

Contexto sociocultural en el espíritu emprendedor de estudiantes de instituciones educativas secundarias de Trujillo, 2020

Luis Harles Aguilar Briones

laguilarbr@ucvvirtual.edu.pe

Investigador independiente

Dulio Oseda Gago

dosedag@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo - Perú

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la repercusión del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor en estudiantes de secundaria, Trujillo 2020. La investigación es tipo básica, con alcance explicativo y diseño no experimental, transeccional, descriptivo, correlacional causal. La muestra se tomó probabilística y estratificadamente a 609 estudiantes, se usó el cuestionario virtual sobre sociocultural y el test de espíritu emprendedor, ambos confiabilizados con $\alpha=0.806$ y 0.913 , respectivamente y validados con $KMO=0,780$ y $0,929$, respectivamente. Se halló que existe influencia del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor dado por un $r^2=0,427$, lo mismo que cultura y contexto social en espíritu emprendedor con $r^2=0,351$ y $r^2=0,338$, respectivamente. Existe relación altamente significativa entre variables dado por $r=,562^{**}$, entre cultura y espíritu emprendedor dado por $r=,480^{**}$ y entre contexto social y espíritu emprendedor dado por $r=,480^{**}$; en todos los casos con $p=0,00$. Para todos los casos se aceptó la hipótesis alterna. Se concluyó que contexto sociocultural influye en el espíritu emprendedor en un 42.7%, la cultura en 35.1% y el contexto social en 33.8%.

Palabras clave: espíritu emprendedor, contexto social, cultura, emprendimiento

Sociocultural context in the entrepreneurial spirit of educational institutions of secondary, from Trujillo, 2020

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the impact of the sociocultural context on the entrepreneurial spirit in high school students, Trujillo 2020. The research is basic type, with explanatory scope and non-experimental, transectional, descriptive, causal correlational design. The sample was taken probabilistically and stratified from 609 students, the virtual sociocultural questionnaire and the entrepreneurial spirit test were used, both reliable with $\alpha= 0.806$ and 0.913 , respectively and validated with $KMO= 0.780$ and 0.929 , respectively. It was found that there is influence of the sociocultural context in the entrepreneurial spirit given by $r^2=0.427$, as well as culture and social context in the entrepreneurial spirit with $r^2= 0.351$ and $r^2= 0.338$, respectively. There is a highly significant relationship between variables given by $r =.562^{**}$, between culture and entrepreneurship given by $r =.480^{**}$ and between social context and entrepreneurial spirit given by $r =.480^{**}$; in all cases with $p = 0.00$. For all cases, the alternative hypothesis was accepted. It was concluded that the sociocultural context influences the entrepreneurial spirit in 42.7%, the culture in 35.1% and the social context in 33.8%.

Keywords: entrepreneurial spirit, social context, culture, entrepreneurship

Artículo recibido: 10. Mayo. 2021

Aceptado para publicación: 28. junio. 2021

Correspondencia: luisitocomunica2106@gmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

A nivel Latinoamericano el emprendimiento carece de innovación, la falta de apoyo del nivel gubernamental o subnacional, los bajos ingresos, el bajo nivel de capital humano con que cuenta los emprendedores, OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2018)

El espíritu emprendedor requiere condiciones culturales, sociales y económicas que lo favorezcan. Perú, según la (Escuela Superior de Administración de Negocios, 2018) en el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2017-2018, ocupa 1° puesto en América Latina y el Caribe, 5° a nivel mundial en índice de espíritu emprendedor y 3° globalmente en iniciación temprana en emprendimiento, por tanto, somos un país emprendedor por excelencia.

El modelo económico peruano se caracteriza por el libre mercado, el respeto a la propiedad privada, el rol subsidiario del Estado y la libre competencia, sin embargo, existen aún el mercantilismo y elitismo que dificulta la libre competencia desalentando el espíritu emprendedor de los jóvenes, no es menos preocupante el bajo nivel de respeto de la propiedad intelectual. El Estado hace los intentos para favorecer el espíritu emprendedor, sin embargo, éstos son insuficientes por no contar con una política integrada para fortalecerla, por ello los esfuerzos aislados del Ministerios del Trabajo y producción están tardando en madurar. El sector privado aún no se vincula con el emprendimiento escolar tanto en la promoción como el apoyo técnico y financiero que serían necesarios para la creación y consolidación de emprendimiento escolares.

Culturalmente tenemos al estigma social al fracaso por el cual el emprendedor se atemoriza a emprender más aún cuando el emprendimiento es de por sí una actividad altamente incierta, de esa manera se diluye el espíritu emprendedor, asimismo la idiosincrasia del peruano es un tanto pesimista y ve con cierto escepticismo el futuro del país.

Socialmente observamos que tenemos un sistema educativo que el elemento docente no cuenta con entrenamiento en la competencia emprendedora debido a que la formación inicial fue para el empleo dependiente formador de opciones ocupacionales técnicas destinadas al trabajo por cuenta ajena.

Socialmente el currículo peruano de la educación básica aborda espíritu emprendedor recién en la educación secundaria sin considerar que en la educación primaria es en donde

se aprende las habilidades psicológicas para emprender, de otro lado en su abordaje se ha descuidado elementos claves como la autoeficacia, el locus de control interno, el estado de alerta y otros constructos psicológicos claves para el espíritu emprendedor.

En las instituciones educativas de la UGEL N° 03 se puede verificar por la experiencia que los estudiantes, a pesar de contar con un ambiente social, creencias y valores que favorecen el emprendimiento, no ven como opción el emprendimiento juvenil pues son influenciados por familiares a continuar estudios superiores, de otro lado la enseñanza en emprendimiento se aborda con metodologías poco eficaces que inciden en la formación para el trabajo por cuenta ajena, las instituciones locales tales como Cámara de Comercio, oficinas descentralizadas de los ministerios de la Producción o del Trabajo, tampoco alientan. Asimismo, el área curricular que aborda el espíritu emprendedor no tiene articulación fuerte con otras áreas de la educación primaria.

El problema general de investigación es: ¿En qué medida el contexto sociocultural repercutirá en el espíritu emprendedor de estudiantes de quinto año de instituciones educativas secundarias, Trujillo 2020?, el objetivo general consiste en determinar la repercusión del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor de estudiantes de quinto año de instituciones educativas secundarias de Trujillo en el 2020. La hipótesis general se enuncia así: el contexto sociocultural repercutirá significativamente en el espíritu emprendedor en estudiantes de quinto año de instituciones educativas secundarias de Trujillo en el 2020.

La justificación de la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) manifiesta criterios de:

Conveniencia, al servir de conocimiento de la causalidad entre el contexto sociocultural y el espíritu emprendedor, ambas consideradas como variables cuantitativas.

Relevancia social, al beneficiar a las instituciones educativas en el reajuste de su planificación curricular y aplicación de programas de emprendimiento escolar, a las instituciones de gobierno escolar local para fundamentar los programas de capacitación docente y a las instituciones de gobierno para implementar políticas que involucren a los agentes económicos y sociales en la promoción del espíritu emprendedor, los beneficiados directos serán los alumnos que recibirán una educación de calidad.

Valor teórico, al llenar los vacíos referidos a la medición de las variables estudiadas pues mayormente se cuenta con estudios cualitativos, al aumentar el cuerpo de conocimientos del aún preteórico espíritu emprendedor, al reforzar las teorías psicológicas y sociológicas sobre el espíritu emprendedor y al servir como antecedente para futuras investigaciones con aplicaciones prácticas contextualizadas.

Valor práctico, al servir para realizar adecuaciones y contextualizaciones curriculares que redunden en el desarrollo del espíritu emprendedor y orientar las estrategias de capacitación a nivel institucional o local.

Utilidad metodológica, al facilitar el uso de instrumentos de investigación cuantitativos para medir la variable sociocultural y dejar como fruto el uso estadístico de las variables a fin de conocer cuantitativamente el fenómeno del espíritu emprendedor.

El sentido presente estudio se fundamentó en los siguientes antecedentes internacionales: El artículo científico: *Factores socioculturales, influencia en las actividades emprendedoras: un estudio en Bangladesh* [trad], de (Akhter & Rahman, 2016) concluye que los factores socioculturales influyen positivamente en el surgimiento empresarial en la sociedad, siendo los más importantes los valores y el comportamiento y que el proceso de decisión individual se ve motivado por elementos aspectos como los estilos de vida y las condiciones sociales.

Gómez & Chandra, (2017) en el artículo científico: *Factores socioculturales y emprendimiento juvenil en regiones rurales* realizado en España concluye que no hay influencia de los factores socioculturales como edad, mayores o menores, y lugar de procedencia, urbano o rural y la iniciativa emprendedora; que si bien es cierto los modelos de emprendedores tiene efecto positivo en el espíritu emprendedor no lo explican en los jóvenes rurales. Respecto al miedo al fracaso, se advierte que éste no explica el espíritu emprendedor en los jóvenes, pero si en los adultos, lo mismo que no explica en los jóvenes urbanos, pero si en los rurales.

El artículo científico: *La influencia de los entornos socioculturales en el desempeño de los emprendedores incipientes: cultura comunitaria, motivación, autoeficacia y éxito en la puesta en marcha* [trad] de (Hopp & Stephan, 2012), concluye que las cualidades emprendedoras difieren según las comunidades a la que pertenece, lo que permite inferir la influencia del contexto cultural local expresado en los apoyos sociales de carácter

institucional en las cualidades emprendedoras como la motivación y la autoeficacia con valores r^2 de 12% y 3%, respectivamente.

Respecto a los antecedentes nacionales, en la tesis doctoral de (Mejía, 2018): *Autoestima y capacidad de emprendimiento laboral en alumnas del Centro de Educación Técnico Productiva (CETPRO) "Gregorio Conde Saravia" de Chincha Baja*, se halló que: "A mayor nivel de autoestima, mayor capacidad de emprendimiento laboral, con un $r=0,852$; por tanto, con un ($r^2= 0,726$) se tiene que el emprendimiento laboral está determinado en un 72,6% por el nivel de autoestima, asimismo, que existe relación directa entre el nivel de autoestima y el perfil sociodemográfico de las alumnas, con un $r=0,876$; por tanto, con un $r^2= 0,767$ se tiene que el perfil sociodemográfico está explicando en un 76,7% la capacidad de emprendimiento laboral. En Lima el artículo científico *Actitud emprendedora y aspectos sociales en estudiantes de una institución educativa peruana* de (Rivera, Rivera, & Bonilla, 2018.), concluye que los estudiantes presentan un alto nivel de actitud emprendedora y habilidades sociales (59,6%) y (42,4%) respectivamente. Adicionalmente, se halló una correlación alta y significativa entre actitud emprendedora y habilidades sociales dado por un $r=0,759$, por lo que el desempeño social está explicando la actitud emprendedora con $r^2=57.6\%$ y un $p=0,000$.

En la tesis correlacional causal de (Agramonte, 2016): *Clima social familiar y la actitud emprendedora en estudiantes del instituto de educación superior tecnológico Bagua: Amazonas, 2016*, se concluye que el clima social familiar no se relaciona con el locus de control interno por un $r=0,142$ y un $p>0.05$); con un $r=-0,018$ y un $p>0,813$ se concluye que el clima social familiar no se relaciona con la autoeficacia y con un $r=0,154$ y un $p<0.005$ se afirma que el clima social familiar se relaciona con la capacidad de riesgo.

Las bases teóricas del espíritu emprendedor se extraen de los aportes de estudiosos de distintos campos de la ciencia siendo Schumpeter, (1942) en el aspecto económico, el que sostiene que para emprender se requiere un soporte comportamental innovador consistente para producir bienes o servicios, implementar nuevas formas de producir, desarrollar nuevos mercados, y la generación de nuevas dinámicas socioeconómicas, sin embargo, Kuratko, (2005) para reorientar el enfoque meramente económico refiere que se descuida el lado actitudinal apuntando a una concepción más integradora.

El espíritu emprendedor con mirada económica se asume como la disposición personal para identificar oportunidades y la potencia para convertirlas en realidad a pesar de

situaciones adversas (Escuela Superior de Administración de Negocios, 2018). El estado de alerta es una cualidad personal que permite al emprendedor estar informado de los cambios tecnológicos, sociales o económicos que otras personas la pasan como desapercibidas.

La definición conceptual del espíritu emprendedor según Contreras y Liquidano, (2015) se decanta como las características de la personalidad que se manifiestan en la forma de pensar y actuar vinculadas con la búsqueda y el aprovechamiento de las oportunidades. Ello hace suponer que esta variable tiene un alto componente psicológico.

Las bases psicológicas del espíritu emprendedor se sustentan en la teoría de los rasgos de la personalidad que consideran al sujeto como un ser único con características perdurables en el tiempo (Allport, 1961), éstas bases extrapoladas al espíritu emprendedor se confirman en Espíritu & Sastre (2007) cuando aseveran que “las personas que tienen un elevado control interno, alta necesidad de logro, capacidad para asumir riesgos y una alta tolerancia a la ambigüedad, serán más propicios a involucrarse en una actividad empresarial”. En efecto, estas características se deben formar desde los niveles iniciales de la educación, pues son la esencia del emprendedor exitoso.

El contexto sociocultural se define conceptualmente como el ambiente social y cultural en donde se desarrollan las personas, y la efecto que éste ejerce en sus ideas y comportamientos, este entorno incluye elementos históricos, políticos, económicos, educativos, éticos y estéticos presentes en su comunidad en un contexto y tiempo determinados (Gauvain, 2013), estos elementos funcionan como condicionantes que se transmiten generacionalmente en los grupos sociales (Adeleke, Oyenuga & Ogundele, 2003); y constituyen los aspectos que se interconectan en el proceso de formación de la personalidad emprendedora (Zahra, 2007). Un contexto sociocultural favorable explica el desarrollo del espíritu emprendedor al ejercer influencia mediante valores, las instituciones y las redes sociales.

El sustento sociológico de Weber, Parsons, & Henderson (1947) de la causalidad de las variables de estudio radica en que el hombre asume sus valores personales y su patrón de pensamiento de los valores sociales, las costumbres y del marco institucional en donde vive; asimismo, sostiene que la cultura condiciona el comportamiento y disposición a la vida. El emprendedor se hace tal siempre que tenga la disposición y orientación valorativa de emprender, esto lo encentra en la sociedad.

Psicológicamente, Vygotsky (1979) abona la tesis que el comportamiento humano se entiende si se estudia su historia y que ésta y los aspectos socioculturales engendrarán sistemas artificiales complejos que regularán su conducta social. El hombre emprendedor es un constructo social e histórico, es una sumatoria de vivencias sociales a lo largo del tiempo que lo han marcado.

Las teorías que aportan bases respecto a los factores socioculturales se encuentran en Shapero & Sokol(1982) en su teoría de la marginación cuando sugiere que factores externos negativos y críticos como el desempleo, la migración o aparición de minorías raciales o étnicas son impulsores para desarrollar espíritu emprendedor; asimismo, se encuentran en la teoría del rol de Nueno, (1996) que sostiene que en zonas geográficas con abundantes emprendimientos se replican más emprendimientos que en otros, ello se explica por la influencia del modelo emprendedores, así como los valores culturales que favorecen el emprendimiento; otra base teórica la sustenta Bull & Willard (1993) es la teoría de la incubadora en la que la decisión de emprender se explica en la organización que se formó para tal fin y finalmente Aldrich, Rosen, & Woodward, (1986) sostienen en la teoría de redes que sostienen que la información actual, las ideas e informaciones circulan en cadena por las redes interconectadas de varios grupos o instituciones, ellas favorecen el espíritu emprendedor pues se tienen más elementos de juicio y oportunidades de crear emprendimientos. Son variados los influjos que se ejercen para desarrollar el espíritu emprendedor, tanto sociales como culturales, en el caso peruano lo marcan las condiciones sociales de pobreza de la serranía, que dado su marginación se han visto en la necesidad de migrar a la capital para encontrar nuevos horizontes.

El contexto social se define como espacio social configurado situaciones propias del momento histórico abarcando que abarca situaciones sociales que suscitan su aparición tales como las redes de apoyo familiar, escuela o instituciones civiles (Welter, 2011)

En cuanto al contexto social, la teoría del aprendizaje social de (Bandura & Walters, 1978), sostiene que se aprende mediante la experiencia y el modelaje dentro de la interacción social actuando como condicionantes los estímulos de su entorno social.

Un elemento de influencia social es la escuela, en ella el espíritu empresarial se aprender mediante el uso de estrategias metodológicas como el juego, la creación, experimentación y reflexión; usando como mediadores a un maestro innovador (Abereijo, 2018).

La teoría de la orientación familiar sostiene que el antecedente familiar y la orientación explican la aparición de emprendedores y sus cualidades, esta condición de origina en el seno familiar donde se comparte valores que promueven la iniciación emprendedora, por ello apoyos tempranos en la vida conllevarán a la aparición del carácter emprendedor y el éxito empresarial (Kuratko & Hodgetts , 1998). Son múltiples las causas sociales que impulsan el espíritu emprendedor en el caso peruano es fuerte el emular emprendedores exitosos dentro o fuera de la familia; la escuela aún no ha terminado de cuajar en cuanto a sus resultados.

Las dificultades encontradas están en las limitadas referencias nacionales, más aún en los mismos grupos etarios o el tipo de investigación que se siguieron los autores de las tesis o artículos científicos.

2. ESTRATEGIA METODOLÓGICAS

El enfoque asumido fue el cuantitativo, el tipo de investigación es básica, el nivel es explicativo, el diseño es transeccional descriptivo correlacional causal. Transeccional porque recoge datos en un determinado momento, es correlacional - causal (Oseda, Santacruz, Sangama, Cosme, & Mendivel, 2018).

$$X_1 \longrightarrow Y_1$$

Donde:

$X_1 = Variable independiente = Contexto sociocultural$

$Y_1 = Variable dependiente = Espíritu emprendedor$

\longrightarrow : Relación causa efecto

Fuente: (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014).

La población estuvo compuesta por 920 estudiantes del 5° año de secundaria de Instituciones Educativas ubicadas en la UGEL N° 03-TNO de la ciudad de Trujillo. La muestra fue de 609 estudiantes y el muestreo fue probabilístico estratificado. El nivel de significancia fue de 5%. Se recogió información con la técnica de la encuesta. Se analizaron los resultados estadísticamente mediante el SPSS de versión 15, la prueba de hipótesis utilizada fue el análisis de regresión lineal que es el valor r^2 .

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Estadísticamente las categorizaciones del contexto sociocultural y espíritu emprendedor son las que se presentan a continuación:

Tabla 1: Categorías del contexto sociocultural

Nota: Data de contexto sociocultural

El contexto sociocultural muestra predominio en el nivel favorable con 65.2% (397 estudiantes); seguido del nivel muy favorable con 31.5% (192 estudiantes) y con niveles desfavorables y muy desfavorables tienen porcentajes muy bajos.

Se interpreta que el contexto sociocultural de los estudiantes favorecería la generación

Niveles	f	%	% válido	% acumulado
Muy desfavorable	5	.8	.8	.8
Desfavorable	15	2.5	2.5	3.3
Favorable	397	65.2	65.2	68.5
Muy favorable	192	31.5	31.5	100
Total	609	100.0	100.0	

del espíritu emprendedor. El contexto cultural y social son aspectos que se interconectan en el proceso de formación de la personalidad (Zahra, 2007)

Tabla 2: Categorías de Espíritu emprendedor

Niveles	f	%	% válido	% acumulado
	4	.7	.7	.7
Desfavorable	14	2.3	2.3	3.0
Favorable	368	60.4	60.4	63.4
Muy favorable	223	36.6	36.6	100
Total	609	100.0	100.0	

Nota: Data de espíritu emprendedor

La variable espíritu emprendedor muestran un nivel favorable con 60.4% (368 estudiantes) y muy favorable con 36.6% (223 estudiantes). Con niveles desfavorables y muy desfavorables tienen porcentajes muy insignificantes llegando a un acumulado de 3% (21 estudiantes). Ello lo corrobora (Frese & Gielnik, 2014) cuando sostiene que existen fuertes relaciones de las dimensiones psicológicas de la personalidad como autoeficacia, estado de alerta y necesidad de logro con el espíritu emprendedor.

Tabla 3: Correlaciones de la variable contexto sociocultural y espíritu emprendedor

		Espíritu emprendedor
Contexto sociocultural	Coeficiente de correlación	,562**
	Sig. (bilateral)	,000

	N	609
--	---	-----

Nota: Data de contexto sociocultural y espíritu emprendedor.

Existe relación altamente significativa entre contexto sociocultural y espíritu emprendedor dado por sig.= $p < 0.01$ y una $r = ,562^{**}$ (correlación moderada).

Tabla 4: Incidencia del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,654 ^a	,427	,426	10.632

Nota: Data de contexto sociocultural y espíritu emprendedor.

A partir del resultado obtenido con el $r^2 = 0.427$ y el $p < 0.01$ se hace la contrastación de hipótesis específica de la variable contexto sociocultural en el espíritu emprendedor:

a) Planteamiento de la hipótesis general:

Hipótesis nula (H_0): el contexto sociocultural no repercutirá significativamente en el espíritu emprendedor en estudiantes de quinto año de instituciones educativas de secundaria, Trujillo 2020”.

Hipótesis alterna (H_1): el contexto sociocultural repercutirá significativamente en el espíritu emprendedor en estudiantes de quinto año de instituciones educativas de secundaria, Trujillo 2020.

b) Nivel de significancia o riesgo:

$\alpha = 0,01 = 1\%$.

c) Decisión estadística:

Dado que (p-valor: $0,000 < 0,010$) y un $r^2 = 0.427$, podemos afirmar que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1).

d) Conclusión estadística:

Se concluye que existe repercusión positiva (42.7%) y altamente significativa del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor en estudiantes de quinto año de instituciones educativas secundarias, Trujillo 2020.

Respecto de la influencia del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor se obtuvo un $r^2 = 0.427$ con un $p < 0.01$, esto permitió afirmar que la hipótesis nula queda rechazada y se acepta la alterna, por tanto el espíritu emprendedor se explica por el contexto sociocultural en un 42.7% y 57.3% restante es influencia de otros factores no

considerados en la investigación como currículo escolar que aún no muestra sus efectos o políticas públicas insuficientes en cuanto a la promoción del emprendimiento.

Estos resultados se corroboran con los hallazgos de (Hopp & Stephan, 2012) en el artículo científico titulado: La influencia de los entornos socioculturales en el desempeño de los emprendedores incipientes: cultura comunitaria, motivación, autoeficacia y éxito en la puesta en marcha” [trad] que demuestran alumnos de EEUU de Norteamérica diferencias en las cualidades emprendedoras, tales como la motivación y la autoeficacia, motivadas por el contexto a los que pertenecen los emprendedores, éstos son la cultura local, los apoyos sociales de tipo institucional, ello con los siguiente valores estadísticos; $r^2 = 12.99\%$ con un $p < 0,05$ y un $r^2 = 9.6\%$, $p < 0.05$, respectivamente.

En el mismo sentido, (Akhter & Rahman, 2016) en el artículo científico: Factores socioculturales que influyen en las actividades emprendedoras: Estudio sobre Bangladesh que hallan factores socioculturales que inciden positiva como negativamente en el surgimiento empresarial en la sociedad, en ese sentido se halló que los valores, el comportamiento y el proceso de decisión individual se ve motivado por elementos socioculturales como los estilos de vida, las condiciones sociales y económicas. Halla además que la persona individual con sus características personales propias también influye en el contexto sociocultural, el mismo que tiene sus propias dinámicas para influirlo, lo mismo sucede con los valores individuales que influyen directamente en las decisiones y acciones; a su vez el impacto del entorno sociocultural en el espíritu empresarial plantea un desafío consistente en la necesidad que la sociedad de Bangladesh rediseñe sus valores y orientación positiva al espíritu empresarial y la aparición de empresarios; de esta manera se romperán los lazos tradicionales, las actitudes negativas y los patrones de comportamiento, para desarrollar un nuevo grupo de valores que promuevan el surgimiento empresarial.

Sin embargo, los resultados hallados se contraponen a los de (Gómez & Chandra, 2017), que en el artículo científico: Factores socioculturales y emprendimiento juvenil en regiones rurales [trad] realizado en España y que manifiesta la nula influencia de los aspectos socioculturales como la edad (mayores y menores) y el lugar de procedencia (urbano o rural) en la iniciativa emprendedora. De otro lado, de manera general los modelos de emprendedores tienen efecto positivo en el espíritu emprendedor, esa misma influencia no se presenta en los jóvenes rurales. En lo referente al miedo social al fracaso

se halló que éste si explica el espíritu emprendedor, pero no en los jóvenes y si en los adultos, lo mismo que no explica en los jóvenes urbanos, pero si en los rurales.

Los resultados hallados que explican la causalidad entre las variables de estudio se basan en las teorías de otras ciencias dado que el constructo espíritu emprendedor está en una fase preteórica que toma bases científicas de otras ciencias y dentro de ellas se encuentra el aporte de la teoría sociológica de (Weber, Parsons, & Henderson, 1947) que refiere los sistemas sociales y la cultura inciden en el espíritu emprendedor dado que el hombre asume valores personales y patrones de pensamiento de los valores sociales, las costumbres y del marco institucional en donde vive; del mismo modo esta teoría apunta a que la cultura condiciona el comportamiento y disposición a la vida, por ende el emprendedor se hace tal siempre que tenga la disposición y orientación valorativa que se necesita y que lo da la sociedad.

Psicológicamente, un fuerte apoyo lo refrenda la teoría sociocultural de (Vygotsky, 1979), al sostener que los comportamientos humanos se entienden cuando se estudian sus fases, es decir, su historia, del mismo modo, los aspectos históricos y socioculturales engendra sistemas artificiales complejos y arbitrarios que regulan la conducta social, en este caso y extrapolando, dicha conducta social sería el espíritu emprendedor. Dicho espíritu emprendedor dado por el conjunto de rasgos personales se basan en la teoría de rasgos (Allport, 1961) que considera al sujeto como un ser único con características perdurables en el tiempo y que es resultado de interacciones generados por factores psicológicos y fisiológicos comunes, estos rasgos vertebran la personalidad, es por ello que los emprendedores poseen características que los hacen personas con características que otras personas no las tienen y que le permiten innovar o aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado. Esta base psicológica se abona por los aportes de la teoría de las motivaciones de (McClelland, 1961) cuando aseveran que los individuos son diferentes con respecto a la motivación de logros, afiliación y poder, y estas diferencias a la vez motivan la decisión firme de producir su propio emprendimiento, en ese sentido los emprendedores muestran un fuerte interés a pertenecer a grupos sociales, elevadas motivaciones para obtener logros que impliquen (McClelland, 1961)

Abonos importantes a la correlación entre variables son los de (Shapiro & Sokol, 1982) en su teoría de la marginación que sugiere factores externos negativos y críticos como la falta de empleo, la migración o aparición de minorías raciales o étnicas son propulsores

para desarrollar espíritu emprendedor y a futuro crear emprendimientos, lo que supone que en Latinoamérica grandes masas humanas ven el emprendimiento una posibilidad de progreso económico por tener un Estado alejado de sus aspiraciones.

Ello lo corrobora (Frese & Gielnik, 2014) cuando sostiene que existen fuertes relaciones de las dimensiones psicológicas de la personalidad como autoeficacia, estado de alerta y necesidad de logro con el espíritu emprendedor.

El contexto cultural y social son aspectos que se interconectan en el proceso de formación de la personalidad (Zahra, 2007)

Sociocognitivamente existe determinismo recíproco entre el desarrollo humano, el contexto en el que se desenvuelve la persona y la conducta observable (Bandura, 1986)

4. CONCLUSIONES

- Se determinó que el contexto sociocultural influye en el espíritu emprendedor de los estudiantes de quinto de secundaria pertenecientes a la jurisdicción de la UGEL N° 03-Trujillo con un $r^2=42.7\%$; el 57.3% restante es influencia de otros factores que posiblemente sean de tipo institucional gubernamental, de política educativa o a variables económica imperantes en la actualidad. Estos resultados de avalan previamente cuando se obtuvo un $\rho=,562^{**}$; un $p=0.000$ que es $<0,01$; lo que demostró que existe una relación positiva y altamente significativa entre las dos variables de estudio con una correlación de variables moderada, por lo que estadísticamente se aceptó la H_1 y se desechó H_0 .
- Se determinó que la el contexto cultural explica el espíritu emprendedor de los estudiantes de quinto año de secundaria pertenecientes a la jurisdicción de la UGEL N° 03-Trujillo en un $r^2=35.1\%$; el diferencial de 64.9% causado por otros factores. Estos resultados de avalan previamente cuando se obtuvo un $\rho=,513$; con un $p=0.000$ que es menor a 0,01; lo que demostró que existe una relación positiva y altamente significativa entre cultura y espíritu emprendedor con una correlación modelada, por lo que estadísticamente se aceptó la H_1 y se desechó H_0 .
- Se midió la causalidad del contexto social en el espíritu emprendedor de los estudiantes de quinto año de secundaria pertenecientes a la jurisdicción de la UGEL N° 03-Trujillo, la cual fue calculada con un en un $r^2=33.8\%$, el diferencial de 66.2% es influencia de otros factores. Estos resultados de avalan previamente cuando se obtuvo un $\rho=,480^{**}$; con un $p=0.000$ que es menor a 0,01; lo que demostró que

existe una relación positiva y altamente significativa entre el contexto social y espíritu emprendedor con una correlación media, por lo que estadísticamente se aceptó H_1 y se desechó H_0 .

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Albereijo, I. (2018). *Entrepreneurship Education: Opportunities, Challenges and Future Directions*. New York. Obtenido de <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85048435347&partnerID=40&md5=f52450ea2d2d6e02459bf41ddabf2880>
- Adeleke, A., Oyenuga, O, & Ogundele, O. (2003). *Business Policy and Strategy*. Mushin, Lagos: Concept Publications Limited.
- Agramonte, K. (2016). *Clima social familiar y la actitud emprendedora en estudiantes del instituto de educación superior tecnológico Bagua: Amazonas*. Bagua: Universidad Peruana Unión.
- Akhter, R., & Rahman, F. (2016). *Socio-Cultural Factors Influencing Entrepreneurial Activities: A Study on Bangladesh*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16(9), 01-10. Obtenido de www.iosrjournals.org
- Aldrich, H., Rosen, B., & Woodward, W. (1986). *Social Behaviour and Entrepreneurial Networks*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 239-240.
- Allport, G. (1961). *Pattern and growth of personality*. Washington, DC: Holt, Reinhart and Winston.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A., & Walters, R. (1978). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza.
- Bull, I., & Willard, G. (1993). *Towards a Theory of Entrepreneurship*. *Journal of Business Venturing*, 8, 183-195.
- Contreras, C., & Liquidano, M. (2015). *El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano*. *Conciencia Tecnológica*, 1(9), 46-51. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94438997006>
- Escuela Superior de Administración de Negocios. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Perú*. Lima: Ediciones Esan.

- Espíritu, R., & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 1(17), 95-116.
- Frese, M., & Gielnik, M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(413–38). doi:DOI: 10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326
- Gauvain, M. (2013). *Sociocultural contexts of development (Vol. 2)*. Philip David Zelazo. Obtenido de <http://10.1093/oxfordhb/9780199958474.001.0001>
- Gómez, E., & Chandra, M. (April/Juno de 2017). Factores socioculturais e o empreendedorismo dos jovens nas regiões rurais. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 19 (64). Obtenido de <https://doi.org/10.7819/rbgn.v0i0.2695>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGRAW-Hill Interamericana Editores SA.
- Hopp, C., & Stephan, U. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self efficacy and start-up success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10), 917-945. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2012.742326>
- Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598. Obtenido de <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- McClelland, D. (1961). *La Sociedad Ambiciosa*. Madrid: Ediciones Guadarrama.
- Mejía, D. (2018). Autoestima y capacidad de emprendimiento laboral en alumnos del Centro de Educación Técnico Productiva (CETPRO) Gregorio Conde Saravia de Chíncha Baja. Lima: Universidad Nacional de Educación, Enrique Guzmán y Valle.
- Nueno, P. (1996). Evolución de los conceptos de management. *Management Review*, 1, 73-83.
- Oseda, D., Santacruz, A., Sangama, J., Cosme, L., & Mendivel, R. (2018). *Fundamentos de la Investigación Científica*. Huancayo: Soluciones Gráficas SAC.

- Rivera, O., Rivera, I., & Bonilla, C. (2018.). Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de una Institución Educativa Peruana. *UCV - Scientia*, 10(2), 131-135.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. . New York: Harper.
- Seuneke, P., & Bock, B. (2015). Exploring the roles of women in the development of multifunctional entrepreneurship on family farms: an entrepreneurial learning approach. *NJAS-WageningenJournal of Life Sciences*(74), 41-50. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.njas.2015.07.001>
- Shapero, L., & Sokol, M. (1982). The Social dimensions of entrepreneur-ship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall: En Kent, C.A., Sexton, D.L., & Vesper, K.H. (Eds.).
- Shumpeter, A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Massachusetts: Havard University press.
- Vygotsky. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Buenos Aires: Grijalbo.
- Weber, M., Parsons, T., & Henderson; A. (1947). *The theory of social and economic organization*. New York: Oxford University Press.
- Welter, F. (2011). Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*., 35 (1), 165-184. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>
- Zahra, S. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneur-ship research. *Journal of Business Venturing*, 22 (3), 443-452. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.04.007>
- OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development). 2002. *Frascati Manual: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development*. Paris: OECD.