo en la intención de emprender, sino que ejerce su efecto únicamente en la viabilidad percibida” (Rodríguez Batalla, 2015, p. 104).

### Comparación crítica entre los resultados de la presente investigación, con los resultados de los diversos antecedentes de la investigación (nivel internacional, nacional y regional)

En el presente apartado se realiza comparaciones entre los resultados de la presente investigación, con los resultados de los antecedentes de la investigación a nivel internacional, nacional y regional.

Tabla 48

*Comparación crítica con los resultados del Antecedente Internacional*

| <b>Antecedente Internacional – Puerto Rico, año 2018</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Título</b>                                            | Artículo de investigación “Intención emprendedora: ¿Es influenciada por factores de personalidad y género?”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Autor</b>                                             | Hernández Maldonado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Variables Estudiadas</b>                              | Intención Emprendedora, Factores de Personalidad y Género.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Dimensiones</b>                                       | Intención Emprendedora: Actitudes Personales, Control y Comportamiento Percibido.<br>Factores de Personalidad: Apertura a las nuevas experiencias, responsabilidad, extraversión, amabilidad y neuroticismo                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Objetivo de investigación</b>                         | “Determinar la influencia de los factores de personalidad y genero en la intención emprendedora de subgraduados universitarios”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Metodología</b>                                       | -Tipo y nivel investigación: Investigación tipo básico, enfoque cuantitativo y nivel descriptivo y correlacional.<br>-Base teórica: Teoría de los Cinco Factores de Personalidad y Teoría del Comportamiento Planificado.<br>-Técnica: Encuesta escrita.<br>-Instrumentos: Constructo de Liñán y Chen y test NEO-FFI.<br>-Población: universitarios subgraduados de carreras de negocio de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico.<br>-Muestra: 200 universitarios subgradaudos. |
| <b>Resultados del Antecedente Internacional</b>          | Los rasgos de personalidad de extroversión y apertura a experiencias tienden a tener relación con la intención emprendedora; contrario al neuroticismo, amabilidad y responsabilidad, los cuales no presentaron evidencia significativa.                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Resultados del Presente Estudio (Tesis)</b>           | Los rasgos de personalidad de neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad tienen un influencia moderada en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.                                                                                                                                                                                                                      |

*Nota.* Resumen del artículo de investigación de Hernández Maldonado (2018).

De la presente investigación en comparación con el artículo de investigación internacional de Hernández Maldonado (2018); se puede apreciar que ambos estudios son de investigación tipo básico, enfoque cuantitativo y nivel correlacional; ambos estudios cuentan con las variables de personalidad e intención emprendedora. Ambos estudios presentan una similitud media en las bases teóricas y en las dimensiones de cada variable. Sin embargo, la unidad de análisis, delimitación geográfica y temporal de la investigación de Hernández son universitarios subgraduados de Carreras de Negocio



de la Universidad Católica de Puerto Rico, año 2018; el cual difiere de la presente investigación, que son universitarios graduados en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac-Perú, año 2021. Por otra parte, para el logro del objetivo de determinar el grado de influencia de la personalidad en la intención emprendedora, ambos estudios aplicaron instrumentos como cuestionario y test.

Respecto a los resultados se puede evidenciar, en la investigación de Hernández, que dos rasgos de personalidad: extroversión y aperturas tienden a tener relación positiva con la intención emprendedora; contrario a 3 rasgos de personalidad que no presentaron evidencia significativa. Sin embargo, en la presente investigación se pudo comprobar que los 5 rasgos de personalidad tienen una influencia moderada en la intención emprendedora. Esta diferencia de resultados respondería a las diferentes delimitaciones geográficas y temporales en las que se realizó las investigaciones; toda vez que según Moya et al. (2004) la personalidad también es influenciada por la cultura y el contexto. Finalmente, de acuerdo a los resultados del antecedente; una vez más se estaría evidenciando que algunos rasgos de la personalidad influyen en la intención emprendedora; lo que significa que para incrementar la intención emprendedora y promover el emprendimiento, las universidades deberán aplicar estrategias que fortalezcan e influyan positivamente en los rasgos de personalidad de los universitarios. Toda vez que las dos investigaciones concluyen que a mayor extraversión y apertura, mayor será la intención de emprender.



**Tabla 49**

*Comparación crítica con los resultados del Antecedente Nacional*

| <b>Antecedente Nacional – Lima- Perú, año 2017.</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Investigación</b>                                | Tesis de Licenciatura PUCP: “Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios de Lima Metropolitana”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Autor</b>                                        | Sánchez Ballesteros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Variables Estudiadas</b>                         | Intención Emprendedora, Prácticas de negocio y rasgos de Personalidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Dimensiones</b>                                  | Intención Emprendedora: actitud hacia la conducta emprendedora, norma subjetiva, control conductual percibido y la intención emprendedora.<br>Rasgos de Personalidad: extraversión, agradabilidad, conciencia, neuroticismo y apertura a la experiencia.                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Objetivo de investigación</b>                    | “Comprender la influencia de los rasgos de personalidad y las preferencias en prácticas de negocio sobre las intenciones empresariales”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Metodología</b>                                  | -Tipo y nivel investigación: Investigación tipo básico, enfoque cuantitativo y nivel correlacional.<br>-Base teórica: Teoría Big Five de Costa y McCrae y la Teoría del Comportamiento Planificado.<br>-Técnica: Encuesta.<br>-Instrumentos: Cuestionario de intención emprendedora (CIE) y escala de personalidad de golberg.<br>-Población: estudiantes y egresados universitarios en estadio de emprendedor naciente y nuevos empresarios.<br>-Muestra: 86 estudiantes de diferentes universidades de Lima Metropolitana |
| <b>Resultados del Antecedente Internacional</b>     | Las intenciones emprendedoras se asocian positivamente con los rasgos de personalidad. Asimismo, se aprecia que la Apertura a la Experiencia aparece como un rasgo predictor de la intención emprendedora.<br>La intención de emprender es alta en este grupo.                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Resultados del Presente Estudio (Tesis)</b>      | Existe una influencia moderada de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Los resultados muestran que existe intención emprendedora alta en la mayoría de los graduados, lo que significa que el 62.12% de graduados presentan alta intención emprendedora.                                                                                                                                      |

*Nota.* Resumen de la tesis de licenciatura de Sánchez Ballesteros (2017).

De la presente investigación en comparación con la tesis de ámbito nacional de Sánchez Ballesteros (2017); se puede apreciar que ambos estudios son de investigación tipo básico, de enfoque cuantitativo y nivel correlacional; ambos estudios cuentan con las variables de personalidad e intención empresarial. Ambos aplican el modelo de los

Cinco Factores de Personalidad y la Teoría del Comportamiento Planificado. Del mismo modo la unidad de análisis para ambos estudios son egresados universitarios. Sin embargo, para el logro del objetivo: comprender la influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora, ambos estudios aplicaron distintos instrumentos de medición.

Respecto a los resultados, se puede evidenciar que en la investigación de Sánchez, la intención emprendedora se asocia positivamente con los rasgos de personalidad. Asimismo, se aprecia que la apertura a la experiencia aparece como un rasgo predictor de la intención emprendedora. Del mismo modo, en la presente investigación se pudo comprobar que los rasgos de personalidad influyen moderadamente en la intención emprendedora; teniendo a la extraversión y a la responsabilidad como rasgos predictores de la intención emprendedora. Esta similitud, significa que el presente estudio tiene mayor soporte y credibilidad, ya que sus resultados son consistentes y coherentes con los antecedentes; y una vez más se estaría ratificando que los rasgos de la personalidad se asocian e influyen en el deseo de crear o no una empresa.

Respecto a la intención emprendedora, ambos estudios evidencian que existe un alto nivel de intención emprendedora en sus universitarios; en el caso de la UNAMBA existe una alta intención emprendedora en la mayoría de los graduados que son el 62.12%. Estos resultados son alentadores, sin embargo, ambas universidades PUCP y UNAMBA, como mejora continua deben seguir incrementando el porcentaje de universitarios con alta intención emprendedora; ya que según Smith y Schumpeter (como se citó en Lederman et al., 2014), “Los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos” (p.13). Por otra parte, se evidencia que hay un alto nivel de intención emprendedora en la mayoría de los graduados de Ciencias Administrativas de la UNAMBA; debe ser un punto de partida para fortalecer las competencias emprendedoras en los estudiantes; toda vez que la intención emprendedora predice el deseo de crear emprendimiento; pero no predice los resultados conductuales-éxito o fracaso.



**Tabla 50**

*Comparación crítica con los resultados del Antecedente Regional*

| <b>Antecedente Regional– Abancay- Apurímac, año 2018.</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Investigación</b>                                      | Tesis de Licenciatura UNAMBA: “La Inteligencia emocional y su relación con la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, 2018”.                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Autor</b>                                              | Criado y Arenas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Variables Estudiadas</b>                               | Inteligencia emocional y la intención emprendedora.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Dimensiones</b>                                        | -Inteligencia emocional: conciencia de uno mismo, autogestión, conciencia social y gestión de relaciones.<br>-Intención emprendedora: actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva percibida y autoeficacia.                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Objetivo de investigación</b>                          | “Determinar la relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la EP. Administración -UNAMBA”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Metodología</b>                                        | -Diseño y nivel investigación: Diseño no experimental con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional.<br>-Base teórica: Modelo de las Competencias de Daniel Goleman y Teoría del Comportamiento Planificado de Ick Ajzen.<br>-Técnica: Encuesta escrita.<br>-Instrumentos: Cuestionario elaborado por los investigadores de la tesis.<br>-Población: 515 estudiantes de la EP. Administración.<br>-Muestra: 206 estudiantes matriculados en cursos de prácticas pre-profesionales. |
| <b>Resultados del Antecedente Internacional</b>           | Los resultados muestran que existe en la mayoría de los estudiantes un nivel alto intención emprendedora 61.56%; misma que tiene relación significativa con la inteligencia emocional.                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Resultados del Presente Estudio</b>                    | Los resultados muestran que existe intención emprendedora alta en la mayoría de los graduados, lo que significa que el 62.12% de graduados presentan alta intención emprendedora.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

*Nota.* Resumen de la tesis de licenciatura de Criado y Arenas (2018).

De la presente investigación en comparación con la tesis de Criado y Arenas (2018); se puede apreciar que ambos estudios son de investigación científico básico, con enfoque cuantitativo y nivel correlacional; ambos estudios miden la variable de intención emprendedora aplicando la Teoría del Comportamiento Planificado. La investigación de Criado y Arenas tiene como población a estudiantes de Administración de la UNAMBA; mientras que la presente investigación a los graduados de Administración de la UNAMBA.



Respecto a los resultados, en la investigación de Criado y Arenas, se ha demostrado que existe alta intención emprendedora en la mayoría de los estudiantes que son el 61.56%; del mismo modo en la presente investigación se demuestra que existe alta intención emprendedora en la mayoría de los graduados que son el 62.12%. Según estos resultados se puede apreciar que el porcentaje de universitarios con alto nivel de desabilidad de crear empresa desde el año 2018 al año 2021, aumentó en un 0.56% = <1% ; este incremento mínimo, probablemente responda a la pandemia que estamos atravesando a nivel mundial; ya que esta situación sanitaria ha generado caídas en la actividad empresarial a nivel mundial; así mismo comparando los reportes de emprendimiento del Perú de los años 2018-2019 (antes de pandemia) con los años 2019-2020 (en pandemia), se puede apreciar que el Perú en actividad emprendedora temprana, del 3° puesto descendiendo al 5° puesto en el ranking del GEM . Del mismo modo el porcentaje de personas que tienen la intención de crear empresa, presentó una caída del 43.2% al 39.7%; todo ello a razón de la presión social, económica y sanitaria a causa de la pandemia (GEM, 2020; 2021). Por otra parte; el incremento no significativo de la intención emprendedora en los universitarios de la UNAMBA, probablemente este influenciado por la epidemia silenciosa de la depresión y la ansiedad que ha afectado a las Américas, el cual va incrementándose durante la pandemia.



## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

a) Respecto al objetivo general de la investigación, se determina que los rasgos de personalidad influyen de manera moderada en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac año 2021. Se llega a dicha conclusión puesto que todos los rasgos de personalidad influyen con grado medio sobre la intención emprendedora. Lo que significa a mayor extraversión, apertura, amabilidad, responsabilidad y menor neuroticismo; mayor será el nivel de intención emprendedora.

b) Respecto al primer objetivo específico de la investigación, se determina que el neuroticismo influye de manera negativa indirecta y media baja en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Por consiguiente, a menor neuroticismo, mayor nivel de intención emprendedora.

Se llega a dicha conclusión, ya que se evidenció mediante la prueba de Pearson, que existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia negativa indirecta media baja ( $r_{xy} = -0.322$ ,  $0.000 < 0.05$ ) entre el neuroticismo y la intención emprendedora; lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia media baja, es decir a menor neuroticismo, mayor nivel de intención emprendedora.

c) Respecto al segundo objetivo específico de la investigación, se determina que la extraversión influye de manera positiva directa media en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Por ello a mayor extraversión, mayor nivel de intención emprendedora.



Se llega a dicha conclusión, ya que se evidenció mediante la prueba de Pearson, que existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media ( $r_{xy} = 0.457$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la extraversión y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más extraversión, más es la intención emprendedora.

- d) Respecto al tercer objetivo específico de la investigación; se determina que la apertura influye de manera positiva directa media en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Lo que significa a mayor apertura, mayor el nivel de intención emprendedora.

Se llega a dicha conclusión, ya que se probó mediante la prueba de Pearson, que existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media ( $r_{xy} = 0.401$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la apertura y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a mayor nivel de apertura, mayor es la intención emprendedora.

- e) Respecto al cuarto objetivo específico de la investigación; se determina que la amabilidad influye de manera positiva directa baja en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Por consiguiente a mayor amabilidad, mayor nivel de intención emprendedora.

Se llega a dicha conclusión, ya que se probó mediante la prueba de Pearson, que existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa baja ( $r_{xy} = 0.236$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la intención emprendedora y la amabilidad, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, y se determina que existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa baja, es decir a mayor amabilidad, mayor intención emprendedora.

- f) Respecto al quinto objetivo específico de la investigación; se determina que la responsabilidad influye de manera positiva directa media en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. Por ende a mayor nivel de responsabilidad mayor nivel de intención emprendedora.

Se llega a dicha conclusión, ya que se evidenció mediante la prueba de Pearson, que existe una asociación lineal estadísticamente significativa, con una influencia positiva directa media ( $r_{xy} = 0.464$ ,  $0.000 < 0.05$ ), entre la responsabilidad y la intención emprendedora, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe correlación entre las variables con una influencia positiva directa media, es decir a más responsabilidad, mayor intención emprendedora.

## 6.2 Recomendaciones

Según los hallazgos o resultados en la presente investigación, fomentar estudios a profundidad en los ámbitos académicos y profesionales son importantes, de los cual se puede realizar las siguientes recomendaciones.

- a) **De acuerdo al objetivo planteado:** en la presente investigación, al determinar que los rasgos de personalidad sí influyen de manera moderada en la intención emprendedora; y considerando, que la personalidad tiene origen biológico y es influenciado por la cultura. Se recomienda a los tomadores de decisiones o autoridades competentes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, fomentar, incluir o considerar cursos y/o programas orientados al manejo adecuado de los rasgos de personalidad (neuroticismo, apertura, extraversión, amabilidad y responsabilidad) con fines de promover y fortalecer la intención emprendedora en los estudiantes del Programa de Estudios de Administración, y así fomentar el emprendimiento, toda vez que los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos y es uno de los temas que merece una atención puntual dentro de las universidades públicas y en general en todos los niveles educativos del país.
- b) **De acuerdo a la justificación social:** Por ser la justificación social promover el emprendimiento, al determinar que existe un alto nivel de intención emprendedora en la mayoría de los graduado y sin embargo un bajo nivel de concretización de emprendimientos, se recomienda a los tomadores de decisiones o autoridades competentes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional, el desarrollo y/o fortalecimiento de incubadora de empresas o afines, con la finalidad

de fomentar el emprendimiento y estimular la capacidad emprendedora de los estudiantes y egresados.

- c) **De acuerdo al enfoque de la investigación:** se recomienda a la comunidad académica y científica, y los futuros tesisistas o investigadores, que a partir de los resultados hallados tomen el interés y complementen la presente investigación desde un enfoque cualitativo, con fines de enriquecer el estudio de las variables.



## REFERENCIAS

- Aceituno Huacani, C., Alosilla Robles, W., & Moscoso Paricoto, I. (2021). *Discusión de Resultados*. Cusco: Biblioteca Nacional de Perú 2021 - 02763.
- Arango Ramírez, A. L. (2015). *RASGOS DE PERSONALIDAD SEGÚN ORDEN DE NACIMIENTO*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de investigación-Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Bandura, A. (1977). *Teoría Social Cognitiva de la Personalidad*. New York: Guilford.
- Bandura, A. (1997). *Teoría Social Cognitiva de la Personalidad*. New York: Guilford.
- Bermúdez et al. (07 de junio de 2020). *Psicología de la Personalidad*. Obtenido de <https://tuvntana.files.wordpress.com/2015/06/psicologia-de-la-personalidad-bermudez-perez-y-ruiz.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación : administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bird, B. (1989). *Entrepreneurial Behavior*. Glenview: Scott Foresman.
- Camarillo Gutiérrez, L. (2015). Rasgos de Personalidad en trastornos de la conducta alimentaria, evolución y gravedad de los síntomas. Madrid.
- Canseco Terry, R. D. (2014). *El arte de Emprender*. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca.
- CEOLEVEL. (4 de Febrero de 2015). Obtenido de "La controvertida Pirámide de Maslow": <https://www.ceolevel.com/la-controvertida-piramide-de-maslow>
- Consejo General de Colegios oficiales de Psicólogos . (2008). Evaluación del TEST NEO-PI-R. Madrid.
- Costa, P., & McCrae, R. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*. En P. Costa, & R. McCrae.
- Costa, P., & McCrae, R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI - R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Professional Manual*. Florida.
- Criado Huaylla, Y., & Arenas Ancoco, G. (07 de diciembre de 2020). *Repositorio UNAMBA*. Obtenido de [http://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/788/T\\_0488.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/788/T_0488.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



- Charaja Cutipa, F. (2018). *El MAPIC de la Investigación Científica*. Puno Perú: Corporación Sirio EIRL.
- Espiritu. (2008). *Actitud emprendedora en los estudiantes Universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid. Tesis Doctoral*. Madrid: Universidad complutense de Madrid, Facultad de ciencias económicas y empresariales.
- Feldman, R. S. (2006). *Psicología con aplicaciones en países de habla hispana*. México: Mc Graw Hill educación.
- García Meléndez, G. A. (2005). ESTRUCTURA FACTORIAL DEL MODELO DE PERSONALIDAD DE CATTELL EN UNA MUESTRA COLOMBIANA Y SU RELACIÓN CON EL MODELO DE CINCO FACTORES. *Accelerating the world's research.*, 22.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2018-2019*. Lima: Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2020/global-entrepreneurship-monitor-peru-2018-2019/>
- Global Entrepreneurship Monitor . (2019). *GEM MUNDIAL 2018-2019*, 152.
- Hernández et al. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández Maldonado, R. (2018). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género? *Revista Académica de Negocios*, 31. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5608/560859050006/index.html>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México DF: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Icek Ajzen. (1991). *Theory of Planned Behavior*. New York: Copyright C por Academic Press.Inc.
- Impulsa Colombia. (2021). GEM 2020-201. *Impulsa Colombia*, s/n. Obtenido de <https://innpulsacolombia.com/innformate/colombia-el-cuarto-pais-con-mayor-tasa-de-actividad-emprendedora-en-el-mundo>
- La Teoría d ela.* (s.f.).
- Lederman, D., Messina , J., Samuel, P., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina*. H Street NW.
- Leguía et al. (2016). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitario de Colombia. *Dialnet Artículos Científicos*, 14.



- Mamani Benito, O. J., & Quineros Zuñiga, D. (2014). Rasgos de personalidad y actitud hacia la elaboración de tesis en estudiantes del cuarto año de Psicología de la Universidad Peruana Unión - Filial Juliaca. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 28.
- Manga Rodríguez, D., & Morán Astorga, M. C. (2016). *SENTIDO DE COHERENCIA, EXPECTATIVAS DE AUTOEFICACIA Y DIMENSIONES DE PERSONALIDAD EN ADOLESCENTES PORTUGUESES*. España: Universidad de León. Obtenido de file:///E:/Recovered%20data%2005-24-2021%20at%2011\_21\_11/5.%20TESIS/LICENCIATURA%20-%20UNAMBA/TESIS-UNAMBA-A%20C3%91O-2021/INSTRUMENTOS%20INVESTIGACI%20C3%93N/NEO-FFI/APLICACI%20C3%93N%20Y%20FICHAS/GUIA%20CUESTIONARIO%20DEL%20NEO%20FFI.pdf
- Martínez Uribe, P., & Cassaretto Bardales, M. (2011). *Validación del Inventario de los Cinco factores NEO-FFI en español en estudiantes universitarios peruanos*. Lima.
- Marulanda et al. (2014). Teorías Motivacionales en el Estudio del Emprendimiento. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 204-236.
- Maslow, A. (2018). *La Teoría de la Motivación Humana*. España.
- Meléndez. (2003). *SCIELO*. Obtenido de La actitud del profesor universitario desde una perspectiva psicológica.: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php>
- Moliner, M. (1992). *Diccionario de uso del español*. Madrid: In Gredos.
- Moriano. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Moya et al. (2004). Red Nomológica de las Dimensiones de Personalidad del Modelo de Costa y McCrae. *Repositori Universitat Jaume I*, 11.
- Nueno. (2001). *Emprendiendi: El arte de crear empresas y sus artistas*. Bilbao: Deusto.
- Ñaupas et al. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U - Carrera 27 # 27-43.
- Organización Mundial de la Salud. (31 de agosto de 2021). *OPS-OMS*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/8-10-2020-no-hay-salud-sin-salud-mental>
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (15 de octubre de 2019). *CENTRUM PUCP*. Obtenido de <http://centrum.pucp.edu.pe/profesores/icek-ajzen/>
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (30 de enero de 2020). Obtenido de Repositorio: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/discover>



- Pontificia Universidad Católica Del Perú. (2018). Perfil del 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. *Emprendimiento*, 130.
- Rodríguez Crespo, M. (2016). *SENTIDO DE COHERENCIA, EXPECTATIVAS DE AUTOEFICACIA Y DIMENSIONES DE PERSONALIDAD EN ADOLESCENTES PORTUGUESES*. España: Universidad de León.
- Rodríguez Batalla, F. (2015). Estudio de la Intención Emprendedora en el Ámbito Científico Público. El Caso de las Ciencias de la Vida en España. *Dialnet*, 236.
- Sánchez Ballesteros, F. A. (07 de diciembre de 2017). *Relaciones entre la Intención emprendedora, Prácticas de negocio y Rasgos de personalidad en emprendedores Universitarios*. Obtenido de Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9725/SANCHEZ\\_BALLESTEROS\\_RELACIONES\\_ENTRE\\_LA\\_INTENCION\\_EMPRENDEDORA\\_PRACTICAS\\_DE\\_NEGOCIO\\_Y\\_RASGOS\\_DE\\_PERSONALIDAD\\_EN\\_EMPRENDEDORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9725/SANCHEZ_BALLESTEROS_RELACIONES_ENTRE_LA_INTENCION_EMPRENDEDORA_PRACTICAS_DE_NEGOCIO_Y_RASGOS_DE_PERSONALIDAD_EN_EMPRENDEDORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez Carlessi, H. H., & Mejía Sánchez, K. B. (2020). *Investigaciones en Salud Mental en Condiciones de Pandemia por el COVID 19*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez et al. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 37-60.
- Sánchez et al. (8 de diciembre de 2021). Obtenido de Biblioteca Clacso: <http://biblioteca.clacso.edu.ar>
- Sánchez Galán, J. (06 de marzo de 2022). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Sánchez, L. (18 de noviembre de 2020). *Emprende PYME*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/12-caracteristicas-basicas-de-los-emprendedores-de-exito.html>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). En *Determinants of entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models* (págs. 38, 291-332).
- SUNEDU. (05 de julio de 2020). *Registro Nacional de Trabajos de Investigación*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/>
- Tarrats et al. (2015). Del Modelo del Evento Emprendedor al Modelo Sistémico de Emprendimiento. *Dialnet*, 125-139.



- TEA Ediciones S.A. (2008). *Manual profesional : NEO PI-R Inventario de Personalidad NEO Revisado - NEO-FFI, Inventario NEO reducido de 05 factores* (3ª Edición revisada y ampliada ed.). Madrid.
- Ubierna Gomez, F. (2015). La Intención Emprendedora y el estudiante universitario de Turismo. *International Journal of Scientific Managment and Tourism* ., 235-273.
- UNAMBA. (05 de julio de 2020). *Repositorio Institucional VRIN-UNAMBA*. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/788>
- UNAMBA. (6 de marzo de 2022). *Bolsa de Trabajo UNAMBA*. Obtenido de <http://graduado.unamba.edu.pe/home>
- Universidad ESAN. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Perú 2017:2018. *GEM*, 72.
- Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. (20 de octubre de 2020). *Página oficial UNAMBA*. Obtenido de <https://www.unamba.edu.pe/pregrado/administracion/administracion.html>
- Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. (5 de setiembre de 2021). *Portal de Transparencia UNAMBA*. Obtenido de <https://www.unamba.edu.pe/media/attachments/2020/01/14/p01---plan-de-estudios-administracin.pdf>
- Universidad Rafael Lándivar. (2015). Rasgos de personalidad según orden de nacimiento.
- Univrsidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. (2019;2021). *Estudio sobre inserción laboral de egresados de la Univrsidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac*. Abancay: UNAMBA.
- Valdivieso Alba, R. (2015). Rasgos de Personalidad y Niveles de adaptación en Estudiantes de Bachillerato. Madrid, España. Obtenido de tesis Doctoral.
- Vesper, K. (1982). *The encyclopedia of enrepreneurship*. Chicago: Prentice Hall.
- Yurrebaso. (2012). *La personalidad y los valores sociales: influencia en el emprendizaje*. Salamanca: Facultad de Psicología, Universidad de Salamanca.
- Zambrano Cruz, R. (2011). Revisión sistemática del Inventario de personalidad NEO (NEO-PI). *SCIELO*, 123-417.



## ANEXOS

### Anexo A

**Tabla 51**

#### Matriz de Consistencia

| PROBLEMA                                                                                                                                                                                               | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                        | HIPÓTESIS                                                                                                                                                                                                      | VARIABLES                                                                                                                                       | DIMENSIONES     | INDICADORES                                                                                                                         | MÉTODOS                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PG ¿De qué manera influye los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021? | OE Determinar de qué manera influye los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021. | HG Influye de manera significativa los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021 | Variable Independiente: Rasgos de Personalidad<br><br>Modelo Teórico: Modelo de los Cinco Factores de Personalidad de Costa, McCrae y Goldberg. | 1. Neuroticismo | 1.1 Ansiedad.<br>1.2 Hostilidad.<br>1.3 Depresión.<br>1.4 Ansiedad social.<br>1.5 Impulsividad.<br>1.6 Vulnerabilidad.              | Tipo de investigación<br>Investigación científica básica<br><br>Nivel de Investigación<br>Correlacional explicativo<br><br>Método de Investigación<br>Deductiva y cuantitativo.<br><br>Diseño de investigación<br>No Experimental, de tipo transversal. |
| PE1 ¿De qué manera influye el neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?           | OE1 Establecer de qué manera influye el neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.           | HE1 Influye de manera significativa el neuroticismo en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.          |                                                                                                                                                 | 2. Extraversión | 2.1 Cordialidad.<br>2.2 Gregarismo.<br>2.3 Asertividad.<br>2.4 Actividad.<br>2.5 Búsqueda de emociones.<br>2.6 Emociones Positivas. |                                                                                                                                                                                                                                                         |
| PE2 ¿De qué manera influye la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?           | OE2 Establecer de qué manera influye de la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.        | HE2 Influye de manera significativa la extraversión en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.          |                                                                                                                                                 | 3. Apertura     | 3.1 Fantasía.<br>3.2 Estética.<br>3.3 Sentimientos.<br>3.4 Acciones.<br>3.5 Ideas.<br>3.6 Valores                                   |                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                 | 4. Amabilidad   | 4.1 Confianza.<br>4.2 Franqueza.<br>4.3 Altruismo.<br>4.4 Actitud conciliadora.<br>4.5 Modestia.<br>4.6 Sensibilidad a los demás.   |                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                 |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>PE3 ¿De qué manera influye la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?</p>        | <p>OE3 Establecer de qué manera influye la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA de Apurímac; año 2021.</p>        | <p>HE3 Influye de manera significativa la apertura en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.</p>        | <p><b>Variable Dependiente: Intención Emprendedora</b></p> | <p><b>5. Responsabilidad</b></p> <p>5.1 Competencia.<br/>5.2 Sentido del deber.<br/>5.3 Necesidad de logro.<br/>5.4 Deliberación.<br/>5.5 Autodisciplina.<br/>5.6 Orden.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>Población</b><br/>Conjunto de Graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA.<br/><br/>N: 196<br/><br/><b>Muestra</b><br/>n: 131<br/><br/><b>Muestreo</b><br/>Tipo probabilístico.<br/><br/><b>Técnica del Muestreo</b><br/>Muestreo aleatorio simple.<br/><br/><b>Técnica de la aplicación del Instrumento</b><br/>Técnica encuesta.<br/><br/><b>Instrumento</b><br/>Para Variable Independiente<br/>Inventario de Personalidad NEO Revisado (NEO PI-R).</p> |
|                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                 |                                                            | <p><b>1. Actitud hacia la conducta</b></p> <p><b>Creencia acerca de consecuencia a conducta.</b></p> <p>1.1.1 Enfrentarme a nuevos retos<br/>1.1.2 Crear empleo para otras personas.<br/>1.1.3 Ser creativo e innovador.<br/>1.1.4 Tener altos ingresos económicos.<br/>1.1.5 Asumir riesgos calculados.<br/>1.1.6 Ser mi propio jefe</p> <p><b>1.2. Medida de la evaluación de la consecuencia de realizar la conducta.</b></p> <p>1.2.1 Enfrentarme a nuevos retos<br/>1.2.2 Crear empleo para otras personas.<br/>1.2.3 Ser creativo e innovador.<br/>1.2.4 Tener altos ingresos económicos.<br/>1.2.5 Asumir riesgos calculados.<br/>1.2.6 Ser mi propio jefe</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                 |                                                            | <p><b>Modelo Teórico: Modelo de la Teoría de la Acción Planificada – TAP de Ajzen y Fishbein.</b></p> <p><b>2. Norma Subjetiva</b></p> <p>2.1 Medida de las creencias normativas atribuidas a los referentes.</p> <p>2.1.1 Mi familia.<br/>2.1.2 Mis amigos íntimos.<br/>2.1.3 Mis compañeros o colegas.</p> <p>2.2 Medida de la valoración y motivación para acomodarse a los otros referentes.</p> <p>2.2.1 Mi familia<br/>2.2.2 Mis amigos íntimos<br/>2.2.3 Mis compañeros o colegas</p>                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>PE4 ¿De qué manera influye la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?</p>      | <p>OE4 Establecer de qué manera influye la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA de Apurímac; año 2021.</p>      | <p>HE4 Influye de manera significativa la amabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.</p>      |                                                            | <p><b>3. Control Conductual Percibido</b></p> <p>3.1 Medida de la autoeficacia emprendedora.</p> <p>3.1.1 Definir la idea de negocio.<br/>3.1.2 Escribir el Plan de negocio.<br/>3.1.3 Realizar trámites administrativos y burocráticos necesarios para crear su empresa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>PE5 ¿De qué manera influye la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021?</p> | <p>OE5 Establecer de qué manera influye la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA de Apurímac; año 2021.</p> | <p>HE5 Influye de manera significativa la responsabilidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021.</p> |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                             |                                                                      |                                                          |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bastidas de Apurímac; 2021? | de la Facultad de Administración de la UNAMBA de Apurímac; año 2021. | Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021. |  |  | <p>3.1.4 Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos</p> <p>3.1.5 Trabajar bajo un continuo estrés, presión y conflicto</p> <p>3.1.6 Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos (bienes o servicios)</p> <p>3.1.7 Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados</p> <p>3.1.8 Relacionarte con personas clave para obtener capital para tu empresa</p> <p>3.1.9 Tolerar los cambios inesperados en las condiciones de tu negocio</p> <p>3.1.10 Identificar recursos potenciales para la financiación de su empresa</p> <p>3.1.11 Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de tus clientes</p> <p>3.1.12 Persistir frente a la adversidad en tu negocio</p> <p>3.1.13 Formar asociaciones o alianzas con otras empresas".</p> <p><b>3.2 Medida de controlabilidad.</b></p> <p>3.2.1 Si quisiera, podría fácilmente ser emprendedora y crear mi propia empresa.</p> <p>3.2.2 Si creara mi empresa, tendría un control total sobre la situación.</p> <p>3.2.3 Hay pocas circunstancias fuera de mi control que podrían impedirme ser emprendedor y crear mi propia empresa y ser emprendedor.</p> <p>3.2.4 Depende totalmente de mí si decido o no crear mi propia empresa y ser emprendedor.</p> | <p><b>Instrumento Para Variable Dependiente</b><br/>Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE).</p> <p><b>Estadísticos de Investigación</b><br/>SPSS</p> <p><b>Tiempo de Ejecución</b><br/>03 meses</p> <p><b>Presupuesto total de la Investigación</b><br/>S/. 16,410.00</p> |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Nota.* La variable, dimensiones e indicadores de intención emprendedora son tomados de Ajzen y Fishbein (1999); asimismo, la variable, dimensiones e indicadores de rasgos de personalidad son tomados del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (2008).

## Anexo B

### Ficha Técnica del Test: Inventario Cinco Factores NEO-FFI

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Título               | : Inventario de Personalidad NEO-FFI versión Abreviada, del NEO-PI-R.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Autores              | : Paul T. Costa Jr. & Robert R. Mc Crae (1992)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Adaptación a Perú    | : Patricia Martínez Uribe y Mónica Cassaretto Bardales (2011)<br>Validación del Inventario de los cinco factores NEO-FFI en español en estudiantes universitarios peruanos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Elemento personal    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Evaluado             | : Rasgos de personalidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Tipo de instrumento  | : Inventario psicométrico de la personalidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ámbito de aplicación | : Adolescentes y adultos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Ítems                | : 60, con cinco opciones de respuesta en escala tipo Likert.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Administración       | : Individual y Colectiva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Duración             | : Aproximadamente 15 minutos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Evaluación           | : Cinco dimensiones de la personalidad: Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad, Responsabilidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Bases Teóricas       | : Modelo Pentafactorial de Rasgos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Valoración:          | Teoría de los Cinco Grandes de Costa Y Mc Crae.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• (N) Neuroticismo: Tendencia a experimentar emociones negativas y Vulnerabilidad al estrés</li> <li>• (E) Extraversión: sociabilidad, actividad, energía tendencia a experimentar emociones positivas.</li> <li>• (O) Apertura: Tendencia a exponerse a experiencias personales y culturales nuevas, a vivir intensamente emociones, experiencias estéticas y a innovar.</li> <li>• (A) Amabilidad: Altruismo confianza interpersonal, simpatía, empatía.</li> <li>• (C) Responsabilidad: Voluntad de logro, planificación, escurpulosidad, perseverancia.</li> </ul> |

- Método de corregida del Inventario Cinco Factores NEO-FFI

Para corregir la personalidad hay que invertir a 5, 4, 3, 2, 1 las puntuaciones de los ítems que tienen una R en la siguiente plantilla. El resto se puntúan como 1, 2, 3, 4 y 5. Por lo tanto, cuanto mayor es la puntuación mayor es la Apertura y mayor es la Amabilidad:

En la base ficticia los ítems son:

**-Apertura (O):** 1, 3, 5R, 7, 9R, 11, 13R, 15, 17, 19R, 21, 24R

**-Amabilidad (A):** 2, 4R, 6, 8R, 10, 12R, 14R, 16R, 18, 20, 22, 23R

Esta es la plantilla de todo el cuestionario original. Pero en la base de datos ficticia sólo se han pasado los factores de Apertura (O) y Amabilidad (A).

Traslade la puntuación al paréntesis que sigue a cada ítem en la tabla siguiente y sume dichas puntuaciones para obtener las puntuaciones directas (PD) en cada factor:

|          |                                                                             |   |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>N</b> | 1( )+6*( )+11( )+16( )+21( )+26( )+31( )+36( )+41*( )+46*( )+51( )+56*( )   | = |
| <b>E</b> | 2( )+7( )+12( )+17*( )+22( )+27*( )+32( )+37*( )+42*( )+47( )+52( )+57*( )  | = |
| <b>O</b> | 3( )+8*( )+13( )+18( )+23*( )+28( )+33( )+38*( )+43*( )+48( )+53( )+58*( )  | = |
| <b>A</b> | 4( )+9*( )+14*( )+19*( )+24( )+29( )+34*( )+39( )+44( )+49( )+54*( )+59*( ) | = |
| <b>C</b> | 5*( )+10( )+15( )+20( )+25( )+30( )+35( )+40( )+45( )+50*( )+55*( )+60*( )  | = |

**Escala N (Neuroticismo):** Desajuste-Ajuste emocional

Puntuaciones Altas  
a) Tendencia a experimentar sentimientos negativos; b) susceptibilidad a la perturbación (aunque no la perturbación en sí misma); c) peor afrontamiento del estrés; d) menor capacidad de control de los impulsos.

Puntuaciones Bajas  
Estabilidad emocional, mayor capacidad para soportar estrés y mejor autocontrol.

**Escala E (Extraversión): Cantidad e intensidad de las relaciones interpersonales**

Tendencia a la sociabilidad, la actividad y el gregarismo

Puntuaciones Altas  
a) sociabilidad; b) gregarismo; c) tendencia a ser asertivo, activo y hablador; d) gusto por la excitación y la estimulación; e) tendencia a experimentar emociones positivas (alegría, optimismo); f) animados, enérgicos y emprendedores.

|                                                                                                                      |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Puntuaciones                                                                                                         | Bajas          |
| Carencia de extraversión (por ejemplo, el introvertido es más reservado que hosco; no optimista, más que pesimista). |                |
| Ficha                                                                                                                | Interpretación |

**Escala O (Apertura): amplitud y variedad de los intereses, así como la intensidad de la vida emotiva**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Puntuaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Altas |
| -Tienden a estar interesadas tanto por su experiencia interior como por el mundo exterior. Experimentan todas sus emociones de forma intensa y están abiertos a ideas nuevas y no convencionales. a) integración activa de información; b) sensibilidad estética; c) atención a la vida interior; d) preferencia por la variedad; e) curiosidad intelectual; f) independencia de juicio. No es un componente de la inteligencia, aunque se asocia con la creatividad. |       |

|                                                                                                                                                                                                                                                               |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Puntuaciones                                                                                                                                                                                                                                                  | Bajas |
| -Conservadores y convencionales y su respuesta emocional es apagada y poco intensa. La gama de intereses es más reducida. La dimensión no predice la utilidad social del sujeto (sirve o no para integrarse en la sociedad o en un papel social determinado). |       |

**Escala A (Amabilidad): Calidad de las relaciones interpersonales**

|                                                                                                                 |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Puntuaciones                                                                                                    | Altas |
| a) amables y altruistas; b) dispuestas a ayudar; c) cree que los demás son igual que ellos (no son suspicaces). |       |

|                                                                             |       |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------|
| Puntuaciones                                                                | Bajas |
| a) egocentrismo; b) suspicacia; c) oposicionismo (personas no cooperadoras) |       |

Un extremo no es necesariamente más deseable que el otro, el polo bajo fomenta una actitud crítica y escéptica, mientras que el alto fomenta la cooperación. Ningún polo predice ventajas en salud mental.

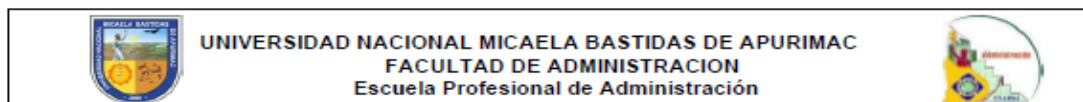
**Escala C (Responsabilidad): autoorganización, planificación y ejecución de las tareas**

|                                                                                                                                                                   |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Puntuaciones                                                                                                                                                      | Altas |
| a) voluntariosos y trabajadores; b) fiables y puntuales; c) decididos; d) se asocian a un alto rendimiento, aunque e) pueden ser excesivamente pulcros y críticos |       |

|                                                                                                                |       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Puntuaciones                                                                                                   | Bajas |
| Menos rigurosos, aunque no necesariamente indolentes. Luchan menos por alcanzar sus metas y son más hedonistas |       |

## Anexo C

Test: Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes universitarios peruanos.



### Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes Universitarios Peruanos

Estimado (a) el presente test, es para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA, 2021".

**Indicaciones:** En cada ítem tendrá cinco alternativas para responder. No hay respuestas correctas ni incorrectas, conteste de forma sincera y exprese sus opiniones de la manera más precisa posible. Todas las respuestas son confidenciales. Por favor no dejar ninguna respuesta en blanco.

Tiempo estimado para la aplicación del test: 15 minutos.

#### Parte I. Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI

| En total desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|---------------------|---------------|---------|------------|-----------------------|
| 0                   | 1             | 2       | 3          | 4                     |

| Nº | Ítem                                                                                               | En total<br>desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de<br>acuerdo |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------|---------|------------|--------------------------|
| 1  | A menudo me siento inferior a los demás.                                                           | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 2  | Soy una persona alegre y animosa.                                                                  | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 3  | A veces, cuando leo una poesía o contemplo una obra de arte, siento profunda emoción o excitación. | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 4  | Tiendo a pensar lo mejor de la gente.                                                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 5  | Parece que nunca soy capaz de organizarme.                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 6  | Rara vez me siento con miedo o ansioso.                                                            | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 7  | Disfruto mucho hablando con la gente.                                                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 8  | La poesía tiene poco o ningún efecto sobre mí.                                                     | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 9  | A veces intimidado o adulo a la gente para que haga lo que yo quiero.                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 10 | Tengo unos objetivos claros y me esfuerzo por alcanzarlos de forma ordenada.                       | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 11 | A veces me vienen a la mente pensamientos aterradoros.                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 12 | Disfruto en las fiestas en las que hay mucha gente.                                                | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 13 | Tengo gran variedad de intereses intelectuales.                                                    | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 14 | A veces consigo con artimañas que la gente haga lo que yo quiero.                                  | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 15 | Trabajo mucho para conseguir mis metas.                                                            | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 16 | A veces me parece que no valgo absolutamente nada.                                                 | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 17 | No me considero especialmente alegre.                                                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 18 | Me despiertan la curiosidad las formas que encuentro en el arte y la naturaleza.                   | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 19 | Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear.                        | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 20 | Tengo mucha auto-disciplina.                                                                       | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 21 | A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza.                                   | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 22 | Me gusta tener mucha gente alrededor.                                                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 23 | Encuentro aburridas las discusiones filosóficas.                                                   | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 24 | Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar.                                      | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 25 | Antes de emprender una acción, siempre considero sus consecuencias.                                | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 26 | Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces siento que me voy a desmoronar.                        | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 27 | No soy tan vivo ni tan animado como otras personas.                                                | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 28 | Tengo mucha fantasía.                                                                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |

| N° | Ítem                                                                                                                | En total<br>desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de<br>acuerdo |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------|---------|------------|--------------------------|
| 29 | Mi primera reacción es confiar en la gente.                                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 30 | Trato de hacer mis tareas con cuidado, para que no haya que hacerlas otra vez.                                      | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 31 | A menudo me siento tenso e inquieto.                                                                                | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 32 | Soy una persona muy activa.                                                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 33 | Me gusta concentrarme en un sueño o fantasía y, dejándolo crecer y desarrollarse, explorar todas sus posibilidades. | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 34 | Algunas personas piensan de mí que soy frío y calculador.                                                           | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 35 | Me esfuerzo por llegar a la perfección en todo lo que hago.                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 36 | A veces me he sentido amargado y resentido.                                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 37 | En reuniones, por lo general prefiero que hablen otros.                                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 38 | Tengo poco interés en andar pensando sobre la naturaleza del universo o de la condición humana.                     | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 39 | Tengo mucha fe en la naturaleza humana.                                                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 40 | Soy eficiente y eficaz en mi trabajo.                                                                               | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 41 | Soy bastante estable emocionalmente.                                                                                | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 42 | Huyo de las multitudes.                                                                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 43 | A veces pierdo el interés cuando la gente habla de cuestiones muy abstractas y teóricas.                            | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 44 | Trato de ser humilde.                                                                                               | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 45 | Soy una persona productiva, que siempre termina su trabajo.                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 46 | Rara vez estoy triste o deprimido.                                                                                  | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 47 | A veces reboso felicidad.                                                                                           | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 48 | Experimento una gran variedad de emociones o sentimientos.                                                          | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 49 | Creo que la mayoría de la gente con la que trato es honrada y fidedigna.                                            | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 50 | En ocasiones primero actúo y luego pienso.                                                                          | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 51 | A veces hago las cosas impulsivamente y luego me arrepiento.                                                        | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 52 | Me gusta estar donde está la acción.                                                                                | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 53 | Con frecuencia pruebo comidas nuevas o de otros países.                                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 54 | Puedo ser sarcástico y mordaz si es necesario.                                                                      | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 55 | Hay tantas pequeñas cosas que hacer, que a veces lo que hago es no atender a ninguna.                               | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 56 | Es difícil que yo pierda los estribos.                                                                              | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 57 | No me gusta mucho charlar con la gente.                                                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 58 | Rara vez experimento emociones fuertes.                                                                             | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 59 | Los mendigos no me inspiran simpatía.                                                                               | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |
| 60 | Muchas veces no preparo de antemano lo que tengo que hacer.                                                         | 0                      | 1             | 2       | 3          | 4                        |

|                                                 |    |    |
|-------------------------------------------------|----|----|
| ¿Ha respondido todos los ítems?                 | Sí | No |
| ¿Ha respondido fiel y sinceramente a los ítems? | Sí | No |
| <b>Fin de la Prueba</b>                         |    |    |

## Parte II. Datos de Control

|                                                             |                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Código de Cuestionario</b><br>..... - 2021               | <b>Nombres y Apellido del encuestador</b>                                                                       |
| <b>Lugar y fecha de la encuesta:</b><br>..... /..... /..... | <b>Visto bueno por</b><br> |

Gracias por su atención.

Fuente: Adaptado de Martínez y Cassaretto (2011).

## Anexo D

Validación del Test “Inventario NEO-FFI” en estudiantes universitarios peruanos.

El test, fue validado para Perú, en estudiantes universitarios; por Patricia Martínez Uribe y Mónica Cassaretto Bardales de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2011).



Revista Mexicana de Psicología

ISSN: 0185-6073

sociedad@psicologia.org.mx

Sociedad Mexicana de Psicología A.C.

México

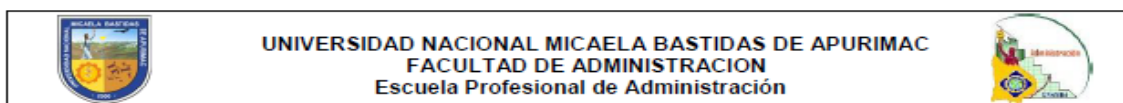
Martínez Uribe, Patricia; Cassaretto Bardales, Mónica  
Validación del Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español en estudiantes universitarios  
peruanos  
Revista Mexicana de Psicología, vol. 28, núm. 1, enero, 2011, pp. 63-74  
Sociedad Mexicana de Psicología A.C.  
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243029630006>

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243029630006>

## Anexo E

### Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado.



#### Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado

Estimado (a) el presente Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado, es para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA, 2021", le agradecemos por su colaboración.

**Indicaciones:** En cada pregunta tendrá alternativas para responder, marque usted con un aspa "X" su respuesta. Desde la parte II, por pregunta se presentará cinco alternativas, desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo; marque la a respuesta que se ajuste más a la realidad. Si presenta consultas pregunte con el encuestador.

| Categoría                      | Código | Escala |
|--------------------------------|--------|--------|
| Totalmente en desacuerdo       | TA     | 1      |
| En desacuerdo                  | ED     | 2      |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | N      | 3      |
| De acuerdo                     | DA     | 4      |
| Totalmente de acuerdo          | TA     | 5      |

#### Parte I. Datos Sociodemográficos

|                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Sexo.</b><br>a. Femenino. <input type="checkbox"/><br>b. Masculino. <input type="checkbox"/>                                             | <b>2. Edad.</b><br>a. Menos de 21 años. <input type="checkbox"/><br>b. Entre 22 a 30 años. <input type="checkbox"/><br>c. Más de 30 años. <input type="checkbox"/>                                                                                                                  |
| <b>3. Año de obtención del grado académico de bachiller.</b><br>a. año 2019. <input type="checkbox"/><br>b. año 2020. <input type="checkbox"/> | <b>4. Sector en el que desarrollaría un emprendimiento.</b><br>a. Sector primario (agricultura, ganadería, pesca y minería). <input type="checkbox"/><br>b. Sector industrial (transformación de bienes). <input type="checkbox"/><br>c. Sector servicios. <input type="checkbox"/> |

|                                               |                                                 |                     |                                 |                                   |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| <b>5. Actividad laboral y sector laboral.</b> |                                                 |                     |                                 |                                   |
| <input type="checkbox"/>                      | a. Con actividad laboral.                       | Sector público. ( ) | Sector privado ( ) dependiente. | Sector privado ( ) independiente. |
| <input type="checkbox"/>                      | b. Con actividad laboral recurrente (eventual). | Sector público. ( ) | Sector privado ( ) dependiente. | Sector privado ( ) independiente. |
| <input type="checkbox"/>                      | c. Sin actividad laboral.                       |                     |                                 |                                   |

|                                                                                                                                     |                           |                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>6. Ha constituido empresa, posterior a la obtención del grado académico de bachiller, según sea el caso indique su vigencia.</b> |                           |                                                                                 |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                            | a. Sí.                    | Sí se encuentra vigente a la fecha. ( ) No se encuentra vigente a la fecha. ( ) |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                            | c. Sin actividad laboral. |                                                                                 |

#### Parte II. Intención Emprendedora

| Ítems                                                                                                          | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|--------------------------------|------------|-----------------------|
| <b>3.1 Actitud hacia la conducta de emprendimiento</b>                                                         |                          |               |                                |            |                       |
| <b>Creencia acerca de la consecuencia de emprender</b>                                                         |                          |               |                                |            |                       |
| 1. ¿Para usted, crear una nueva empresa supondría enfrentarse a nuevos retos?                                  | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |
| 2. ¿Cree usted, que al generar una nueva empresa le permite crear oportunidades de empleo para otras personas? | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |
| 3. ¿Está usted de acuerdo, que es indispensable ser creativo e innovador para crear una nueva empresa?         | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |
| 4. ¿Considera usted, que para crear una nueva empresa es primordial tener altos ingresos económicos?           | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |
| 5. ¿Está usted de acuerdo, al crear una nueva empresa supondría asumir riesgos calculados?                     | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |
| 6. ¿Para usted, crear una nueva empresa significaría gozar de independencia y ser su propio jefe?              | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |

| Evaluación de la consecuencia de emprender                                                                                              |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 7. ¿Para usted, en la vida general es deseable enfrentarse a nuevos retos?                                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. ¿Cree usted, que en la vida general es un anhelo crear empleo para otras personas?                                                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. ¿Considera usted, que es un deseo ser creativo e innovador en la vida general?                                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. ¿Cree usted, que es deseable en la vida general tener altos ingresos económicos?                                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. ¿Para usted, asumir riesgos calculados en su vida en general son retos deseados?                                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. ¿Considera usted, que los emprendedores tienen una aspiración de convertirse en su propio jefe de su empresa?                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>3.2 Norma Subjetiva</b>                                                                                                              |   |   |   |   |   |
| Creencia normativa atribuida a los referentes                                                                                           |   |   |   |   |   |
| 13. ¿Usted cree, que su familia directa (padres, hermanos y pareja) estén de acuerdo si decide crear su propia empresa?                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. ¿Considera usted, que sus amigos íntimos se mostrarían de acuerdo si decide crear su propia empresa?                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. ¿Para usted, sus compañeros y colegas estarían de acuerdo si decide crear su propia empresa?                                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Valoración y motivación para acomodarse a los referentes                                                                                |   |   |   |   |   |
| 16. ¿Usted, está de acuerdo con la opinión de su familia directa (padres, hermanos y pareja), respecto al supuesto de crear su empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. ¿Usted, considera trascendental la opinión de sus amigos íntimos, respecto al supuesto de crear su empresa?                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. ¿Para usted, influenciaría la opinión de sus compañeros o colegas, respecto al supuesto de crear empresa?                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>3.3 Control Conductual Percibido.</b>                                                                                                |   |   |   |   |   |
| Controlabilidad                                                                                                                         |   |   |   |   |   |
| 19. ¿Cree usted que es fácil ser emprendedor y crear su propia empresa cuando uno se propone?                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. ¿Cree usted, que si creara su empresa, estaría capacitado para tener un mejor control de las áreas más importantes de su empresa?   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. ¿Considera usted, que hay circunstancias fuera de su control que podrían impedirle ser emprendedor y crear una propia empresa?      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. ¿Para usted, el crear o no una empresa depende totalmente de uno mismo?                                                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Autoeficacia                                                                                                                            |   |   |   |   |   |
| Usted si creara su propia empresa, ¿Cree que sería capaz de desempeñar eficazmente las siguientes tareas?                               |   |   |   |   |   |
| 23. Definir la idea de negocio y la estrategia de su empresa.                                                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. Formular el Plan de negocio.                                                                                                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. Realizar los trámites administrativos y burocráticos para la creación de una empresa.                                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. Negociar y mantener relaciones favorables con inversores potenciales y bancos.                                                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27. Trabajar bajo presión, conflicto y estrés.                                                                                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28. Reconocer oportunidades en el mercado.                                                                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29. Reclutar, selección y entrenar a su personal.                                                                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. Relacionarse con personas clave para obtener el capital o financiamiento de su empresa.                                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31. Ser muy tolerante ante los cambios en las condiciones del entorno de su negocio.                                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. Tener la capacidad de identificar los recursos financieros para su empresa.                                                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. Crear productos innovadores que satisfagan las necesidades no cubiertas en el mercado.                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34. Tener la capacidad de persistir a pesar de las amenazas que se presentan en el entorno de su empresa.                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35. Estar dispuesto a formar parte de asociaciones o alianzas con otras empresas.                                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

#### Parte IV. Datos de Control

|                                                      |                                    |
|------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Código de Cuestionario<br>..... - 2021               | Nombres y Apellido del encuestador |
| Lugar y fecha de la encuesta:<br>..... /..... /..... | Visto bueno por                    |

Gracias por su atención

*Nota.* El cuestionario fue adaptado y validado en la presente investigación. Fuente: Elaboración Propia

## Anexo F

Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado, por Juicio de Expertos.

### FICHA DE VALIDACIÓN

**Datos del Experto:** Mtro. Arturo Nicanor Suárez Orellana

**Título de la Investigación:** "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; año 2021"

**Objetivo:** Determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021.

**Unidad de análisis:** Graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

**Investigador:** Bach. Sheyla Zunilda Chipa Rivas

**Instrumento:** Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado.

| Nº    | EVIDENCIAS                                  | INDICADORES  | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|-------|---------------------------------------------|--------------|------------|---|---|---|---|
|       |                                             |              | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 01    | Operacionalización de la variables          | Metodología  |            |   |   |   | X |
| 02    | Pertinencia de reactivos                    | Coherencia   |            |   |   | X |   |
| 03    | Cantidad de reactivos para medir variable   | Suficiencia  |            |   |   | X |   |
| 04    | Basados en aspectos teóricos de la variable | Consistencia |            |   |   |   | X |
| 05    | Expresado en hechos perceptibles            | Objetividad  |            |   |   | X |   |
| 06    | Adecuado para los sujetos de estudio        | Oportunidad  |            |   |   |   | X |
| 07    | Formulado con lenguaje apropiado            | Claridad     |            |   |   | X |   |
| 08    | Acorde al avance de la ciencia y tecnología | Actualidad   |            |   |   |   | X |
| 09    | Muestra una organización lógica             | Organización |            |   |   | x |   |
| 10    | Calidad de instrucciones                    | Calidad      |            |   |   |   | X |
| TOTAL |                                             |              | a          | b | c | d | e |

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = \underline{\quad 46/50 = 90\% \quad}$

**NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es  $\geq 70\%$

Abancay, 17 de marzo de 2021



Sello y firma del experto

### FICHA DE VALIDACIÓN

**Datos del Experto:** Mg. Ivón Nieves Alarcón Palomino.

**Título de la Investigación:** "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021"

**Objetivo:** Determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021.

**Unidad de análisis:** Graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

**Investigador:** Bach. CC. Adm. Sheyla Zunilda Chipa Rivas

**Instrumento:** Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado.

| N°    | EVIDENCIAS                                  | INDICADORES  | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|-------|---------------------------------------------|--------------|------------|---|---|---|---|
|       |                                             |              | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 01    | Operacionalización de la variables          | Metodología  |            |   |   | X |   |
| 02    | Pertinencia de reactivos                    | Coherencia   |            |   |   | X |   |
| 03    | Cantidad de reactivos para medir variable   | Suficiencia  |            |   |   |   | X |
| 04    | Basados en aspectos teóricos de la variable | Consistencia |            |   |   |   | X |
| 05    | Expresado en hechos perceptibles            | Objetividad  |            |   |   | X |   |
| 06    | Adecuado para los sujetos de estudio        | Oportunidad  |            |   |   |   | X |
| 07    | Formulado con lenguaje apropiado            | Claridad     |            |   |   | X |   |
| 08    | Acorde al avance de la ciencia y tecnología | Actualidad   |            |   | X |   |   |
| 09    | Muestra una organización lógica             | Organización |            |   |   | X |   |
| 10    | Calidad de instrucciones                    | Calidad      |            |   |   |   | X |
| TOTAL |                                             |              | a          | b | c | d | e |

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 3+20+20/50 = 0.86 = 86\%$

**NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es  $\geq 70\%$

Abancay, 15 de marzo de 2021

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac  
Facultad de Administración  
*Mg. Ivón N. Alarcón Palomino*  
DOCENTE

Sello y firma del experto

### FICHA DE VALIDACIÓN

**Datos del Experto:** Dra. Rosario Leticia Valer Montesinos

**Título de la Investigación:** "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021"

**Objetivo:** Determinar el grado de influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; 2021.

**Unidad de análisis:** Graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

**Investigador:** Bach. CC. Adm. Sheyla Zunilda Chipa Rivas

**Instrumento:** Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado.

| N°           | EVIDENCIAS                                  | INDICADORES  | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|--------------|---------------------------------------------|--------------|------------|---|---|---|---|
|              |                                             |              | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 01           | Operacionalización de la variables          | Metodología  |            |   |   |   | X |
| 02           | Pertinencia de reactivos                    | Coherencia   |            |   |   | X |   |
| 03           | Cantidad de reactivos para medir variable   | Suficiencia  |            |   |   |   | X |
| 04           | Basados en aspectos teóricos de la variable | Consistencia |            |   |   |   | X |
| 05           | Expresado en hechos perceptibles            | Objetividad  |            |   |   | X |   |
| 06           | Adecuado para los sujetos de estudio        | Oportunidad  |            |   |   | X |   |
| 07           | Formulado con lenguaje apropiado            | Claridad     |            |   |   | X |   |
| 08           | Acorde al avance de la ciencia y tecnología | Actualidad   |            |   |   | X |   |
| 09           | Muestra una organización lógica             | Organización |            |   |   |   | X |
| 10           | Calidad de instrucciones                    | Calidad      |            |   | X |   |   |
| <b>TOTAL</b> |                                             |              | a          | b | c | d | e |

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = (03+20+20)/50=0.86=86\%$

**NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es  $\geq 70\%$

Abancay, 18 de Marzo de 2021

  
 Dra. Rosario L. Valer Montesinos  
 DOCENTE

Sello y Firma del experto

## Anexo G

Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado, por confiabilidad.

Para hallar la confiabilidad del cuestionario mediante el software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0; se tuvo que realizar encuesta piloto a 35 graduados de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

| <b>Variable 2 INTENCION EMPRENDEDORA</b>     |                |
|----------------------------------------------|----------------|
| <b>Dimensión 1 actitud hacia la conducta</b> |                |
| <b>Estadísticas de fiabilidad</b>            |                |
| Alfa de Cronbach                             | N de elementos |
| ,697                                         | 12             |
| <b>Dimensión 2 norma subjetiva</b>           |                |
| <b>Estadísticas de fiabilidad</b>            |                |
| Alfa de Cronbach                             | N de elementos |
| ,764                                         | 6              |
| <b>Dimensión 3 control percibido</b>         |                |
| <b>Estadísticas de fiabilidad</b>            |                |
| Alfa de Cronbach                             | N de elementos |
| ,828                                         | 17             |
| <b>A NIVEL DE VARIABLE</b>                   |                |
| <b>Estadísticas de fiabilidad</b>            |                |
| Alfa de Cronbach                             | N de elementos |
| ,876                                         | 35             |

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación del software IBM SPSS - 25.0 (2021).

## Anexo H

Fotografías de aplicación de instrumentos.

**Figura 31**

*Cuestionario y Test, aplicados por Microsoft forms.*

The figure displays two screenshots of Microsoft Forms surveys. The top screenshot shows the 'Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado' form, which is titled 'Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado' and includes a description of the survey's purpose and instructions. The bottom screenshot shows the 'Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI' form, which is titled 'Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI' and includes a description of the test's purpose and instructions.

**Cuestionario de Intención Emprendedora Adaptado**

Estimado (a) el presente Cuestionario de Intención Emprendedora, adaptado, es para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA, 2021", le agradecemos por su colaboración.

**Indicaciones:** En cada pregunta tendrá alternativas para responder, marque usted con un aspa "X" su respuesta.

**Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI**

Estimado (a) el presente test de personalidad, es para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA, 2021".

Para responder los ítems, considerar las siguientes escalas:

0= En total desacuerdo  
1= En desacuerdo  
2= Neutral  
3= De acuerdo  
4= Totalmente de acuerdo

*Nota.* En la figura se muestra el cuestionario e Inventario de personalidad, aplicados mediante Microsoft Forms Virtual. Fue de Microsoft forms (2021).

**Figura 32**

*Fotos de Cuestionarios y Test en físico.*

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
Escuela Profesional de Administración

**Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI en español, validado en estudiantes Universitarios Peruanos**  
Elaborado por el presente test, es para determinar el trabajo de investigación denominado "Rasgos de personalidad y su influencia en la intención emprendedora de los graduados de la Facultad de Administración de la UNAMBA, 2021".

**Indicaciones:** En cada ítem, tendrá cinco alternativas para responder. No hay respuestas correctas ni incorrectas, simplemente de forma sincera y exprese sus opiniones de la manera más precisa posible. Todos los respuestas son confidenciales. Por favor no dejar ninguna respuesta en blanco.

**Tiempo estimado para la aplicación del test: 15 minutos.**

**Parte I. Inventario de los Cinco Factores NEO-FFI**

| N° | Ítem                                                                                            | Totalmente de acuerdo |               |         |            |                       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------|---------|------------|-----------------------|
|    |                                                                                                 | En total de acuerdo   | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|    |                                                                                                 | 0                     | 1             | 2       | 3          | 4                     |
| 1  | A menudo me siento inferior a los demás.                                                        |                       |               |         |            |                       |
| 2  | Soy una persona alegre y optimista.                                                             |                       |               |         |            |                       |
| 3  | A veces, cuando leo una novela o contemplo una obra de arte, siento profunda emoción o asombro. |                       |               |         |            |                       |
| 4  | Tiendo a pensar lo mejor de la gente.                                                           |                       |               |         |            |                       |
| 5  | Parece que nunca soy capaz de organizar mis.                                                    |                       |               |         |            |                       |
| 6  | Para mí, la vida es como un sueño.                                                              |                       |               |         |            |                       |
| 7  | Disfruto mucho hablando con la gente.                                                           |                       |               |         |            |                       |
| 8  | La gente tiene poco o ningún efecto sobre mí.                                                   |                       |               |         |            |                       |
| 9  | A veces me siento solo y me siento solo.                                                        |                       |               |         |            |                       |
| 10 | Tengo una idea clara de lo que quiero en la vida.                                               |                       |               |         |            |                       |
| 11 | A veces me siento a la merced de acontecimientos inesperados.                                   |                       |               |         |            |                       |
| 12 | Disfruto con las fiestas en las que hay mucha gente.                                            |                       |               |         |            |                       |
| 13 | Tengo gran variedad de intereses intelectuales.                                                 |                       |               |         |            |                       |
| 14 | A veces consigo con amigos que lo que yo quiero.                                                |                       |               |         |            |                       |
| 15 | Trabajo mucho para conseguir mis metas.                                                         |                       |               |         |            |                       |
| 16 | A veces me parece que no valgo absolutamente nada.                                              |                       |               |         |            |                       |
| 17 | No me considero especialmente alegre.                                                           |                       |               |         |            |                       |
| 18 | Me despiertan la curiosidad las cosas que encuentro en la vida y la naturaleza.                 |                       |               |         |            |                       |
| 19 | Si alguien empieza a darme consejos, yo también estoy dispuesto a pesarlo.                      |                       |               |         |            |                       |
| 20 | Tengo mucha auto-disciplina.                                                                    |                       |               |         |            |                       |
| 21 | A veces las cosas me parecen demasiado simples y sin importancia.                               |                       |               |         |            |                       |
| 22 | Me gusta tener muchos amigos y conocidos.                                                       |                       |               |         |            |                       |
| 23 | Encuentro grandes las discusiones filosóficas.                                                  |                       |               |         |            |                       |
| 24 | Cuando me han ofendido, lo que me daña es perder a alguien.                                     |                       |               |         |            |                       |
| 25 | Cuando me siento solo, a veces me siento solo.                                                  |                       |               |         |            |                       |
| 26 | Antes de emprender una acción, siempre considero sus consecuencias.                             |                       |               |         |            |                       |
| 27 | No soy tan vivo ni tan animado como otras personas.                                             |                       |               |         |            |                       |

**Nota.** Se aplicó 131 encuestas y 131 test a los graduados de Ciencias Administrativas de la UNAMBA. Fuente: elaboración propia (2021).

**Anexo I**

*Lista de graduados que han recibido el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; en los años 2019 y 2020*

| <b>Nº</b> | <b>CÓDIGO DE MATRÍCULA</b> | <b>GRADO ACADÉMICO DE OBTENCIÓN</b>   | <b>AÑO DE GRADUACIÓN 2019</b> |
|-----------|----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| 01        | 111368                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 02        | 12384                      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 03        | 131242                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 04        | 131225                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 05        | 112320                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 06        | 112318                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 07        | 121391                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 08        | 121383                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 09        | 121381                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 10        | 122423                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 11        | 122419                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 12        | 131224                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 13        | 112317                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 14        | 111365                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 15        | 121387                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 16        | 121384                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 17        | 112331                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 18        | 121373                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 19        | 121367                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |
| 20        | 121361                     | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                          |

|    |        |                                       |      |
|----|--------|---------------------------------------|------|
| 21 | 122393 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 22 | 122387 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 23 | 132183 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 24 | 131240 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 25 | 112348 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 26 | 131220 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 27 | 122408 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 28 | 131219 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 29 | 122416 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 30 | 122411 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 31 | 131227 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 32 | 111355 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 33 | 111352 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 34 | 132184 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 35 | 131236 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 36 | 131235 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 37 | 141325 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 38 | 112328 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 39 | 111008 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 40 | 122007 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 41 | 112043 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 42 | 112049 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 43 | 092050 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 44 | 141042 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 45 | 132011 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |

|    |        |                                       |      |
|----|--------|---------------------------------------|------|
| 46 | 141009 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 47 | 122009 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 48 | 132192 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 49 | 132017 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 50 | 121372 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 51 | 132186 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 52 | 132015 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 53 | 071033 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 54 | 131018 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 55 | 131001 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 56 | 122026 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 57 | 121029 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 58 | 132028 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 59 | 132023 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 60 | 132012 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 61 | 122049 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 62 | 141002 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 63 | 121374 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 64 | 132005 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 65 | 132016 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 66 | 122019 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 67 | 141011 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 68 | 122031 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |

|    |        |                                       |      |
|----|--------|---------------------------------------|------|
| 69 | 071056 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 70 | 132185 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 71 | 132182 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 72 | 132009 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 73 | 131009 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 74 | 141044 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 75 | 122018 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 76 | 132001 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 77 | 122013 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 78 | 072067 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 79 | 131050 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 80 | 141034 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 81 | 121018 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 82 | 141010 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 83 | 132181 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 84 | 141012 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 85 | 141006 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 86 | 141032 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 87 | 141018 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 88 | 122032 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 89 | 132014 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 90 | 111374 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 91 | 141318 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |

|     |        |                                       |      |
|-----|--------|---------------------------------------|------|
| 92  | 122397 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 93  | 132021 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 94  | 131016 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 95  | 132029 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 96  | 141039 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 97  | 141033 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 98  | 141014 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 99  | 132007 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 100 | 141045 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 101 | 141030 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 102 | 131021 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 103 | 132013 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 104 | 141035 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 105 | 141031 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 106 | 141017 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 107 | 141015 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 108 | 141043 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 109 | 132004 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 110 | 141005 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 111 | 141020 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 112 | 141021 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 113 | 122023 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |
| 114 | 141050 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019 |

| 115 | 141023              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                   |
|-----|---------------------|---------------------------------------|------------------------|
| 116 | 141037              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                   |
| 117 | 132025              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                   |
| 118 | 131039              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                   |
| 119 | 132030              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                   |
| 120 | 071213              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2019                   |
| Nº  | CÓDIGO DE MATRÍCULA | GRADO ACADÉMICO DE OBTENCIÓN          | AÑO DE GRADUACIÓN 2020 |
| 121 | 122406              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 122 | 141317              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 123 | 141332              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 124 | 141324              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 125 | 141320              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 126 | 141004              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 127 | 151045              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 128 | 142038              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 129 | 142005              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 130 | 142036              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 131 | 142320              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 132 | 131022              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 133 | 132010              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 134 | 142328              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |
| 135 | 142008              | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020                   |

|     |        |                                       |      |
|-----|--------|---------------------------------------|------|
| 136 | 142338 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 137 | 142324 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 138 | 142044 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 139 | 151046 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 140 | 151030 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 141 | 151035 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 142 | 151049 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 143 | 122388 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 144 | 122418 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 145 | 052253 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 146 | 141016 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 147 | 141046 | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 148 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 149 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 150 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 151 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 152 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 153 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 154 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 155 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 156 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 157 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 158 | -      | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |

|     |   |                                       |      |
|-----|---|---------------------------------------|------|
| 159 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 160 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 161 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 162 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 163 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 164 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 165 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 166 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 167 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 168 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 169 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 170 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 171 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 172 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 173 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 174 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 175 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 176 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 177 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 178 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 179 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 180 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 181 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |

|     |   |                                       |      |
|-----|---|---------------------------------------|------|
| 182 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 183 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 184 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 185 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 186 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 187 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 188 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 189 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 190 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 191 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 192 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 193 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 194 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 195 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |
| 196 | - | BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS | 2020 |

*Nota:* De los 196 graduados en Ciencias Administrativas que se muestran en la tabla, 120 son bachiller en ciencias administrativas del año 2019 y 176 son bachilleres en ciencias administrativas del año 2020. Fuente: Datos tomado del sistema SIGRA de la Oficina de Seguimiento del Graduado-UNAMBA y del acervo documentario de la Unidad de Grados y Títulos –UNAMBA (2021).