



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

NIVEL DE ACTITUD EMPRENDEDORA Y SU RELACIÓN CON
LA CAPACIDAD DE CREAR UN NEGOCIO ENTRE LAS
PERSONAS DE 25 A 34 AÑOS EN EL DISTRITO DE LIMA, 2021

Línea de Investigación:
Desarrollo empresarial

Tesis para Optar al Título Profesional de Licenciada en Administración con
Mención en Administración de Empresas

Autora:
Araujo Alegre, Leandra Paola

Asesor:
Riveros Cuellar, Alipio
(ORCID: 0000-0001-8327-4346)

Jurado:
Montero Chepe, Jorge
Cajavilca Lagos, Wilder Oswaldo
Carpio Hinojosa, Rafael Gino

Lima – Perú
2023

Dedicatoria

A mis padres, quienes han sido siempre el motor que impulsan mis sueños y esperanzas. Ustedes son los que con su cariño me han inculcado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades.

A mis hermanas, que me motivan día a día a crecer como profesional con las constantes enseñanzas en valores y ejemplo.

Hoy cuando concluyo mis estudios, les dedico a ustedes este logro amada familia, como una meta más conquistada.

Agradecimiento

Quiero agradecer primero a Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes.

A Christiam Paul, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, desde su amor incondicional.

Por último, agradecer a mi casa de estudios, a la Universidad Nacional Federico Villarreal que me ha exigido tanto y ha permitido obtener mi tan ansiado título.

Índice

Carátula.....	1
Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Índice.....	4
Resumen.....	7
Abstract.....	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Descripción y formulación del problema.....	10
1.2. Antecedentes.....	13
1.3. Objetivos.....	17
1.4. Justificación.....	18
1.5. Hipótesis.....	19
II. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación.....	21
III. MÉTODO.....	36
3.1. Tipo de investigación.....	36
3.2. Ámbito temporal y espacial.....	37
3.3. Variables.....	37
3.4. Población y muestra.....	39
3.5. Instrumentos.....	40
3.6. Procedimientos.....	41
3.7. Análisis de datos.....	41
3.8. Consideraciones éticas.....	42
IV. RESULTADOS.....	43
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	61
VI. CONCLUSIONES.....	67
VII. RECOMENDACIONES.....	69
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
IX. ANEXOS.....	79
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	80
Anexo 2. Instrumentos.....	83
Anexo 3. Validación y confiabilidad de instrumentos.....	87
Anexo 4. Base de datos.....	88

Índice de Tablas

Tabla 1 Necesidad de logro.....	43
Tabla 2 Innovación	44
Tabla 3 Control percibido	45
Tabla 4 Autoestima	46
Tabla 5 Nivel de actitud emprendedora	47
Tabla 6 Capacidad creativa	48
Tabla 7 Capacidad de resolver problemas	49
Tabla 8 Capacidad de trabajo en equipo	50
Tabla 9 Capacidad de comunicación	51
Tabla 10 Capacidad de liderazgo	52
Tabla 11 Capacidad de crear un negocio	53
Tabla 12 Prueba de normalidad	54
Tabla 13 Necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio	55
Tabla 14 Innovación con la capacidad de crear un negocio	56
Tabla 15 Control percibido con la capacidad de crear un negocio	57
Tabla 16 Autoestima con la capacidad de crear un negocio	58
Tabla 17 Nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio	59

Índice de Figuras

Figura 1 Necesidad de logro	43
Figura 2 Innovación	44
Figura 3 Control percibido.....	45
Figura 4 Autoestima.....	46
Figura 5 Nivel de actitud emprendedora.....	47
Figura 6 Capacidad creativa.....	48
Figura 7 Capacidad de resolver problemas	49
Figura 8 Capacidad de trabajo en equipo.....	50
Figura 9 Capacidad de comunicación	51
Figura 10 Capacidad de liderazgo.....	52
Figura 11 Capacidad de crear un negocio.....	53

Resumen

La investigación “Nivel de actitud emprendedora y su relación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021. Respecto a la metodología fue básica, no experimental, descriptiva correlacional, además la muestra estuvo integrada por 381 personas, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario. Los resultados fueron que, el 57% de la población tiene un bajo nivel de la actitud emprendedora y el 63% consideran que tienen una baja capacidad de crear un negocio. La conclusión fue que, el nivel de actitud emprendedora se relaciona de manera significativa con la capacidad de crear un negocio, puesto que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,687.

Palabras claves: necesidad de logro, innovación, control percibido, autoestima, nivel de actitud emprendedora, capacidad de crear un negocio.

Abstract

The research "Level of entrepreneurial attitude and its relationship with the ability to create a business among people aged 25 to 34 in the district of Lima, 2021", had as a general objective to determine the relationship between the level of entrepreneurial attitude with the ability of creating a business among people aged 25 to 34 in the district of Lima, 2021. Regarding the methodology, it was basic, not experimental, correlational descriptive, in addition the sample was made up of 381 people, to whom the questionnaire instrument was applied. The results were that 57% of the population has a low level of entrepreneurial attitude and 63% consider that they have a low capacity to create a business. The conclusion was that the level of entrepreneurial attitude is significantly related to the ability to create a business, since the Sig. (bilateral) 0.000 is less than 0.05 and the Spearman's Rho correlation coefficient is 0.687.

Keywords: need for achievement, innovation, perceived control, self-esteem, level of entrepreneurial attitude, ability to create a business.

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio, se desarrolla teniendo en cuenta la importancia que tiene hoy en día el emprender en los negocios, lo cual se refleja en las actitudes emprendedoras de los ciudadanos de Lima, que son el objeto de esta investigación, por lo tanto, el emprendedor en base al tema debe poseer requisitos, como son las competencias y las pericias necesarias para el emprendimiento de proyectos dirigidos a producir bienes y/o servicios que se estén necesitando en el mercado y con ello, aprovechar las oportunidades de mercado para crear empresas y, por ende, empleo. Para tal finalidad, se empleó un instrumento de investigación que fue validado por jueces expertos, siendo este un cuestionario aplicado mediante la técnica de encuesta, en las que no se presentaron mayores complicaciones, de esta manera se diseñó el objetivo general de la investigación determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Además, esta investigación fue estructurada en base a capítulos siguientes: Capítulo I, se detalló la realidad problemática del tema. En el Capítulo II, se tocó el marco teórico, donde se detallaron las teorías, dimensiones e importancia de cada variable. En el Capítulo III, se tocó el método de la investigación, donde se detallan el tipo, nivel del estudio, así como la población, muestra e instrumentos que se emplearon y los procedimientos seguidos. En el Capítulo IV, se puntualizan los resultados, tanto descriptivos como inferenciales, de acuerdo a cada objetivo del estudio. En el capítulo V se realiza la discusión, donde se manifestaron las comparaciones de los resultados con estudios previos y teorías encontradas. En el capítulo VI se arribaron las conclusiones, de acuerdo a cada objetivo de la investigación, asimismo, el capítulo VII, se proponen las recomendaciones, relacionadas con cada una de las conclusiones obtenidas. Finalmente, se consideran las referencias consultadas y los anexos,

en los cuales se detallan la matriz de consistencia, los instrumentos y la validación y confiabilidad de los mismos y la base de datos.

1.1. Descripción y formulación del problema

Actualmente, la pandemia del COVID-19 ha contraído la economía a nivel mundial. Para el caso de la Unión Europea se proyectó una reducción de 7.8% en el periodo 2020 y crecer en un 4.2% en el 2021 y 3% en el 2022. Por otro lado, en Estados Unidos la cantidad de dueños de diversos negocios se ha reducido un 22% que equivale a 3.3 millones de entidades. En Latinoamérica se estima que 2,7 millones de entidades formales dejaron de operar, produciendo una pérdida de 8.5 millones de puestos laborales. En cuanto a México la reducción del PBI en el 2020 podría fluctuar entre -8.5% y -10.5% y se espera que los niveles de producción se recuperen hasta el 2022 (Montiel et al., 2021, p.68).

Asimismo, la pérdida de trabajo se presentó en mayor medida en empleos con niveles de ingresos bajos (5.86 y 11.73 dólares diarios). Ante dicha situación ha generado que se incremente la apertura de proyectos emprendedores, sin embargo, es sumamente complicado, dado que se enfrenta a los riesgos de salud pública, en donde los propietarios, familia, trabajadores, proveedores y círculo cercano son afectados considerablemente, además en el actual contexto los emprendedores pasan por diferentes situaciones de temor, impulsos, estrés y desafíos producto del COVID-19 (Montiel et al., 2021, p.68).

El emprendimiento en América Latina se ha incrementado especialmente en los jóvenes, dado que han desarrollado un conjunto de competencias que han adquirido y aplicado a su vida cotidiana y laboral. Asimismo, la actitud emprendedora de los jóvenes se genera por la baja autoestima, la falta de experiencia y las pocas oportunidades laborales. En el 2017 en Ecuador se registró que la tasa de emprendimiento fue de 29.6%, lo que representa aproximadamente 3 millones de personas entre 18 a 64 años quienes implementaron un nuevo negocio. Sin embargo, se presenta de manera persistente dificultades para el desarrollo

del negocio como desconocimiento del mercado, falta de financiamiento y baja rentabilidad (Torres et al., 2020, p.731).

En el Perú la formación de capacidad emprendedora es el motor para el desarrollo del país. Sin embargo, la mayoría de los estudiantes universitarios presentan conocimientos técnicos para iniciar un proyecto o negocio, además gran parte no se encuentran motivados para definir o decidir por algún emprendimiento. Asimismo, en el sur del país el 47.8% de los jóvenes consideran que no desean formarse como emprendedores, el 42.5% lo considera como un riesgo económico si emprenden algún negocio. Situación que refleja que los jóvenes universitarios al sur del país presentan una regular actitud emprendedora (Escobedo et al., 2020, pp.178-179).

A nivel nacional, la actitud, percepción y valoración hacia el emprendimiento es superior al promedio registrado en los países que integran América Latina. Asimismo, el Perú ocupa el tercer lugar con la mayor percepción de oportunidades para crear un negocio, el tercero de capacidades para emprender. A pesar de ello, el 2019 la oportunidad y capacidad de emprender paso de 61% y 74%, respectivamente, a 56% y 71.8%, respectivamente, en el periodo 2020 (Serida et al., 2020, p.25).

A nivel local en el distrito de Lima a raíz de la emergencia sanitaria, muchas personas han perdido su trabajo o se les dificulta encontrar uno, por lo que muchas veces su única opción es emprender su propio negocio. De manera que, la pandemia por el Covid-19 generó que se transforme la vida de la mayoría de las personas en los diversos ámbitos laborales, en donde dicho contexto se caracteriza por presentar condiciones de incertidumbre que posiblemente pueden aportar al emprendedor un entorno adverso para la realización de sus actividades. Sin embargo, es probable que algunas personas cuenten con mayor predisposición a emprender, mientras que otros se les dificulta más hacerlo, generando una mayor dificultad para la generación de ingresos, es decir algunos crearon de la situación de

crisis una oportunidad para solucionar sus problemas de desempleo o disminución de ingresos, pero gran parte de la población se les complica poder emprender dentro de ambientes hostiles, esto probablemente por la falta de confianza de sí mismo para resolver los problemas que se les presentan, también existe la probabilidad que la falta de esfuerzo por lograr emprender se deba a las pocas ideas novedosas e innovadoras que les permitan crear entornos favorables para la creación de un nuevo negocio e incluso la falta de proactividad en las personas también puede ser un punto que juega en contra.

Por otro lado, cierto grupo de pobladores se les complica la creación de emprendimientos innovadores que satisfagan las necesidades de las personas, esto posiblemente se genera porque trabajan de manera individual, es decir no aceptan opiniones de terceros. Asimismo, cierto grupo de pobladores tienen pensamientos pesimistas debido al incremento de los contagios, por lo que se les complica tomar decisiones respecto a su emprendimiento, hecho que agrava la situación económica de la población. Dicha ocasión podría afectar las condiciones de vida de las personas, ante la falta de satisfacción de las necesidades básicas. Por lo que, en el presente estudio se pretende determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

1.1.2. Problema específico

¿Cuál es el nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

¿Cuál es la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

¿Qué relación existe entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

¿Qué relación existe entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

¿Qué relación existe entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

¿Qué relación existe entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Internacionales

Guzmán (2020) en su estudio “Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: caso Pachuca, México”. Universidad Autónoma de Nuevo León. San Nicolás de los Garza, México. El propósito de estudio fue realizar un análisis de las características emprendedoras de los estudiantes. La metodología fue de diseño cuantitativo, descriptivo y transversal. La muestra estuvo conformada por 67 alumnos, a quienes se les aplicó un cuestionario. Los resultados fueron que, al 65% de los estudiantes les gustaría al momento de graduarse crear su propia empresa. La conclusión fue que, las actitudes emprendedoras presentaron un nivel medio, además que algunas veces se aventuran a ciertas situaciones desconocidas o en las que no pueden controlar.

Guachimposa et al. (2019) en su estudio “Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador”. Revista de Ciencias

Sociales. El propósito de estudio fue demostrar la asociación entre la actitud, intención y comportamiento emprendedor de los alumnos. La metodología que se empleó un nivel descriptivo correlacional. La muestra estuvo conformada por 677 alumnos, a quienes se encuestaron. Los resultados fueron que, el 92.5% de los estudiantes tienen la intención de crear una empresa, el 83.3% de los estudiantes presentan una actitud emprendedora y el 30.7% presenta un comportamiento como emprendedor. La conclusión fue que, la actitud, intención y comportamiento se considera como un factor que influye en la creación de empresas por parte de los estudiantes.

Dueñas & Sabando (2018) en su estudio “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”. Guayaquil, Ecuador. El propósito de estudio fue establecer la actitud emprendedora de los estudiantes. La metodología fue de un enfoque cuantitativo, el diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 348 estudiantes, a quienes se encuestaron. Los resultados fueron que, los rasgos psicológicos presentan una alta correlación con el espíritu emprendedor. La conclusión fue que, los estudiantes presentan un espíritu emprendedor y depende de la formación académica y los rasgos psicológicos.

Vélez (2018) en su estudio “La cultura empresarial, la actitud emprendedora, el emprendimiento, el espíritu emprendedor, relacionado con el perfil profesional”. Universidad Técnica de Manabí. Manabí, Ecuador. El propósito de estudio fue analizar y conocer la cultura empresarial, la actitud emprendedora, el emprendimiento, el espíritu emprendedor, asociado con el perfil de los profesionales. La metodología que se empleó en la investigación fue el análisis bibliográfico y el proceso de los datos obtenidos por medio de la indagación. La conclusión fue que, los profesionales para obtener una capacidad de emprender deben de

tener ciertas habilidades como valores, actitudes, conocimientos y aptitudes, que le permitan realizar de una forma adecuada las actividades de toda organización.

Lozano y Espinoza (2016) en su estudio “Espíritu emprendedor: actitud de cambio para la innovación y emprendimiento”. Revista de ciencia e investigación. El propósito de estudio fue establecer los criterios de emprendimiento para generar innovación y cambio. La metodología fue de un enfoque práctico, además se empleó un estudio bibliográfico. La conclusión fue que, la actitud positiva de las personas genera el desarrollo de ideas creativas, con la finalidad de que puedan hacer frente a diversas situaciones empresariales, es decir el desarrollo de un espíritu emprendedor permitirá la transformación y cambios futuros, en beneficio de la sociedad.

1.2.2. Nacionales

Flores et al (2020) en su estudio “Capacidad emprendedora de los peruanos en tiempos de COVID 19: Un estado de arte”. Universidad Peruana Unión. Lima, Perú. La finalidad del estudio fue analizar la capacidad emprendedora de las personas en el contexto del Covid 19. La metodología que se empleó fue un estudio teórico, para lo cual se realizó la indagación de diversa información y noticias acerca del emprendimiento. Los resultados fueron que, el emprendimiento ha continuado a pesar de las distintas dificultades generadas por la crisis mundial, esto debido a que ha mantenido su potencial para atender las diversas necesidades de la población por medio del empleo de las tecnologías, siendo ésta su herramienta principal. La conclusión fue que, en la época de la pandemia se ha presenciado una evolución de la innovación de los peruanos, ya que se incrementó la generación de ideas de negocios, en donde la necesidad se transformó en una oportunidad de desarrollo.

Quispe (2020) en su estudio “Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020”.

Universidad Peruana Unión. Lima, Perú. La finalidad fue determinar la asociación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas. La metodología fue de enfoque cuantitativo, el tipo fue correlacional, el diseño fue no experimental. La muestra estuvo integrada por 616 estudiantes, quienes fueron encuestados. Los resultados fueron que, el 40.4% de los estudiantes presentaron un nivel medio de actitud emprendedora y la capacidad para crear empresas los estudiantes presentaron un nivel medio de 39.3%. La conclusión fue que, existe relación directa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas, con un coeficiente de correlación rho de Spearman de 0,636.

Querevalu (2018) en su investigación “Actitud y capacidad emprendedora de los estudiantes del quinto año de secundaria de la I.E.P “Santísimo Sacramento” de Pariñas - Talara”. Universidad San Pedro. Sullana, Perú. La finalidad fue establecer el nivel de desarrollo de la actitud y capacidad de emprendimiento de los alumnos. La metodología fue de estudio básico, enfoque cuantitativo, el tipo fue correlacional, el diseño fue no experimental y transeccional. La muestra estuvo integrada por 10 estudiantes, quienes fueron encuestados. Los resultados fueron que, el 80% de los estudiantes presentan una actitud emprendedora baja y el 80% de los estudiantes presenta una baja capacidad emprendedora. La conclusión fue que, los estudiantes presentan una actitud y capacidad emprendedora baja, por lo que es necesario que se desarrollen las capacidades emprendedoras por medio la implementación de estrategias.

Radovich (2017) en su investigación “La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega”. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Lima, Perú. La finalidad fue establecer la relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad para crear microempresas en los estudiantes. La metodología fue de enfoque cuantitativo, el tipo básica, el diseño fue no experimental,

transeccional y correlacional. La muestra estuvo integrada por 184 estudiantes, quienes fueron encuestados. Los resultados fueron que, la actitud emprendedora de los estudiantes fue de un nivel alto de 77.7% y la capacidad de los estudiantes fue de un nivel alto de 57,6%. La conclusión fue que, existe relación directa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas con un coeficiente de correlación positivo de 0,770.

Farfán (2016) en su investigación “Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración”. Universidad César Vallejo. Lima, Perú. La finalidad fue determinar la influencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios. La metodología fue de enfoque cuantitativo, el diseño fue no experimental, el nivel descriptivo-explicativo y el método hipotético-deductivo. La muestra estuvo integrada por 229 estudiantes, quienes fueron encuestados. Los resultados fueron que, la capacidad emprendedora fue de nivel medio de 55% y la actitud de iniciativa para planificar negocios presentó un nivel medio de 59.8%. La conclusión fue que, las capacidades emprendedoras tuvieron una influencia positiva en la actitud para planificar negocios en un nivel medio de 55%

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

Identificar el nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Analizar la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Establecer la relación entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Establecer la relación entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Establecer la relación entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Establecer la relación entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

1.4. Justificación

En la presente investigación se tuvo una justificación desde una perspectiva teórica, porque se consideró las diversas definiciones sobre la actitud emprendedora y la capacidad de crear un negocio las cuales, al ser aplicadas a un determinado contexto, que en este caso en el distrito de Lima se obtuvo resultados que brindaron un respaldo a la literatura existente y así contrarrestar las hipótesis formuladas. Respecto a los resultados que se obtuvo pueden ser empleados con otras investigaciones que presenten un problema similar.

Respecto a la justificación desde un punto de vista social, los principales beneficiados fueron los pobladores entre 25 a 34 años que residen en el distrito de Lima, dado que las autoridades de instituciones como ProInnovate o el Ministerio de Producción por medio de programas como Start-Up Perú podrán tener una idea clara sobre el nivel de las actitudes emprendedoras y la capacidad para crear un negocio de la población y con base a ello en un futuro implementar talleres o capacitaciones a fin de brindar información sobre el tema, para así lograr un mayor desarrollo económico y social en el país.

Sobre la justificación práctica se indagó sobre un tema que se presenta actualmente ante la crisis económica generada por el Covid 19, por lo que con el desarrollo de la presente

investigación se espera poder identificar cuales es el nivel de las actitudes emprendedoras que presenta la población y si se encuentra asociada con la creación de un negocio y con base a ello las autoridades correspondientes puedan tomar acciones correspondientes en el futuro a fin de que brinde apoyo a la población que desea emprender algún negocio.

El estudio se justifica desde una perspectiva metodológica porque se diseñaron los instrumentos que permitieron medir las variables bajo análisis. Asimismo, los instrumentos presentaron una confiabilidad y validez con el propósito de que puedan ser empleados por otras investigaciones que presenten hechos o situaciones similares.

Finalmente, el presente estudio es relevante porque se obtuvo resultados que permitieron conocer el nivel de actitud emprendedora y la capacidad de crear un negocio de las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima y con ello poder determinar la relación entre las variables, lo cual permitirá a las instituciones vinculadas con el emprendimiento plantear estrategias que permitan incrementar las capacidades emprendedoras de la población. Asimismo, el estudio es viable porque se contó con la información necesaria para analizar cada una de las variables bajo estudio, además se contó con los recursos económicos y el tiempo para el desarrollo de la presente investigación.

El estudio es trascendente porque benefició a la sociedad bajo estudio, dado que pudieron conocer la situación real en que se encuentra la actitud emprendedora y la capacidad de crear un negocio, lo cual servirá de base para futuras investigaciones y para organizaciones que busquen mejorar esos aspectos dentro de la población del distrito de Lima. Por otro lado, el presente estudio presenta originalidad, dado que indagó temas novedosos, además que la información presentada fue debidamente citada, lo cual le brinda autenticidad a la investigación.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

1.5.2. Hipótesis específicas

Existe un nivel bajo del nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Existe un nivel bajo de la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Existe relación significativa entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Existe relación significativa entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Existe relación significativa entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Existe relación significativa entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1. *Actitud*

La actitud se considera como el comportamiento que es producto de la conducta anímica o individual del actuar y sentir de las personas. Por lo que, la actitud se considera como un estado de ánimo que se encuentra vinculado con la motivación de cada persona y dentro del ámbito profesional, se considera como un elemento que orienta o direcciona hacia la actitud emprendedora (Reyes y Hidalgo, 2020, p.94).

La actitud es el estado neuronal y mental que se adquiere por medio de la experiencia, la cual ejerce cierto nivel de influencia en el comportamiento de los individuos (Villacis et al., 2018, párr.7). La actitud es un elemento que permite explicar el comportamiento de los individuos, además es la tendencia de reaccionar de manera adecuada o no según al objeto. Una actitud hacia un cierto comportamiento se considera como una evaluación negativa o positiva de dicho comportamiento (Widayat & Ni'matuzahroh, 2017, p.47).

La actitud se considera como una característica o rasgo de la personalidad de los individuos, además es su manera de reaccionar frente a determinadas situaciones o aspecto de la vida. Asimismo, es un procedimiento que se direcciona a un comportamiento individual y determinan el estado anímico de cada persona (Cornejo et al., 2018, p.4). De manera general la actitud se integra por medio de tres componentes: cognitivo, afectivo y el comportamental (Cuartas et al., 2019, p.2).

2.1.1.1. Cognitivo. es la reunión de los conocimientos, experiencias, información, estereotipos, los cuales pueden ser juicios negativos o positivos.

2.1.1.2. Afectivo. está conformado por emociones, valores, satisfacciones, sentimientos y aversiones.

2.1.1.3. Comportamental. integrado por habilidades verbales, psíquicas, sociales, motoras y cognitivas.

2.1.2. Actitud emprendedora

La actitud emprendedora se define como la conducta constante que posee el administrador, quien aprovecha la variedad de los recursos y ocasiona resultados positivos de una determinada actividad, es decir son las personas quienes consideran en su actuar diario el segmento comportamental y emocional. La actitud emprendedora se vincula con la autoestima, la innovación, el control y el riesgo percibido de manera interna por el emprendedor (citado por Reyes y Hidalgo, 2020, p.94).

En general, la actitud es el espíritu emprendedor que permite predecir el comportamiento empresarial, en donde indica que las personas con una actitud correcta tienen mayor posibilidad de depender de sí mismos para administrar su propio negocio (Villacis et al., 2018, párr.7). Por otro lado, Revelo (2017) considera que la actitud emprendedora se determina en relación a la ética profesional, la proactividad que forman parte de la innovación, la empatía, la autonomía en la toma de riesgos en los retos (citado por Reyes y Hidalgo, 2020, pp.94-95).

La actitud emprendedora se considera como el sentido de proactividad, iniciativa, la perseverancia, visión de futuro en consecuencia del logro de determinados objetivos. Asimismo, la actitud emprendedora es la motivación y aceptar la responsabilidad de implementar pensamientos éticos en beneficio del logro de las metas trazadas. La actitud

emprendedora está conformada por una serie de características como la perseverancia, el no miedo al esfuerzo, la resiliencia (Rivadeneira & Cruz, 2020, p.470).

La actitud emprendedora es considerada como la personalidad, el valor, la preferencia y la creencia del espíritu emprendedor. Asimismo, se considera como un pensamiento, sentimiento y condiciones individuales hacia el emprendimiento. Por otro lado, la actitud emprendedora es un rasgo de personalidad que nace con cada persona, la cual incluye la orientación al logro, la estima emprendedora y la innovación (Abun et al., 2018, p.102).

2.1.2.1. Importancia de la actitud emprendedora. La actitud es el medio que permite conocer a profundidad hasta dónde puede llegar el comportamiento de las personas, actuar de una manera positiva, impulsado principalmente por la motivación. Asimismo, las actitudes positivas de las personas ocasionan la mayor atracción de oportunidades que permite ser adecuadamente aprovechadas con la finalidad de conseguir los objetivos planteados (Reyes y Hidalgo, 2020, p.94).

En los negocios o emprendimientos, la actitud es considerado como el arma principal de las personas, ya que permite la captación de los clientes, empleados y consumidores que son las piezas necesarias para el desarrollo de las actividades, es decir son el eje que dan vida a la entidad (Reyes y Hidalgo, 2020, p.94).

2.1.2.2. Modelo sistémico de la actitud emprendedora. El modelo sistémico considerado para el desarrollo de la actitud emprendedora, indica que el emprendedor debe de poseer un sentido crítico de la responsabilidad, la resiliencia para el cumplimiento de los objetivos, la motivación por el logro, la autoeficacia para la construcción de trabajo y la percepción de diversas oportunidades de negocio dentro de un determinado emprendimiento (Reyes y Hidalgo, 2020, p.96).

El modelo sistémico define al emprendimiento como la acción de crear, construir, diseñar y transformar un determinado negocio, con el propósito de resolver un problema y satisfacer o atender las diversas necesidades que puede ser de carácter personal, económico o social. Se caracteriza porque es necesario que se asuman ciertos retos, estrategias, planes, proyectos que el emprendedor pueda identificar (Reyes y Hidalgo, 2020, p.96).

2.1.2.3. Teoría de la Acción Razonada (TAR). Ajzen y Fishbein crearon el modelo en 1967 en donde consideran que la capacidad racional de las personas es un elemento fundamental para la correcta toma de decisiones, además que el comportamiento se encuentra bajo control de las personas, en donde la intención de llevar a cabo ciertos comportamientos conforma el predictor inmediato. Asimismo, las actitudes subjetivas son los que impulsan la intención y direccionan la realización de ciertos comportamientos (Fontaines et al., 2016, p.32).

Para el desarrollo de la actitud, es necesario analizar las experiencias de los individuos en relación con el objeto de la conducta y su resultado valorativo. Se considera que existen tres tipos de experiencias: (1) directas, se genera por la relación entre el sujeto y el objeto de la conducta, sin la intervención de otro elemento, (2) indirecta, se produce por la experiencia observada en otros, en donde los resultados se asumen como propios y (3) experiencia producto de la dinámica social, en donde adquiere la experiencia por a través de los medios de comunicación (Fontaines et al., 2016, pp.32-33).

2.1.2.4. Orientación de actitud emprendedora. Fue desarrollada por Robinson en donde considera que las actitudes emprendedoras se analizan de acuerdo con cuatro constructos que son: necesidad de logro (brindando resultados concretos con la creación y desarrollo de nuevos negocios), innovación en los negocios (funcionamiento de un negocio de manera única y nueva), control percibido (manera de influir en los resultados del negocio)

y autoestima (confianza para realizar un nuevo negocio) (citado por Santamaría et al., 2017, p.47). Las actitudes tendían a cambiar conforme pasaba el tiempo y las diversas situaciones que ocurrían en un contexto específico. Sin embargo, una vez que se midió la actitud de un individuo entonces se podía predecir sus acciones en un futuro (Krishnan, 2019, p.246).

Las personas que presentan una elevada necesidad de logro se desempeñan mucho mejor en la realización de actividades no rutinarias y tomando ciertas responsabilidades. Por otro lado, la innovación y comprensión se consideraron elementos fundamentales para el desarrollo del espíritu emprendedor. La escala se basa en el modelo tripartito de actitud (conativa, cognitiva y afectiva) hacia el emprendimiento (Krishnan, 2019, p.246).

2.1.2.5. Dimensiones de la actitud emprendedora

A. Necesidad de logro. Se considera como una característica básica de las personas emprendedoras, en donde destaca la realización de determinadas actividades que impliquen un esfuerzo o nivel superior; es decir, es la realización de actividades retadoras que requieran de ciertas competencias para lograr el éxito. Necesitan tener la libertad para actuar, ser responsables de sus actos y controlar las situaciones, las metas son retadoras, pero alcanzables y realistas, además realizan retroalimentación constante de sus actividades, para después modificar sus objetivos y alcanzar el éxito (Santamaría et al., 2017, p.48). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Enorgullecido por los logros: Es la satisfacción u orgullo que sienten los emprendedores por los logros alcanzados por sí mismo o por llevar a cabo nuevos desafíos que impliquen nuevos logros (Morán y Menezes, 2016, p.32).

- Esfuerzo concienzudo: Es la realización de actividades que impliquen un esfuerzo adicional y minucioso para lograr los objetivos esperados, es decir es el desempeño adicional para alcanzar las metas (Ordoñez et al., 2017, p.5).
- Metas retadoras: Es el fin hacia donde se quiere llegar, muchas veces significan un reto para la persona, sin embargo, se puede alcanzar por medio de un mayor desempeño asegurando así los resultados de manera oportuna (Malpica et al., 2014, p.81).

B. Innovación. Se define como la creación de novedosos y nuevos productos, sectores de mercado, métodos o una nueva organización, es decir son las acciones de actividades comerciales totalmente nuevas y únicas (Krishnan, 2019, p.246). Es la realización de actividades o acciones totalmente nuevas para el negocio. Asimismo, la innovación se encuentra impregnada de una serie de riesgos e incertidumbre como factores que limitan e impulsan la decisión que realiza el emprendedor (Santamaría et al., 2017, p.48). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Acciones novedosas: Es la realización de acciones diferentes, trayendo la probabilidad de nuevas oportunidades y desafíos a las actividades que se realizan para el emprendimiento, además ejecuta e implementa nuevas acciones para el desarrollo de un nuevo negocio (Reyes y Hidalgo, 2020, p.97).
- Creación de ideas: El emprendedor tiene que tener la predisposición de generar nuevos conceptos o ideas nuevas, además de satisfacer las expectativas de servicios o productos que se desea brindar. De manera general,

es la creación ideas y pensamientos novedosos que enriquezcan la inspiración y se logre la materialización de las ideas (Reyes y Hidalgo, 2020, p.96).

C. Control percibido. Es el elemento que indica que el individuo posiciona el control de su vida. El control percibido se da de manera interna si la persona considera que los logros alcanzados son producto de su esfuerzo o por sí mismos. Mientras que será de manera externa cuando considera que las actividades realizadas no generan cambios en los resultados que se esperan obtener. Las personas que tienen un control percibido interno son consideradas más persuasivas, relacionan el esfuerzo con nuevas ideas, olvidan los fracasos y buscan más información sobre un tema (Santamaría et al., 2017, p.49). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Esfuerzo propio: Son aquellas actividades que realizan por sí mismas las personas con la finalidad de alcanzar un determinado objetivo deseado. Asimismo, considera que realizan las actividades con el propio esfuerzo, sin esperar que otros lo realicen (Santamaría et al., 2017, p.49).
- Creación de oportunidades: Es la actitud imaginativa que facilita la generación de nuevas oportunidades que permitan resolver los problemas identificados (Durán & Arias, 2016, p.87).

D. Autoestima. Es la evaluación que se realiza de sí mismo, también es la confianza de las propias capacidades para afrontar y pensar los desafíos que se producen de manera diaria. Una de las características que presentan las personas con autoestima positiva es que buscan la realización de ciertos objetivos exigentes que produzcan un estímulo para lograrlos. La autoestima es un elemento importante, puesto que permite que las personas puedan

superar límites u obstáculos hasta convertirse en emprendedoras (Santamaría et al., 2017, p.49). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- **Confianza en sí mismo:** Es la capacidad de las personas de tener la seguridad de sí mismo y de los talentos que posee de manera realista. De manera general, es el saber de las personas que son capaces de enfrentar las diversas situaciones que se presentan (Zenteno, 2017, p.43).
- **Consciencia de sí mismo:** Es asumir una actitud proactiva, a no limitarse a resolver los problemas que se presentan. Asimismo, es la aceptación de los errores y corregirlos. Se considera que vivir de consciencia indica ser reflexivos y conocernos profundamente para la toma de decisiones (Zenteno, 2017, p.46).

2.1.3. Capacidad de crear un negocio

Es la habilidad, conocimiento y destrezas de las personas para aprovechar diversas oportunidades que se presentan y asumen los riesgos de crear algún negocio dentro del entorno en particular. Asimismo, se relaciona la creatividad y la innovación por medio de las actividades de planificar, organizar y direccionar los proyectos orientados en los propósitos que se busca lograr (Jordán et al., 2016, p.244).

Se considera como las destrezas que poseen los individuos o las condiciones favorables que permiten el desarrollo del emprendimiento; es decir, es la capacidad de obtener los conocimientos sobre los diversos procesos de creación de un negocio, además tiene el punto de vista que el mismo es viable para lograr el éxito (Nuñez et al., 2017, p.44).

Son un conjunto de actitudes y conductas que caracterizan el perfil individual direccionado a la innovación, la autoconfianza, la creatividad, la responsabilidad y el manejo del riesgo. De manera general, son las habilidades que poseen los emprendedores para la

creación de un determinado negocio. Por otro lado, se considera como la capacidad que poseen las personas para aprovechar oportunidades que le permitan el inicio de una empresa, independientemente de las condiciones o recursos que tenga bajo su disposición (Ovalles et al., 2018, p.221).

Por otro lado, se puede definir como las características y facultades que se interrelacionan entre sí, produciendo un comportamiento único, lo que significa que cada persona posee una serie de características que le permiten desempeñarse o una cualidad individual que produce la realización de una labor de manera exitosa. Son comportamientos, competencias y atributos empresariales que permiten la creación de nuevos negocios o empresas, además generan valor en el sector público o privado (Penaluna, 2018, p.7).

Se considera como las aptitudes y recursos que posee una persona para desempeñar de manera eficiente las actividades o procesos que le permitirán la creación de un determinado negocio. De forma general, se considera como la habilidad de las personas para actuar de manera perseverante y con iniciativa propia para crear un negocio o brindar soluciones innovadoras (Penaluna, 2018, p.8).

2.1.3.1. Importancia de la capacidad de crear un negocio. Desde un punto de vista económico la capacidad emprendedora se encuentra vinculada con el rendimiento de las entidades, de determinados sectores económicos y el país, mientras que desde un punto de vista sociológico se enfoca en el análisis de rasgos individuales. En ese sentido, diversos sectores empresariales están direccionados en el desarrollo de la capacidad emprendedora de la población, por medio de la generación de estímulos a nivel personal como familiar. En base a lo mencionado anteriormente, la importancia de la capacidad de crear empresa radica en que desarrolla la habilidad para la movilización de diversos recursos, la generación de empleo, la innovación y la creación de nuevos negocios (Jordán et al., 2016, p.243).

La población con capacidad de emprender es racional y se centra en la realización de sus actividades o labores de manera eficiente, tomando decisiones de acuerdo a los beneficios que puede obtener. Por lo que se vincula con un adecuado perfil para la creación de nuevos negocios. Asimismo, la capacidad emprendedora es importante porque depende de la creencia que posea sobre su nivel de habilidades, conocimientos y el contexto en donde se encuentre. Por lo que su forma de actuar depende de las oportunidades que busca lograr (Jordán et al., 2016, pp.243-244).

Por otro lado, el fortalecimiento de la capacidad de crear un negocio es importante porque influye en el desarrollo constante y crecimiento económico del país, por medio de la aportación de habilidades y conocimientos que generen el mejor desempeño empresarial. Además, permite asegurar el bienestar de los individuos, creación de nuevas empresas, el desarrollo de la innovación y creatividad e incluso la creación de nuevos puestos de trabajo. Si se pone en práctica la capacidad emprendedora se cumplen con las ideas o proyectos individuales o de terceros (Jordán et al., 2016, p.244).

2.1.3.2. Teoría de la capacidad de crear un negocio. La teoría de la innovación de Schumpeter caracteriza a un emprendedor con estas dos capacidades: innovador o creativo y prospectivo. Lo mencionado indica que el emprendimiento se basa en la creación de un nuevo producto, buscando un mercado existente o nuevo para un determinado producto. Asimismo, la teoría del espíritu empresarial de Schumpeter se basa más en el beneficio de los innovadores e ignora el aspecto de las capacidades organizativas o lo que se necesita para que las personas emprendedoras lleven a cabo una actividad exitosa (Eunice, 2018, p.7).

En oposición con la teoría desarrollada por Schumpeter, aparece Alfred Marshall indicando que los emprendedores son el elemento que impulsa y une el trabajo, la tierra, el capital y la organización. Por lo tanto, las capacidades de un emprendedor deben estar

conformado por la comprensión del mercado, la previsión, y capacidad para la identificación de diversas oportunidades (Eunice, 2018, pp.7-8).

Otro estudio de (Stevenson, 1993) sostiene que el emprendedor necesita una habilidad innovadora que forma parte de las habilidades cognitivas como la creatividad; las habilidades conductuales como las habilidades para resolver problemas son el tipo de habilidad cognitiva. El estudio sostiene además que la razón principal por la que los emprendedores tienen éxito es su capacidad para imaginar, innovar y solucionar los desafíos de su entorno (Eunice, 2018, p.8).

La investigación realizada por Whetten y Cameron clasifican estas capacidades en tres grupos, los cuales son: capacidades de gestión personales, interpersonales y básicas. El personal de nivel gerencial es más adaptable y usa el apoyo social de forma constructiva. Asimismo, para el análisis de las capacidades de los emprendedores se considera la comunicación, resolución de problemas, liderazgo, pensamiento creativo y trabajo en equipo como lo identifica (Eunice, 2018, p.8).

2.1.3.3. Dimensiones de la capacidad de crear un negocio

A. *Capacidad creativa.* La creatividad es el desarrollo de soluciones correctas y nuevas, es decir es la capacidad de producir un trabajo nuevo o único que se ajusta a algunas restricciones de asignación. Deducir de estas definiciones es bastante obvio que la creatividad describe ideas novedosas y valiosas. Según Schumpeter, la creatividad y la innovación van de la mano. Por tanto, la creatividad oculta las ideas y la innovación las implementa (Eunice, 2018, p.9). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- **Creatividad:** Es la capacidad de las personas para establecer ideas o conceptos de manera única o diferente, cuyo resultado es revolucionario y generan múltiples posibilidades, es decir es la creación de ideas útiles y novedosas (Hernández et al., 2015, p.139).

- Innovación: Es la capacidad de tomar ideas creativas para transformarlas en un producto o servicio que sea de utilidad. Las personas innovadoras tienen un elevado nivel de compromiso, requieren de un esfuerzo en el proceso de pensamiento, además poseen fluidez de palabra y son flexibles en sus pensamientos (Hernández et al., 2015, p.139).

B. Capacidad de resolver problemas. La resolución de problemas es la capacidad de utilizar hechos, conocimientos y datos de manera eficiente para resolver cualquier complicación. Los emprendedores deben ser adaptadores e innovadores, es decir, esforzarse por hacer las cosas mejor (adaptador) y de manera diferente (innovación). Es el proceso de buscar la mejor respuesta a un tema desconocido. Los emprendedores enfrentan varios problemas al administrar sus pequeñas o medianas empresas. Sin embargo, la capacidad de desarrollar una solución en poco tiempo es una habilidad extraordinaria. Además, se describió a los emprendedores como un solucionador de problemas que busca resolver las dificultades económicas o personales con los estilos adecuados (Eunice, 2018, pp.9-10). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Soluciones innovadoras: Es el planteamiento de soluciones novedosas e innovadoras que permitan responder a las necesidades de la sociedad de manera oportuna (Hernández et al., 2016, p.172).
- Eficacia: Es la capacidad de las personas para buscar soluciones esperadas de manera satisfactoria, es decir es la destreza para identificar el problema, tomar las medidas correspondientes y encontrar la solución apropiada (Davidescu et al., 2020, p.18).

C. Capacidad de trabajo en equipo. La persona con una ventaja en el espíritu empresarial podría encontrar lo mejor para especializarse en la creación de empresas y la administración que alguien calificado en gestión. Por lo tanto, el emprendedor exitoso aprovecha el trabajo en equipo para permitir el crecimiento y el éxito de su empresa. El emprendedor con proyectos de alta calidad necesita un socio para un asistente financiero o desarrollo de ideas. Por otro lado, el trabajo en equipo es efectivo para superar desafíos (Eunice, 2018, p.10). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Compromiso: Es la capacidad de las personas para tomar conciencia sobre la importancia de cumplir con determinadas actividades. Las personas comprometidas implementan al máximo sus capacidades a fin de lograr sus objetivos, es decir dan lo mejor de sí para cumplir con sus actividades (Ayoví, 2019, p.70).

- Sinergia: Es la cooperación entre personas con la finalidad de alcanzar un determinado objetivo, es decir es la realización de determinadas actividades de manera conjunta, por medio de la organización y comprensión entre los integrantes con el propósito de lograr un objetivo determinado (Lindsjørn et al., 2016, .276).

D. Capacidad de comunicación. La comunicación es una habilidad social esencial para el crecimiento empresarial. El efecto de la comunicación en el crecimiento empresarial depende de algunas prácticas que deberían aplicarse. La comunicación es el acto de transferir ideas para asegurar un significado claro. Por lo tanto, esto depende de habilidades particulares como escuchar, hablar y escribir. Esta habilidad única ayudará al empresario a transmitir información a sus clientes mediante el uso de palabras, anuncios, lenguaje

corporal, informes, etc. (Eunice, 2018, p.11). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Relaciones interpersonales: Es la habilidad de generar asociaciones entre dos o más personas dentro de un contexto en particular. Las interrelaciones permiten el desarrollo de la comunicación con proveedores, clientes, subordinados, entre otros (Isaac & Mason, 2016, p.193).
- Contribución de ideas: Es la habilidad para aportar nuevas ideas, además de dar a conocer las experiencias o conocimientos para la realización de determinadas actividades, lo cual podría beneficiar a la creación de un negocio (Lindsjörn et al., 2016, .275).

E. Capacidad de liderazgo. El liderazgo es la capacidad para sostener la innovación y adaptarse a un entorno incierto. La calidad de vida laboral es más efectiva para los empleados cuando se trabaja bajo un estilo de liderazgo específico. Los líderes necesitan la capacidad de hacer crecer sus negocios, agitando a su equipo asegurando una comunicación adecuada, apreciando las opiniones de otros y alentando las contribuciones (Eunice, 2018, p.11). Al respecto, se consideran los siguientes indicadores:

- Integración: Es la participación de todas las personas que forman parte de las actividades diarias de una determinada entidad o negocio. La capacidad de integración es ser parte de forma coordinada de las labores empresariales con el propósito de alcanzar un objetivo en particular (Isaac & Mason, 2016, p.196).
- Toma de decisiones: Es el procedimiento de seleccionar entre diversas alternativas la más apropiada con la finalidad de que resuelva una determinada

situación. La toma de decisiones mejora el estatus de la persona dentro de un determinado contexto laboral (Isaac & Mason, 2016, p.193).

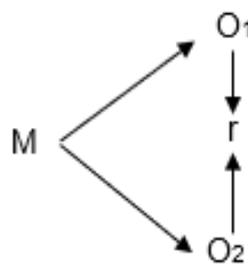
III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

Respecto al tipo de investigación fue básica, debido a que el principal interés es la indagación de diversas definiciones de las variables bajo análisis, además su propósito es otorgar un respaldo a la información considerada en el estudio e incluso sirve de soporte para las investigaciones aplicadas (Ñaupas et al., 2018, p.136).

El diseño fue no experimental porque no se cambió la información recopilada, es decir se limitó a observar el comportamiento de las variables bajo estudio, para luego analizarlas (Hernández y Mendoza, 2018, p.174). El corte del estudio fue transversal, dado que la recopilación de los datos se llevó a cabo en un solo periodo (Hernández y Mendoza, 2018, p.176).

El nivel fue descriptivo correlacional, debido a que su propósito es describir y determinar la asociación entre dos o más variables o categorías. Asimismo, pretende establecer el comportamiento de una variable frente a otra variable relacionada (Hernández y Mendoza, 2018, p.110).



Dónde:

M = Muestra

O1 = Nivel de actitud emprendedora

O2 = Capacidad de crear un negocio

r = Relación

3.2. Ámbito temporal y espacial

El presente estudio se llevó a cabo en el periodo 2021 y la recolección de la información se realizó en el distrito de Lima.

3.3. Variables

3.3.1. Variable 1. Nivel de actitud emprendedora

Es considerada como la personalidad, el valor, la preferencia y la creencia del espíritu emprendedor. Asimismo, se considera como un pensamiento, sentimiento y condiciones individuales hacia el emprendimiento (Abun et al., 2018, p.102).

3.3.2. Variable 2. Capacidad de crear un negocio

Es la habilidad, conocimiento y destrezas de las personas para aprovechar diversas oportunidades que se presentan y asumen los riesgos de crear algún negocio dentro del entorno en particular (Jordán et al., 2016, p.244).

3.3.3. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Actitud emprendedora	Es considerada como la personalidad, el valor, la preferencia y la creencia del espíritu emprendedor. Asimismo, se considera como un pensamiento, sentimiento y condiciones individuales hacia el emprendimiento (Abun et al., 2018, p.102).	De acuerdo con Robinson las actitudes emprendedoras se analizan de acuerdo con cuatro constructos que son: necesidad de logro, innovación, control percibido y autoestima (citado por Santamaría et al., 2017, p.47).	Necesidad de logro	Enorgullecido por los logros	Ordinal
				Esfuerzo concienzudo	
				Metas retadoras	
			Innovación	Acciones novedosas	
				Creación de ideas	
			Control percibido	Esfuerzo propio	
				Creación de oportunidades	
			Autoestima	Confianza en sí mismo	
Consciencia de sí mismo					
Capacidad de crear un negocio	Es la habilidad, conocimiento y destrezas de las personas para aprovechar diversas oportunidades que se presentan y asumen los riesgos de crear algún negocio dentro del entorno en particular (Jordán et al., 2016, p.244).	Las capacidades de crear un negocio se analizarán por medio de la comunicación, resolución de problemas, liderazgo, creatividad y trabajo en equipo (Eunice, 2018, p.8).	Capacidad creativa	Creatividad	Ordinal
				Innovación	
			Capacidad de resolver problemas	Soluciones innovadoras	
				Eficacia	
			Capacidad de trabajo en equipo	Compromiso	
				Sinergia	
			Capacidad de comunicación	Relaciones interpersonales	
				Contribución de ideas	
Capacidad de liderazgo	Integración				
	Toma de decisiones				

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Es el total de sujetos que tienen características semejantes, de las cuales se pretende obtener información a fin de cumplir con los objetivos del estudio. La población de investigación se caracteriza por conformar un mismo lugar y tiempo (Ñaupas et al., 2018, p.136). La población estuvo conformada por 42 172 personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima (Ministerio de Salud, 2016).

3.4.1.1. Criterios de selección

A. Criterios de inclusión

- Personas de 25 a 34 años de edad
- Personas que viven en el distrito de Lima
- Personas que acepten formar parte del estudio

B. Criterios de exclusión

- Personas con edades inferiores o superiores a 25 a 34 años de edad
- Personas que pertenecen a otros distritos de Lima
- Personas que no acepten formar parte del estudio

3.4.2. Muestra

Parte de la población que contiene las mismas características y particularidades necesarias para la obtención de datos relevantes y así cumplir con el desarrollo del estudio. Asimismo, la muestra es representativa porque existe la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos (Ñaupas et al., 2018, p.334).

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = muestra

N= población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = error de estimación máximo aceptado

$$n = \frac{42172 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (42172 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 381$$

La muestra de la investigación estuvo conformada por 381 personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima.

3.5. Instrumentos

El instrumento fue el cuestionario, el cual es una modalidad de la técnica de la encuesta, además estuvo conformado por una serie de ítems o interrogantes que permitió la recolección de la información y así cumplir con los objetivos de la investigación. Asimismo, los ítems o preguntas de los cuestionarios se realizan en función a los indicadores o dimensiones de las variables bajo estudio (Ñaupas et al., 2018, p.291).

La variable actitud emprendedora estuvo conformada por 16 ítems distribuidos en 4 dimensiones, la primera dimensión es necesidad de logro (5 ítems), la dimensión innovación (4 ítems), la dimensión control percibido (3 ítems) y la dimensión autoestima (4 ítems). Asimismo, la escala es ordinal de tipo Likert con 5 valoraciones

(totalmente en desacuerdo, desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo).

Por otro lado, el cuestionario de la variable capacidad de crear un negocio estuvo conformada por 18 ítems distribuidos en 5 dimensiones, la primera dimensión es capacidad creativa (4 ítems), la dimensión capacidad de resolver problemas (4 ítems) y la dimensión capacidad de trabajo en equipo (3 ítems), capacidad de comunicación (4 ítems) y capacidad de liderazgo (3 ítems). Asimismo, la escala es ordinal de tipo Likert con 5 valoraciones (totalmente en desacuerdo, desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo).

3.6. Procedimientos

Respecto al procedimiento de recolección de datos se inició con la aplicación de los instrumentos a la población de 25 a 34 años en el distrito de Lima, lo cual se realizó de forma presencial y virtual (mixta) donde tuvieron una duración aproximada de 15 minutos. La aplicación presencial se hizo respetando los protocolos de seguridad y el distanciamiento social y la aplicación virtual mediante un formulario web de Google. Asimismo, a la información que se recolectó se le realizó un análisis y tratamiento respectivo con el propósito de cumplir con los objetivos planteados en el estudio.

3.7. Análisis de datos

Posterior a la recolección de los datos se inició con el análisis de los mismos, para lo cual se diseñó una data en el programa de Microsoft Excel, además se empleó la estadística descriptiva, en donde los datos fueron presentados por medio de tablas de frecuencia y porcentajes con su respectiva interpretación. Se empleó la estadística inferencial por medio del programa estadístico *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*, en donde se realizó la prueba de normalidad, la confiabilidad de Alfa de

Cronbach de los instrumentos y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para cumplir con los objetivos de la investigación.

3.8. Consideraciones éticas

En la presente investigación se tomó en cuenta el derecho del autor para cada definición empleada a lo largo del estudio, lo que significa que la información presentada sigue los parámetros establecidos por las normas *Asociación Americana de Psicología (APA)*.

Los principios éticos que se consideran en el presente estudio son los de beneficencia, autonomía y justicia (Moli et al., 2018, p.1). Los cuales se indican a continuación:

- Se informó a los participantes sobre la finalidad del estudio.
- Los cuestionarios son de carácter anónimo, además se brinda la seguridad de que la información solo fue empleada para fines académicos.
- Se brindó un trato igualitario a todos los participantes de la muestra.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados descriptivos

Identificar el nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 1

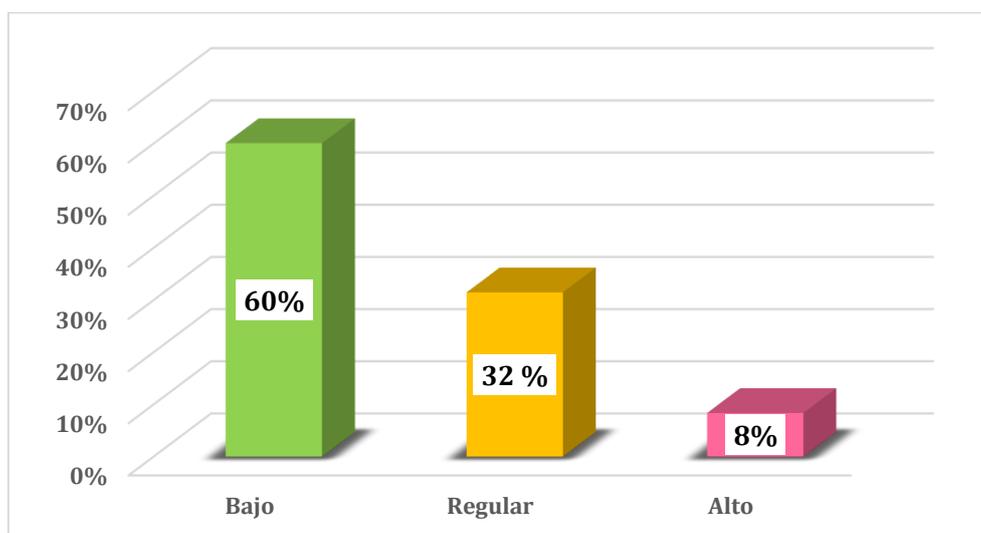
Necesidad de logro

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	12	229	60%
Regular	13	20	120	32%
Alto	21	25	32	8%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Figura 1

Necesidad de logro



Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

De acuerdo con los resultados de la tabla 1 y figura 1 se obtuvo que el 60% de los encuestados consideran que la necesidad de logro se encuentra en un nivel bajo porque no se esfuerza en aprovechar los recursos disponibles para iniciar un emprendimiento, además que no se siente motivado para alcanzar las metas retadoras que necesita para lograr el éxito en una idea de negocio. Mientras que el 32% manifestó

que la necesidad de logro presenta un nivel regular y el 8% de los encuestados indicaron que la necesidad de logro está en un nivel alto.

Tabla 2

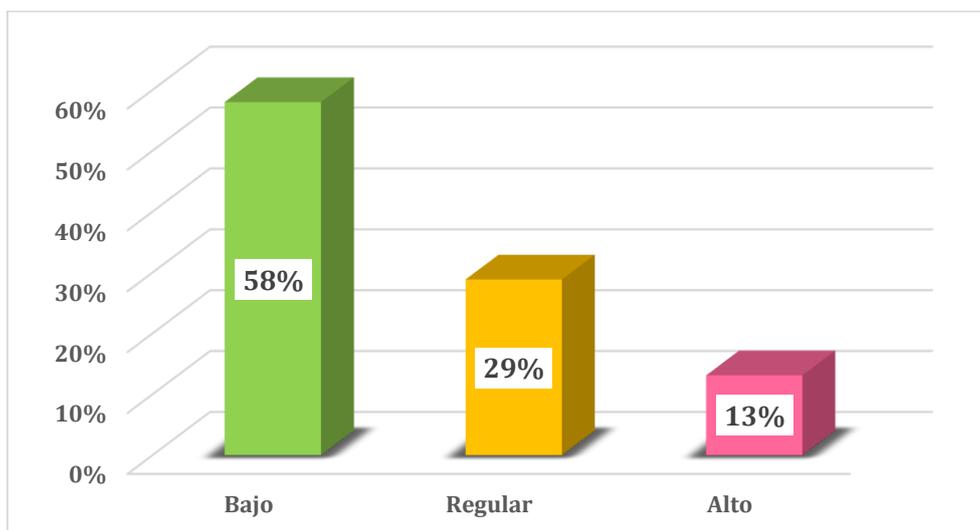
Innovación

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	9	221	58%
Regular	10	15	110	29%
Alto	16	20	50	13%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Figura 2

Innovación



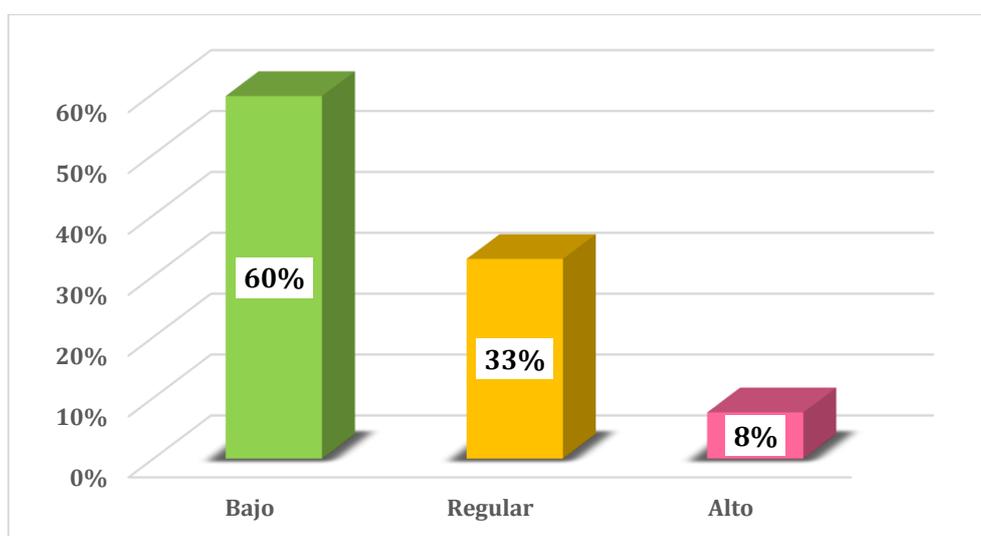
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Según con los resultados de la tabla 2 y figura 2 se obtuvo que el 58% de los encuestados consideran que la innovación se encuentra en un nivel bajo porque no se siente motivado para realizar actividades novedosas o inusuales y no se siente emocionado para desarrollar nuevas ideas de negocio. Mientras que el 29% manifestó que la innovación presenta un nivel regular y el 13% de los encuestados indicaron que la innovación está en un nivel alto.

Tabla 3*Control percibido*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	7	227	60%
Regular	8	12	125	33%
Alto	13	15	29	8%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Figura 3*Control percibido*

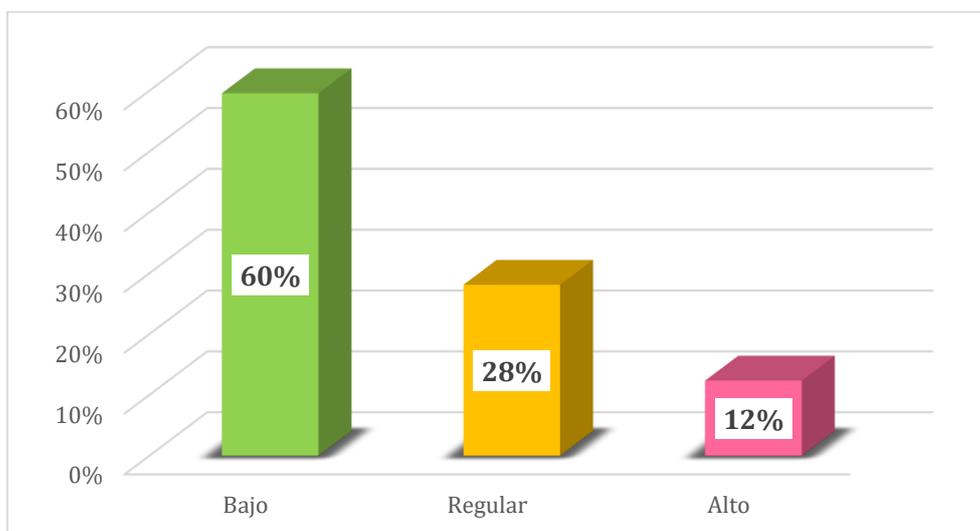
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Conforme con los resultados de la tabla 3 y figura 3 se obtuvo que el 60% de los encuestados consideran que el control percibido se encuentra en un nivel bajo porque no se esfuerza al máximo hasta hacer realidad una idea de negocio, además que no ha obtenido oportunidades de negocio que le permitan lograr sus metas. Mientras que el 33% manifestó que el control percibido presenta un nivel regular y el 8% de los encuestados indicaron que el control percibido está en un nivel alto.

Tabla 4*Autoestima*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	9	227	60%
Regular	10	15	107	28%
Alto	16	20	47	12%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Figura 4*Autoestima*

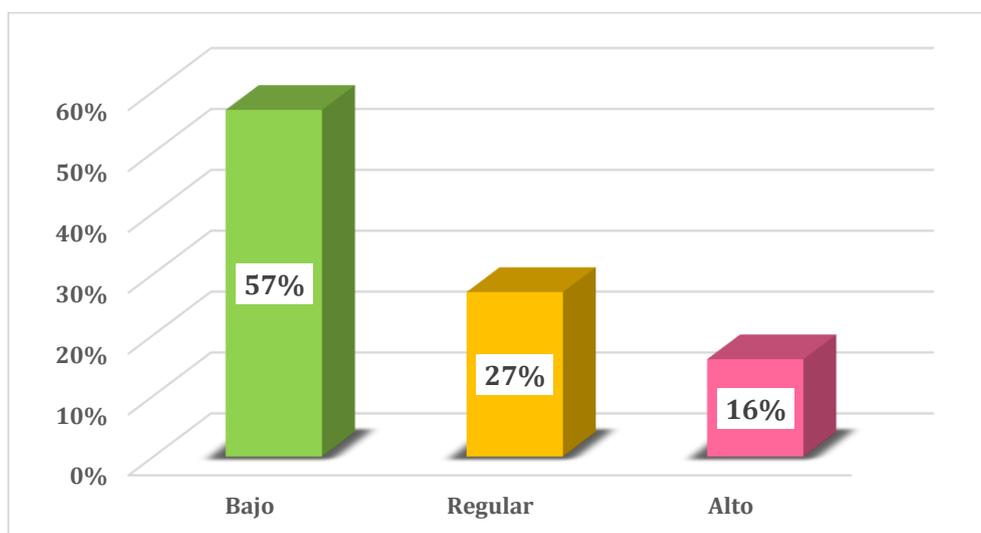
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Conforme con los resultados de la tabla 4 y figura 4 se obtuvo que el 60% de los encuestados consideran que la autoestima se encuentra en un nivel bajo porque no confía que logrará sus metas o ideas planteadas, dado que no tiene la actitud para asumir responsabilidades en un emprendimiento, además no tiene los conocimientos necesarios para emprender un negocio y no se siente seguro de sus capacidades para emprender. Mientras que el 28% manifestó que la autoestima presenta un nivel regular y el 12% de los encuestados indicaron que la autoestima está en un nivel alto.

Tabla 5*Nivel de actitud emprendedora*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	16	36	217	57%
Regular	37	57	103	27%
Alto	58	80	61	16%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

Figura 5*Nivel de actitud emprendedora*

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario actitud emprendedora

De acuerdo con los resultados de la tabla 5 y figura 5 se obtuvo que el 57% de los encuestados consideran que el nivel de actitud emprendedora es bajo porque no se esfuerza en aprovechar los recursos disponibles para iniciar un emprendimiento, debido a la falta de motivación para realizar actividades novedosas, además que no ha obtenido oportunidades de negocio que le permitan lograr sus metas, asumir responsabilidades en un emprendimiento y no sienten seguros de sus capacidades para emprender. Mientras que el 27% manifestó que el nivel de actitud emprendedora es regular y el 16% de los encuestados indicaron que el nivel de actitud emprendedora es alto.

Analizar la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 6

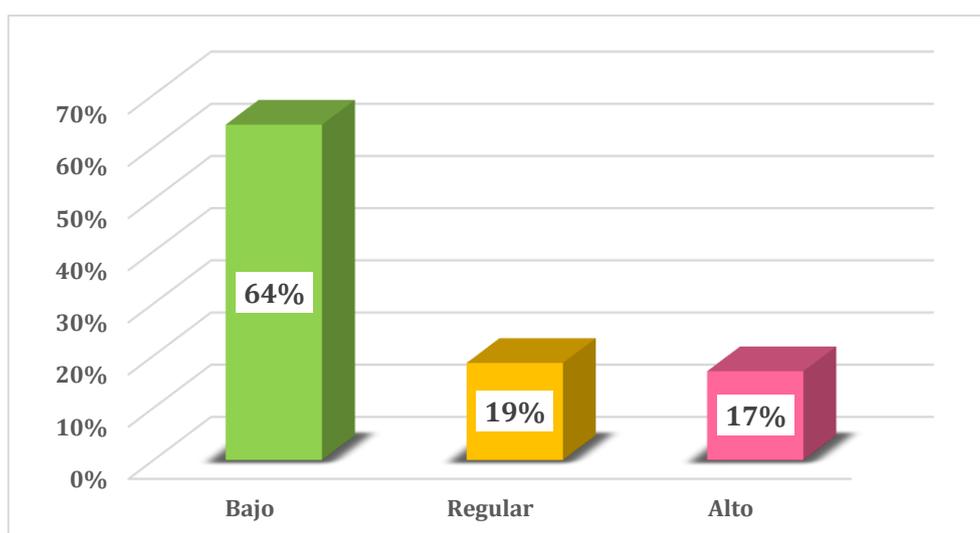
Capacidad creativa

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	9	245	64%
Regular	10	15	71	19%
Alto	16	20	65	17%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Figura 6

Capacidad creativa



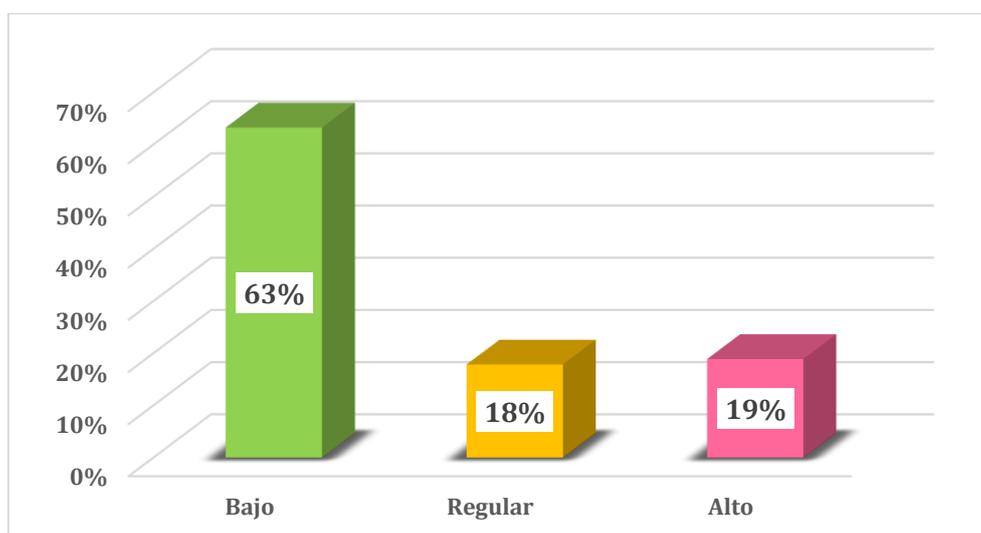
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Según con los resultados de la tabla 6 y figura 6 se obtuvo que el 64% de los encuestados consideran que la capacidad creativa se encuentra en un nivel bajo porque no pueden crear diversos proyectos de negocios, además no pueden innovar en diferentes ámbitos porque no cuentan con propuestas novedosas para crear un negocio. Mientras que el 19% manifestó que la capacidad creativa presenta un nivel regular y el 17% de los encuestados indicaron que la capacidad creativa está en un nivel alto.

Tabla 7*Capacidad de resolver problemas*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	9	241	63%
Regular	10	15	68	18%
Alto	16	20	72	19%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Figura 7*Capacidad de resolver problemas*

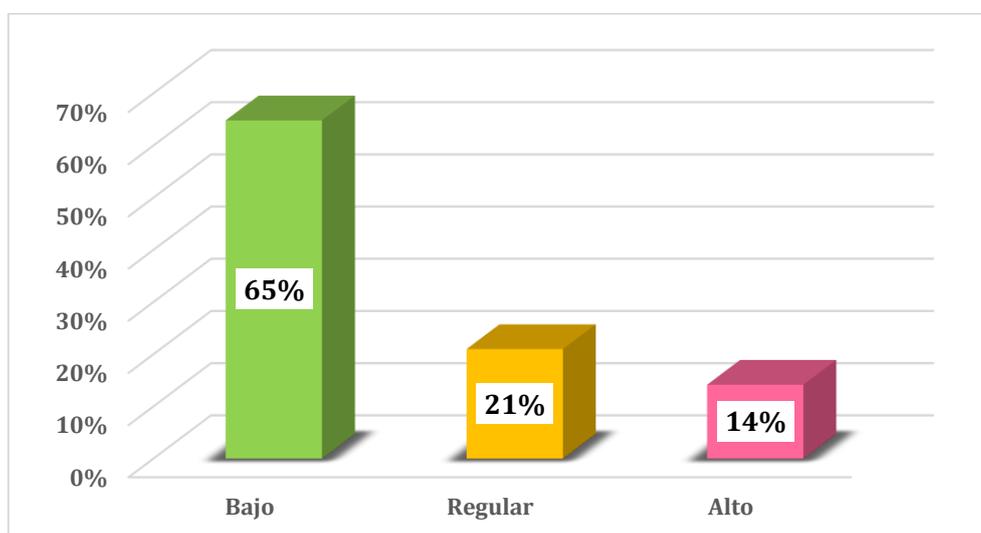
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Conforme con los resultados de la tabla 7 y figura 7 se obtuvo que el 63% de los encuestados consideran que la capacidad de resolver problemas se encuentra en un nivel bajo porque ante los problemas les dificulta hallar soluciones innovadoras para satisfacer las necesidades y no encuentran soluciones satisfactorias. Mientras que el 18% manifestó que la capacidad de resolver problemas presenta un nivel regular y el 19% de los encuestados indicaron que la capacidad de resolver problemas está en un nivel alto.

Tabla 8*Capacidad de trabajo en equipo*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	7	247	65%
Regular	8	12	80	21%
Alto	13	15	54	14%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Figura 8*Capacidad de trabajo en equipo*

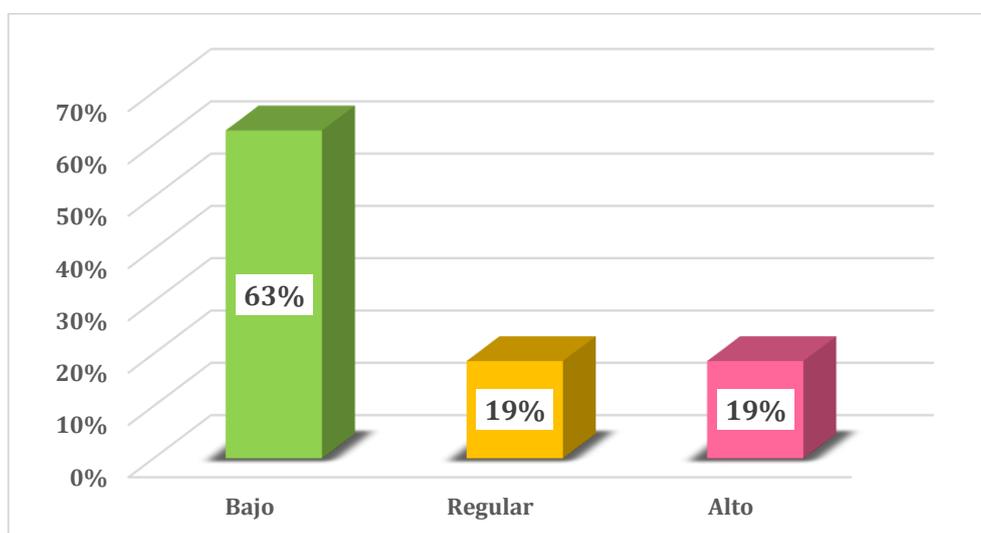
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Según con los resultados de la tabla 8 y figura 8 se obtuvo que el 65% de los encuestados consideran que la capacidad de trabajo en equipo se encuentra en un nivel bajo porque ante un proyecto de negocio no se compromete hasta lograrlo, dado que necesita el apoyo de otras personas, es decir falta el compromiso personal para el logro de los planes planteados. Mientras que el 21% manifestó que la capacidad de trabajo en equipo presenta un nivel regular y el 14% de los encuestados indicaron que la capacidad de trabajo en equipo está en un nivel alto.

Tabla 9*Capacidad de comunicación*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	9	239	63%
Regular	10	15	71	19%
Alto	16	20	71	19%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Figura 9*Capacidad de comunicación*

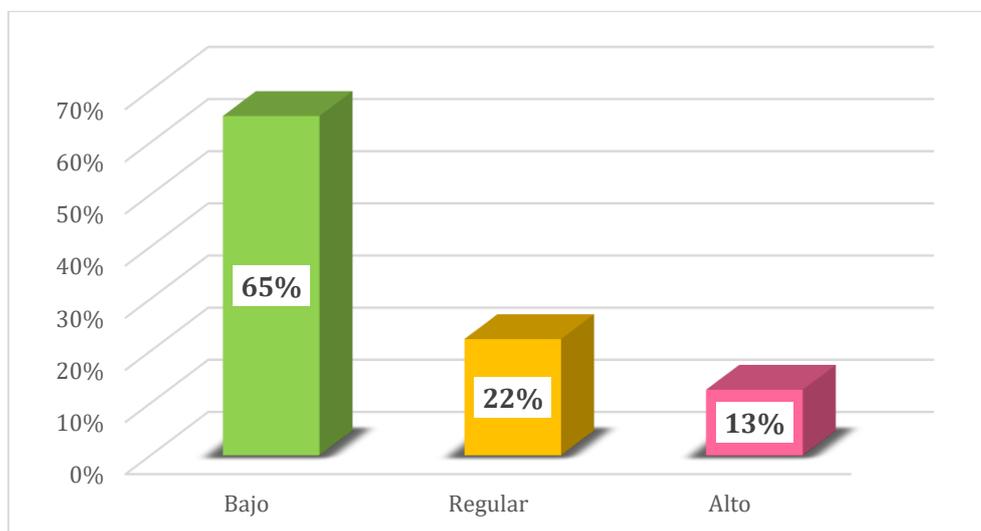
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Según con los resultados de la tabla 9 y figura 9 se obtuvo que el 63% de los encuestados consideran que la capacidad de comunicación se encuentra en un nivel bajo porque no se comunican con facilidad, no tienen buena relación social con los demás y no aporta con facilidad nuevas ideas para la creación de un negocio. Mientras que el 19% manifestó que la capacidad de comunicación presenta un nivel regular y el 19% de los encuestados indicaron que la capacidad de comunicación está en un nivel alto.

Tabla 10*Capacidad de liderazgo*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	7	248	65%
Regular	8	12	85	22%
Alto	13	15	48	13%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Figura 10*Capacidad de liderazgo*

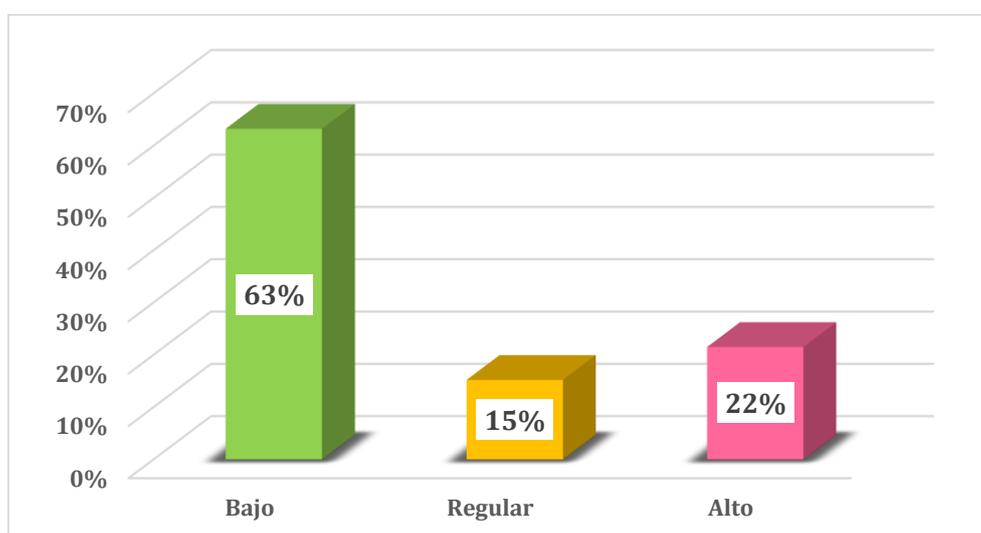
Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

De acuerdo con los resultados de la tabla 10 y figura 10 se obtuvo que el 65% de los encuestados consideran que la capacidad de liderazgo se encuentra en un nivel bajo porque no suelen liderar para la creación de un negocio, ya que las personas que los rodean no suelen aceptar las decisiones que toman. Mientras que el 22% manifestó que la capacidad de liderazgo presenta un nivel regular y el 13% de los encuestados indicaron que la capacidad de liderazgo está en un nivel alto.

Tabla 11*Capacidad de crear un negocio*

	Desde	Hasta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	41	241	63%
Regular	42	65	58	15%
Alto	66	90	82	22%
Total			381	100%

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Figura 11*Capacidad de crear un negocio*

Nota. Respuestas brindadas por los encuestados del cuestionario capacidad de crear un negocio

Conforme con los resultados de la tabla 11 y figura 11 se obtuvo que el 63% de los encuestados consideran que la capacidad de crear un negocio se encuentra en un nivel bajo porque no pueden crear diversos proyectos de negocios, puesto que ante los problemas les dificulta hallar soluciones innovadoras, además que necesitan el apoyo de otras personas para lograr el desarrollo de un proyecto de negocio y no se comunican con facilidad, ya que no tienen buena relación social con los demás, por lo que no suelen liderar para la creación de un negocio. Mientras que el 15% manifestó que la capacidad de crear un negocio presenta un nivel regular y el 22% de los encuestados indicaron que la capacidad de crear un negocio está en un nivel alto.

4.2. Análisis de resultados inferencial

Prueba de normalidad

Tabla 12

Prueba de normalidad

	Kolgomorov-Smirnov		
	Estadístico	gl.	Sig.
Nivel de actitud emprendedora	,140	381	,000
Capacidad de crear un negocio	,182	381	,000

Fuente. Elaboración propia

Criterio:

Si: $p \leq 0,05$ = Se acepta la hipótesis de investigación (Hi)

Si: $p > 0,05$ = Se rechaza la hipótesis de investigación (Hi)

Hi: Los datos no se distribuyen según una distribución normal.

Ho: Los datos se distribuyen según una distribución normal

De acuerdo con los resultados de la tabla 12, la muestra es mayor a 50 elementos, por ello se seleccionó la prueba de Kolgomorov-Smirnov, que permite hallar la existencia o no de normalidad de datos de las variables: nivel de actitud emprendedora y la capacidad de crear un negocio, además indica la prueba para hallar las correlaciones de las variables. Ante ello, se observa que el sig. (Bilateral) es menor que 0,05 para ambas variables, por lo que se acepta la hipótesis planteada, es decir los datos no se distribuyen según una distribución normal, por lo que la prueba estadística para las correlaciones es el Rho de Spearman.

Establecer la relación entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 13

Necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio

			Necesidad de logro	Capacidad de crear un negocio
Rho de Spearman	Necesidad de logro	Coeficiente de correlación	1,000	,683
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	381	381
	Capacidad de crear un negocio	Coeficiente de correlación	,683	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	381	381

Criterio:

Si: $p \leq 0,05$ = Se acepta la hipótesis de investigación (Hi)

Si: $p > 0,05$ = Se rechaza la hipótesis de investigación (Hi)

Hipótesis:

Hi: Existe relación significativa entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Ho: No existe relación significativa entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Conforme con la tabla 13, el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación, es decir, existe relación significativa entre la dimensión y variable analizada. Por otro lado, el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,683, lo cual indica que la relación entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34

años en el distrito de Lima, 2021 es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de la necesidad de logro, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Establecer la relación entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 14

Innovación con la capacidad de crear un negocio

			Innovación	Capacidad de crear un negocio
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000	,685
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	381	381
	Capacidad de crear un negocio	Coeficiente de correlación	,685	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	381	381

Criterio:

Si: $p \leq 0,05$ = Se acepta la hipótesis de investigación (Hi)

Si: $p > 0,05$ = Se rechaza la hipótesis de investigación (Hi)

Hipótesis:

Hi: Existe relación significativa entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Ho: No existe relación significativa entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

De acuerdo con la tabla 14, el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación, es decir, existe relación significativa entre la dimensión y variable analizada. Por otro lado, el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,685, lo cual indica que la relación entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021 es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de innovación, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Establecer la relación entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 15

Control percibido con la capacidad de crear un negocio

			Control percibido	Capacidad de crear un negocio
Rho de Spearman	Control percibido	Coeficiente de correlación	1,000	,677
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	381	381
	Capacidad de crear un negocio	Coeficiente de correlación	,677	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	381	381

Criterio:

Si: $p \leq 0,05$ = Se acepta la hipótesis de investigación (Hi)

Si: $p > 0,05$ = Se rechaza la hipótesis de investigación (Hi)

Hipótesis:

Hi: Existe relación significativa entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Ho: No existe relación significativa entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Conforme la tabla 15, el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación, es decir, existe relación significativa entre la dimensión y variable analizada. Por otro lado, el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,677, lo cual indica que la relación entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021 es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel del control percibido, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Establecer la relación entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 16

Autoestima con la capacidad de crear un negocio

			Autoestima	Capacidad de crear un negocio
Rho de Spearman	Autoestima	Coeficiente de correlación	1,000	,668
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	381	381
	Capacidad de crear un negocio	Coeficiente de correlación	,668	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	381	381

Criterio:

Si: $p \leq 0,05$ = Se acepta la hipótesis de investigación (Hi)

Si: $p > 0,05$ = Se rechaza la hipótesis de investigación (Hi)

Hipótesis:

Hi: Existe relación significativa entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Ho: Existe relación significativa entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Según la tabla 16, el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación, es decir, existe relación significativa entre la dimensión y variable analizada. Por otro lado, el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,668, lo cual indica que la relación entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021 es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de autoestima, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021

Tabla 17

Nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio

			Nivel de actitud emprendedora	Capacidad de crear un negocio
Rho de Spearman	Nivel de actitud emprendedora	Coeficiente de correlación	1,000	,687
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	381	381
	Capacidad de crear un negocio	Coeficiente de correlación	,687	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	381	381

Criterio:

Si: $p \leq 0,05$ = Se acepta la hipótesis de investigación (Hi)

Si: $p > 0,05$ = Se rechaza la hipótesis de investigación (H_i)

Hipótesis:

H_i : Existe relación significativa entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

H_o : No existe relación significativa entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Conforme la tabla 17, el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación, es decir, existe relación significativa entre la dimensión y variable analizada. Por otro lado, el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,687, lo cual indica que la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021 es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de actitud emprendedora, mayor será la capacidad de crear un negocio.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con el objetivo específico 1, identificar el nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el 57% de los encuestados consideran que el nivel de actitud emprendedora es bajo porque no se esfuerza en aprovechar los recursos disponibles para iniciar un emprendimiento, debido a la falta de motivación para realizar actividades novedosas, además que no ha obtenido oportunidades de negocio que le permitan lograr sus metas, asumir responsabilidades en un emprendimiento y no se sienten seguros de sus capacidades para emprender.

Los resultados son similares a la investigación de Querevalu (2018) quien halló que el 80% de los estudiantes presentan una actitud emprendedora baja, por lo que es necesario que se desarrollen las capacidades emprendedoras por medio la implementación de estrategias. Existe similitud entre los resultados del autor con los obtenidos en el presente estudio, puesto que en ambos se encontró que la actitud emprendedora se encuentra en un nivel bajo, lo cual impide la creación de emprendimientos. Sin embargo, fue diferente al estudio de Radovich (2017) dado que el autor encontró que la actitud emprendedora de los estudiantes fue de un nivel alto de 77.7%.

Por otro lado, los resultados son diferentes a lo mencionado por Reyes y Hidalgo (2020) sobre la actitud emprendedora que es la conducta constante que posee una persona, quien aprovecha la variedad de los recursos y ocasiona resultados positivos de una determinada actividad, la cual se vincula con la autoestima, la innovación, el control y el riesgo percibido de manera interna por el emprendedor.

Según con el objetivo específico 2, analizar la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el 63% de

los encuestados consideran que la capacidad de crear un negocio se encuentra en un nivel bajo porque no pueden crear diversos proyectos de negocios, puesto que ante los problemas les dificulta hallar soluciones innovadoras, además que necesitan el apoyo de otras personas para lograr el desarrollo de un proyecto de negocio y no se comunican con facilidad, ya que no tienen buena relación social con los demás.

Los resultados son similares a la investigación de Querevalu (2018) quien halló que el 80% de los estudiantes presenta una baja capacidad emprendedora. Existe semejanza entre los resultados del autor con los obtenidos en la presente investigación, puesto que en ambos se encontró que la capacidad emprendedora se encuentra en un nivel bajo. Sin embargo, fue diferente al estudio de Radovich (2017) dado que el autor encontró que la capacidad de creación de microempresas de los estudiantes fue de un nivel alto de 57,6%.

Por otro lado, los resultados son diferentes a lo mencionado por Jordán et al. (2016) sobre la capacidad de crear un negocio, que lo definen como la habilidad, conocimiento y destrezas de las personas para aprovechar diversas oportunidades que se presentan y asumen los riesgos de crear algún negocio dentro del entorno en particular.

Conforme con el objetivo específico 3, establecer la relación entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,683, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de la necesidad de logro, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Los resultados son similares a la investigación de Guachimposa et al. (2019) quienes hallaron que la actitud, intención y comportamiento se considera como un factor que influye en la creación de empresas por parte de los estudiantes, dado que el

83.3% de los estudiantes presentan una actitud emprendedora. Existe semejanza entre los resultados porque los autores indicaron que existe relación entre la intención y la creación de empresa, mientras que en el presente estudio se halló que existe relación entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio.

Por otro lado, los resultados son parecidos a lo mencionado por Santamaría et al. (2017) sobre la necesidad de logro que es la realización de determinadas actividades que impliquen un esfuerzo o nivel superior, es decir llevar a cabo actividades retadoras que requieran de ciertas competencias para lograr el éxito, lo cual permite incrementar la capacidad de crear un emprendimiento.

Asimismo, según el objetivo específico 4, establecer la relación entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,685, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de innovación, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Los resultados son similares a la investigación de Flores et al (2020) quien halló que se ha presenciado una evolución de la innovación de los peruanos, ya que se incrementó la generación de ideas de negocios, en donde la necesidad se transformó en una oportunidad de desarrollo. Existe similitud del resultado del autor, puesto que menciona que al existir innovación se incrementó la capacidad de creación de ideas de negocio, lo cual fue semejante a lo obtenido en la presente investigación, dado que se obtuvo que existe relación entre la innovación con la capacidad de crear un negocio.

Por otro lado, los resultados son parecidos a lo mencionado por Krishnan (2019) sobre la innovación que es la creación de novedosos y nuevos productos, sectores de mercado, métodos o una nueva organización, es decir son las acciones de actividades

comerciales totalmente nuevas y únicas, lo cual permite el desarrollo de la capacidad de crear un negocio.

Conforme con el objetivo específico 5, establecer la relación entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,677, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel del control percibido, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Los resultados son similares a la investigación de Guachimposa et al. (2019) quienes hallaron que el 92.5% de los estudiantes tienen la intención de crear una empresa y el 30.7% presenta un comportamiento como emprendedor, los cuales son factores que influyen en la creación de empresas por parte de los estudiantes. Existe similitud entre los resultados, puesto que los autores manifestaron que la intención y comportamiento de los estudiantes permite la creación de empresa, lo cual se asemeja a la presente investigación, puesto que se obtuvo que existe relación entre el control percibido y la capacidad de crear un negocio.

Por otro lado, los resultados son parecidos a lo mencionado por Santamaría et al. (2017) sobre el control percibido que se da de manera interna si la persona considera que los logros alcanzados son producto de su esfuerzo o por sí mismos, las cuales se consideran personas más más persuasivas y con mayor capacidad para la creación un negocio.

Según con el objetivo específico 6, establecer la relación entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,668, lo cual indica que la relación

es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de autoestima, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Los resultados son similares a la investigación de Lozano y Espinoza (2016) quienes hallaron que la actitud positiva de las personas genera el desarrollo de ideas creativas, con la finalidad de que puedan hacer frente a diversas situaciones empresariales. Existe semejanza entre los resultados de los autores porque indicaron que mientras presenten una actitud positiva tienen más posibilidad de desarrollar una capacidad emprendedora; mientras que en el presente estudio se obtuvo que, la autoestima se relaciona con la capacidad para emprender.

Por otro lado, los resultados son parecidos a lo mencionado por Santamaría et al. (2017) sobre la autoestima que es la evaluación que se realiza de sí mismo, también es la confianza de las propias capacidades para afrontar y pensar los desafíos que se producen de manera diaria, además permite que las personas puedan superar límites u obstáculos hasta convertirse en emprendedoras, lo cual incrementa la capacidad de crear una empresa.

Finalmente, conforme con el objetivo general, determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el valor del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,687, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de actitud emprendedora, mayor será la capacidad de crear un negocio.

Los resultados son similares a la investigación de Quispe (2020) quien concluyó que existe relación directa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas, con un coeficiente de correlación rho de Spearman de 0,636. De la misma

manera, se asemeja con lo obtenido por Radovich (2017) que fue que existe relación directa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas con un coeficiente de correlación positivo de 0,770.

Por otro lado, los resultados son parecidos a lo mencionado por Reyes y Hidalgo (2020) sobre que la actitud es el medio que permite conocer a profundidad hasta dónde puede llegar el comportamiento de las personas, actuar de una manera positiva, impulsado principalmente por la motivación. Asimismo, las actitudes positivas de las personas permiten ser adecuadamente aprovechadas con el objetivo de incrementar la capacidad de crear un determinado negocio.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al nivel de la actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, se obtuvo que el 57% de los encuestados consideran que la actitud emprendedora se encuentra en un nivel bajo porque no se esfuerzan en aprovechar los recursos disponibles para iniciar un emprendimiento, debido a la falta de motivación para realizar actividades novedosas, además que no han obtenido oportunidades de negocio que le permitan lograr sus metas, asumir responsabilidades y no se sienten seguros de sus capacidades para emprender.

En cuanto a la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, el 63% de los encuestados consideran que la capacidad de crear un negocio se encuentra en un nivel bajo porque no pueden crear diversos proyectos de negocios, puesto que ante los problemas les dificulta hallar soluciones innovadoras, además que necesitan el apoyo de otras personas para lograr el desarrollo de un proyecto de negocio y no se comunican con facilidad, ya que no tienen buena relación social con los demás.

La necesidad de logro se relaciona significativamente con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, puesto que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,683, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de la necesidad de logro, mayor será la capacidad de crear un negocio.

La innovación se relaciona significativamente con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, puesto que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,685, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se

puede afirmar que, a mayor nivel de innovación, mayor será la capacidad de crear un negocio.

El control percibido se relaciona de manera significativa con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, puesto que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,677, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel del control percibido, mayor será la capacidad de crear un negocio.

La autoestima se relaciona de manera significativa con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, puesto que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,668, es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de autoestima, mayor será la capacidad de crear un negocio.

El nivel de actitud emprendedora se relaciona de manera significativa con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021, dado que el Sig. (bilateral) 0,000 es menor que 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,687, lo cual indica que la relación es positiva considerable. Asimismo, se puede afirmar que, a mayor nivel de actitud emprendedora, mayor será la capacidad de crear un negocio.

VII. RECOMENDACIONES

La Municipalidad Metropolitana de Lima debe de implementar capacitaciones para la población acerca de cómo aprovechar los recursos disponibles que me permitan emprender y plantearse metas retadoras que le permitan incrementar su nivel de motivación para alcanzar sus objetivos. Esto con la finalidad de elevar el grado de actitud emprendedora en la población de 25 a 34 años del distrito de Lima.

La Municipalidad Metropolitana de Lima debe de formular y llevar a cabo talleres para la población de 25 a 34 años del distrito, ello para desarrollar la capacidad creativa, resolver problemas, liderazgo y mejorar el nivel de comunicación. Esto con el propósito de elevar el nivel de capacidad de las personas para crear un negocio y que sea perdurable en el tiempo.

Las instituciones públicas como el Ministerio de Producción por medio de su programa ProInnovate deben de promover un mayor número de concursos para que la población aproveche apropiadamente los recursos disponibles que le permitan incrementar el nivel de emprendimiento. Esto con el propósito de que se eleve la capacidad de crear un negocio.

Las instituciones públicas en unión con empresas privadas deben de promover el desarrollo de la innovación por medio de la implementación de capacitaciones y talleres informativos, que le permita a la población de 25 a 34 años del distrito de Lima realizar actividades novedosas e indagar nuevas ideas para el desarrollo de un emprendimiento. Esto con la finalidad de que se eleve el desarrollo de la capacidad para la creación de nuevos negocios.

Las empresas privadas vinculadas con los emprendimientos deben de crear reuniones para guiar y orientar a las personas de 25 a 34 años del distrito de Lima sobre las acciones que deben de realizar para hacer realidad su idea de negocio y generar

nuevas oportunidades de negocio. Esto con el propósito de que se eleve la capacidad de crear nuevas ideas y negocios que le permitan lograr sus metas.

Las instituciones públicas y privadas deben de realizar programas de coaching que le permita a la población bajo estudio desarrollar o mejorar competencias como la autoestima para que puedan alcanzar sus ideas o metas planteadas. Ello con la finalidad de que se eleve el nivel de creación de empresa por parte de la población y logren plasmar sus ideas de negocio formuladas.

Finalmente, la Municipalidad Metropolitana de Lima debe de plantear un conjunto de estrategias para que la población de 25 a 34 años del distrito de Lima mejore el nivel de necesidad de logro, eleve la innovación, el control percibido y su grado de autoestima. Esto con la finalidad de que la capacidad de la población de crear nuevos negocios se incremente de manera significativa.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abun, D., Lalaine, S., Foronda, G., Agoot, F., Belandres, M., & Magallanez, T. (2018). Measuring entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention of ABM grade XII, Senior High School Students of Divine Word Colleges in Region I, Philippines. *International Journal of Applied Research*, 4(4), 100-114. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02330422/document>
- Ayoví, J. (2019). Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones. *59FIPCAEC*, 4(4), 58-76. doi:10.23857/fipcaec.v4i10.39
- Cornejo , A., Meléndez, R., & Ulloa, D. (2018). La trascendencia de las actitudes es todo en la vida. *Revista de Investigación de estudiantes de Psicología “JANG”*, 7(2), 1-10. <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/JANG/article/view/1689/1370>
- Cuartas, E., Palacio, A., Ríos, L., Cardona, J., & Salas, W. (2019). Conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) sobre sostenibilidad en estudiantes de una universidad pública colombiana. *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 22(2), 1-10. <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v22n2/0123-4226-rudca-22-02-e1385.pdf>
- Davidescu, A., Apostu, S., Paul, A., & Casuneanu, I. (2020). Work Flexibility, Job Satisfaction, and Job Performance among Romanian Employees— Implications for Sustainable Human Resource Management. *Sustainability*, 12(6086), 1-53. doi:10.3390/su12156086
- Dueñas, J., & Sabando, Á. (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*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10190/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-455.pdf>

- Durán, E., & Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Rev. Gestión de la Educación*, 6(2), 83-102. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5578742>
- Escobedo, R., Véliz, T., Ballón, J., & Midolo, W. (2020). Emprendimiento empresarial y la intención emprendedora en estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú. *Revista Innova Educación*, 2(1), 177-192. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.01.011>
- Eunice, O. (2018). Entrepreneurial skills and growth of Small and Medium Enterprise (SMEs): A comparative analysis of Nigerian entrepreneurs and Minority entrepreneurs in the UK. *Munich Personal RePEc Archive*, 1(1), 1-25. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/86751/1/MPRA_paper_86751.pdf
- Farfán, M. (2016). *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración*. Universidad César Vallejo, Lima. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4334/Farf%C3%A1n_FMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, J., Salas, J., & Cuno, J. (2020). *Capacidad emprendedora de los peruanos en tiempos de COVID 19: Un estado de arte*. Universidad Peruana Unión, Lima. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3856/Josefina_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fontaines, T., Palomo, M., Velásquez, M., & Aguirre, M. (2016). Actitud emprendedora: ¿qué es? ¿De qué se compone? *Ágora de heterodoxia*, 2(3), 19 -

36.

https://www.researchgate.net/publication/322076646_Actitud_emprendedora_que_es_De_que_se_compone

Guachimbosa, V., Lavín, J., & Santiago, N. (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador.

Revista de Ciencias Sociales, 25(1), 70-80.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28059678007/28059678007.pdf>

Guzmán, D., Torres, D., & Hernández, T. (2020). *Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: caso Pachuca, México*. Universidad

Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza.

http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica6_1/9%20GUZMAN_TORRES_HERNANDEZ.pdf

Hernández, I., Alvarado, J., & Luna, S. (2015). Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(44), 35-151.

<https://www.redalyc.org/pdf/1942/194238608010.pdf>

Hernández, J., Tirado, P., & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 1(88), 164-199.

<https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696006.pdf>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación* (1era edición ed.). México: McGraw Hill.

Isaac, A., & Mason, R. (2016). The role of individual interpersonal relationships on work performance in the South African retail sector [El papel de las relaciones interpersonales individuales en el desempeño laboral en el sector minorista sudafricano]. *Problems and Perspectives in Management*, 14(2-1), 192-200.

https://www.researchgate.net/publication/305217011_The_role_of_individual_interpersonal_relationships_on_work_performance_in_the_South_African_retail_sector

Jordán, J., Serrano, B., Pacheco, A., & Brito, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 32(81), 238-261.
<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048807012.pdf>

Krishnan, L. (2019). Entrepreneurial attitude orientation versus entrepreneurial success among entrepreneurs in small and medium enterprise (sme). *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research* (, 6(4), 243-255.
<https://www.jetir.org/papers/JETIR1904937.pdf>

Lindsjörn, Y., Sjøberg, D., Dingsøy, T., Bergersen, G., & Dybåa, T. (2016). Teamwork quality and project success in software development: A survey of agile development teams [Teamwork quality and project success in software development: A survey of agile development teams]. *Journal of Systems and Software*, 122(1), 274-286.
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S016412121630187X?token=DAD562C1AD1DDA2ECD4C8B66BC0C5195654EB473738CD7009FD3DFAA4D4FEFDD5F61E1840A4BE692D5E37AF366918BD9&originRegion=us-east-1&originCreation=20220923180940>

Lozano, L., & Espinoza, M. (2016). Espíritu emprendedor: actitud de cambio para la innovación y emprendimiento. *Journal of Science and Research*, 1(4), 31-35.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6118759.pdf>

Malpica, R., Rossell, R., & Hoffmann, I. (2014). Equipos de trabajo de alto desempeño. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 7(14), 69-83.
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/lainetv7n14/art04.pdf>

- Ministerio de Salud. (2016). *Estadística poblacional*. Obtenido de Ministerio de Salud:
http://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp
- Moli , P., O'Hara, L., Tah , P., Street, C., Athanasios , M., Purpe, D., . . . McNichola, F. (2018). A systematic review of the literature on ethical aspects of transitional care between child- and adult-orientated health services [Una revisión sistemática de la literatura sobre los aspectos éticos de la atención de transición entre los servicios]. *BMC Medical Ethics*, 19(73), 1-11.
doi:<https://dx.doi.org/10.1186%2Fs12910-018-0276-3>
- Montiel, O., Flores, A., Ávila, E., & Sierra, S. (2021). Tengo que sobrevivir”: Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Telos*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/993/99365404006/html/index.html>
- Morán, C., & Menezes, E. (2016). La motivación de logro como impulso creador de bienestar: su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 31-40. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851777004.pdf>
- Núñez, L., Lucas, J., Núñez, W., & Valle, W. (2017). Emprendimiento e innovación empresarial: análisis del estudio sobre el emprendimiento en el Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 3(9), 37-49.
https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num9/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N9_4.pdf
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación: Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Ed. 5ta ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

- Ordoñez, M., Botello, B., & Moreno, L. (2017). Estilos de liderazgo desde la perspectiva de rango total. *Revista Espacios*, 38(61), 1-14.
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n61/a17v38n61p11.pdf>
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html#:~:text=En%20este%20sentido%20se%20puede,y%20el%20manejo%20del%20riesgo.>
- Penaluna, A. (2018). *Enterprise and Entrepreneurship Education: Guidance for UK Higher Education Providers*. QAA Enterprise and Entrepreneurship Review.
https://www.qaa.ac.uk/docs/qaa/about-us/enterprise-and-entrprenurship-education-2018.pdf?sfvrsn=20e2f581_10
- Querevalu, A. (2018). *Actitud y capacidad emprendedora de los estudiantes del quinto año de secundaria de la I.E.P "Santísimo Sacramento" De Pariñas -Talara*. Universidad San Pedro, Sullana.
http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/7744/Tesis_60035.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe R. (2020). *Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020*. Universidad Peruana Unión, Lima. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/4170/Rina_Tesis_Maestro_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Radovich, J. (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. Universidad Nacional de Educación

- Enrique Guzmán y Valle, Lima.
<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/1327/TM%20CE-Du%203089%20R1%20-%20Radovich%20Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reyes, J., & Hidalgo, A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *Digital Publisher CEIT*, 5(5), 90-106.
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/326/514
- Rivadeneira, M., & Cruz, K. (2020). Análisis de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí. *Polo del conocimiento.*, 5(3), 465-493.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1346/2426>
- Santamaría , T., Bravo , F., & Castro , B. (2017). Impacto de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad de Guayaquil carrera comunicación social. *INNOVA Research Journal*, 2(2), 45-54.
<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/download/119/955?inline=1>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, M. (2020). *Global entrepreneurship monitor Perú 2018-2019*. Lima: Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor.
https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final_GEM%202019.pdf
- Torres, K., Erazo, J., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). El emprendimiento juvenil en función al perfil psicosocial y las condiciones del entorno familiar. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(10), 729-756.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7541841>
- Vélez, E. (2018). *La cultura empresarial, la actitud emprendedora, el emprendimiento, el espíritu emprendedor, relacionado con el perfil profesional*. Universidad

Técnica de Manabí, Manabí.

https://www.researchgate.net/publication/328870857_CULTURA_EMPRESARIAL_ACTITUD_EMPRENDEDORA_EMPRENDIMIENTO_ESPIRITU_EMPRENDEDOR

Villacis , J., Méndez , J., & Méndez, M. (2018). Actitud emprendedora: motor de liderazgo e innovación. *Revista Contribuciones a la Economía*, 1(1).

<https://www.eumed.net/rev/ce/2018/1/actitud-emprendedora.html>

Widayat, & Ni'matuzahroh. (2017). Entrepreneurial attitude and student's business startup intention: a partial least square modeling. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 46–53.

<https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/20266/19276>

Zenteno, M. (2017). La autoestima y como mejorarla. *Ventana científica*, 8(13), 43-46.

http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/rvc/v8n13/v8n13_a07.pdf

IX. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: “Nivel de actitud emprendedora y su relación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021”									
Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES E INDICADORES						
			Variable 1: Nivel de actitud emprendedora						
Problema	Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Indicadores	Escala				
<p>General</p> <p>¿Cuál es la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?</p> <p>Específico</p> <p>¿Cuál es el nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021? ¿Cuál es la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?</p>	<p>General</p> <p>Determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Específico</p> <p>Identificar el nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021. Analizar la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p>	<p>General</p> <p>Existe relación significativa entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Específico</p> <p>Existe un nivel bajo del nivel de actitud emprendedora entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021. Existe un nivel bajo de la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34</p>	Necesidad de logro	Enorgullecido por los logros	Ordinal				
			Innovación	Esfuerzo concienzudo		Esfuerzo propio			
				Metas retadoras			Creación de oportunidades		
				Acciones novedosas					
			Control percibido	Creación de ideas		Confianza en sí mismo			
				Autoestima			Consciencia de sí mismo		
			Variable 2: Capacidad de crear un negocio			Dimensiones	Indicadores	Escala	
			Capacidad creativa	Capacidad de resolver problemas		Creatividad	Ordinal		
						Innovación			
						Soluciones innovadoras			
Eficacia									

<p>¿Qué relación existe entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?</p> <p>¿Qué relación existe entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?</p> <p>¿Qué relación existe entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?</p> <p>¿Qué relación existe entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021?</p>	<p>Establecer la relación entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Establecer la relación entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Establecer la relación entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Establecer la relación entre la autoestima con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p>	<p>años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Existe relación significativa entre la necesidad de logro con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Existe relación significativa entre la innovación con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Existe relación significativa entre el control percibido con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.</p> <p>Existe relación significativa entre la autoestima con la capacidad de crear un</p>	Capacidad de trabajo en equipo	Compromiso	
			Capacidad de comunicación	Sinergia	
			Capacidad de liderazgo	Relaciones interpersonales	
				Contribución de ideas	
	Integración	Toma de decisiones			

		negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.			
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística por utilizar		
TIPO: Básica NIVEL: Descriptivo Correlacional DISEÑO: No experimental ENFOQUE: Cuantitativo	POBLACIÓN: Conformada por personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima. TIPO DE MUESTREO: Probabilístico, aleatorio simple TAMAÑO DE MUESTRA: Conformada por 381 personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima.	Variable 1: Nivel de actitud emprendedora Variable 2: Capacidad de crear un negocio Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario	DESCRIPTIVA: Método de análisis de datos medidas de análisis de datos Frecuencias, porcentajes. INFERENCIAL: Coeficiente de Rho de Spearman		

Anexo 2. Instrumentos

Cuestionario de Nivel de actitud emprendedora

Estimado ciudadano esperamos su participación, respondiendo con sinceridad los siguientes ítems. La prueba es anónima.

El presente tiene por objetivo determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Lea atentamente y conteste marcando (X) en una sola alternativa.

Escala de Medición	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Valoración	1	2	3	4	5

Variable 1: Nivel de actitud emprendedora						
Dimensión. Necesidad de logro		1	2	3	4	5
1	Estoy orgulloso cuando realizo un adecuado trabajo en mis proyectos de negocio.					
2	Me esfuerzo cuidadosamente para aprovechar los recursos disponibles que me permitan emprender.					
3	Realizo mis labores de manera minuciosa.					
4	Cree que para tener éxito en un emprendimiento es necesario tener metas retadoras.					
5	Considera que se siente motivado por lograr metas retadoras.					
Dimensión. Innovación		1	2	3	4	5
6	Se siente motivado en realizar actividades novedosas.					
7	Considera que para tener éxito es necesario que realice cosas inusuales.					
8	Se siente emocionado cuando crea nuevas ideas para un emprendimiento.					
9	Disfruta investigando para desarrollar nuevas ideas para su negocio.					
Dimensión. Control percibido		1	2	3	4	5

10	Considera que ante una idea de negocio se esfuerza al máximo hasta hacerlo realidad.					
11	Considera que da todo su esfuerzo por lograr sus metas.					
12	Las oportunidades de negocio presentadas son aquellas que yo mismo he producido					
Dimensión. Autoestima		1	2	3	4	5
13	Confía en que logrará sus metas o ideas planteadas.					
14	Considera que tiene las actitudes para asumir responsabilidades en un emprendimiento.					
15	Considera que tiene los conocimientos necesarios para emprender un negocio.					
16	Se siente seguro de sus capacidades para emprender					

Cuestionario de Capacidad de crear un negocio

Estimado ciudadano esperamos su participación, respondiendo con sinceridad los siguientes ítems. La prueba es anónima.

El presente tiene por objetivo determinar la relación entre el nivel de actitud emprendedora con la capacidad de crear un negocio entre las personas de 25 a 34 años en el distrito de Lima, 2021.

Lea atentamente y conteste marcando (X) en una sola alternativa.

Escala de Medición	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Valoración	1	2	3	4	5

Variable 2: Capacidad de crear un negocio						
Dimensión. Capacidad creativa		1	2	3	4	5
1	Tengo la habilidad de crear diversos proyectos de negocios.					
2	Tengo la destreza para crear estrategias que me permitan crear un negocio.					
3	Soy capaz de innovar en ámbitos diferentes.					
4	Tengo propuestas novedosas para crear un negocio.					
Dimensión. Capacidad de resolver problemas		1	2	3	4	5
5	Para resolver un problema busco soluciones innovadoras.					
6	Ante la adversidad siempre busco alternativas poco comunes, que me permitan satisfacer las necesidades de la población.					
7	Tengo la solución apropiada para los problemas.					
8	Ante un problema tengo la capacidad de encontrar soluciones satisfactorias.					
Dimensión. Capacidad de trabajo en equipo		1	2	3	4	5
9	Tengo el compromiso para lograr mis planes propuestos.					

10	Ante un proyecto de negocio me comprometo hasta lograrlo.					
11	Para crear un negocio es necesario contar con el apoyo de otras personas.					
Dimensión. Capacidad de comunicación		1	2	3	4	5
12	Tengo la habilidad para comunicarme con facilidad.					
13	Tengo buenas relaciones sociales con las demás personas					
14	Comunico mis ideas a las personas que me rodean.					
15	Aporto con facilidad nuevas ideas para la creación de un negocio.					
Dimensión. Capacidad de liderazgo		1	2	3	4	5
16	Tengo la capacidad de liderar para la creación de un negocio.					
17	Tengo la capacidad de dirigir un grupo o equipo de trabajo.					
18	Las personas de mi entorno suelen aceptar mis decisiones.					

Anexo 3. Validación y confiabilidad de instrumentos

Confiabilidad del instrumento

Variable 1. Nivel de actitud emprendedora

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	381	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	381	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	16

Variable 2. Capacidad de crear un negocio

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	381	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	381	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,987	18

Anexo 4. Base de datos

Encuestados	Variable 1. Nivel de actitud emprendedora															
	Necesidad de logro					Innovación				Control percibido			Autoestima			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
E1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3
E2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3
E3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1
E4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2
E5	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
E6	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
E7	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2
E8	2	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4
E9	4	3	3	4	3	2	4	3	5	2	4	4	3	3	4	4
E10	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2
E11	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
E12	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
E13	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1
E14	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
E15	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5
E16	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	2
E17	3	4	5	3	5	4	5	4	3	3	5	4	3	4	5	4
E18	3	4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2
E19	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1
E20	3	4	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4
E21	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1
E22	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2
E23	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	2	2	3

E24	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4
E25	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2
E26	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3
E27	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	4	3
E28	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E29	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3
E30	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2
E31	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2
E32	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	3	4	3	3	5	5
E33	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3
E34	2	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
E35	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
E36	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2
E37	2	5	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
E38	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3
E39	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5
E40	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
E41	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3
E42	3	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5	4	3	3	3
E43	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3
E44	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3
E45	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
E46	2	4	3	3	3	4	2	2	4	4	3	3	2	4	3	4
E47	2	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3
E48	4	5	4	5	4	5	3	3	4	3	3	5	5	4	3	3
E49	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3
E50	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4
E51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E52	2	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3

E53	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3
E54	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2
E55	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3
E56	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1
E57	2	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	2
E58	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3
E59	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
E60	5	3	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5
E61	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2
E62	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4
E63	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3
E64	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2
E65	2	2	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3
E66	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3
E67	3	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
E68	4	3	3	5	4	4	5	3	5	5	3	4	5	5	4	3
E69	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2
E70	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
E71	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
E72	2	3	5	3	2	3	4	5	2	4	3	3	5	4	4	4
E73	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
E74	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	4
E75	3	3	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3
E76	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3
E77	2	3	3	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2
E78	5	3	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	3
E79	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3
E80	4	5	3	3	5	5	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5
E81	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5
E82	4	3	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4

E83	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5
E84	3	4	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3
E85	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3
E86	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	3
E87	2	2	2	2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3
E88	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2
E89	3	3	4	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	2
E90	3	5	4	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5	4	4	5
E91	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
E92	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
E93	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3
E94	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	2	4	2	3	4	3
E95	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1
E96	3	3	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4
E97	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2
E98	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1
E99	3	2	4	2	4	3	3	2	2	2	4	2	4	3	2	3
E100	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3
E101	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	3
E102	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
E103	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2
E104	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E105	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4
E106	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
E107	2	2	3	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	4
E108	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E109	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
E110	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3
E111	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3
E112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2

E113	3	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	2	3	4	2	3
E114	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	4
E115	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2
E116	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	3
E117	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2
E118	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	3
E119	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
E120	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
E121	3	4	4	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
E122	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	2
E123	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2
E124	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E125	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	5
E126	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	2	3	2
E127	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
E128	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
E129	4	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
E130	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
E131	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3
E132	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2
E133	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4
E134	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4
E135	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
E136	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
E137	3	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3
E138	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4
E139	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3
E140	5	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3
E141	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	3
E142	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3

E143	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5
E144	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	2	4	3	2
E145	3	3	5	4	5	4	3	5	4	4	3	5	5	4	5	4
E146	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	2
E147	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2
E148	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
E149	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
E150	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
E151	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	2	5	3	3	3	4
E152	4	3	2	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4
E153	4	3	4	4	4	5	5	3	5	3	4	4	3	3	3	4
E154	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4
E155	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
E156	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	3	3	4
E157	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2
E158	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
E159	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3
E160	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4
E161	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3
E162	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	4	3	2	2	3	2
E163	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	3	4	4
E164	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	2
E165	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4
E166	2	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	4	3	3	2
E167	2	2	4	2	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3
E168	4	4	3	4	5	4	4	2	4	4	3	5	4	2	4	5
E169	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
E170	4	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4
E171	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3
E172	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2

E173	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2
E174	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2
E175	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2
E176	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
E177	3	3	4	3	3	4	4	2	4	2	3	4	2	4	4	4
E178	5	3	3	5	5	3	5	4	5	3	3	4	4	5	3	4
E179	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3
E180	4	3	5	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5
E181	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2
E182	3	4	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3
E183	3	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3
E184	2	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4
E185	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E186	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E187	5	5	5	3	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	5	5
E188	4	4	3	5	3	3	5	4	4	3	3	4	5	4	3	3
E189	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
E190	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3
E191	4	3	3	5	5	3	5	5	3	3	3	5	4	3	4	4
E192	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3
E193	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	3	4	4	4	3
E194	5	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	3	4	5
E195	1	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1
E196	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2
E197	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2
E198	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2
E199	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E200	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4
E201	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
E202	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	4	3

E203	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5
E204	4	4	4	3	5	4	3	4	5	3	4	4	3	5	5	4
E205	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E206	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E207	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	3	3	5	5	4	5
E208	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
E209	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
E210	3	4	5	3	3	4	5	5	5	3	4	5	4	3	5	5
E211	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2
E212	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2
E213	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1
E214	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1
E215	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E216	5	5	3	3	5	3	3	3	4	3	4	5	5	3	5	4
E217	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5
E218	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5
E219	3	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	4	5	3	4	4
E220	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1
E221	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
E222	3	5	3	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5
E223	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	3	3	5	3	3	4
E224	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
E225	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2
E226	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
E227	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2
E228	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2
E229	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	3	5	3	4
E230	3	5	4	3	4	5	5	3	4	5	3	4	3	5	3	4
E231	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5
E232	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	3

E233	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3
E234	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1
E235	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
E236	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
E237	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
E238	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2
E239	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1
E240	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
E241	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1
E242	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2
E243	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1
E244	2	1	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	1	3	2
E245	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
E246	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2
E247	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2
E248	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2
E249	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
E250	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
E251	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
E252	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1
E253	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2
E254	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E255	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E256	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
E257	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E258	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1
E259	1	2	2	3	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3
E260	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2
E261	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2
E262	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1

E293	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
E294	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1
E295	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2
E296	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2
E297	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E298	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2
E299	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
E300	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E301	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
E302	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
E303	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
E304	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2
E305	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E306	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E307	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
E308	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E309	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1
E310	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1
E311	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3
E312	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E313	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
E314	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
E315	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
E316	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
E317	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E318	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E319	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
E320	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E321	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
E322	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1

E323	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E324	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1
E325	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
E326	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E327	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2
E328	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E329	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2
E330	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1
E331	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
E332	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
E333	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
E334	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2
E335	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
E336	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
E337	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1
E338	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1
E339	2	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E340	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2
E341	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
E342	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1
E343	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1
E344	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1
E345	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
E346	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2
E347	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
E348	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1
E349	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
E350	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1
E351	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E352	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1

E353	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E354	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
E355	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
E356	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2
E357	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2
E358	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E359	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1
E360	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1
E361	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
E362	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E363	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
E364	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
E365	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E366	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2
E367	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3
E368	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
E369	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1
E370	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2
E371	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E372	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
E373	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
E374	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E375	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2
E376	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E377	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E378	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E379	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
E380	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1
E381	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	1

Encuestados	Variable 2. Capacidad de crear un negocio																		
	Capacidad creativa				Capacidad de resolver problemas				Capacidad de trabajo en equipo				Capacidad de comunicación				Capacidad de liderazgo		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	
E1	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5	3	4	3	
E2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
E3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
E4	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	
E5	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	
E6	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
E7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E8	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	
E9	4	3	5	4	5	4	5	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	
E10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E11	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	
E12	4	3	5	3	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	
E13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	
E14	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
E15	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
E16	3	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	3	3	
E17	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	
E18	5	4	3	3	5	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	
E19	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	
E20	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	
E21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
E24	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	

E25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1
E26	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
E27	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5
E28	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2
E29	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
E30	5	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	3	5	5	3	4
E31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E32	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	5	4	3	3
E33	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
E34	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1
E35	3	3	3	4	5	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	4	3	5
E36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E37	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1
E38	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
E39	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
E40	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
E41	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
E42	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	3	5	5	4	5	4	4	4
E43	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	3	4	3
E44	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1
E45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E46	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
E47	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4
E48	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	4	3
E49	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5
E50	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
E51	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
E52	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
E53	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
E54	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4

E55	5	4	5	5	5	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5
E56	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	1	2	3	2
E57	4	5	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4
E58	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	4	5	5	5
E59	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4
E60	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	3	5
E61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E62	3	3	4	5	5	4	5	3	5	3	3	4	4	3	3	4	3	4
E63	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	3	4	5	5
E64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E65	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
E66	3	5	4	5	5	3	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5
E67	4	4	5	4	4	3	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	3	5
E68	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
E69	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2
E70	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	3	1	2	2	2
E71	4	5	4	3	5	3	3	4	5	3	3	5	3	5	4	3	3	3
E72	3	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4
E73	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
E74	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4
E75	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3
E76	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E77	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1
E78	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
E79	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
E80	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5
E81	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3
E82	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
E83	4	3	4	3	4	5	4	5	3	3	5	3	4	4	4	4	3	5
E84	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3

E85	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4
E86	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	5
E87	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2
E88	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	4	2	2
E89	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4
E90	3	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5
E91	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2
E92	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2
E93	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
E94	3	3	2	2	3	2	2	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4
E95	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2
E96	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5
E97	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3
E98	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1
E99	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3
E100	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	2
E101	4	2	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	4
E102	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E103	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2
E104	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3
E105	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4
E106	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
E107	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2
E108	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
E109	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
E110	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
E111	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E112	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	2
E113	3	3	4	4	2	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3
E114	2	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3

E115	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2
E116	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5
E117	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3
E118	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
E119	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
E120	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2
E121	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2
E122	3	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3
E123	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2
E124	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
E125	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	5	3
E126	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3	4	5	3	2	3
E127	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
E128	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
E129	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
E130	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2
E131	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3
E132	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2
E133	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
E134	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
E135	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3
E136	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2
E137	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2
E138	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	3	4
E139	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3
E140	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2
E141	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4
E142	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2
E143	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4	5	4	4	5	3	5	3	5
E144	2	4	3	3	3	4	2	4	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2

E175	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2
E176	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2
E177	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3
E178	5	5	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	3	5	5
E179	2	3	2	2	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4
E180	5	5	5	3	5	3	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4
E181	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1
E182	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	3	2	2	4	3	3
E183	2	3	5	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	5	3	3	4
E184	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
E185	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
E186	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1
E187	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5
E188	4	5	5	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3
E189	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1
E190	4	4	5	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5
E191	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	3	5	4	3	5
E192	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2
E193	3	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5
E194	3	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3
E195	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
E196	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
E197	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E198	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
E199	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1
E200	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	5
E201	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3
E202	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5
E203	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
E204	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4

E205	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1
E206	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3
E207	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4
E208	3	1	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3
E209	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E210	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4
E211	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
E212	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1
E213	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1
E214	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
E215	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
E216	4	5	3	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	5	5	3
E217	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	3	3
E218	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5
E219	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3
E220	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1
E221	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1
E222	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4
E223	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5
E224	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E225	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
E226	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
E227	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
E228	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E229	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4
E230	4	4	4	3	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3
E231	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4
E232	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
E233	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1
E234	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2

E265	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2
E266	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
E267	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2
E268	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E269	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
E270	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2
E271	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1
E272	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
E273	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2
E274	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2
E275	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2
E276	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2
E277	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E278	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1
E279	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
E280	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
E281	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
E282	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E283	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E284	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1
E285	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E286	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1
E287	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1
E288	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2
E289	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1
E290	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
E291	2	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2
E292	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
E293	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E294	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1

E295	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2
E296	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
E297	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1
E298	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
E299	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2
E300	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1
E301	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
E302	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E303	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2
E304	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
E305	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1
E306	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
E307	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
E308	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
E309	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
E310	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2
E311	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
E312	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
E313	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
E314	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
E315	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2
E316	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2
E317	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2
E318	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1
E319	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2
E320	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
E321	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2
E322	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2
E323	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2
E324	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1

E325	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
E326	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
E327	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
E328	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2
E329	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2
E330	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2
E331	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2
E332	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
E333	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E334	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1
E335	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
E336	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
E337	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1
E338	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1
E339	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
E340	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2
E341	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
E342	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E343	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
E344	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2
E345	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1
E346	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
E347	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
E348	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2
E349	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E350	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
E351	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2
E352	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
E353	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
E354	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1

E355	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3
E356	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3
E357	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2
E358	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
E359	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
E360	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
E361	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1
E362	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
E363	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E364	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
E365	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2
E366	3	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3
E367	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E368	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E369	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E370	2	2	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2
E371	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
E372	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
E373	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E374	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1
E375	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1
E376	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2
E377	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
E378	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2
E379	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2
E380	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1
E381	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2