

UNIVERSIDAD MARCELINO CHAMPAGNAT

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA DE DOCTORADO



EFECTO DEL *WORKSHOP* DESCUBRE AL EMPRENDEDOR QUE
LLEVAS DENTRO SOBRE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA

AUTOR:

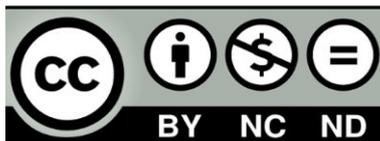
AYALA BARRIONUEVO, RITA
ORCID: 0000-0002-8215-1800

Tesis para optar el Grado Académico de
DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ASESORA:

Dra. Ana Cecilia Salgado Lévano
ORCID: 0000-0002-5628-2794

LIMA – PERÚ
2021



Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Permite descargar la obra y compartirla, pero no permite ni su modificación ni usos comerciales de ella.



ACTA DE SUSTENTACIÓN

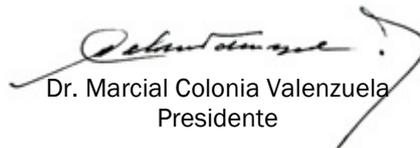
Ante el jurado integrado por los profesores Dr. Marcial Colonia Valenzuela, Dra. Mirian Grimaldo Muchotrigo, Dra. Nelly Ugarriza Chávez, Dra. Esperanza Bernaola Coria y Dr. Orlando Cerna Dorregaray.

La graduanda doña **RITA AYALA BARRIONUEVO**, sustentó la tesis titulada **“EFECTO DEL WORKSHOP “DESCUBRE AL EMPRENDEDOR QUE LLEVAS DENTRO” SOBRE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA”**, para obtener el Grado Académico de Doctor en Ciencias de la educación.

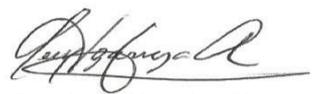
El Jurado, después de haber deliberado sobre los aspectos metodológico, temático de la investigación y sobre la calidad de la sustentación, declaró a la graduanda:

APROBADA CON SOBRESALIENTE

Surco, 28 de mayo del año dos mil veintiuno


Dr. Marcial Colonia Valenzuela
Presidente


Dra. Mirian Grimaldo Muchotrigo
Secretaria


Dra. Nelly Ugarriza Chávez
Miembro


Dra. Esperanza Bernaola Coria
Miembro


Dr. Orlando Cerna Dorregaray
Miembro

A Dios, por acompañarme en cada momento de mi vida.

A mi hija, Arantxa, por llegar a iluminar mi vida y ser el gran motivo de seguir

adelante.

La autora

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen María, por su infinito amor y ser la base fundamental en mi vida.

A mis abuelos, Aquiles y Divina, por ser la fuente de mi inspiración, por su apoyo incondicional y su amor desmedido.

A mis padres y hermana, Carmen, Luis y Gabriela, por su comprensión y alentarme en todo momento.

Al Rector de la Universidad Marcelino Champagnat, Hermano Pablo Gonzales Franco, quién contribuye incansablemente con la formación y desarrollo profesional en nuestro país.

Al Director de la Escuela de Posgrado de la Universidad Marcelino Champagnat, Doctor, Hermano Marino Latorre, por todo el conocimiento compartido y ser un mentor excepcional.

A mi asesora de tesis, Doctora Cecilia Salgado Lévano, quien me acompañó y animó en cada etapa de este proyecto, por su trato humano y amplia experiencia profesional.

Al Hermano César, Mónica, Denisse y Juan por haberme brindado facilidades para la consecución de mi investigación.

A Jack Reimon y Per Kristensen quienes me formaron en la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®.

A la Association of Master Trainers in the LEGO® SERIOUS PLAY® Method, por contribuir y dar soporte a sus facilitadores alrededor del mundo.

A mis compañeros Aldo y César, por el apoyo, motivación y todas las vivencias que hemos compartido en este proceso.

CONTENIDO

	<u>Pág.</u>
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
CONTENIDO.....	IV
LISTA DE TABLAS.....	VI
LISTA DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN/ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN	10
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Descripción del problema	13
1.2 Formulación del problema.....	18
1.2.1 Problema general	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Justificación del problema	19
1.3.1 Justificación práctica	19
1.3.2 Justificación metodológica	20
II. MARCO TEÓRICO	21
2.1 Antecedentes.....	21
2.1.1 Internacionales.....	21
2.1.2 Nacionales	26
2.2 Bases teóricas.....	31
2.2.1 Definiciones.....	31
2.2.2 Teorías	33
2.2.3 Factores de la actitud emprendedora	39

2.2.4 El aprendizaje y desarrollo de la actitud emprendedora.....	41
2.3 Marco conceptual.....	43
III. OBJETIVOS.....	44
3.1 Objetivo general.....	44
3.2 Objetivos específicos	44
IV. HIPÓTESIS	45
4.1 Hipótesis general	45
4.2 Hipótesis específicas.....	45
V. MÉTODO.....	46
5.1 Tipo de investigación.....	46
5.2 Diseño de investigación	47
5.3 Variables	48
5.4 Población y muestra.....	49
5.5 Instrumento	51
5.6 Manipulación experimental	53
5.6.1 Fundamentación teórica.....	54
5.6.2 Estructura del <i>workshop</i>	56
5.6.3 Evaluación del <i>workshop</i>	60
5.7 Procedimiento	63
VI. RESULTADOS	67
6.1 Análisis Descriptivo.....	67
6.2 Análisis inferencial	68

VII. DISCUSIÓN.....	76
7.1 Implicancias de los resultados obtenidos.....	76
7.2 Contrastación con estudios similares.....	81
7.3 Limitaciones	81
7.4 Aporte a la comunidad científica.....	82
VIII. CONCLUSIONES	84
IX. RECOMENDACIONES	85
X. REFERENCIAS	87
APÉNDICES.....	96
Carta de presentación	97
Solicitud de autorización del autor del instrumento.....	98
Consentimiento informado del pretest*	99
Consentimiento informado del tratamiento experimental.....	100
Protocolo de bioseguridad y recomendaciones de entrega y recojo de materiales	102
Consentimiento informado del postest *	103

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Población universitaria según carreras.....	50
Tabla 2 Distribución muestral según edades.....	51
Tabla 3 Estructura general del <i>workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro</i>	57
Tabla 4 Estructura de la Sesión 1 del <i>workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro</i>	58
Tabla 5 Estructura de la Sesión 2 del <i>workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro</i>	59
Tabla 6 Estadísticos descriptivos de la Actitud Emprendedora antes y después del <i>workshop</i>	68
Tabla 7 Evaluación de la normalidad de los residuos del ANOVA de medidas repetidas.	69
Tabla 8 Prueba de normalidad de Shapiro Wilk	70
Tabla 9 Análisis de varianza para medidas de repetidas.....	72
Tabla 10 Comparativo del factor Autoestima antes y después de la aplicación de <i>workshop</i>	73
Tabla 11 Comparativo del factor Asunción de riesgos antes y después de la aplicación de <i>workshop</i>	73
Tabla 12 Comparativo del factor Necesidad de Logro antes y después de la aplicación de <i>workshop</i>	74
Tabla 13 Comparativo del factor Control Percibido Interno antes y después de la aplicación de <i>workshop</i>	75

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Teoría de la acción razonada, Fishbein y Ajzen (1975) (elaboración propia).	35
Figura 2. Coincidencias de las posturas teóricas sobre los factores de la actitud emprendedora (elaboración propia).	40
Figura 3. Paradigma del diseño de investigación de “Métodos y diseños de investigación del comportamiento” por R. Alarcón, 2013, p.195.....	47

RESUMEN

El objetivo general fue determinar el efecto que produce el *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* sobre la actitud emprendedora en el grupo experimental conformado por estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19. El diseño fue cuasi -experimental, concretamente de pretest-posttest con un solo grupo. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia. La muestra estuvo conformada por 10 estudiantes. Se utilizó como instrumento la Escala de Actitud Emprendedora. Entre los principales resultados se halló que el *workshop* tuvo un incremento significativo en los factores de asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno, a diferencia del factor de autoestima. Las implicancias de los resultados fueron discutidas.

Palabras clave: actitud emprendedora, estudiantes, metodología LEGO® SERIOUS PLAY®, universidad privada, *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*.

ABSTRACT

The general objective was to determine the effect that the workshop *Discover the entrepreneur within you* produces on the entrepreneurial attitude in the experimental group made up of eighth-semester students of the Psychology career of a private university in the context of COVID-19. The design was quasi-experimental, specifically pretest-posttest with a single group. The sampling was non-probabilistic for convenience. The sample consisted of 10 students. The Entrepreneurial Attitude Scale was used as an instrument. Among the main results, it was found that the workshop had a significant increase in the risk assumption factors, the need for achievement and internal perceived control, unlike the self-esteem factor. The implications of the results have been discussed.

Keywords: entrepreneurial attitude, LEGO® SERIOUS PLAY® method, private university, students, workshop *Discover the entrepreneur in you*.

INTRODUCCIÓN

Las actitudes de las personas van cambiando a medida que transcurre el tiempo de vida y son modificadas por las experiencias a las que cada uno está expuesto. Durante la formación universitaria se van consolidando los cimientos del proyecto de vida, en consecuencia, la persona se encuentra predispuesta a sentir, percibir, pensar y a desenvolverse en relación con los estímulos recibidos en esta etapa.

Por ello, actualmente ha cobrado especial relevancia el desarrollo de competencias respecto al emprendimiento y uno de los primeros pasos para conseguirlo es motivar hacia una actitud emprendedora, ya que con ello el planteamiento de este proyecto de vida incluiría la posibilidad de crear empresa independientemente de la carrera profesional que haya elegido.

La actitud emprendedora favorece la creación de micro y pequeñas empresas, estas a su vez, dinamizan la economía de las naciones, originando una mayor cantidad y calidad de oportunidades laborales y con ello un mayor nivel de bienestar económico en la población.

Es necesario señalar que debido al contexto COVID-19, la vida ha sido impactada de sobremanera y la situación económica – laboral a nivel nacional muestra condiciones inestables y poco alentadoras, considerando que hay empresas que han optado por la disminución porcentual de la remuneración de sus colaboradores y otras que prefirieron el cierre de operaciones, por lo que resulta indispensable incrementar la actitud emprendedora.

En este sentido, se realizó el presente estudio consistente en el diseño del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* y su posterior aplicación en

una muestra de estudiantes de octavo semestre de la carrera profesional de Psicología de una universidad privada.

El *workshop* fue una intervención educativa que consideró la metodología basada en LEGO® SERIOUS PLAY®, y respondió a una necesidad social (pertinencia), estuvo orientada al análisis de los objetivos y análisis del programa: (suficiencia) y se sometió a una evaluación de proceso (Fernández-Ballesteros, 2001). En su ejecución las participantes se enfrentaron al juego serio a través de un conjunto de actividades pensadas para incrementar la actitud emprendedora. Permitted que los cuatro factores que la componen se trabajen progresivamente, y en la primera sesión se desarrolló el factor Autoestima junto con el de Necesidades de Logro. Asimismo, en la segunda sesión, trabajaron el factor Control Percibido Interno y a la Asunción de Riesgos.

El trabajo de investigación contiene nueve capítulos, detallados a continuación.

El capítulo I, Problema de investigación, se describe la problemática respecto a la actitud emprendedora en el contexto actual, posteriormente se formulan los problemas de estudio y se presenta la justificación práctica y metodológica.

El capítulo II, Marco teórico, muestra los antecedentes tanto en el ámbito internacional como nacional. Asimismo, aborda y profundiza las bases teóricas relacionadas a la actitud emprendedora para la comprensión del presente estudio. Por último, se delimita en el marco conceptual las definiciones que se asumen para los términos básicos.

En los capítulos III y IV, Objetivos e Hipótesis, respectivamente, se formulan tanto los objetivos como las hipótesis tanto generales y específicas que orientan este estudio.

En el capítulo V, Método, se precisa el tipo y diseño de investigación, las variables, la población y la muestra. También se caracteriza el instrumento empleado y se precisan las evidencias de validez y confiabilidad de este. Asimismo, se describe el *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*, diseñado por la investigadora, además se presenta la estructura general y modular. Por último, se exponen los procedimientos realizados.

En el capítulo VI, Resultados, se presentan los hallazgos obtenidos mediante el análisis estadístico tanto a nivel descriptivo como inferencial.

El capítulo VII, Discusión, se analizan las implicancias de los resultados obtenidos, se realiza la contratación con investigaciones similares, se plantean las limitaciones y se señala el aporte a la comunidad científica.

En el capítulo VIII, Conclusiones, se señalan las conclusiones a las que se han llegado a partir de los datos obtenidos y que se han organizado en base a las hipótesis.

En el capítulo IX, Recomendaciones, se brindan sugerencias para futuras investigaciones que permitan generar mayor conocimiento científico.

Al finalizar se adjuntan las Referencias que han servido de base para el desarrollo de este estudio, los Apéndices que muestran los formatos de consentimiento informado y de la manipulación experimental, entre otros.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

A pesar de las múltiples acciones de los países para enfrentar y atender sus necesidades, existen brechas inmensas, por lo que se evidencian grandes diferencias entre aquellos países que son considerados potencias y los subdesarrollados, sobre todo cuando se realizan mediciones y los resultados no son proporcionales a sus esfuerzos. El promedio del índice de prosperidad compartida fue del 2,3% para el período comprendido entre el 2012 al 2017, lamentablemente esta cifra esconde un alto grado de heterogeneidad de las economías del mundo. En el caso de aquellos con un ingreso mediano alto y alto obtuvieron 2.8% en promedio, sin embargo, los de mediano bajo y bajo, en promedio alcanzaron 1% (Banco Mundial, 2020).

En el caso de los países afectados por situaciones de fragilidad, conflicto y violencia (FCV) obtuvieron resultados más desfavorables, el resultado promedio fue - 0,8 % en los ingresos (o el consumo) de los hogares. Cabe destacar que tanto el contexto de COVID-19, los conflictos y el cambio climático han devenido en revertir los avances en cuanto la erradicación de la pobreza a nivel mundial, a pesar de tanto esfuerzo y de las múltiples acciones de los gobiernos. Se prevé que este año la pobreza aumentará por primera vez desde 1998, debido a una contracción del PBI mundial entre 5% y 8%, en consecuencia, los índices de pobreza aumentarían en 1.2 puntos porcentuales el 2020 y en 1.4 en el 2021, lo que significa unas tasas de pobreza entre el 9.1% y 9.4%, para el 2020 y entre 8.9% y el 9.4% para el 2021 (Banco Mundial, 2020).

Quiere decir que las personas que ya se encontraban pobres y vulnerables, van a sentir el impacto de esta crisis en todo sentido, lo que genera pérdidas de ingresos, falta de empleo, incremento de la desigualdad, conflictos, repercusiones en su estado emocional, entre otros.

La situación en el Perú no es alentadora, ya que es parte de esos países rezagados, debido a que adolece de diversos problemas que se agudizan por su simultaneidad, por la política inestable, la discontinuidad de proyectos estatales, la corrupción, entre otros. Todo ello evidentemente ralentiza las posibilidades de desarrollo como nación.

Las medidas que se toman para abordar estos problemas muchas veces son temporales, ambiguas y tienen efectos adversos agudizando otros, tal es el caso de la inflación, un problema persistente que, más que resolver, se tiene que controlar; por lo que se ha intentado manejarlo reduciendo el déficit fiscal a través de despidos de personal público, también con el shock inflacionario, ambas medidas han repercutido negativamente, por un lado, aumentó el desempleo y por el otro se ha generado la carestía de la vida. Sin duda, no han sido las únicas estrategias poco eficientes.

En consecuencia, en los últimos seis años, se registró un decrecimiento del PBI, con tasa promedio de 3.1% anual, debido principalmente a la caída de los precios internacionales de las materias primas, lo que generó la reducción de las exportaciones, la disminución de la inversión privada y el decrecimiento de la recaudación fiscal, desencadenando una desaceleración de la economía (Instituto Peruano de Economía, 2020).

Otro de los grandes problemas, es que importantes sectores de la población no pueden satisfacer las necesidades básicas, más de 6,4 millones de peruanos se encuentran en situación de pobreza, es decir, 20.5% de los hogares tienen un gasto menor de S/. 344 mensuales. Desde un análisis multidimensional que integra la asistencia a centros de salud, el consumo mínimo de la canasta básica de alimentos, el gasto en la matrícula escolar, el acceso a servicios básicos y la posesión de bienes e inmuebles; además, hay 327 mil personas más en situación de pobreza (Instituto Peruano de Economía, 2020).

En la misma línea, la situación laboral se subdivide a su vez en otros problemas como la inequidad según género, el empleo informal, la falta de calidad y las grandes brechas entre regiones. En Lima, se reportó un 23.8% de inequidad de los ingresos laborales masculinos respecto a los femeninos, el 31.5% de PEA no adecuadamente empleada, el 41.4% de PEA en empleos informales y, lo más preocupante, el deficitario porcentaje (-5%) de creación de empleos formales en los últimos tres años (Instituto Peruano de Economía, 2020).

No obstante, el estado de emergencia debido al COVID-19 ha obligado a tomar medidas de distanciamiento social, a repensar los estilos de vida, ha paralizado las actividades, tales como las económicas, productivas, religiosas, sociales, entre otras. En el caso de las empresas, se están tomando medidas de retención de capital, afectando principalmente los pagos de deudas, a acreedores y a los trabajadores, también han procedido a reducir sueldos o lo que es más alarmante, la desvinculación laboral, incrementando sustancialmente el desempleo.

Desde una perspectiva económica, la cuarentena generalizada, ha propiciado el descenso del PBI de 17.4% durante el primer semestre del 2020, a su vez, el empleo en Lima Metropolitana ha disminuido en 21.5% en el trimestre móvil agosto-octubre respecto al mismo período del 2019, lo que representa alrededor de 1.1 millones de puestos de trabajo perdidos (Instituto Peruano de Economía, 2020). Referente a las personas auto empleadas, quienes en su mayoría viven del día a día, vienen presentando principalmente problemas de pago de créditos debido a la insuficiencia de ingresos; sin embargo, hay una oportunidad de recuperación para aquellas que se han adaptado a entornos virtuales.

Sin duda existe incertidumbre respecto a cómo se manejaban estos problemas antes y cómo se deben enfrentar ahora, bajo el contexto de la nueva normalidad. Se hace evidente que existe gran necesidad de ingresos para

contrarrestar las dificultades financieras que están presentando las familias peruanas.

En consecuencia, es importante actuar y promover fuentes alternativas, siendo una de ellas la de promover el emprendimiento. Este impacta de sobremanera en la sociedad, debido al involucramiento de varios actores y es conocida su repercusión positiva en la economía, política, tecnología, medio ambiente, entre otras.

Se debe tomar en cuenta que de acuerdo con el reporte más reciente *Global Entrepreneurship Monitor* del 2018, el Perú es el país con la más alta predisposición a emprender, el tercero con mayor capacidad en términos de recursos y el quinto con menor miedo al fracaso; sin embargo, son indicadores con tendencia a disminuir (Serida, Alzamora, Guerrero, Borda & Morales, 2018).

Debido a su importancia, las universidades deben tomar acción para garantizar que sus estudiantes desarrollen actitud emprendedora, que se requiere para alcanzar el desarrollo personal y social que repercute en el desarrollo de la nación. Timmons y Spinelli (2004) afirman que los emprendedores no nacen, sino que se desarrollan progresivamente; no depende de la línea de formación que la persona haya elegido, ni tampoco de la etapa de vida en la que se encuentre, ya que puede surgir la motivación hacia el emprendimiento en cualquier momento y bajo distintas circunstancias. Va más allá de inculcar conocimientos, dado que el propósito radica en que, a través de la estimulación de la actitud emprendedora, los estudiantes podrán convertir en realidad sus proyectos empresariales (Andía & Paucara, 2013).

Si bien es cierto, a partir de 2008 se inicia con mayor fuerza el interés por el tema de educación emprendedora y la educación superior, esto ha sido

promovido considerando la transversalidad de asignaturas como parte de sus propuestas curriculares, la incorporación de herramientas de innovación (adaptadas), el vínculo con los agentes sociales (la universidad e industria), la creación de parques científicos, el aprendizaje mediante la práctica e independencia laboral y alianzas para brindar más oportunidades de financiamiento (Mejía, Arias & Echeverri, 2017). Sin embargo, no es suficiente, pues, a razón de ello, es necesario abordar este tema desde la perspectiva de las propuestas educativas en favor de los estudiantes universitarios. La influencia de los programas diseñados para tal fin, impactará de manera positiva en la actitud emprendedora (Valencia, Cadavid, Ríos & Awad, 2012).

Considerar el emprendimiento como una medida de activación para el Perú es clave, por lo que se debe partir de entender que la preparación del emprendedor es preponderante, ya que es el protagonista. En el tiempo se ha posicionado como un ente de progreso y liderazgo, pues, posee ciertas características, habilidades, destrezas y capacidades que le permiten generar desarrollo en su entorno inmediato (Barrios & García, 2016). También, es quién rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, innova, enfrenta el cambio, toma decisiones y despliega estrategias sólidas y apropiadas para la sostenibilidad de su emprendimiento (Carrasco & Castaño, 2008).

No hay una sola ruta para conducir los esfuerzos de los estudiantes universitarios en la consecución de sus propuestas de emprendimiento y la generación de autoempleo, sin embargo, es de suma importancia que se planteen estrategias a medida, partiendo del conocimiento de las necesidades, miedos, y aspiraciones, entre otras variables, que contribuyan a que sean más eficaces.

A pesar de los esfuerzos, siguen existiendo deficiencias, porque las universidades presentan brechas en sus propuestas educativas, en la calidad, en sus investigaciones y lamentablemente se evidencia que se deja de lado la

formación en emprendimiento a estudiantes de otras disciplinas, existiendo un potencial desatendido. Tampoco se está logrando dinamizar el mercado peruano a partir de ello, ya que en muchos casos el paso a la fase aplicativa (emprender), es decir, poder materializar el desarrollo de proyectos que sean sostenibles en el tiempo, no se logra. Ante la coyuntura actual, atender esta necesidad es de suma importancia para activar al Perú.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Qué efecto produce el *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* sobre la actitud emprendedora en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo es la Autoestima, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19?
- ¿Cómo es la Asunción de Riesgo, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19?
- ¿Cómo es la Necesidad de logro, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19?

- ¿Cómo es el Control Percibido Interno, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19?

1.3 Justificación del problema

1.3.1 Justificación práctica

La presente investigación es relevante porque a partir de los resultados obtenidos, se identificó la actitud emprendedora en estudiantes universitarios del sector privado en Lima, en contexto de COVID-19.

También es significativa, ya que, en la actualidad, las universidades plantean diversas formas de impulsar actividades relacionadas con la innovación y emprendimiento orientado especialmente a las carreras profesionales de negocios, sin embargo, en base a los hallazgos que se han obtenido, el presente estudio podrá servir como piloto para aplicarse en diversas intervenciones a nivel de la comunidad universitaria, independientemente de la línea de formación, permitiendo el desarrollo de la actitud emprendedora, repercutiendo positivamente en el autoempleo, en la economía familiar de los estudiantes y por ende en la economía nacional.

A su vez, a partir de los resultados se podrá diseñar, elaborar, implementar y medir programas a través de la metodología LEGO® SERIOUS PLAY® en favor de más estudiantes

1.3.2 Justificación metodológica

El presente trabajo es importante porque brinda un *workshop* construido y diseñado en base a la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®, que consta de un conjunto de actividades secuenciales, la cual podrá servir como experiencia piloto y podrá ser replicado en realidades semejantes, siendo un acercamiento a la realidad de estudiantes de carreras profesionales diferentes a las de negocios, dando paso a que se profundice más al respecto a través de investigaciones futuras.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Se realizó la revisión de literatura científica en bases de datos como Scielo, Scopus, Redalyc, Dialnet, Roderic, Researchgate, Ebsco, Alicia y Renati, así como en repositorios de universidades como el de la Universidad de Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Universidad Marcelino Champagnat, Pontificia Universidad Católica del Perú, la Universidad San Ignacio de Loyola, y también en repositorios de revistas.

Se ha realizado una búsqueda intensiva entre los años 2007 y 2020, hallando estudios que se vinculan de forma indirecta con el problema de investigación tanto a nivel internacional como nacional. Sin embargo, cabe mencionar que se han encontrado pocos estudios cuasi experimentales, lo que indica una oportunidad para aplicar intervenciones dirigidas a incrementar la variable actitud emprendedora.

2.1.1 Internacionales

Reyes, Sánchez y Mejía (2019) llevaron a cabo en México un trabajo de investigación sobre la influencia de la formación universitaria en las actitudes emprendedoras. Su objetivo general fue caracterizar la influencia de la formación universitaria en dichas actitudes. Los autores no reportaron el diseño utilizado. Sin embargo, señalaron que su investigación ha sido cuantitativa, de alcance descriptivo y relacional. Su muestra se conformó por 14.875 estudiantes de administración de cuatro universidades, quienes pertenecían del sexto semestre en adelante, seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. El instrumento utilizado fue un cuestionario. Como resultado del análisis de información concluyeron que la formación práctica de los estudiantes

les permite aplicar los conocimientos en organizaciones como también en la incubación de negocios.

Herrera y Salgado (2018) investigaron en Panamá sobre la actitud emprendedora en estudiantes universitarios y la mejor práctica de emprendimiento universitario, con la finalidad de describir el grado de actitud emprendedora que muestran los estudiantes. Su investigación correspondió a un diseño descriptivo. La muestra estuvo compuesta por 2097 estudiantes de universidades públicas y privadas, de ambos sexos. Los autores no reportaron el tipo de muestreo. Como instrumento se utilizó una escala. Concluyeron que existe una actitud emprendedora positiva ya que las universidades cuentan con asignaturas relacionadas con el emprendimiento o creación de empresa y que los estudiantes identifican sus talentos y los utilizan para alcanzar sus objetivos actuando por iniciativa propia.

Bretones y Radrigán (2018) realizaron una investigación transcultural, sobre las actitudes hacia el emprendimiento en estudiantes universitarios. El objetivo general fue conocer los antecedentes de la actitud emprendedora. El diseño del trabajo fue cuantitativo. La muestra se compuso por 499 estudiantes universitarios, chilenos y españoles de diferentes ramas de conocimiento. Los autores no refieren el tipo de muestreo utilizado. Para la obtención de datos se aplicó el Cuestionario de motivaciones para el emprendimiento, el Cuestionario de valores y el Cuestionario sociodemográfico. Del análisis de resultados se halló la necesidad del apoyo de la universidad como elemento fundamental en el fomento y promoción de la actitud emprendedora, también se encontró que existe una mayor prevalencia hacia la creación de empresas individuales en hombres que en mujeres, no ocurriendo esto mismo en el caso de las empresas colectivas, finalmente los estudiantes chilenos mostraron un mayor interés e intención hacia la creación de empresas.

Dueñas, Sabando y Murillo (2018) investigaron sobre la actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios de la

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en Ecuador. Su objetivo general fue diagnosticar la actitud emprendedora en los estudiantes mediante el análisis del espíritu emprendedor. El diseño fue no experimental, transversal. Su muestra fue de 348 estudiantes universitarios de ambos sexos y de todas las carreras profesionales que componen esa facultad. Se realizó un muestreo por conglomerados de acuerdo con la composición de los estudiantes de cada semestre y carrera. La información se obtuvo a través de una encuesta. De los resultados concluyeron los autores que en su mayoría los estudiantes han iniciado en algún momento acciones encaminadas a poner su propio negocio y tienen la intención de tenerlo en el futuro, incluso si amerita la inversión de tiempo, esfuerzo y ahorros; adicionalmente, les agrada la idea de obtener sus ingresos por un negocio propio que a trabajar para otras personas.

Marquinez y Arias (2018) desarrollaron un trabajo de investigación respecto a las actitudes emprendedoras de los estudiantes en una Universidad Católica en Ecuador. Tuvo como objetivo general identificar los factores que influyen en las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios. Los autores no reportaron el diseño, sin embargo, refirieron que emplearon el método no experimental, descriptivo transversal. Contó con una muestra de 201 estudiantes de cada una de las carreras de la Facultad de primero, quinto y octavo semestre. El muestreo fue realizado por el método de estratificación. Para la obtención de información utilizó un cuestionario basado en el Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO). La conclusión fue que los universitarios consideran que es de vital importancia dedicarse plenamente a realizar aquello que es alcanzable con un poco de dedicación y con todo el entusiasmo posible; además, sentirse seguros de sí mismo les garantiza en gran medida el éxito, ratifican que es importante poseer ese espíritu innovador si se precisa emprender, así como que el miedo a lo desconocido es parte de la aventura.

Celi y Asunción (2018) realizaron un trabajo de investigación en Ecuador sobre la actitud emprendedora en la carrera de ingeniería comercial. El objetivo

general fue analizar la actitud emprendedora de los estudiantes. Según reportan los autores, este trabajo fue de naturaleza mixta no experimental, exploratorio y descriptivo. Su muestra fue de 3041 estudiantes de la carrera de ingeniería comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas. El tipo de muestreo utilizado fue aleatorio simple. Como instrumentos utilizaron la técnica de observación directa y un cuestionario. Los resultados demostraron que el perfil del empresario tiene una afinidad emprendedora en las actitudes para encontrar oportunidades de negocio.

Ortiz (2016) investigó sobre la actitud emprendedora de los jóvenes en un contexto de crisis. Su objetivo general fue analizar la actitud de los jóvenes españoles ante el emprendimiento empresarial. El autor no especificó el diseño utilizado, sin embargo, refiere que fue un trabajo cuantitativo. Contó con una muestra de 1.437 jóvenes entre 15 y 29 años y de ambos sexos. Para el muestreo los autores siguieron un sistema polietápico, estratificado por conglomerados. Como instrumento se utilizó una entrevista personal a domicilio a partir de un cuestionario. Entre los resultados se halló que los participantes, marcan una actitud reacia al emprendimiento debido a la inestabilidad, debilitando así las posibilidades de asumir riesgos, y, en consecuencia, generando una actitud conservadora en el trabajo. El miedo al fracaso es uno de los factores que inhiben la actitud positiva de los jóvenes a emprender.

Rojo, Macedo y Sánchez (2016) realizaron un trabajo de investigación en México, sobre los factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología. El objetivo general fue identificar la relación que existe entre factores psicológicos condicionantes y la actitud emprendedora. Los autores no especifican el tipo de diseño utilizado sin embargo refieren que su trabajo fue de naturaleza descriptivo, correlacional. La muestra estuvo compuesta por 375 estudiantes de Psicología del turno matutino y vespertino, considerando primero, tercero, quinto, séptimo y noveno semestres. El muestreo se realizó por estratificación. Para la recopilación de datos se utilizó el

Cuestionario de actitud emprendedora. Los resultados demostraron una correlación significativa con el control interno, la innovación, motivación de logro, tolerancia a la ambigüedad respecto a la actitud emprendedora. El factor que destacó fue el control interno; los participantes refirieron que pueden manejar situaciones que los llevan a tomar decisiones y en consecuencia al logro de objetivos. El factor riesgo es el que menos valor obtuvo, lo que indica que las personas no están dispuestas a asumir riesgos.

Como se puede apreciar, a nivel internacional, los estudios son no experimentales, y muestran un panorama general de la actitud emprendedora. Así, por ejemplo, evidencian la necesidad del fomento y la promoción de la actitud emprendedora en la etapa de los estudios universitarios, independientemente de la línea de formación que hayan elegido e incluso el sexo. Mencionan que el perfil del empresario tiene una afinidad emprendedora en las actitudes para encontrar oportunidades de negocio.

Un hallazgo importante es que los estudiantes con actitud emprendedora cuentan con asignaturas relacionadas al emprendimiento dónde identifican sus talentos y los utilizan para alcanzar sus objetivos actuando con iniciativa propia, muestran interés y predisposición en hacer algo para concretar proyectos de inversión, incluso si tienen que arriesgar tiempo, esfuerzo y ahorros, sin embargo, el miedo al fracaso se ha mantenido presente.

Por otro lado, el apoyo de la universidad es reconocido como un elemento fundamental en el fomento y promoción de la actitud emprendedora, señalan que es imperante la formación práctica de los estudiantes, ya que les permite aplicar los conocimientos en organizaciones como también en la incubación de negocios.

A su vez, se encontró que los estudiantes han iniciado en algún momento acciones encaminadas a poner su propio negocio o que tienen la intención de tenerlo en el futuro, a pesar de que su realización implique inversión de tiempo, esfuerzo y ahorros. No obstante, se halló que aquello que marca una actitud reacia al emprendimiento es la inestabilidad debilitando así las posibilidades de asumir riesgos, y, en consecuencia, se ha generado una actitud conservadora en el trabajo. El miedo al fracaso es uno de los factores que inhiben la actitud positiva de los jóvenes a emprender.

Ante este escenario, surge la necesidad de impulsar investigaciones experimentales en las universidades para posibiliten, en primer lugar, conocer cómo es la actitud emprendedora en los estudiantes, e implantar, en segundo lugar, programas que sean realmente integrales y fomenten eficazmente la actitud emprendedora; de tal modo que puedan cumplir con el rol de mediadores entre la sociedad, la empresa y el desarrollo de los futuros ciudadanos.

2.1.2 Nacionales

Palacios (2019) estudió la influencia del estilo de liderazgo pedagógico en la actitud emprendedora de los estudiantes de la carrera profesional de administración. Su objetivo general fue determinar la influencia del estilo de liderazgo pedagógico en la actitud emprendedora de los estudiantes. El diseño fue no experimental de corte transversal. Como muestra contó con 128 estudiantes de administración del noveno y décimo semestre de educación a distancia. El muestreo utilizado fue el probabilístico aleatorio. Para el acopio de información se utilizaron dos cuestionarios que miden cada una de las variables. Del análisis de resultados, encontraron que el estilo de liderazgo pedagógico es el que más influye en la actitud emprendedora seguido del transformacional, transaccional y finalmente el *laissez faire*.

Cuellar (2019) investigó la actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Tuvo como objetivo general determinar si existe relación entre la actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes. Su investigación tuvo un diseño descriptivo transversal correlacional. Contó con una muestra de 220 estudiantes de la Facultad de Tecnología, considerando primero, tercero, quinto, séptimo y noveno semestre. El muestreo fue aleatorio y por afijación proporcional. Los datos fueron recogidos por medio de una prueba de actitud emprendedora y la autoeficacia. Como resultado se halló que existe correlación entre la actitud emprendedora y la autoeficacia en el desarrollo académico de los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil.

Rafael y Meléndez (2019) estudiaron la actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas de los estudiantes de Tarapoto. Su objetivo general fue determinar la relación entre ambas variables. Las autoras mencionan que el diseño del estudio fue no experimental de corte trasversal. Su muestra fue de 131 personas de octavo y noveno semestre de la carrera de administración, seleccionado por un muestreo no probabilístico. Para el recojo de información utilizaron dos cuestionarios. A partir de los resultados concluyeron que mientras mayor sea la actitud emprendedora en los estudiantes universitarios, mayor será su capacidad de creación de microempresas.

Flores y Juárez (2019) estudiaron la influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de una universidad privada en Tacna, con la finalidad de determinar la influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos. Los autores no especificaron el diseño utilizado, sin embargo refirieron que el trabajo fue descriptivo no experimental. La muestra fue de 64 estudiantes de décimo semestre de la carrera profesional de Ingeniería Comercial. El instrumento utilizado fue un cuestionario. Del análisis de resultados, se concluyó que el grupo mayoritario de estudiantes, a pesar de que tener los medios y las oportunidades para emprender prefieren permanecer en la zona de confort, por

otro lado, el grupo más pequeño, los que, si poseen una alta actitud emprendedora, toman en cuenta que el emprendimiento es un factor de independencia y realización personal.

Valreymond (2019) investigó los factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la región Apurímac. Su objetivo general fue determinar los factores modelos de referencia que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes. El autor no especificó el diseño, sin embargo, refiere que su trabajo de investigación fue no experimental y transversal. Como muestra contó con 283 estudiantes, quienes pertenecían a las sedes en Abancay y Tambobamba. La muestra se determinó por método probabilístico estratificado. El instrumento utilizado para recoger la información fue un test sobre factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. En los resultados se encontró que el factor expectativa de trabajo resulta ser un antecedente importante de la actitud emprendedora. Asimismo, el ambiente universitario, los programas, asignaturas son considerados como importantes respecto a la actitud emprendedora.

Velásquez y Vilca (2018) desarrollaron un trabajo de investigación respecto a la actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto año de la escuela profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Su objetivo general fue identificar la actitud emprendedora de los estudiantes. El diseño del estudio fue no experimental transeccional descriptivo. Su muestra estuvo constituida por 113 estudiantes de ambos sexos. El muestreo fue aleatorio simple. Como instrumento para la recopilación de datos utilizó el Cuestionario de Actitud Emprendedora. Se concluyó que los estudiantes tienen una actitud emprendedora regular, con tendencia significativa a buena, afirmaron que pensaban tener su propia empresa en el futuro, y declararon haber iniciado en algún momento acciones encaminadas a poner su propio negocio.

Lopez (2018) estudió la influencia del programa CEFÉ en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes del VII ciclo de Ingeniería Industrial en una universidad nacional, con el objetivo general de determinar la influencia del programa en el desarrollo de las actitudes emprendedoras. El diseño de investigación fue preprueba y posttest, y grupos intactos (uno de ellos de control). Como muestra contó con 72 alumnos del VII ciclo de la Facultad de Ingeniería Industrial. El muestreo fue probabilístico intencional por conveniencia. El instrumento fue la Escala perceptiva de las actitudes de emprendimiento, y para la manipulación experimental se utilizó el Programa CEFÉ. Entre los resultados se encontró que el nivel de actitudes emprendedoras de los estudiantes del grupo experimental obtuvo mejores resultados en sus puntuaciones en el nivel de actitudes emprendedoras a diferencia del grupo de control.

Bustos (2016) realizó una investigación sobre estrategias de aprendizaje, actitudes emprendedoras, autoconcepto, esperanza, satisfacción vital e inclinación al autoempleo en universitarios peruanos. Sus objetivos generales fueron ofrecer un diagnóstico actualizado y comprensivo sobre el tema de intenciones de emprendimiento en su modalidad de autoempleo, en dos universidades, también buscó validar un modelo explicativo basado en técnicas de modelos de ecuaciones estructurales que relacionen las estrategias de aprendizaje, actitudes emprendedoras, esperanza disposicional, satisfacción con la vida, el autoconcepto y la intención de emprendimiento, en su modalidad de autoempleo. El diseño fue de tipo no experimental trasversal. La muestra estuvo conformada por 527 estudiantes de ambos sexos, 279 de la universidad privada en Lima y 248 de la universidad pública de Huancavelica. Como instrumentos utilizó la Escala de autoconcepto, la Escala de actitudes emprendedoras para estudiantes, la Escala de esperanza disposicional y la Escala de satisfacción con la vida. Entre los resultados obtenidos, se halló que los estudiantes mostraron un perfil actitudinal consistente con el del emprendedor en relación positiva con la innovación y al

autoempleo, y adicionalmente presentaron buenos niveles de satisfacción con la vida.

A nivel nacional la mayoría de los estudios son no experimentales, y muestran un panorama general de la actitud emprendedora relacionada con otros constructos.

Coincidiendo con los hallazgos de los estudios realizados a nivel internacional se encontró que los programas, iniciativas y las asignaturas juegan un rol muy importante respecto al desarrollo de la actitud emprendedora, lo que indica que la presencia de la universidad y sus acciones son determinantes para llevar a la realidad proyectos de emprendimiento. La actitud emprendedora es considerada como un factor de independencia y realización personal revela una relación positiva con la innovación, el autoempleo, y adicionalmente niveles favorables de satisfacción con la vida. Sin embargo, en algunos casos a pesar de tener los medios y las oportunidades para emprender, los estudiantes prefieren permanecer en una zona de confort.

Por ello se deben generar sinergias significativas desde varios ámbitos, sectores y actores que interactúan con los estudiantes de las universidades. En este marco, es esencial que se impartan políticas gubernamentales más activas para fomentar la formalización de emprendimientos realizados por estudiantes de universidad, así como también la revisión de los regímenes, normas tributarias entre otros, a fin de que puedan sostenerse en el tiempo.

Así también, desde el sector educación, se observa que no existen investigaciones previas que realicen intervenciones dirigidas a abordar ferias y encuentros de emprendedores universitarios para compartir experiencias, por lo que se debe promover investigaciones que se focalicen en la actitud emprendedora

inter-universidades, hasta llegar a formar alianzas en el caso de aquellos emprendimientos que requieran asistencia técnica especializada, instalaciones con condiciones particulares o asesoramiento de financiamiento.

Así también al analizar las investigaciones nacionales se puede constatar que no existe vinculación con la empresa privada, la cual representa un actor relevante que puede brindar asistencia, acompañamiento, mentoría, instalaciones especializadas, financiamiento de emprendimientos en otras acciones en favor de propuestas de universitarios.

Finalmente es imperante la sistematización de experiencias empíricas, ya que no se reportan a nivel científico de forma significativa dejando de lado el aporte que estas podrían brindar a la comunidad académica en general. En consecuencia, es necesario que se sistematicen y compartan las buenas prácticas que brinden hallazgos válidos en el campo del emprendimiento.

2.2 Bases teóricas

Se iniciará con las definiciones de actitud emprendedora, se presentarán las principales teorías relacionadas, a continuación, los factores y finalmente el vínculo con el aprendizaje y el desarrollo de la actitud emprendedora.

2.2.1 Definiciones

Cole (1959) afirma que la actitud emprendedora es una actividad realizada por personas, comprometidas a iniciar, mantener o desarrollar una unidad de negocios con la finalidad de obtener ganancias como resultados de la producción y distribución de bienes económicos o de servicios.

Para Kirzner (1995), la actitud emprendedora se concibe, desde sus inicios, como el estado de alerta que enfrenta una persona, basado en las percepciones de uno mismo, lo que permite reconocer oportunidades de negocio.

También es conocida como el valor del emprendedor respecto al aprovechamiento de las oportunidades que van presentándose en el ámbito empresarial (Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt, 1991).

García (2001) define la actitud emprendedora como la capacidad de crear e iniciar un proyecto o una nueva forma de vida con inspiración, confianza, determinación, y perseverancia hasta hacerlo realidad.

Es considerada como la conducta y esfuerzo de administrar recursos y a partir de ellos generar resultados según la actividad que se decida desarrollar en el ámbito empresarial (Quintero, 2007).

Krauss (2011) afirma que es la predisposición para afrontar los retos y alcanzar objetivos como parte del proceso de innovación y emprendimiento basados en el comportamiento.

A su vez, Anzola (2010) sostiene que la actitud emprendedora es un conjunto de características que tiene una persona como el positivismo, la innovación, la valentía para lograr sus propósitos y metas. Mientras que para Alanya (2012), es la capacidad que permite salir adelante a una persona, teniendo en cuenta el contexto, aprovechando las oportunidades y recursos para convertir en realidad los proyectos y metas establecidas.

La actitud emprendedora es, entonces, la relación del individuo, su personalidad y conducta, respecto a las oportunidades que se le presentan para aprovechar recursos y alcanzar objetivos en el ámbito empresarial.

Para efectos del presente estudio, se va a tomar como base la definición de actitud emprendedora de Krauss (2011), teniendo en cuenta que por un lado integra los elementos centrales propuestos en las diversas definiciones planteadas por otros autores y, por otro, corresponde al instrumento de medición que se utilizará para medir la variable de estudio, de tal manera de que exista coherencia entre la propuesta teórica y la empírica.

2.2.2 Teorías

A continuación, se presentan cuatro teorías principales relacionadas con la actitud emprendedora desde las más antiguas a las más recientes.

a) Teoría del empresario organizador

Cantillon (1755) desarrolló diversos aportes en muchos campos de la economía. Si bien es cierto que su teoría se construyó hace siglos su vigencia se mantiene tal como queda evidenciado en la literatura científica.

Su teoría post revolución industrial, cambia la perspectiva del empresario concebido solamente como un mercader y la transforma en un hombre de negocios, propuso considerarlo como un agente organizador, quién va a combinar todos los factores productivos, va a planificar y dirigir con la finalidad de satisfacer las necesidades de consumo, donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones.

Según el autor, se considera la mano visible del sistema, ya que va a alterar el futuro económico con sus acciones tangibles, justificando de esta manera la importancia del empresario. Su evolución, junto a las necesidades del capital, a los avances tecnológicos y la profundización de mercados, dan lugar a las grandes sociedades, en las que distintos copropietarios financian la operatividad de la empresa. Es así como se separan los objetivos del empresario y del capitalista, de la misma forma que se definen las funciones de cada uno.

De esta forma es que el empresario se elige por sus capacidades, ya que tendrá que asumir el riesgo derivado de la actividad económica desde una perspectiva profesional. Las características esenciales son la inventiva, innovación y la creatividad que le permitirán enfrentar los nuevos retos de la época.

En consecuencia, el empresario tiene que pasar por un proceso de perfeccionamiento para alcanzar las expectativas del mercado, entender y manejar la complejidad de las organizaciones y tomar decisiones lo más acertadas posibles.

La teoría nos muestra que la concepción del que asume el riesgo de la operatividad de la empresa es considerado como empresario, el manejo de una empresa o emprendimiento requiere que este tenga ciertas aptitudes para poder llevar a cabo sus actividades y poder sobrellevar las circunstancias que trae consigo el pasar de los años, las necesidades de capital y el desarrollo de la economía, el consumo, entre otras variables.

b) Teoría de la acción razonada

Esta teoría ha sido propuesta por Fishbein y Ajzen (1975), quienes plantean que la toma de decisiones es un proceso racional y deliberativo. Se llega a la acción final por medio de varios pasos. Su propuesta menciona que las conductas son volitivas, por ello se denomina intención conductual. Se centra en un componente esencial que es la evaluación de la actitud para determinar la conducta.

Está determinada por dos variables, la primera es la actitud conductual, se basa en probabilidad y deseabilidad subjetiva, consiste en la posición de una persona desde una perspectiva favorable o desfavorable respecto a un estímulo. Se da a partir de la asociación a partir de experiencias previas. Se consideran una función de las creencias y dan lugar a la intención.

La segunda variable depende de las creencias normativas, se refiere al juicio que hace el individuo sobre la probabilidad de que las personas relevantes para él esperen que este demuestre dicha conducta, también es función de las creencias y conducen a la intención.

La teoría se sostiene del supuesto de la racionalidad del ser humano, la que da lugar a la posibilidad del uso de la información para emprender acciones con un propósito. Por tanto, es posible predecir las conductas desde las actitudes.

A continuación, se puede apreciar en la figura 1, que muestra los constructos intervinientes que explican que el comportamiento del ser humano es el resultado de la intención, que está influenciada por la actitud y la norma subjetiva que se derivan de las creencias.

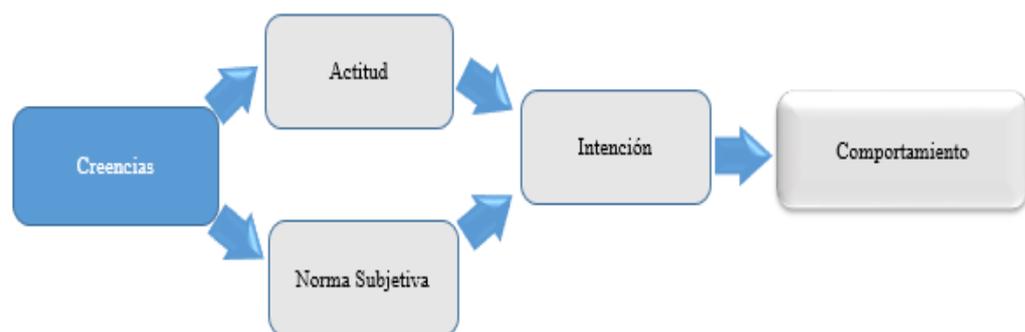


Figura 1. Teoría de la acción razonada, Fishbein y Ajzen (1975) (elaboración propia).

De la figura anterior se puede deducir que, dependiendo de la intensidad y fuerza de las creencias, actitudes, normas subjetivas e intenciones, será el comportamiento de una persona, por lo cual en la medida que se realicen intervenciones para instaurar e incrementarlas, se podrá lograr un impacto significativo conducente a alcanzar una actitud emprendedora más sólida.

c) Teoría del empresario de Kirzner

Kirzner (1973) plantea esta teoría sostenida en la profundización de la naturaleza de la empresarialidad y la acción de los individuos, considerándolo como el eje central para el proceso de dinamizar el mercado.

Implica tipos de acción adoptados por el ser humano en búsqueda de liberación y desarrollo yendo más allá de la noción de economicidad. No se restringe solamente a la maximización, sino que también se trata de identificar la estructura pertinente, de fines y medios de eficacia como una actividad única e integrada. Todo ello deriva de buscar nuevas formas de hacer las cosas y descubrir nuevas oportunidades en el proceso.

El autor señala que este elemento empresarial de la acción humana es un dinamizador que hace que la acción sea algo activo, creador, y no por el contrario algo pasivo, automático y mecánico. Reconoce y relaciona el desequilibrio del mercado con la ignorancia que se interpone en el camino de los decisores, dado que en el proceso competitivo se realizan diversas transacciones en medio de la incertidumbre, a diferentes precios y muchas veces en situaciones controversiales. Bajo estas circunstancias es dónde se puede apreciar a los actores esenciales del mercado quienes son capaces de descubrir oportunidades que dan paso a la generación de beneficios empresariales (Kirzner, 1995).

Este desconocimiento, se supera progresivamente, la innovación y la creatividad son recursos indispensables durante todo el proceso para conseguir información más exacta del mercado a la que se denomina “visión empresarial del conocimiento”.

Esta teoría permite entender la importancia de las características que debe poseer un empresario para poder aprovechar y sobresalir de circunstancias poco favorables que se presentan como resultado de la naturaleza de los mercados. Es crucial que este actor tenga la capacidad de estar atento al contexto, sea creativo e

innovador, de esta manera podrá conseguir información más útil y a partir de ello tomará decisiones más precisas y eficaces.

Estas características no son exclusivas de los empresarios, sino que es un elemento que caracteriza a todos los seres humanos. Por ende, desde la concepción kirzniana cualquier persona puede ser un decisor económico y convertirse en un emprendedor.

d) Teoría de la incubadora

En los años cincuenta se crearon parques tecnológicos como el de Stanford Research Park en la Universidad de Stanford y el Research Triangle Park en Carolina del Norte, estos serían los precedentes de las incubadoras de negocios. (Colombo & Delmastro, 2002). En Europa, la British Steel Industria (BSI) es considerada la primera incubadora que se estableció en Reino Unido en 1975, posteriormente en China y en Estados Unidos en el mismo marco temporal.

Esta teoría consiste en que los proyectos parten de una idea y pasan por un proceso de desarrollo denominado incubación, donde se realizan un conjunto de estrategias empresariales que consisten en fomentar, sostener y acompañar desde la experiencia de mentores y también de patrocinadores, asegurando la continuidad y sostenibilidad inicial del proyecto, que es conocido como *spin-off* (Veciana, 1999).

La teoría se sostiene en diversos estudios empíricos, que señalan que las empresas que son parte del proceso de incubación terminan adquiriendo independencia, viabilidad jurídica, técnica, financiera y comercial. El objetivo de estas iniciativas fue el dotar de componentes que garantizaran la sostenibilidad de proyectos empresariales en el futuro.

Para efectos del presente estudio, se asume esta teoría de la incubadora, dada la importancia que tiene, ya que permite promover el desarrollo de

emprendimientos estudiantiles, dando acompañamiento integral a todo aquél que tenga un proyecto en mente, considerando su naturaleza y complejidad, para impartir un conjunto de conocimientos, herramientas, recursos, infraestructura, entre otros, que este necesite, garantizando su operatividad y viabilidad en el mercado.

Por ello, las incubadoras de empresas son concebidas como parte importante en la actividad formativa y la investigación en el Perú, ya que son iniciativas en favor de los estudiantes, que se dirigen a promover la creación de microempresas y pequeñas empresas (Ley N° 30220, 2014).

Cabe destacar que existen organismos dedicados específicamente a patrocinar las incubadoras, brindando oportunidades de transformar ideas en un proyecto empresarial futuro y viable (Alonso & Galve, 2008).

Finalmente, en el marco de la Ley Universitaria vigente, algunas universidades peruanas, han creado centros de producción de bienes y servicios, relacionados con sus especialidades, áreas académicas o trabajos de investigación, lo que representa una opción para la incubación y puesta en marcha de emprendimientos (Ley N° 30220, 2014).

Como se puede apreciar, las teorías revisadas sustentan la actitud emprendedora, debido a que ponen en evidencia la necesidad de construir progresivamente el conocimiento a partir de la experiencia, este proceso tiene como resultado el aprovechamiento eficaz de las oportunidades que se presentan. Se resalta la creatividad y la innovación como componentes esenciales para ello y se considera para su medición aspectos cognitivos, afectivos y conductuales.

Por otro lado, sustentan la actividad empresarial donde la competencia y la incertidumbre son constantes, quien la realiza posee ciertas características, capacidades, habilidades, así como también la disposición de organizar, planificar y dirigir acciones concretas con la finalidad de aprovechar los recursos

disponibles, satisfacer necesidades, obtener un beneficio económico e impactar positivamente en sus entornos inmediatos.

2.2.3 Factores de la actitud emprendedora

Se aprecia en la comunidad científica que no existe un acuerdo entre los autores, respecto a los factores involucrados en la actitud emprendedora, tal y como a continuación se presenta.

Duran (2013) para explicar la actitud emprendedora considera los siguientes factores:

- Optimismo
- Proactividad
- Persistencia
- Creatividad

Espíritu (2011), por su parte, afirma que la actitud emprendedora se explica por tres factores:

- *Locus* de control interno.
- Necesidad de logro.
- Propensión al riesgo.

En cambio, los factores considerados por Krauss (2011) son:

- Autoestima.
- Asunción de riesgo.
- Necesidad de logro.
- Control percibido.

Para Roth y Lacoa (2009), los factores de la actitud emprendedora son:

- Motivaciones
- Actitudes

- Aptitudes

Robinson, (1987) plantea los siguientes cuatro factores:

- La necesidad de logro
- La innovación
- El control interno
- La autoestima

Se observa que existen algunos factores que son compartidos en las diversas posturas que asumen los autores, tal como se puede apreciar en la figura 2 que se muestra a continuación.

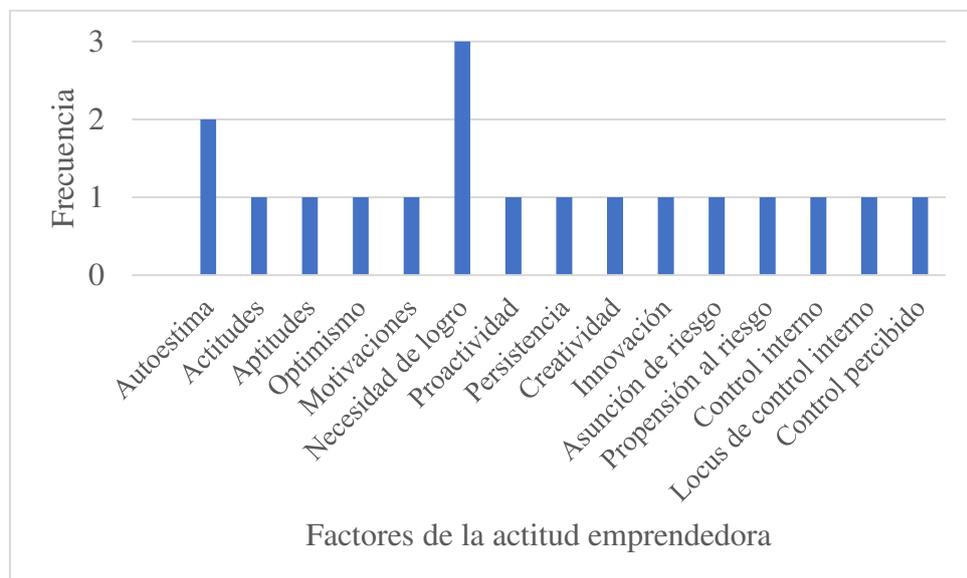


Figura 2. Coincidencias de las posturas teóricas sobre los factores de la actitud emprendedora (elaboración propia).

Los factores en los que han coincidido los autores son autoestima (dos veces) y necesidad de logro (3 veces), ambos son de suma importancia en la vida de una persona y más aún en alguien que pretende llevar a cabo un proyecto de emprendimiento.

Para efectos de la presente investigación se consideran los factores propuestos por Krauss (2011), debido a las siguientes razones:

- Son de vital importancia en el perfil de una persona con actitud emprendedora e incluye las de los demás autores de forma global.
- Es la base para la construcción del *workshop: Descubre al emprendedor que llevas dentro*.
- Porque el instrumento que se ha utilizado mide, por lo cual se ha alcanzado la coherencia entre el enfoque teórico y el enfoque metodológico asumido.

2.2.4 El aprendizaje y desarrollo de la actitud emprendedora

Es importante señalar que el aprendizaje está íntimamente vinculado al desarrollo de toda actitud emprendedora, ya que esta se aprende a lo largo de la vida a través de experiencias que pueden suscitarla.

En esta línea, se entiende que el aprendizaje es un cambio permanente en la vida de las personas, está presente en todo momento y se consolida a través de la práctica, repercutiendo en la conducta y en el comportamiento (Schunk, 2012). Para Jaraba (2012), el aprendizaje se basa en las relaciones entre una persona con otro objeto o situaciones dentro de un contexto, reconocidas como un cuerpo de cogniciones, también conocidas como estructuras cognoscitivas. Es decir, se reconoce que el aprendizaje es un proceso complejo.

Precisamente, el proceso completo que conlleva el aprendizaje repercute en la actitud emprendedora que pueden asumir las personas, en el caso del presente estudio, y que pueden asumir los estudiantes. En tal sentido, las formas de desarrollar emprendimientos en estudiantes universitarios son diversas, ya que los enfoques varían en las instituciones de educación superior, que ofrecen programas, talleres, cursos, capacitaciones, entre otros. Sin embargo, independientemente del enfoque que se asuma, es evidente que el proceso de desarrollo de estudiantes hacia una cultura de emprendimiento parte la posibilidad

de dotar de técnicas, métodos y casuísticas, que les permita reflexionar y proponer ideas.

Al respecto, Liñán (2004) plantea que una intervención educativa, debe tomar en cuenta los valores tanto sociales como culturales, también debe estar orientada a objetivos, metas y resultados personales, para poder impulsar al estudiante hacia una cultura de emprendimiento, la misma que debe ser reconocida públicamente como una estrategia efectiva que motive a sus pares.

Por otro lado, cabe señalar que existen diversas metodologías que buscan acompañar al estudiante en el proceso de aprendizaje vinculado al desarrollo de la actitud emprendedora. Una de ellas es el *coaching – learning*, que permite reforzar el aprendizaje de modo continuo e impulsar acciones dirigidas a tal fin, ya que el emprendedor requiere de una formación de competencias acompañada por la motivación de actitudes y aptitudes, lo que asegura de esta manera su desempeño en función del contexto (Orti & López, 2007).

La estructura de la formación emprendedora debe estar orientada a la formación integral de la persona, asimismo debe generar espacios para el trabajo en equipo y el ejercicio del liderazgo, todo lo cual va a fortalecer a la sociedad en general (Gonzales, Peña & Vega, 2010).

Esto es fundamental sobre todo en estos tiempos en los cuales es necesario activar la economía de los países a partir de emprendimientos realizados desde los espacios universitarios, lo que significa que los estudiantes tengan una opción diferente para mejorar su economía persona y familiar, lo cual tiene un impacto en el entorno.

2.3 Marco conceptual

Workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro

Es un programa intensivo diseñado a medida, cuya finalidad es incrementar la actitud emprendedora de cada participante, a su vez permite entender qué capacidades deben desarrollar para posteriormente iniciar con un proyecto de emprendimiento (autoría propia).

Actitud emprendedora

Es la predisposición para afrontar los retos y alcanzar objetivos como parte del proceso de innovación y emprendimiento basados en el comportamiento (Krauss, 2011).

Universidad privada

Es una institución de derecho privado, que brinda educación superior con personería jurídica, enfocada en la investigación, creación de conocimientos y en el aporte a la sociedad (Ley N° 30220, 2014).

Contexto de COVID-19

Entorno en el cual se desarrolla la enfermedad infecciosa originada por el coronavirus a la que pertenece el SARS-CoV-2, que pueden causar diversas afecciones, desde el resfriado común, hasta infecciones respiratorias graves que comprometen la vida, la libertad de las personas, el estado emocional y la economía de los países (autoría propia).

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Determinar el efecto que produce del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* sobre la actitud emprendedora en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

3.2 Objetivos específicos

- Comparar la Autoestima, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.
- Comparar la Asunción de Riesgo, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.
- Comparar la Necesidad de logro, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.
- Comparar el Control Percibido Interno, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

IV. HIPÓTESIS

4.1 Hipótesis general

H₁: El *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* incrementa en forma significativa la actitud emprendedora en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada, en contexto de COVID-19.

4.2 Hipótesis específicas

H₁: Existen diferencias significativas en la Autoestima, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

H₂: Existen diferencias significativas en la Asunción de Riesgo, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

H₃: Existen diferencias significativas en la Necesidad de logro, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

H₄: Existen diferencias significativas en la Control Percibido Interno, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

V. MÉTODO

5.1 Tipo de investigación

El presente estudio corresponde a una investigación de tipo cuantitativa, en la que se estudian las variables estadísticamente respecto a una población determinada. (Hueso & Cascant, 2012). De acuerdo con Muñoz (2015), la investigación cuantitativa es objetiva, pues recopila, procesa y analiza datos cuantificables que son previamente formulados a través de hipótesis.

Es empírico, ya que, para generar conocimiento, se realizan procesos metódicos que permiten el establecimiento y la comprobación de la hipótesis, se miden las variables de acuerdo con el contexto planteado, así como se analizan los resultados para después extraer conclusiones (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Asimismo es una investigación aplicada. De acuerdo con Ato, López y Benavente (2013) este tipo de estudios busca resolver problemas de la realidad, agrega valor y parte de la investigación básica. Para Muñoz (2015) busca aplicar los avances y resultados de la investigación para aprovecharlos en la generación del bienestar de la sociedad a través de la resolución de problemas de carácter práctico, empírico y tecnológico.

La presente investigación es cuantitativa debido a que utiliza la estadística para comprobar las hipótesis formuladas. Es empírica ya que sigue un riguroso proceso metódico y es aplicada porque busca incrementar la actitud emprendedora

para contribuir con la sociedad a través del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*.

5.2 Diseño de investigación

La presente investigación corresponde a un diseño cuasi-experimental, concretamente de Pretest-Posttest con un solo grupo dado que los participantes son evaluados dos veces con la variable dependiente, antes y después de administrar el tratamiento experimental (Alarcón, 2013).

Bajo este diseño se busca determinar el efecto del tratamiento experimental del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*, sobre la actitud emprendedora en estudiantes de una universidad privada.

A continuación, la figura 3 muestra el paradigma del diseño de investigación:



Figura 3. Paradigma del diseño de investigación de "Métodos y diseños de investigación del comportamiento" por R. Alarcón, 2013, p.195.

Donde:

Y_1 : Aplicación del pretest: Escala de actitud emprendedora al grupo de participantes.

X : Variable independiente, aplicación del tratamiento experimental *workshop: Descubre al emprendedor que llevas dentro*, al grupo de participantes.

Y_2 : Aplicación del posttest: Escala de actitud emprendedora al grupo de participantes.

5.3 Variables

Para el presente trabajo de investigación se han considerado la variable independiente, la variable dependiente, variables a controlar, variables de control y variables intervinientes.

Variable independiente

Workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro: es el tratamiento experimental que utiliza la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®, y consta de dos sesiones con un total de 16 horas, que comprenden un conjunto de iteraciones secuenciales, progresivas en dificultad, cuyo fin es desbloquear el conocimiento potencial a través de la reflexión, comunicación y resolución de problemas a partir de la construcción de modelos con los bloques, incorporando metáforas propias, que dan sentido a la creación.

Variable dependiente

Actitud Emprendedora: Definida por los resultados obtenidos en la Escala de actitud emprendedora, cuyos factores son:

- Autoestima.
- Asunción de riesgo.
- Necesidad de logro.
- Control percibido interno.

Variables controladas

- Maduración: se controló la fatiga de las participantes realizando recesos breves entre las actividades programadas.

- Mortalidad experimental: el tratamiento experimental tuvo una duración de dos días, por lo que no hubo pérdidas de las unidades experimentales.

Variables de control

- Estudiantes de Psicología, matriculados en el periodo académico 2020-II.
- Ciclo de estudios: octavo.
- Tipo de institución: universidad privada.

Variable interviniente

- Clima familiar: entendido como la atmósfera psicológica del hogar, es cambiante, ya que puede variar de un momento a otro y es diferente entre una familia y otra, dado que cada una tiene un manejo interno, así como también un conjunto de códigos propios.

5.4 Población y muestra

Población

La población estuvo conformada por 729 estudiantes mujeres, que cursaban del 1° al 10° semestre en las escuelas profesionales de Educación, Psicología, Administración y Contabilidad de una universidad privada ubicada en la ciudad de Lima (ver tabla 1).

Tabla 1

Población universitaria según carreras

Carrera	<i>f</i>	%
Educación	457	63
Psicología	200	27
Administración	44	6
Contabilidad	28	4
Total	729	100

Nota: F: Frecuencia; %: Porcentaje.

Muestra

El tamaño de la muestra se calculó a través del software estadístico GPower versión 3.1.9.7 con la fórmula para comparar grupos relacionados. Los parámetros que se siguieron fueron para una prueba de hipótesis unilateral, considerándose una potencia estadística de .70, un error de .10, un tamaño de efecto igual a 0.90 con lo que se obtuvo una muestra total de 10 estudiantes de sexo femenino, de las cuales la mayoría tenía entre 20 a 25 años, eran solteras, habían nacido en Lima y cursaban el octavo semestre de la carrera de Psicología en una universidad privada ubicada en la ciudad de Lima (ver tabla 2).

El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia (Hernández et al., 2014), ya que la elección de las participantes se realizó en base a su disposición y a la viabilidad de acceso para la entrega del material necesario para la realización de las actividades del *workshop*.

Tabla 2

Distribución muestral según edades

Edades	<i>f</i>	%
Menos de 19 años	0	0
20 años a 25 años	9	90
26 años a 30 años	0	0
31 años a más	1	10
Total	10	100

*Nota. F: Frecuencia; %: Porcentaje.***Criterios de inclusión**

- Sexo: femenino.
- Carrera: Psicología.
- Semestre de estudios: octavo.
- Condición: estudiantes matriculados en el periodo académico 2020-II.
- Tipo de institución: universidad privada.

Criterios de exclusión

- No haber firmado el consentimiento informado.
- Ser estudiante de intercambio.

5.5 Instrumento

En el presente estudio se utilizó la Escala de Actitud emprendedora construida por Robinson (1987) en Estados Unidos, con el objetivo de predecir el emprendedurismo basado en la actitud.

La escala está construida en base a cuatro factores que son los siguientes:

- Autoestima: sentimientos de competencia y confianza para conducir un emprendimiento.
- Asunción de riesgo: relacionado a como la persona sitúa su vida frente a cualquier acontecimiento.
- Necesidad de logro: forma de actuar respecto a la responsabilidad, libertad y éxito.
- Control percibido interno: orientación a influir y controlar los resultados de emprendimientos.

Inicialmente el autor propuso 700 ítems y después de haber pasado por juicio de expertos y de la administración del instrumento en estudiantes, se redujo a 91 ítems. Posteriormente, se aplicó a 54 personas que habían empezado un negocio como también a 57 personas no emprendedoras, en función de los resultados se redujo a 75 ítems.

En España, Ibañez (2001) realizó una adaptación en estudiantes de la Comunidad Autónoma del País Vasco, quedando 40 ítems.

Por otro lado, en Uruguay, Krauss (2011) adaptó la escala en estudiantes, reduciéndose la versión a 30 ítems, que se califica del 1 al 6 donde: 1 es total desacuerdo, 2 es bastante en desacuerdo, 3 es parcialmente en acuerdo, 4 parcialmente en acuerdo, 5 bastante de acuerdo y 6 es totalmente de acuerdo y puede ser aplicada a jóvenes universitarios.

En Perú, Ortiz (2019) realizó una investigación psicométrica de la Escala de actitud emprendedora adaptada por Krauss (2011), en una muestra conformada por 842 estudiantes universitarios, varones y mujeres. Los resultados demostraron que los 30 ítems distribuidos en los 4 factores presentaron propiedades psicométricas aceptables.

La validez basada en el contenido se realizó a través de criterio de 10 jueces, obteniendo como resultado que los 30 ítems cumplieron los criterios de

pertinencia, relevancia y claridad, ya que el porcentaje fue mayor o igual a .80. Por lo tanto, a través de la prueba binomial y mediante la V de Aiken se hallaron evidencias de que la Escala de actitud emprendedora cuenta con validez basada en el contenido.

Respecto a la validez de constructo, Ortiz (2019) realizó el análisis factorial confirmatorio, bajo el modelo de 4 factores, obteniendo índices CFI .899 y GFI .955 (ajuste aceptable $>.90$), de tal que se hallaron evidencias de dicha validez en la Escala de actitud emprendedora.

En relación a la confiabilidad, se halló un coeficiente Alfa de Cronbach de .893 y un coeficiente Omega de .908 para la escala en general, por lo cual se asume que la escala presenta evidencias de confiabilidad.

Se escogió este instrumento debido a:

- a) Es una de las más utilizadas en la comunidad científica, tal y como se aprecia en diversos estudios.
- b) Comprende los factores que caracterizan el perfil del emprendedor y que se han utilizado en el diseño del *workshop Descubre el emprendedor que llevas dentro*.
- c) Presenta evidencias de validez y confiabilidad en estudiantes universitarios en la ciudad de Lima.

5.6 Manipulación experimental

Para efectos de la presente investigación la autora ha diseñado el *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*, basado en la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®.

Dicho *workshop* es un complemento a las propuestas curriculares y consiste en que el participante construye modelos con bloques, incorporando metáforas propias, que dan sentido a la creación, relacionado con la actitud

emprendedora y sus factores: autoestima, asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno. Para ello se utilizan cinco técnicas de aplicación sugeridas por la metodología, conjugadas estratégicamente con el fin de lograr un conjunto de iteraciones secuenciadas, que permiten desbloquear el conocimiento potencial a través de la reflexión, comunicación y resolución de problemas.

5.6.1 Fundamentación teórica

La metodología LEGO® SERIOUS PLAY® (Kristiansen & Rasmussen, 2014), que es la base del workshop, se respalda en diversas conceptualizaciones teóricas tales como el juego serio, el construccionismo y el uso de metáforas (Vygotsky, 1978; Brown & Vaughan, 2009; Harel & Papert, 1991; Huizinga, 1995; Putnam, 1995; Csikszentmihalyi, 1991), las que se detallan a continuación:

Juego serio

Está inspirado en la actividad de jugar (Kristiansen & Rasmussen, 2014), la que conlleva a la adaptación y desarrollo de habilidades en general (Vygotsky, 1978), pero, sobre todo, de habilidades emocionales (Brown & Vaughan 2009).

Estas habilidades emocionales llevadas a un contexto lúdico tienen cuatro propósitos los cuales son la creación de lazos sociales, la expresión de emociones, el desarrollo de la cognición y el fortalecimiento de la competencia constructiva, todo lo cual conduce a tomar decisiones en base a estrategias creativas desarrolladas por los participantes (Kristiansen & Rasmussen, 2014).

Construccionismo

La construcción de modelos con bloques de Lego® Serious Play®, se sostiene en la teoría de Harel y Papert (1991), que afirma que el conocimiento se desarrolla dentro de estructuras cognitivas basadas en la experiencia que se va adquiriendo

con el tiempo, además que el pensamiento concreto se logra a través de interactuar con objetos complementarios que contribuyan a entender los conceptos abstractos, como es el caso de la percepción que tiene una persona respecto a un tema en específico.

De esta manera, el hecho de compartir una misma experiencia desarrollando un conjunto de actividades y trabajando en iguales condiciones con los bloques, permite una sinergia positiva entre los participantes, existiendo una transmisión de información continua, tanto verbal con el relato de las metáforas, como no verbal a través de la observación mutua. Todo ello conlleva a una comparación y medición de habilidades que estimula el interés social para alcanzar objetivos compartidos (Huizinga, 1995).

Uso de metáforas

El uso de metáforas permite transmitir de forma verbal, la percepción y valoración personal sobre un tema, así como también incentiva a desarrollar habilidades de socialización y empatía (Putnam, 1995).

En consecuencia, facilitan la explicación de los modelos construidos por los participantes como resultado de las actividades propuestas. Esta dinámica de compartir información es susceptible al cambio y se adapta dependiendo de la intensidad de interacción de los intervinientes, en algunos casos se reduce y en otros se incrementa (Csikszentmihalyi, 1991).

El *workshop* contempla las siguientes consideraciones:

- **Clima participativo:** propicio para la interacción de los participantes evitando situaciones de miedo o conflicto que puedan afectarlos de alguna manera.

- Habilidades de construcción: para garantizar la confianza de los participantes durante la manipulación los bloques de LEGO® SERIOUS PLAY®, a través de un proceso de familiarización que implica principalmente la observación y en algunos casos una explicación básica de sus componentes.

Características del *workshop*

- Aplica una metodología activa debido a la participación constante de las personas involucradas.
- Permite desbloquear el conocimiento potencial de los participantes, quienes logran construir conclusiones tanto de forma personal como grupal.
- Fomenta la reflexión, así como la comunicación verbal y no verbal de los participantes.
- Desarrolla habilidades de construcción debido a la manipulación permanente de los bloques de Lego® Serious Play® para atender la percepción de los participantes respecto a un tema específico.
- Está construido modularmente, ya que tiene un conjunto de objetivos que se logran a través del desarrollo de actividades secuenciales.
- Puede ser aplicado de forma presencial como virtual.

5.6.2 Estructura del *workshop*

A continuación, se detalla en la tabla 3, la estructura general del *workshop*, que comprende el objetivo general, las sesiones, así como los módulos con sus respectivos objetivos específicos y tiempos.

Tabla 3
Estructura general del workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro

Objetivo general: incrementar la actitud emprendedora a través del <i>Workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro</i> en estudiantes de una universidad privada			
Sesiones	Módulos	Objetivos específicos	Tiempo
Sesión 1: “Identificando mi autoestima y mis necesidades de logro”	Módulo 1	Introducir en la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®.	1 hora
	Módulo 2	Averiguar cuáles son sus rasgos personales.	1 hora
	Módulo 3	Consolidar los rasgos personales identificados.	1 hora
		Almuerzo	40 minutos
	Módulo 4	Identificar las preferencias de heteropercepción profesional.	1 hora
	Módulo 5	Consolidar las preferencias de heteropercepción profesional.	1.3 horas
		Receso	20 minutos
	Módulo 6	Describir los atributos de valor vinculados a su competitividad.	1 hora
	Módulo 7	Identificar patrones y categorías respecto a los atributos de valor que los hacen competitivos.	1 minutos
		Total sesión 1	8.3 horas
Sesión 2: “Control percibido interno y asunción de riesgos”	Módulo 1	Definir las características actitudinales de un emprendedor ideal.	1 hora
	Módulo 2	Consolidar las características actitudinales de un emprendedor ideal.	1 hora
	Módulo 3	Descubrir situaciones que enfrenta un emprendedor.	
		Almuerzo	40 minutos
	Módulo 4	Consolidar las situaciones que enfrenta un emprendedor.	1 hora
	Módulo 5	Incorporar conexiones para entender la relación entre las características actitudinales de un emprendedor ideal respecto a las situaciones que enfrenta.	1.3 horas
		Receso	20 minutos
Módulo 6	Construir un sistema que muestre integralmente las actitudes de un emprendedor ideal, las situaciones que enfrenta y las relaciones entre ellos.	1 hora	
	Total sesión 2	7.3 horas	
	Total sesiones 1 y 2	16 horas	

A continuación, se presenta el contenido de cada sesión con sus módulos respectivos, señalando los objetivos específicos, actividades, materiales y tiempo (ver tabla 4 y 5).

Tabla 4

Estructura de la Sesión 1 del workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro

Sesión 1: "Identificando mi autoestima y mis necesidades de logro"				
Módulos	Objetivos específicos	Actividades	Materiales	Tiempo
Módulo 1	Introducir en la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®.	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de un modelo del manual y compartir la experiencia. • Personalización del modelo y compartir la experiencia. 	W. Exploration kits + Starter kits	1 hora
Módulo 2	Averiguar cuáles son sus rasgos personales.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionamiento, construcción individual, compartir la experiencia y reflexión grupal. 	Starter kits	1 hora
Módulo 3	Consolidar los rasgos personales identificados.	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión, construcción grupal, compartir la experiencia y reflexión grupal. 	Starter kits	1 hora
	Almuerzo			40 minutos
Módulo 4	Identificar las preferencias de heteropercepción profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionamiento, construcción individual, compartir la experiencia y reflexión grupal. 	Starter kits	1 hora
Módulo 5	Consolidar las preferencias de heteropercepción profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión, construcción grupal, compartir la experiencia y reflexión grupal. 	Starter kits	1.3 horas
	Receso			20 minutos
Módulo 6	Describir los atributos de valor vinculados a su competitividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionamiento, construcción individual, compartir la experiencia y reflexión grupal. 	Starter kits + Identity and Landscape	1 hora
Módulo 7	Identificar patrones y categorías respecto a los atributos de valor que los hacen competitivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión, construcción grupal de un paisaje, compartir la experiencia y reflexión final. 	Starter kits + Identity and Landscape	1 minutos
	Total sesión 1			8.3 horas

Tabla 5

Estructura de la Sesión 2 del workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro

Sesión 2: “Control percibido interno y asunción de riesgos”				
Módulos	Objetivos específicos	Actividades	Materiales	Tiempo
Módulo 1	Definir las características actitudinales de un emprendedor ideal.	• Cuestionamiento, construcción individual, compartir la experiencia y reflexión grupal.	Starter kits + Identity and Landscape	1 hora
Módulo 2	Consolidar las características actitudinales de un emprendedor ideal.	• Discusión, construcción grupal, compartir la experiencia y reflexión grupal (se conservan los modelos para la próxima actividad).	Starter kits+ Identity and Landscape	1 hora
Módulo 3	Descubrir situaciones que enfrenta un emprendedor.	• Cuestionamiento, construcción individual, compartir la experiencia y reflexión grupal.	Starter kits+ Identity and Landscape	1 hora
	Almuerzo			40 minutos
Módulo 4	Consolidar las situaciones que enfrenta un emprendedor.	• Discusión, construcción grupal de un paisaje, enumeración de los modelos de acuerdo a su impacto, compartir la experiencia y reflexión grupal (se conservan los modelos para la próxima actividad).	Starter kits + Identity and Landscape	1 hora
Módulo 5	Incorporar conexiones para entender la relación entre las características actitudinales de un emprendedor ideal respecto a las situaciones que enfrenta.	• Discusión, construcción grupal de un modelo, incorporación de conexiones de acuerdo al impacto antes definido, compartir la experiencia y reflexión grupal (se conservan los modelos para la próxima actividad).	Starter kits + Identity and Landscape + Connections Kit.	1.3 horas
	Receso			20 minutos
Módulo 6	Construir un sistema que muestre integralmente las actitudes de un emprendedor ideal, las situaciones que enfrenta y las relaciones entre ellos.	• Cuestionamiento, se somete a tensión y distensión los modelos, se corroboran las conexiones establecidas, compartir la experiencia y reflexión grupal. • Cuestionamiento, construcción de un paisaje final, compartir la experiencia y reflexión final.	Starter kits+ Identity and Landscape + Connections Kit.	1 hora
	Total sesión 2			7.3 horas
	Total sesiones 1 y 2			16 horas

Cabe mencionar que se ha considerado una hora que comprende el almuerzo y el receso tanto para la sesión 1 como para la sesión 2, con el fin de evitar la fatiga y el cansancio en las participantes.

5.6.3 Evaluación del *workshop*

De acuerdo con Fernández-Ballesteros (2001), se considera que en los programas de intervención -como es el caso del *workshop*-, se debe de evaluar las necesidades (pertinencia), el análisis de los objetivos y análisis del programa (suficiencia) así como la evaluación de proceso, por lo que a continuación se describe como se llevó a cabo cada una.

Evaluación de necesidades: Pertinencia

El *workshop* que se ha diseñado responde a la necesidad de dotar de los conocimientos y herramientas para que los estudiantes (independientemente de su carrera profesional) puedan desarrollar propuestas de emprendimiento que se implementen eficazmente de tal manera que se contribuya a la generación del autoempleo.

Dicha necesidad se fundamenta en los siguientes criterios:

- a) El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021a) reportó en un informe técnico correspondiente al trimestre móvil: enero, febrero y marzo, que en Lima Metropolitana existían 7 millones 979 mil 900 personas con edad para desempeñar una actividad económica (PET), que constituyen la población potencialmente demandante de empleo. De los resultados se reporta que en el trimestre de análisis la población económicamente activa desocupada (tasa de desempleo) ascendió a 742 mil 500 personas siendo el 15,3% de la PEA, del total de población desempleada, el 52,2% (387 mil 700) eran mujeres y el 47,8% (354 mil 900) hombres, también que la población con empleo adecuado disminuyó en 32,1% (942 mil 200 personas), por su parte la población ocupada subempleada aumentó en 12,5% (235 mil 200 personas).

Finalmente, la masa salarial proveniente del trabajo en Lima Metropolitana tuvo una variación negativa de 26,7%, comparado con similar trimestre móvil del año anterior. La masa salarial (el total de remuneraciones acumuladas de los trabajadores), tuvo una variación negativa de 26,7%.

- d) El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021b) reportó en el boletín de indicadores económicos (correspondiente al mes de marzo) que el Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana aumentó en 0,84%, la variación anual, correspondiente al periodo abril 2020 - marzo 2021, fue de 2,60%, con una tasa promedio mensual de 0,21%. Cabe mencionar que el mes de marzo muestra un comportamiento mayor al registrado el mes anterior (febrero 2,40%). Es decir, a pesar que existe un mayor desempleo, al mismo tiempo se observa que existe un mayor encarecimiento en los gastos de la familia, por lo que es necesario generar mayores emprendimientos para sustentarlos.
- e) En la necesidad de reanudación de actividades económicas, se aprobó que se realizara en forma gradual y progresiva dentro del marco de la declaratoria de Emergencia Sanitaria Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia de la pandemia producida por el COVID-19, de acuerdo con la fase de inicio de actividades que corresponda (D.S. N° 080, 2020)

Evaluación del análisis de los objetivos y análisis del programa: Suficiencia

El *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* ha sido creado por la investigadora del presente estudio con la finalidad de incrementar la actitud emprendedora.

Particularmente en la investigación se ha trabajado con estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada, en contexto de COVID-19, sin embargo, está diseñado para que pueda ser aplicado a diferentes grupos muestrales de jóvenes y adultos.

El workshop se ha planteado en dos sesiones construidas a partir de los factores de la actitud emprendedora:

- Sesión 1: “Identificando mi autoestima y mis necesidades de logro”.
- Sesión 2: “Control percibido interno y estimación de riesgos”.

En cada una se plantearon módulos con objetivos específicos que se alcanzaron a partir de las actividades, para lo cual se ha considerado la metodología LEGO® SERIOUS PLAY®.

Cabe mencionar que se ha asegurado una adecuada progresividad de las técnicas utilizadas, partiendo de una inmersión inicial en la metodología, cumpliendo con la secuencia recomendada por *The Association of Master Trainers in the LEGO® SERIOUS PLAY® Method*, la cual es:

1. Habilidades de construcción.
2. AT1: Construcción de modelos individuales.
3. AT2: Construcción de un modelo compartido.
4. AT3: Creación de un paisaje.
5. AT4: Establecer conexiones.
6. AT5: Construcción de un sistema.

Evaluación de proceso

Con el fin de evaluar los efectos que tuvo el *workshop*, se llevó a cabo una evaluación de proceso a través de un cuestionario virtual aplicado al finalizar el módulo 3 de ambas sesiones, que permitió detectar aciertos y dificultades, así como posibles sugerencias.

Las preguntas del cuestionario fueron:

1. ¿Te sentiste cómoda trabajando con los bloques?
2. ¿Te has sentido escuchada?

3. ¿Has experimentado alguna dificultad importante que te impida desarrollar las actividades?
4. ¿Tienes alguna sugerencia?

Obteniendo como resultado que las participantes se sintieron cómodas y atendidas, y no reportaron dificultades en el desarrollo de las diversas actividades.

5.6.4. Validez del workshop

Campbell y Stanley (como se citó en Chacón & López, 1998) introdujeron la distinción entre validez interna y externa.

Validez interna: se refiere a la implantación de un programa de intervención que produciría un determinado impacto social. Aplicado este concepto al presente estudio, se puede afirmar que el *workshop descubre al emprendedor que llevas dentro* incrementó la actitud emprendedora en los estudiantes, por lo que se puede decir que ha tenido un impacto en el entorno social.

Validez externa: consiste en la generalización de los impactos causados por los programas a otros contextos de intervención. Por lo que al aplicar *este* concepto al *workshop descubre al emprendedor que llevas dentro* se constata que se puede implementar tanto en estudiantes de diversas carreras profesionales como en diferentes universidades.

5.7 Procedimiento

Coordinaciones previas

Se realizaron las coordinaciones respectivas con las autoridades de la universidad privada, con el fin de brindar información detallada del estudio, aclarar los términos de la aplicación y participación de sus estudiantes y solicitar su colaboración.

Cabe mencionar que las coordinaciones se realizaron mediante una carta de presentación a la universidad (ver Apéndice A).

Asimismo, se solicitó la autorización para el uso del instrumento al autor de la adaptación para Latinoamérica (ver Apéndice B).

Consentimiento informado del pretest

Se aplicó el consentimiento informado de forma virtual a las participantes, donde se indicó el nombre de la responsable, el objetivo del estudio; además de la aclaración respecto a su participación, ya que fue anónima y los datos se manejarían confidencialmente. Adicionalmente se brindó el correo electrónico de la investigadora a través de los cuales las participantes pudieron realizar las consultas que consideraron necesarias (ver Apéndice C).

Condiciones de la aplicación del pretest

La aplicación del instrumento se realizó de manera virtual a través del uso de la herramienta SurveyMonkey, siendo de modo asincrónico.

Consentimiento informado del tratamiento experimental

Se aplicó el consentimiento informado de manera virtual a las participantes donde se indicó el nombre de la responsable, el objetivo del estudio; además de la aclaración respecto a su participación, ya que fue de carácter anónimo. Asimismo, se les brindó una explicación general de la conducción del *workshop* y se indicó que los datos se manejarían confidencialmente. Adicionalmente se brindó el correo electrónico de la investigadora a través de los cuales las participantes pudieron realizar las consultas que consideraron necesarias (ver Apéndice D).

Condiciones de la aplicación del tratamiento experimental

El tratamiento experimental se realizó de manera virtual, a través de la herramienta Google Meet de forma sincrónica.

La investigadora fue la encargada de conducir el *workshop*, atendió las inquietudes y dudas de las participantes y en todo momento, validó las respuestas que brindaban sin discrepar ni dar opiniones personales.

Cabe señalar que los materiales utilizados durante el *workshop* fueron importados por la misma investigadora con el propósito de alcanzar los objetivos en la presente investigación.

Para la realización del *workshop*, las participantes recibieron equitativamente:

- Un correo electrónico que contenía el protocolo de bioseguridad, donde se les solicitaba la dirección a la que se enviaría y se recogerían los materiales.
- Instrucciones y conformidad de recepción, uso y devolución de los materiales.
- Una caja con bolsas que contenían piezas de Starter kit, W. Exploration Kit, Identity and Landscape kit y Connections Kit.

Condiciones medioambientales y de bioseguridad para el tratamiento experimental

Para salvaguardar la salud de las participantes, se ha cumplido estrictamente el protocolo de bioseguridad y recomendaciones de entrega y recojo de materiales. (ver Apéndice E)

Consentimiento informado del postest

Se aplicó el consentimiento informado de manera virtual a las participantes en condiciones similares a las que se aplicó el pretest (ver Apéndice F).

Condiciones de la aplicación del postest

La aplicación del instrumento se realizó de manera virtual a través del uso de la herramienta SurveyMonkey, de modo asincrónico.

VI. RESULTADOS

En el presente capítulo se exponen los resultados de la investigación a nivel descriptivo e inferencial, los cuales se han hallado a través del uso de diferentes programas estadísticos. En la primera parte se utilizó el software Jamovi con el cual se analizaron las diferencias antes y después mediante un procedimiento bivariado para muestras relacionadas en donde se compararon los promedios del grupo conformado por las participantes en distintos momentos (no se atienden los cambios individuales). Cabe destacar que este procedimiento es sensible al tamaño de muestra (Pérez, Manzano & Fazeli, 1999) y dado que la significancia estadística también responde a este efecto (Amon, 2013) y en vista que mediante de este análisis no se pudieron comprobar todas las hipótesis propuestas, a pesar de existir evidencia del incremento en las puntuaciones (tamaños de efecto moderados); se consideró conveniente en la segunda parte utilizar del software IBM SPSS versión 25 para la realización de un análisis de varianza de medidas repetidas (ANOVA de medidas repetidas), procedimiento multivariado que tiene la ventaja de que permite establecer la diferencia a través de la comparación de la media cuadrática y el error estándar a nivel intra e intersujeto (se atienden a los cambios individuales y de la persona respecto de su grupo), utilizándose así un procedimiento estadístico más robusto y menos susceptible al tamaño de la muestra, unido a que debido a que la media cuadrática es una medida robusta la prueba de significancia estadística resulta más precisa.

6.1 Análisis Descriptivo

En la Tabla 6, se presentan los estadísticos descriptivos de los puntajes de emprendimiento obtenidos por las participantes antes y después de su participación en el *workshop*. Con respecto al factor Autoestima (A) el $\Delta_{\text{después} - \text{antes}} = -5.7$, lo que indica que después del *workshop* el promedio en este factor disminuyó considerablemente. En cuanto al factor Asunción de Riesgos (AR) el $\Delta_{\text{después} - \text{antes}} = 6$, lo que refleja un incremento significativo. Por su parte, el factor

Necesidad de Logro (NL) el Δ después – antes = 3.1, lo que constituye un incremento en el promedio. Finalmente, en el factor Control Percibido Interno (CPI) el Δ después – antes = 2.7, lo que demuestra el crecimiento del promedio después de la intervención.

Asimismo, los puntajes mínimos antes del *workshop* oscilan entre 18 y 26, mientras que después del *workshop* estos varían entre 17 y 42, situación que muestra un crecimiento en los valores recogidos. En tanto los puntajes máximos que inicialmente fluctuaban entre 35 y 51, posteriormente varían de 41 a 51, lo que muestra que si bien en algunos factores los promedios y puntajes se han incrementado esto no ha ocurrido en todos los casos.

Tabla 6

Estadísticos descriptivos de la Actitud Emprendedora antes y después del workshop

	<i>M(DE) antes</i>	<i>Min antes</i>	<i>Max antes</i>	<i>M(DE) después</i>	<i>Min después</i>	<i>Max después</i>
A	30.700(7.832)	18.000	43.000	25.000(8.00)	17.000	41.000
AR	26.300(6.201)	18.000	35.000	32.300(3.199)	25.000	36.000
NL	43.800(7.871)	24.000	51.000	46.900(3.635)	42.000	51.000
CPI	30.500(3.240)	26.000	36.000	33.200(2.486)	29.000	36.000

Nota: A: Autoestima; AS: Asunción de riesgos; NL: Necesidad de logro; CPI: Control Percibido Interno; *M*: Media; *DE*: Desviación Estándar; *Min*: Puntaje mínimo; *Max*: Puntaje máximo.

6.2 Análisis inferencial

Para poder llevar a cabo este análisis fue necesario en primer lugar aplicar una prueba de bondad de ajuste tanto para la hipótesis general como para las hipótesis específicas.

Evaluación de la normalidad para contraste de hipótesis general

Para realizar el ANOVA de medidas repetidas fue necesario verificar la normalidad de los residuos a través de la prueba de bondad de ajuste Shapiro Wilk. Al respecto los resultados muestran que los residuos de las puntuaciones de

estos factores presentan distribución normal ($p \geq .05$). Por lo tanto, es pertinente la ejecución del ANOVA de medidas repetidas (ver Tabla 7).

Tabla 7

Evaluación de la normalidad de los residuos del ANOVA de medidas repetidas

Residuos	<i>w</i>	<i>Gl</i>	<i>p</i>
A	0,952	10	0,693
AR	0,929	10	0,441
CPI	0,957	10	0,756
NL	0,891	10	0,054

Nota: A: Autoestima; AS: Asunción de riesgos; NL: Necesidad de logro; CPI: Control Percibido Interno; *w*: Shapiro Wilk; *gl*: Grados de libertad; *p*: Prueba de significancia estadística.

Evaluación de la normalidad para contraste de hipótesis específicas

La normalidad de las puntuaciones de la Actitud Emprendedora (pre y posprueba) se ha verificado mediante la prueba de bondad de ajuste Shapiro Wilk (*w*). En la Tabla 8, se ha identificado que los factores Autoestima, Asunción de riesgos y Control Percibido Interno, presentan distribución normal; mientras que el factor Necesidad de logro es el único cuyos puntajes no se ajustan a una normal. En tal sentido, para comparar los promedios antes y después de los factores A, AR y CPI se utilizó el estadístico *t* de Student para muestras relacionadas, mientras que para el factor NL los puntajes se compararon mediante el estadístico suma de rangos de Wilcoxon.

Tabla 8

Prueba de normalidad de Shapiro Wilk

Variablen	<i>w</i>	<i>p</i>
A (antes – despu00s)	0.928	0.431
AR (antes – despu00s)	0.930	0.445
NL (antes – despu00s)	0.743	0.003
CPI (antes – despu00s)	0.895	0.195

Nota: A: Autoestima; AS: Asunci00n de riesgos; NL: Necesidad de logro; CPI: Control Percibido Interno; *w*: Shapiro Wilk; *p*: Prueba de significancia estadística.

A continuaci00n, se presentan los resultados a nivel inferencial propiamente dicho, los cuales para una mayor comprensi00n han sido organizados de acuerdo con el orden de las hip00tesis de investigaci00n, iniciando con la hip00tesis general y luego con las específcas.

Contraste de la hip00tesis general

Para dar respuesta a la hip00tesis general de la investigaci00n, se ha realizado un ANOVA de medidas repetidas, debido a que es un procedimiento multivariado que permite reducir el sesgo producto del error de medici00n, ya que se analiza la varianza a nivel intra sujeto (cambios en el propio participante) e inter sujeto (cambios en la persona comparado con el grupo). En la Tabla 9, se exponen los resultados para los factores Autoestima, Asunci00n de Riesgos, Necesidad de Logro y Control Percibido Interno.

En lo que respecta al factor Autoestima se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre antes y despu00s de la participaci00n en el *workshop* a nivel intra sujeto ($F=5.434$; $p = .045$) e inter sujeto ($F=162.519$; $p < .000$); sin embargo, estos resultados demuestran que las puntuaciones anteriores a

la intervención fueron significativamente superiores ($\eta_p^2 = .376$), lo que indica que el *workshop* no tuvo efectos en este factor.

Con respecto al factor Asunción de Riesgos, se halló que existen diferencias estadísticamente significativas entre antes y después de la participación en el *workshop* a nivel intra sujeto ($F=9.419$; $p = .013$) e inter sujeto ($F=580.497$; $p < .000$), estos resultados demuestran que el efecto de la intervención fue significativo ($\eta_p^2 = .985$).

Para el factor Necesidad de Logro se encontró que existen diferencias estadísticamente significativas entre antes y después de la participación en el *workshop* a nivel intra sujeto ($F=1.559$; $p = .243$) e inter sujeto ($F=927.683$; $p < .000$); sin embargo, estos resultados solo demuestran que el *workshop* produjo cambios a nivel inter sujeto ($\eta_p^2 = .990$); mientras que a nivel intra sujeto estos hallazgos no presentaron una magnitud importante ($\eta_p^2 = .148$).

Finalmente, para el factor Control Percibido Interno se encontró que existen diferencias estadísticamente significativas antes y después de la participación en el *workshop*. Así, a nivel intra sujeto ($F=6.426$; $p = .032$) se encontraron diferencias estadísticamente significativas de una magnitud mediana ($\eta_p^2 = .417$); mientras que a nivel inter sujeto ($F=1843.473$; $p < .000$) estas diferencias si fueron estadísticamente significativas, presentando una magnitud grande ($\eta_p^2 = .995$).

Estos resultados permiten corroborar parcialmente la hipótesis general del estudio, pues se demuestra que el programa tuvo incremento significativo en los factores de asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno, a diferencia del factor de autoestima.

Tabla 9

Análisis de varianza para medidas de repetidas

Variables	MC (gl)	F	p	η_p^2
<i>Autoestima (A)</i>				
Prueba de efecto intra-sujeto				
factor1	162.450(1)	-5,434	,045	,376
Error(factor1)	29.894(9)			
Prueba de efecto inter-sujeto				
Intersección	15512.450(1)	-162.519	,000	,948
Error	95.450(9)			
<i>Asunción de Riesgos (AR)</i>				
Prueba de efecto intra-sujeto				
factor1	180.000(1)	9.419	,013	,511
Error(factor1)	19.111(9)			
Prueba de efecto inter-sujeto				
Intersección	17169.800(1)	580.497	,000	,985
Error	29.578(9)			
<i>Necesidad de Logro (NL)</i>				
Prueba de efecto intra-sujeto				
factor1	48.050(1)	1.559	,243	,148
Error(factor1)	30.828(9)			
Prueba de efecto inter-sujeto				
Intersección	41132.450(1)	927.683	,000	,990
Error	44.339(9)			
<i>Control Percibido Interno (CPI)</i>				
Prueba de efecto intra-sujeto				
factor1	36.450(1)	6.426	,032	,417
Error(factor1)	5.672(9)			
Prueba de efecto inter-sujeto				
Intersección	20288.450(1)	1843.473	,000	,995
Error	11.006(9)			

Nota: MC: Media cuadrática; gl: Grados de libertad; F: Estadístico de prueba; p: Prueba de significancia estadística, η_p^2 : Eta parcial al cuadrado (tamaño de efecto de un ANOVA de medidas repetidas).

Hipótesis específica 1

Con respecto a la primera hipótesis específica, se analizó el efecto del *workshop* en las participantes, mediante el estadístico *t* de Student para muestras relacionadas. Los resultados se exponen en la Tabla 10, se aprecia que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los promedios antes y después en el factor Autoestima ($t = -2.33$; $p > .05$). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, concluyéndose que no existen diferencias significativas en la Autoestima, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas*

dentro en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.

Tabla 10

Comparativo del factor Autoestima antes y después de la aplicación de workshop

	<i>M(DE)</i> antes	<i>M(DE)</i> después	<i>t (gl)</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Autoestima	30.70(7.83)	25.00 (8.00)	-2.33 (9)	.97	-0.737

Nota: M: Media; DE: Desviación Estándar; t: Estadístico de prueba; gl: Grados de libertad; p: Significancia Estadística; d: Tamaño de efecto.

Hipótesis específica 2

Con respecto a la segunda hipótesis específica, se analizó el efecto del *workshop* en las participantes, mediante el estadístico *t* de Student para muestras relacionadas. Los resultados se exponen en la Tabla 11, se aprecia que existen diferencias estadísticamente significativas entre los promedios antes y después del factor Asunción de Riesgos ($t = 3.069$; $p < .05$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, concluyéndose que existen diferencias significativas en la Asunción de Riesgo, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19, siendo la magnitud de estos hallazgos grande ($d = 0.97$).

Tabla 11

Comparativo del factor Asunción de riesgos antes y después de la aplicación de workshop

	<i>M(DE)</i> antes	<i>M(DE)</i> después	<i>t (gl)</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Asunción de Riesgos	26.30(6.20)	32.30(3.20)	3.069	.01	.97

Nota: M: Media; DE: Desviación Estándar; t: Estadístico de prueba; gl: Grados de libertad; p: Significancia Estadística; d: Tamaño de efecto.

Hipótesis específica 3

Con respecto a la tercera hipótesis específica, se analizó el efecto del *workshop* en las participantes, mediante el estadístico Suma de Rangos de Wilcoxon (W) para muestras relacionadas. Los resultados se exponen en la Tabla 12, los resultados indican que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los promedios antes y después del factor Necesidad de Logro ($W = 35.50$; $p > .05$). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, concluyéndose no existen diferencias significativas en la Necesidad de logro, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19. No obstante, la magnitud de estas diferencias es moderada ($d = 0.291$).

Tabla 12

Comparativo del factor Necesidad de Logro antes y después de la aplicación de workshop

	$M(DE)$ antes	$M(DE)$ después	W	p	r_{bs}
Necesidad de Logro	43.80(7.87)	46.90 (3.64)	35.50	.22	.291

Nota: M : Media; DE : Desviación Estándar; r_{bs} : Rank biserial correlation (Tamaño de efecto para el estadístico suma de rangos de Wilcoxon); w : Suma de rangos de Wilcoxon.

Hipótesis específica 4

Con respecto a la cuarta hipótesis específica, se analizó el efecto del *workshop* en las participantes, mediante el estadístico t de Student para muestras relacionadas. Los resultados se exponen en la Tabla 13, se aprecia que existen diferencias estadísticamente significativas entre los promedios antes y después del factor Control Percibido Interno ($t = 2.54$; $p < .05$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, concluyéndose que existen diferencias significativas en el Control Percibido Interno antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19, siendo la magnitud de estos hallazgos grande ($d = 0.80$).

Tabla 13

Comparativo del factor Control Percibido Interno antes y después de la aplicación de workshop

	$M(DE)$ antes	$M(DE)$ después	t (gl)	p	D
Control Percibido Interno	30.50(3.24)	33.20(2.49)	2.54(9)	.02	.80

Nota.:M: Media; DE: Desviación Estándar; t: Estadístico de prueba; gl: Grados de libertad; p: Significancia Estadística; d: Tamaño de efecto.

VII. DISCUSIÓN

La discusión del presente estudio se ha organizado en base a los siguientes criterios: en primer lugar, se analizan las implicancias de los resultados obtenidos, en segundo lugar se plantean las limitaciones del estudio y, por último, se señala el aporte a la comunidad científica.

7.1 Implicancias de los resultados obtenidos

El *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* tuvo incremento significativo en los factores de asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno, a diferencia del factor de autoestima, en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada, en contexto de COVID-19.

Los hallazgos del presente estudio evidencian la necesidad de incidir y asegurar que las universidades incorporen propuestas educativas integrales y sostenibles que coadyuven al desarrollo de una cultura de emprendimiento (Bretones & Radrigán, 2018; Herrera & Salgado, 2018; Gonzales, Peña & Vega, 2010; Koiranen & Ruohotie, 2001), asimismo, que atienda las demandas socioeconómicas y las particularidades de los estudiantes considerando en su diseño múltiples factores sobre todo de tipo emocional (Arias & Durán, 2016).

Por lo expuesto, las propuestas que se realicen en las universidades deben considerar como esencial involucrar al docente, ya que este es el agente de cambio que debe motivar, impulsar y facilitar la actitud emprendedora y consecuentemente conducir a la generación de nuevos emprendimientos. Por eso es necesario partir del perfeccionamiento docente (Palacios, 2019), seguido por el planteamiento de objetivos alcanzables, el diseño-planificación tanto de asignaturas como el de programas a medida y el acompañamiento en el proceso de

enseñanza-aprendizaje (Arroyo & Jiménez, 2008). Como soporte del proceso es importante que se incluyan metodologías activas que fomenten la interacción, la reflexión constante, la toma de decisiones, el trabajo en equipo y la práctica de valores, entre otros.

Estos resultados también permiten reflexionar sobre la importancia de considerar la creación de incubadoras con el propósito de asegurar la sostenibilidad de los proyectos (independencia, viabilidad jurídica, técnica, financiera y comercial) como un paso posterior al desarrollo de una actitud emprendedora, conduciendo las ideas de negocio a través de un proceso dinamizador, que fomente, sostenga y acompañe desde la experiencia de mentores y también de patrocinadores (Reyes, Sánchez & Mejía, 2019; Alonso & Galve, 2008; Veciana, 1999), promoviendo así la creación de microempresas y pequeñas empresas (Ley N° 30220, 2014).

En consecuencia, es urgente la revisión, adaptación e implementación de políticas gubernamentales más eficaces para que los proyectos de emprendimiento propuestos por los estudiantes puedan volverse realidad y se formalicen dentro de un régimen que les permita subsistir. Toda vez que los actores con poder, como el gobierno, el empresariado, la universidad y los docentes conciban como imperante accionar y generar sinergias significativas, se podrá promover la actitud emprendedora y sacar adelante proyectos viables y sostenibles en el tiempo, así dinamizar la economía del país (Cardozo, 2017).

Así también, los hallazgos obtenidos permiten deducir la necesidad que existe del fomento de las relaciones interpersonales e inter-organizacionales, ya que son los medios a través de los cuales los emprendimientos pueden beneficiarse y tener continuidad en el tiempo (Johannison, Ramírez & Karlsson, 2002), lo cual permitirá que estas redes sociales de emprendimiento produzcan un intercambio enriquecedor entre los actores (Herrera, 2009).

Todo lo antes mencionado implica una reestructuración en la educación superior, que conlleve un cambio de paradigma para preparar a los estudiantes, independientemente de su línea de formación, a enfrentarse a los problemas que se suscitan en el país y más aún en una situación atípica como la producida por el COVID -19 y sus repercusiones tanto a nivel social, espiritual, psicológico y económico, entre otras.

A continuación se presenta el análisis de las hipótesis específicas.

Cabe destacar que si bien es cierto los factores de la actitud emprendedora como son asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno se vieron incrementados, no ocurrió lo mismo con el factor de autoestima, lo cual revela que es necesario hacer un trabajo minucioso respecto a los aspectos psicológicos de los estudiantes (Alvarado & Rivera, 2011). En este caso, la autoestima se refiere a la confianza y el sentimiento de competencia para llevar a cabo un negocio (Krauss, 2011). Dicho ello, es importante mencionar que el emprendedor encuentra dificultades en la regulación de esta (Kets de Vries, 1996). La autoestima se aprende, se cambia y es posible mejorarla (Acosta & Hernández, 2004), pero necesita de tiempo y trabajo para lograrse (Harvey & Keashly, 2003) más aun en un contexto como el producido por la pandemia.

En esta línea por un lado al comprobar la hipótesis general, se halló que habían puntajes inferiores después de la intervención, sin embargo al comprobar la hipótesis específica respecto a la autoestima se encontraron que no existían diferencias significativas antes y después de la aplicación del *workshop*, lo cual evidencia que en general este factor no logró un cambio sustancial en la medida de lo esperado.

Esto permite inferir que las estudiantes al tomar conciencia de los requerimientos que debían trabajar para fortalecer su actitud emprendedora empezaron a cuestionarse sobre sí mismas, sobre la confianza que podían tener respecto a un emprendimiento, ya que durante las sesiones ellas pudieron conocer los rasgos personales que las caracterizan, la percepción sobre preferencias de

heteropercepción profesional, los atributos de valor vinculados a su competitividad, las características actitudinales de un emprendedor ideal, así como también descubrieron algunas situaciones que enfrenta un emprendedor, entendiendo la relación entre ellas.

Por lo cual, urge que en las universidades se trabaje el factor de autoestima, ya que, según Núñez, Mercado y Madrigal (2014), es uno de los elementos constitutivos de la psicología del emprendedor y es un elemento predictor de la habilidad de emprendedora.

Por otro lado, en el caso del factor de Asunción de Riesgo se halló un crecimiento significativo, porque el *workshop* abordó las fuentes que determinan el riesgo, como la insuficiencia de control en el trabajo de las personas, las limitaciones respecto a los recursos, la información y el tiempo (Ibañez, 2001), dado que la inestabilidad que generan, debilitan e inhiben las posibilidades de emprender (Ortiz, 2016) sobre todo, cuando se tratan de situaciones que no se pueden controlar ni prever como la que se está viviendo por la pandemia producida por el contexto Covid-19.

Todo ello cumple un rol esencial en la formación de estudiantes para el desarrollo de una actitud emprendedora holística y consistente con las necesidades y el contexto en el que se desenvuelven, logrando así que se concreten los proyectos empresariales teniendo en cuenta que el emprendimiento es un factor de independencia y realización personal que impulsa a salir del centro de confort y optar por el autoempleo (Rafael & Meléndez, 2019; Flores & Juárez, 2019; Bustos, 2016).

Respecto al análisis de los resultados obtenidos en el factor de Necesidad de logro, se encontró por un lado en la hipótesis general que cuando se analiza a nivel intra e inter sujeto se observa un incremento significativo. Sin embargo, estos cambios no se hacen evidentes al comprobar la respectiva hipótesis específica cuando se analizan los promedios basándose en las puntuaciones

directas, debido a que estas medidas son susceptibles al tamaño de muestra (Amon, 2013), lo cual permite deducir que si bien es cierto hubieron cambios significativos, estos no se evidencian en la prueba de hipótesis específica debido básicamente al tamaño muestral reducido (10 participantes).

Cabe recalcar que este factor se refiere concretamente con la capacidad de creación y desarrollo de nuevos emprendimientos (Krauss, 2011), es una característica básica que se debe fomentar, ya que permite al estudiante actuar de una forma más certera respecto a las situaciones que enfrenta un emprendedor, tal es el caso de la responsabilidad frente a los actos y decisiones que tome; el identificarse con el éxito cuando lo logra; el buscar retroalimentación continua; el fijarse metas retadoras pero realistas; el poder llevar actividades que no sean rutinarias y que impliquen mayor esfuerzo e incluso la elección de las personas para el trabajo (McClelland, 1961).

Referente al factor de Control Percibido Interno se ha visto incrementado como resultado de la aplicación del *workshop*. Esto es fundamental para el trabajo y para la actividad emprendedora, ya que pone en evidencia el cómo se manejan diversas situaciones (Rojo et al., 2016) y muestra el lugar donde la persona sitúa el control de su vida, si esta cree que los resultados que obtiene son debido a su propio mérito, a diferencia de basar su explicación en el azar, la influencia de terceros o grupos de poder (Blackaman, 2004; Ayerbe & Buenetxea, 2000), o incluso responsabilizar por sus acciones a la situación generada por la pandemia causada por el COVID-19.

En consecuencia, el futuro emprendedor tiene que pasar por un proceso de perfeccionamiento que le permita accionar frente a las expectativas del mercado, entender y manejar la complejidad de las organizaciones, así como también tomar decisiones lo más acertadas posibles (Casique & López, 2007; Cantillon, 1755), asumiendo las consecuencias, sin responsabilizar a los demás.

7.2 Contrastación con estudios similares

Al revisar la literatura científica, se debe señalar que no se han encontrado reportes que aborden las variables del presente estudio: *workshop* basado en la metodología LEGO® SERIOUS® PLAY® y la actitud emprendedora. Sin embargo, existe un estudio similar que utilizó una metodología diferente en la intervención que a continuación se cita.

Lopez (2018), al investigar la influencia del programa CEFÉ en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes del VII ciclo de Ingeniería industrial en la universidad nacional, encontró que el nivel de actitudes emprendedoras de los estudiantes del grupo experimental obtuvo mejores resultados en sus puntuaciones en el nivel de actitudes emprendedoras a diferencia del grupo de control.

Si bien es cierto, el estudio de Lopez trabajó con estudiantes de Ingeniería Industrial y con grupo de control, mientras que el presente trabajo se realizó con estudiantes de Psicología y sin grupo de control; aun así, a pesar de dichas diferencias se puede observar que tanto la investigación de Lopez como la presente han reportado cambios significativos, lo cual demuestra que independientemente de la metodología, si se lleva a cabo un programa sistemático y fundamentado en la ciencia, se pueden lograr resultados favorables.

7.3 Limitaciones

En el desarrollo de la presente investigación, se han presentado las siguientes limitaciones:

- El diseño del presente ha sido cuasiexperimental “Pretest-Posttest con un solo grupo” (Alarcón, 2013), por lo que no se ha incluido un grupo de control debido básicamente a la cantidad de participantes disponibles.
- El muestreo utilizado fue no probabilístico intencional, unido a que aún no se ha realizado la replicación del estudio, no es posible generalizar los resultados.
- La pandemia producida por COVID-19 y lo que ello implica ha impactado en el estado emocional, psicológico y espiritual de las participantes, lo cual puede haber influido en los resultados que se han obtenido, ya que son situaciones atípicas que se han dado.

7.4 Aporte a la comunidad científica

El *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*, cumple su rol como una propuesta integral en la educación superior. Es una muestra de cómo se puede repercutir en el comportamiento (Schunk, 2012), consolidando el aprendizaje a partir de la práctica (Reyes et al., 2019) en combinación armónica con el desarrollo de la persona dentro de un contexto (Jaraba, 2012), soportado por la metodología activa LEGO® SERIOUS® PLAY®.

Asimismo es relevante porque a partir de los hallazgos obtenidos, se ha logrado:

- Identificar la actitud emprendedora en estudiantes de una universidad privada de Lima, en el contexto de COVID-19.
- Ofrecer a la comunidad científica un *workshop* basado en la metodología LEGO® SERIOUS® PLAY® dirigido a incrementar la actitud emprendedora.

Por otro lado, en un futuro cercano servirá como:

- Estudio piloto para aplicarse en diversas intervenciones a nivel de la comunidad universitaria, independientemente de la línea de formación,

permitiendo el desarrollo de la actitud emprendedora, repercutiendo positivamente en el autoempleo, en la economía familiar de los estudiantes y por ende en la economía nacional.

- Base para diseñar, elaborar, implementar y medir programas a través de la metodología LEGO® SERIOUS PLAY® en favor de más estudiantes, lo cual permitirá mejorar las propuestas educativas vinculadas a la actitud emprendedora con la rigurosidad que exige la ciencia.
- Una experiencia para continuar con investigaciones experimentales, de esta manera se profundizará el conocimiento y se podrá hacer un mayor contraste de los hallazgos.

VIII. CONCLUSIONES

1. El *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* tuvo un incremento significativo en los factores de asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno, a diferencia del factor de autoestima, en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada, en contexto de COVID-19.
2. No existen diferencias significativas en la Autoestima, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19.
3. Existen diferencias significativas en la Asunción de Riesgo, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19, siendo la magnitud de estos hallazgos grande.
4. No existen diferencias significativas en la Necesidad de logro, antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19. No obstante, la magnitud de estas diferencias es moderada.
5. Existen diferencias significativas en el Control Percibido Interno antes y después de la aplicación del *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de octavo semestre de la carrera de Psicología de una universidad privada en contexto de COVID-19, siendo la magnitud de estos hallazgos grande.

IX. RECOMENDACIONES

1. Realizar más investigaciones sobre la actitud emprendedora con otros constructos, como resiliencia y autonomía, en las decisiones con el fin de determinar las posibles relaciones entre ellas.
2. Ejecutar investigaciones que implementen el *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro* en estudiantes de diferentes carreras profesionales de universidades tanto públicas como privadas en distintas regiones del Perú, con el objetivo de identificar la actitud emprendedora en estas muestras de tal modo que se pueda construir un perfil de la actitud emprendedora.
3. Realizar investigaciones instrumentales dirigidas por un lado a construir instrumentos sobre la actitud emprendedora que sean propios de la realidad nacional, y por otro, realizar adaptaciones culturales de instrumentos extranjeros.
4. Desarrollar investigaciones con diseños experimentales que tengan grupo de control y comparar los resultados a fin de realizar, en el caso que sea pertinente, los ajustes necesarios en el *workshop Descubre al emprendedor que llevas dentro*.
5. Incentivar estudios dirigidos a la formación de los estudiantes universitarios en lo que respecta al emprendimiento desde la parte actitudinal, atendiendo las demandas socioeconómicas, considerando en su diseño múltiples factores, tales como, emocional, espiritual, social, entre otros.
6. Llevar a cabo investigaciones que implementen planes estratégicos de capacitación y desarrollo de competencias emprendedoras en docentes con el objetivo de garantizar la impartición de asignaturas, implementación de programas efectivos, diseño y medición de iniciativas de promoción de proyectos de emprendimiento.

7. Efectuar investigaciones evaluativas del currículo universitario que incluya el análisis de asignaturas transversales, así como el desarrollo de competencias que aseguren el abordaje del emprendimiento en las diversas carreras profesionales lo cual repercutirá en el desarrollo social y económico del país.

X. REFERENCIAS

- Acosta, R., & Hernández, J. A. (2004). *La autoestima en la educación. Límite*, 1(11), 82–95.
- Alarcón, R. (2013). *Métodos y Diseños de Investigación del Comportamiento*. Lima: Universidad Ricardo Palma. Editorial Universitaria.
- Alanya, S. (2012). *Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de Secundaria de una institución educativa del distrito del Callao* (Tesis de maestría), Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1080>
- Alonso, N., & Galve, G. (2008). *El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. Acciones e Investigaciones Sociales*, 26(26), 5-44.
- Alvarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74.
Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225019868005>
- Amon, J. (2013). *Estadística para Psicólogos II*. Madrid: Pirámide.
- Andía, W., & Paucara, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84.
Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=816/81629469009>
- Anzola, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México D.F. Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Arias, D., & Durán, E. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la Educación*, 6(2), 83-102.
Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gstedu/article/view/25490>
- Arroyo, M. & Jiménez, F. (2008). *La incorporación de la innovación y el emprendedurismo en la Educación Superior: una formación de futuro*. Recuperado de http://digital.csic.es/bitstream/10261/17160/1/AC235_1_526-ARROYO%20JIMENEZ%20Docencia%20Universitaria.pdf

- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16728244043>
- Ayerbe, M., & Buenetxea, E. (2000). La cultura del trabajo y la actitud emprendedora en el ámbito profesional de la C.A.P.V. *Cuadernos Sociológicos Vascos. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. España*. 3(3), 17-130.
- Banco Mundial. (2020). *La pobreza y la prosperidad compartida 2020: Un cambio de suerte*. Washington, DC. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34496/211602ovSP.pdf>
- Blackman, A. (2004). *Entrepreneurs: Interrelationships between their characteristics, values, expectations, management practices and SME performance*. Australian Digital Theses Program. Griffith University.
- Barrios, K., & García, D. (2016). *Características emprendedoras de los estudiantes de administración de la Universidad del Atlántico y Magdalena* (tesis de pregrado). Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. Recuperado de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/3977>
- Bretones, F. D., & Radrigán, M. (2018). *Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles*. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 11-30, DOI:10.7203/CIRIEC-E.94.12668
- Brown, S., & Vaughan, C. (2009). *Play: how it shapes the brain, opens the imagination, and invigorates the soul*. New York: Avery.
- Bustos, V. (2016). *Estrategias de aprendizaje, actitudes emprendedoras, autoconcepto, esperanza, satisfacción vital e inclinación al autoempleo* (Tesis doctoral, Universidad de Valencia, Valencia, España). Recuperado de <https://roderic.uv.es/handle/10550/49797>
- Cantillon, R. (1775). The circulation and exchange of goods and merchandise. In H. Higgs (ed.). *Essai sur la Nature du Commerce en Général*. London: Macmillan.

- Cardozo, S. (2017). *Recomendaciones de estrategias gubernamentales para potenciar el emprendimiento en Bogotá y facilitar su éxito y contribución al desarrollo económico de la ciudad* (Tesis de bachiller, Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia).
Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/13186>
- Carrasco, I., & Castaño, S. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *Información Comercial Española. Revista de economía*, 845, 121- 134.
Recuperado de <https://n9.cl/uj3k>
- Casique, A., & López, F. (2007). El locus de control. *Panorama Administrativo*, 2, 193 – 202.
- Celi, S., & Asunción, P. G. (2018). *Actitud emprendedora: un análisis del espíritu emprendedor en la carrera de ingeniería comercial. Facultad de Ciencias Administrativas Universidad de Guayaquil* (Tesis de grado). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27172>
- Chacón, S. & López, J. (1998). Validez de la evaluación en intervención psicosocial: Un análisis metodológico. *Intervención Psicosocial*, 7(3), 407-425.
- Cole, A. H. (1959). *Business enterprise in its social setting*. Harvard University. Cambridge, Mass.
- Colombo, M., & Delmastro, M. (2002). How effective are technology incubators? *Evidence from Italy Research Policy*, 31, 1103–1122.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York City: Harper Perennial.
- Cuellar, B. (2019). *La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle* (Tesis de maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/3395>
- Decreto Supremo N° 080, Decreto Supremo que aprueba la reanudación de actividades económicas en forma gradual y progresiva dentro del marco de la declaratoria de Emergencia Sanitaria Nacional por las graves circunstancias

que afectan la vida de la Nación a consecuencia del COVID-19 (2 de mayo de 2020).

Dueñas, J, Sabando, A., & Murillo, E. (2018). *La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil* (Tesis de grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador).

Durán, E. (2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora: Validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Educación y futuro digital*, (7), 59-69.

Recuperado de

http://www.cesdonbosco.com/documentos/revistaeyfd/EYFD_7.pdf

Espíritu, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la Comunidad de Madrid*. España. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/12803/>

Fernández-Ballesteros, R. (2001). Cuestiones conceptuales básicas en evaluación de programas. En Autor (Ed.). *Evaluación de programas. Una guía práctica en ámbitos sociales, educativos y de salud*. (pp.21-47). Madrid: Síntesis.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Flores, A., & Juárez, B. (2019). *Influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del Año 2019* (Tesis de bachiller, Universidad Privada de Tacna, Perú). Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/1173>

García, F. (2001). *Manual del saber emprender*. Brasília: Edición SEBRAE.

Gonzales, F., Peña, M., & Vega, Z. (2010). Formación emprendedora en el contexto de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. *Revista científica digital del Centro de investigación y estudios gerenciales*, 1(2), 11-31. Recuperado de

[http://www.grupocieg.org/archivos_revista/2010-1-2\(11-31\)%20Gonz%C3%A1lez.%20Pe%C3%B1a,%20Vega%20rcieg%20agosto_articulo_id11.pdf](http://www.grupocieg.org/archivos_revista/2010-1-2(11-31)%20Gonz%C3%A1lez.%20Pe%C3%B1a,%20Vega%20rcieg%20agosto_articulo_id11.pdf)

- Harel, L., & Papert, S. (1991). *Constructionism*. Norwood. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Harvey, S., & Keashly, L. (2003). Prediction the risk for aggression in the workplace: risk factors, self-esteem and timeat word. *Social Behavior and personality*, 31(8), 807-815.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw- Hill Education.
- Herrera, E. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento. *Innovar Journal*, 19(33), 19- 33.
- Herrera, V., & Salgado, M. (2018). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios y la mejor práctica de emprendimiento universitario en Panamá. *Educación Superior y Sociedad (ESS)*, (30), 200-216. Recuperado de <https://www.iesalc.unesco.org/ess/index.php/ess3/article/view/106/101>
- Hueso, A. & Cascant, M. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. *Cuadernos docentes en procesos de desarrollo No.1*. Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%25C3%25A%20Da%2520y%2520t%25C3%25A9cnicas%2520cuantitativas%2520de%2520i%20nvestigaci%25C3%25B3n_6060.pdf?sequence=3
- Huizinga, J. (1995). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza/Emece.
- Ibáñez, M. (2001). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV* (Tesis doctoral, Universidad de Deusto, Bilbao, España).
- Instituto Peruano de Economía. (2020). *Índice de Competitividad Regional - INCORE 2020*. Lima, Perú. Recuperado de <https://incoreperu.pe/portal/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021a). *Informe técnico: Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana N°04*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-mercado-laboral-ene-feb-mar2021.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021b). *Boletín estadístico N°07*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/07_boletin_quincenal_2021.pdf
- Jaraba, P. (2012). *Psicología del aprendizaje. Módulo. Corporación Universitaria Del Caribe: CECAR División de Educación Abierta y a Distancia, Sincelejo, Sucre*. Recuperado de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-autonoma-de-bucaramanga/constitucional-colombiano/apuntes/psicologia-del-aprendizaje-psicologia-del-aprendizaje/2156310/view>
- Johannison, B.; Ramírez, M., & Karlsson, G. (2002). The institutional embeddedness of local inter-firm networks: A leverage for business creation. *Entrepreneurship and Regional Development, 14*, 297-315.
- Koiranen, M., & Ruohotie, P. (2001). *Enterprise education: analyses, syntheses and applications*. Recuperado de http://webct.tukkk.fi/entreva/entredu/kirjallisuus/334_2.pdf
- Kets de Vries, M. F. (1977). The entrepreneurial personality: a person at the cross-road. *Journal of Management Studies, 14*(1), 34-57.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1995). *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*. Madrid: Unión Editorial.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión empresarial, 9*(1), 28-40.
- Kristiansen, P., & Rasmussen, R. (2014). *Building a Better Business using the LEGO® SERIOUS PLAY® Method*. New Jersey: Wiley.
- Ley N° 30220, Ley universitaria (*El Peruano*, 3 de julio de 2014).
- Ley, N° 28044, Ley General de Educación (*El Peruano*, 17 de julio de 2003).
- Liñán, F. (2004). *Educación empresarial y modelo de intenciones, formación para un empresariado de calidad análisis empírico para la provincia de Sevilla* (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla, Sevilla, España).

- Lopez, E. (2018). *Influencia del programa CEFÉ en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes del VII Ciclo de Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional del Callao* (Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/2640>
- Marquinez, T., & Arias, W. (2018). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: Caso Universidad Católica de Santiago de Guayaquil* (tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9919>
- Mcclelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mejía, J., Arias, C., & Echeverri, L. (2017). El papel de la educación en creación de empresas en el contexto universitario a partir de los estudios registrados en Scopus. *Revista CEA*, 3(5), 69-87. doi: <https://doi.org/10.22430/24223182.651>
- Muñoz, C. (2015). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis* (3ra.ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- Núñez, M., Mercado, P., & Madrigal, B. (2014). Autoestima y habilidades emprendedoras en estudiantes de Ciencias económico-administrativas de la Universidad de Guadalajara - México. *Comuni@ccion. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 5(2), 13-24. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449844868002>
- Orti, A. & López, J. (2007). *Metodologías formativas en los sistemas de capacitación de emprendedores. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/83604>
- Ortiz, P. (2016). Actitud emprendedora de los jóvenes españoles en un contexto de crisis. *Revista de Ciencias Sociales XXII*, (1), 139-152. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28046365011>
- Ortiz, S. (2019). *Propiedades psicométricas de la Escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2018* (Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú).
- Palacios, J. P. (2019). *Influencia del estilo de liderazgo pedagógico en la actitud emprendedora de los estudiantes de la carrera profesional de Administración*

- *Universidad Nacional Federico Villarreal Lima, 2018* (Tesis de maestría Universidad Nacional Del Callao, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/3988>
- Pérez, F., Manzano, V., & Fazeli, H. (1999). *Análisis de datos en psicología*. Madrid: Pirámide.
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Quintero, C. (2007). *Generación de competencias en jóvenes emprendedores*. Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga, Colombia. M-O 13544018.
Recuperado de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/11227/3984/1/DESARROLLO%20DE%20LA%20CULTURA%20EMPRESARIAL%20%20EN%20LO%20ESTUDIANTES%20DE%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20DE%20LA%20UDC.pdf>
- Rafael, J. & Meléndez, K. (2019). *Actitud emprendedora y Capacidad de creación de microempresas de los estudiantes Tarapoto, 2019* (Tesis de bachillerato, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú). Recuperado de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2240>
- Reyes, J., Sánchez, M., & Mejía, R. (2019). Influencia de la formación universitaria en las actitudes emprendedoras. *Revista CEA*, 5(10), 117-133. doi: <https://doi.org/10.22430/24223182.1240>
- Robinson, P. (1987). *Prediction of entrepreneurship based on an attitude consistency model* (Tesis doctoral, Provo, University of Brigham Young, Utah, EE.UU).
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J., & Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-31. doi: <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Rojo, Y, Macedo, D., & Sánchez, L. (2016). *Factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la Licenciatura en Psicología* (Tesis de grado, Universidad Autónoma del Estado de México, México). Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/58954>

- Roth, E., & Lacoa, D. (2009). *Análisis psicológico del emprendimiento en estudiantes universitarios: medición, relaciones y predicción*. *Ajayu*, 7(1), 2-38. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=461545467005>
- Salgado-Lévano, C. (2018). *Manual de investigación. Teoría y práctica para hacer la tesis según la metodología cuantitativa*. Lima: Universidad Marcelino Champagnat.
- Schunk, D. (2012). *Teorías del aprendizaje*. (2da. Ed.). México: Pearson.
- Serida, J. Guerrero, C. Alzamora, J. Borda, A., & Morales, O. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor*. Lima: Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor.
Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2018/global-entrepreneurship-monitor-peru-2017-2018/>
- Timmons, J., & Spinelli, S. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. (6ª. Ed.). Boston: McGraw Hill.
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia, Revista Venezolana de Gerencia*, 57, 132-148. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/237032257_Factores_que_inciden_en_las_intenciones_emprendedoras_de_los_estudiantes/link/00b7d52ef889cc1ec6000000/download
- Valreymond, D. (2019). *Factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la región Apurímac, 2018* (Tesis doctoral, Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú).
Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10759>
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/92110717/Jese-Maria-Veciana-Verges-creacion-deEmpresas-Como-Programa-de-Investigacion-Cientifica>
- Velásquez, D. & Vilca, M. (2018). *Actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto año de la Escuela profesional de turismo y hotelería de la*

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, 2018 (Tesis de grado, Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9353>

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge: Harvard University Press.

APÉNDICES

APÉNDICE A

Carta de presentación

Lima, 20 de octubre del 2020

Señor Rector de la universidad

Presente. -

De mi mayor consideración:

Me permito saludarlo cordialmente, mi nombre es Rita Ayala Barrionuevo, estudiante del programa doctoral en Ciencias de la educación de Universidad Marcelino Champagnat.

Actualmente me encuentro realizando una investigación que busca determinar el efecto del *workshop* “Descubre al emprendedor que llevas dentro” sobre la actitud emprendedora en estudiantes de una universidad privada.

Es por ello, que solicito a usted y a la comunidad universitaria su autorización para acceder a estudiantes de la carrera Profesional de Psicología del octavo semestre, matriculados en el periodo académico 2020-II, con quienes se realizará una pretest, un tratamiento experimental y una postest de manera virtual, en contexto de COVID-19.

Por mi parte, me comprometo a cumplir con todas las normas éticas y de bioseguridad que conlleva una investigación de este tipo, como son la aplicación previa de los consentimientos informados, el manejo del anonimato y confidencialidad de los datos, la devolución de los resultados a usted, entre otros criterios que vea por conveniente.

Desde ya le agradezco sinceramente su apoyo y gentil gestión,

Rita Ayala Barrionuevo.

DNI: 70001484

APÉNDICE B

Solicitud de autorización del autor del instrumento



Rita Ayala Barrionuevo <rita.abarrionuevo@gmail.com>
para krauss ▾

Solicito autorización para utilizar la escala de actitud emprendedora como instrumento en mi Tesis Doctoral ▾

0:49 (hace 0 minutos)

Señora Catherine Krauss presente.

Me permito saludarla cordialmente, mi nombre es Rita Ayala Barrionuevo, estudiante del programa doctoral en Ciencias de la educación de Universidad Marcelino Champagnat de Lima - Perú.

Actualmente me encuentro realizando mi tesis, que es una investigación cuasi experimental que busca determinar el efecto que produce el Workshop "Descubre al emprendedor que llevas dentro" sobre la actitud emprendedora en estudiantes de una universidad privada.

Es por ello, que solicito a usted la autorización para utilizar el instrumento: Escala de actitud emprendedora. Por mi parte, me comprometo a cumplir con todas las normas éticas que conlleva una investigación de este tipo.

Desde ya le agradezco sinceramente su apoyo y gentil respuesta.

Rita Ayala Barrionuevo, MBA | Skype: rita_abarrionuevo | Teléfono: 984750101
Facs. U. Advent Cur Mena.

APÉNDICE C

Consentimiento informado del pretest*

La presente investigación es conducida por Rita Ayala Barrionuevo, estudiante del programa doctoral en Ciencias de la educación de la Universidad Marcelino Champagnat. La meta es identificar la actitud emprendedora.

Si accedes a participar, te pediré responder un cuestionario de 37 preguntas que tomará aproximadamente 20 minutos de tu tiempo. Tu participación es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Tus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, los cuestionarios se eliminarán.

Si tienes alguna duda puedes contactarme al correo rayalabarrionuevo@gmail.com. Igualmente, puedes dejar de responder el cuestionario en cualquier momento sin que eso te perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario te parece incómodas, tienes el derecho de hacérmelo saber o de no responderlas. Desde ya agradezco tu valiosa participación.

Acepto participar.

No acepto participar.

*Adaptado de Salgado-Lévano (2018).

APÉNDICE D

Consentimiento informado del tratamiento experimental

Estimada estudiante,

Quisiera pedir tu consentimiento para participar en esta investigación, cuya meta es incrementar la actitud emprendedora a través de la aplicación del *workshop* “Descubre el emprendedor que llevas dentro”.

Si aceptas, podrás ser parte de la experiencia del *workshop* que se desarrollará de forma virtual, en dos únicas sesiones el sábado **05 y domingo 06 de diciembre**, con una duración aproximada de 8:30 horas cada día, considerando recesos y el almuerzo. Cabe mencionar que yo seré quién lo dirija.

Tu participación es estrictamente voluntaria, la información que se produzca a partir de la intervención está protegida y nadie, aparte de la investigadora la conocerá, a menos que des tu consentimiento para ello. Puedes renunciar a este consentimiento en el momento que así lo consideres sin que te perjudique en ninguna forma. Cualquier información sobre los resultados de la intervención se hará de forma anónima.

El *workshop* está basado en la metodología LEGO® SERIOUS PLAY® que consta de un conjunto de actividades secuenciadas. Los materiales que utilizaremos son bloques especiales, diferentes a los que se encuentran normalmente. Éstos serán entregados y posteriormente recogidos de la dirección que me proporciones cumpliendo el protocolo de bioseguridad y recomendaciones de entrega y recojo de materiales, respectivamente (ver archivos adjuntos).

Es importante que estés presente durante todos los módulos y tengas contigo el material que te he entregado. A continuación, comparto contigo el cronograma de actividades de ambas sesiones.

Día 05 de diciembre:

Sesión 1: “Identificando mi autoestima y mis necesidades de logro”	
Módulos	Duración
Módulo 1	10:00- 11:00
Módulo 2	11:00- 12:00
Módulo 3	12:00-13:00
ALMUERZO	13:00-13:40
Módulo 4	13:40-14:40
Módulo 5	14:40-16:10
RECESO	16:10 - 16:30
Módulo 6	16:30-17:30
Módulo 7	17:30- 18:30

Día 06 de diciembre:

Sesión 2: “Control percibido interno y estimación de riesgos”	
Módulos	Duración
Módulo 1	10:00- 11:00
Módulo 2	11:00- 12:00
Módulo 3	12:00-13:00
ALMUERZO	13:00-13:40
Módulo 4	13:40-14:40
Módulo 5	14:40- 16:10
RECESO	16:10 - 16:30
Módulo 6	16:30 -17:30

Te pido que respondas este correo indicando si deseas o no participar en esta investigación. De ser así, por favor envíame tu número de celular y la dirección en la que entregaré y de dónde recogeré el material que se utilizará en el *workshop*.

Desde ya agradezco tu valioso tiempo.

Rita Ayala Barrionuevo

APÉNDICE E

Protocolo de bioseguridad y recomendaciones de entrega y recojo de materiales

1

Protocolo de entrega de materiales para el Workshop "Descubre al emprendedor que llevas dentro"



La persona que entregará y recogerá los materiales, ha pasado por la prueba rápida y su resultado ha sido negativo a COVID-19.

Entrega

Recojo

- 1 Se programará la entrega y la devolución de los materiales.
- 2 Se mantendrá una distancia mínima de 3 metros y se evitará todo contacto físico.
- 3 El material llegará empaquetado, con instrucciones de uso y devolución.
- 4 Se solicitará la revisión y conformidad del estado de los materiales al momento de la recepción y devolución de los materiales.
- 5 La persona se identificará con su DNI y procederá a realizar la entrega, desinfectando el empaque en presencia del participante.

Rita Ayala Barrionuevo
La investigadora

Contará con tapabocas, un termómetro y kit de desinfección

2

Recomendaciones para la recepción y devolución de los materiales para el Workshop "Descubre al emprendedor que llevas dentro"

- 1 Ser responsable con la hora programada de recepción, y devolución de los materiales.
- 2 Tomar medidas de protección. (Uso de mascarilla, desinfectar el paquete recibido)
- 3 Leer y cumplir con las recomendaciones de recepción, uso y devolución de los materiales.
- 4 Los materiales sólo deben ser manipulados por el participante durante el Workshop.



Rita Ayala Barrionuevo
La investigadora

APÉNDICE F

Consentimiento informado del postest *

La presente investigación es conducida por Rita Ayala Barrionuevo, estudiante del programa doctoral en Ciencias de la educación de la Universidad Marcelino Champagnat. La meta es identificar la actitud emprendedora.

Si accedes a participar, te pediré responder un cuestionario de 37 preguntas que tomará aproximadamente 20 minutos de tu tiempo. Tu participación es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Tus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, los cuestionarios se eliminarán.

Si tienes alguna duda puedes contactarme al correo rayalabarrionuevo@gmail.com. Igualmente, puedes dejar de responder el cuestionario en cualquier momento sin que eso te perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario te parece incómodas, tienes el derecho de hacérmelo saber o de no responderlas. Desde ya agradezco tu valiosa participación.

Acepto participar.

No acepto participar.

*Adaptado de Salgado-Lévano (2018).