

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes
universitarios de administración, 2022**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios
Internacionales

Autor:

Monica Hualla Aroni
Kerssy Jhossef Sulca Valdivia

Asesor:

Mtro. Wilson Cruz Mamani

Juliaca, julio de 2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Wilson Cruz Mamani, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE ADMINISTRACIÓN, 2022”** de los autores **Monica Hualla Aroni** y **Kerssy Jhossef Sulca Valdivia**, tiene un índice de similitud de 20 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Juliaca a los 15 días del mes de agosto del año 2023.



Mtro. Wilson Cruz Mamani

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a los **05 día(s)** del mes de **julio** del año **2023** siendo las 10:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Juliaca, bajo la dirección del (de la) **presidente(a): MSc. Giovanni Elizabeth Estela Delgado**, el secretario: **Mtro. Julio Samuel Torres Miranda** y los demás miembros: **Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta** y el asesor: **Mtro. Wilson Cruz Mamani**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: **Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de administración, 2022**, de (los) bachiller/es: **a) Monica Hualla Aroni, b) Kerssy Jhossef Sulca Valdivia**, conducente a la obtención del título profesional de: **Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

.....(Denominación del Título Profesional).....

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado. Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): **Monica Hualla Aroni**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	16	B	Bueno	Muy bueno

Bachiller (b): **Kerssy Jhossef Sulca Valdivia**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	16	B	Bueno	Muy Bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente/a



Secretario/a

Asesor/a

Miembro

Miembro

Bachiller (a)

Bachiller (b)

Bachiller (c)

Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de administración, 2022

Factors that influence the entrepreneurial intention of university management students, 2022

Hualla-Aroni, Monica, Sulca-Valdivia, Kerssy Jhossef

EP. Administración y Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales,
Universidad Peruana Unión.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de los factores en la intención emprendedora universitaria de la escuela profesional de administración. Es de tipo descriptivo correlacional y explicativo. El diseño de la investigación es de enfoque cuantitativo, no experimental y de corte transversal. Los participantes de estudio fueron 628 estudiantes universitarios de pregrado. Los instrumentos utilizados fueron validados mediante juicio de expertos y se comprobó su fiabilidad a través del alpha de Crombach con un coeficiente de 0.935 para las variables. Los resultados muestran que sí existe relación alta y significativa entre los factores de intención y la intención emprendedora ($r = .505$) con significancia de p -valor = .001 ($p < 0.05$). Además, del sexo femenino representan un 87% de percepción *emprendedora*, mientras que del sexo masculino en un 79%. Respecto a la modalidad; estudiantes de semipresencial presentan mayor nivel de *intención emprendedora* con un 77% a diferencia de la modalidad presencial que representa un 72%. Por lo tanto, se puede afirmar que los estudiantes apuestan por emprender un negocio, enfocados en la innovación constante, una nueva normalidad que se ha convertido en factores clave para el éxito empresarial en un mundo cada vez más globalizado y competitivo.

Palabras clave: *Intención emprendedora, deseabilidad percibida, factibilidad percibida, emprendimiento universitario*

ABSTRACT

The objective of this investigation was to determine the influence of the factors on the university entrepreneurial intention of the professional school of administration. It is of a basic type with a correlational descriptive scope. The research design is non-experimental and cross-sectional. Study participants are 628 undergraduate college students. The instruments used were validated by expert judgment and their reliability

was verified through Cronbach's alpha with a coefficient of 0.935 for the variables. The results show that; if there is a high and significant relationship between the intention factors and the entrepreneurial intention ($r = .505$) with significance of $p\text{-value} = .001$ ($p < 0.05$). In addition, women represent 87% of entrepreneurial perception than men in 79%. Regarding the modality; Blended learning students present a higher level of entrepreneurial intention 77%, unlike the face-to-face modality 72%. Therefore, it can be affirmed that those students who bet on entrepreneurship in the way they decide to start a business, a new normality in which innovation and entrepreneurship have become key factors for business success in a world that is increasingly globalized and competitive.

Keywords: *Entrepreneurial intention, perceived desirability, perceived feasibility, university entrepreneurship*

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

En la actualidad, el emprendimiento es el factor importante del desarrollo de la economía en el mundo, de esta manera es como el crecimiento de emprendedores ha sido vital para reforzar ecosistemas de emprendimiento, en este caso el peruano. En Perú la situación era diferente hace no más de 10 años, la dimensión del emprendimiento no tocaba aún puertas, pero fue entonces cuando el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) junto con el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN en 2003, empiezan a realizar trabajos conjuntos para desarrollar proyectos para así entender el emprendimiento en Perú, el primer informe sale a la luz en 2004 con cifras favorables que han estado en constante crecimiento hasta la fecha (GEM, 2017).

De acuerdo con el Estudio Global Entrepreneurship Monitor Peru (GEM Perú) 2021/2022 basado en entrevistas con más de 175,000 personas y expertos de 51 economías, el informe rastrea el porcentaje de adultos que están iniciando o administrando un nuevo negocio (denominado Actividad empresarial total en etapa inicial o TEA). El impacto de la pandemia en las percepciones empresariales también ha sido muy variado. De las 38 economías que participaron en la Encuesta de Población Adulta (APS) del GEM tanto en 2019 como en 2022, hubo 12 economías en las que el porcentaje de adultos que vieron buenas oportunidades locales para iniciar un negocio se redujo en cinco puntos o más. Hubo otras nueve economías en las que ese porcentaje aumentó en más de cinco puntos. Una explicación de estas diferencias puede ser el nivel de apoyo que los gobiernos estaban dispuestos (y podían) ofrecer a las empresas y los hogares durante la pandemia.

Según el informe de GEM (2023) por segundo año consecutivo, los Emiratos Árabes Unidos ocupan el puesto número uno en el Índice de contexto empresarial nacional GEM (NECI). GEM define el contexto empresarial de una economía en particular en términos de 13 características diferentes, denominadas Condiciones Marco de Emprendimiento (EFC): 1) Finanzas empresariales: hay suficientes fondos para nuevas empresas emergentes. 2) Facilidad de acceso a finanzas empresariales: y esos

fondos son de fácil acceso. 3) Política gubernamental, apoyo y relevancia: las políticas promueven y apoyan las empresas emergentes. 4) Política gubernamental, impuestos y burocracia: las nuevas empresas son programas gubernamentales de emprendimiento: los programas de apoyo de calidad están ampliamente disponibles. 5) Educación empresarial en la escuela: las escuelas introducen ideas empresariales. 6) Educación empresarial posescolar: las universidades ofrecen cursos sobre cómo iniciar un negocio. 7) Transferencias de investigación y desarrollo: la investigación es fácil transferidos a nuevos negocios. 8) Infraestructura comercial y profesional: los servicios de calidad están disponibles y son asequibles. 9) Facilidad de entrada, dinámica del mercado: los mercados son libres, abiertos y en crecimiento. 10) Facilidad de entrada, cargas y regulaciones: las regulaciones fomentan, no restringen la entrada. 11) Infraestructura física: buena calidad, disponible y asequible. 12) Normas sociales y culturales: fomentar y celebrar el espíritu empresarial.

Las casas de Educación Superior, están teniendo un nivel progresivo de compromiso con el tema de emprendimiento, lo que causa una variedad en el diseño de estrategias que permiten fortalecer a los jóvenes emprendedores, los cuales tendrían objetivos de realizarse y alcanzar diferentes logros a través del emprendimiento empresarial. Para Leite et al. (2015) es fundamental considerar a la educación como un pilar básico en el desarrollo del espíritu emprendedor e innovador.

En el caso del Perú, los emprendedores por oportunidad representan al 73%. "El peruano siempre ha sido un buscador de oportunidades por excelencia, el contexto económico desfavorable que hemos vivido durante mucho tiempo, lo ha obligado a desarrollar su ingenio y creatividad para alcanzar el bienestar. Esto lo ha conducido a descubrir un amplio abanico de oportunidades que van desde iniciativas muy puntuales para atender a mercados tradicionales hasta soluciones innovadoras disruptivas, siendo estas últimas las que necesitan de mayor impulso para su desarrollo" señaló Jaime Serida, líder del equipo de investigación GEM Perú y Decano de ESAN Graduate School of Business en el año 2022.

En el Perú, durante los últimos años, el nivel de emprendimiento en los negocios esta siendo un tema muy tratado, gracias a este aspecto el Perú se vuelve más eficaz y emprendedor, fortaleciendo el crecimiento de nuestro país. Según informes dados en el año 2017 por Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Perú ocupó el cuarto puesto a nivel latino en temas de emprendimiento, teniendo una Tasa de Actividad de Emprendimiento (TEA) de 25,1% por sobre la TEA de Latinoamérica que está en 18.8%, según Jaime Serida decano de ESAN y líder del equipo GEM Perú, también manifestó que, "25 de cada 100 peruanos se encuentra involucrado ya en algún tipo de actividad emprendedora" (Gestión, 2017, citado por Garcera et al., 2018).

Según estudios realizados por ESAN, motivación de la actividad empresarial; La mayoría de los emprendedores en el mundo están motivados por la oportunidad más que por la necesidad. La prevalencia más alta de emprendedores ocasionales se encuentra en las economías basadas en la innovación (78 %), mientras que se acerca al 68 % en las economías basadas en los recursos y la eficiencia. En Perú, los emprendedores por oportunidad alcanzan el 73%. Para algunos, las razones para aprovechar las oportunidades incluyen mejorar su situación, volverse más independientes u obtener mayores ingresos.

GEM los llama “Emprendedores de oportunidades de crecimiento o progreso” (IDO). El índice de incentivos muestra que hay casi 1,5 veces más emprendedores de IDO que emprendedores por necesidad en las economías basadas en recursos, mientras que esta proporción es el doble en las economías basadas en la eficiencia y el triple en las economías basadas en la innovación.

En este sentido, las universidades cumplen un papel importante en el desarrollo de las habilidades de los estudiantes vinculados a la intención emprendedora (Hofer et al., 2013) a través de las enseñanzas transmitidas en sus diferentes actividades. Por ejemplo, se llevan a cabo proyectos, cursos de investigación, estudios de mercado, marketing, selección del personal, desarrollo e implementación de sistemas y estructuras relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresas. Tales actividades ayudan a transformar las oportunidades captadas en acciones empresariales (Welter & Baker, 2021).

Es común que las intenciones emprendedoras de un universitario reflejen su futuro comportamiento emprendedor (Shirokova et al., 2015); no obstante, podrían presentar considerables variaciones debido a los antecedentes personales, así como los niveles y tipos de experiencias vivenciados que modulan su comportamiento (Morris et al., 2017).

Es por eso que, se han planteado investigaciones sobre la intención emprendedora, con la necesidad de identificar y evaluar las relaciones particulares para diferentes grupos poblacionales, pero se ha hallado en muchas investigaciones que quienes suscitan más interés en el tema de estudio, corresponden al conjunto de individuos que se encuentran en diferentes niveles estudiantiles, esto se debe a que los esfuerzos en esta materia han sido ampliamente encaminados en la identificación y preparación de estudiantes universitarios para la creación de empresas, pues poseen mayores probabilidades de convertirse en potenciales emprendedores (Olsen, 2013). Lo anterior puede deberse a que, en la etapa de la vida universitaria, es donde el estudiantado define sus perspectivas futuras a corto y mediano plazo, planteándose diversas posibilidades al egresar, las cuales varían a partir de sus características personales, sociales y culturales (Hong et al., 2012).

Por lo tanto, este artículo contiene los siguientes puntos: En primer lugar, se realizó una búsqueda bibliográfica sobre el tema. Luego se analizó y definió el concepto de intención emprendedora, seguido por estudios realizados por otros autores utilizando las variables intención emprendedora, deseabilidad percibida, normas sociales, factibilidad percibida y otras variables que la investigación consideró importante según el tipo de estudio que se estaba realizando. También se detalla la metodología utilizada en este estudio, los resultados obtenidos, así como las conclusiones y discusión de los resultados.

1.2 Estado de Arte

A nivel internacional

Según Valdivia et al. (2021) “Estudio de la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México” esta investigación tuvo como objetivo medir la intención emprendedora de los alumnos de la universidad. La metodología empleada fue descriptiva correlacional.

La investigación encontró que los estudiantes mostraron la mayor intención emprendedora en la institución en los últimos cuatrimestres; es decir que la IE de Ingeniería o Licenciatura es mayor que la de los estudiantes que cursan Tecnológica Superior (pp. 13-36).

Desde la posición de Galvez et al. (2020) en su trabajo, “Actitud e Intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y contaduría pública”, tuvo como objetivo describir el nivel de intención de crear empresas propias de los estudiantes universitarios, y cómo este es afectado por su percepción sobre los estímulos y barreras implicadas en ello. El método empleado fue corte transversal, descriptivo y explicativo. Los resultados descriptivos muestran que alrededor de 70% de los alumnos mostraron interés en ser empresarios, siendo su principal motivación para obtener estabilidad familiar y personal.

Desde el punto de vista de Aguilera et al. (2021) “intención emprendedora en estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño, Colombia” teniendo como base, realizar un análisis de la intención emprendedora, teniendo como método de estudio exploratoria y descriptiva; se pretende explorar y describir cuáles son las creencias de comportamiento, normativas y controladas de los estudiantes y cómo éstas creencias influyen en la intención emprendedora. Los resultados indican que en la mayoría de los estudiantes que participaron en la investigación, existe una alta intención emprendedora. Su entorno cercano, especialmente familiar, los incentiva a emprender su propio negocio, pero consideran que factores como la falta de apoyo gubernamental, las limitaciones que tiene la universidad para promover espacios adecuados para la generación de ideas de negocio y el desconocimiento de metodologías de ideación, inciden negativamente en su intención emprendedora.

A nivel Nacional

Según Lloja et al. (2021) en su investigación, “Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios”, dicha investigación se llevó en universidades de la ciudad de Tarapoto, San Martín. Su objetivo era identificar los factores que más favorecen la intención emprendedora. Se empleó el método de estudio cuantitativo, no experimental y descriptivo. En consecuencia, los factores más importantes son; el factor personal indica un nivel alto con un 68%, el factor recurso indica un nivel medio con un 54%, los cuales son más importantes para fomentar una intención emprendedora en los estudiantes, pero que sería interesante enfatizar más el factor recursos.

Chávez . et al. (2020) en su trabajo, “Inteligencia emocional e Intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales, Juliaca, Lima y Tarapoto, 2016 - II” su objetivo fue determinar qué relación existe entre la inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de sexto y octavo ciclo. Su método fue de tipo correlacional no experimental y transversal. Después de haber procesado los datos, se demostró que existe una relación positiva, directa y significativa entre sus variables y las dimensiones. Es importante destacar que el nivel de inteligencia emocional en la sede y sus dos filiales fue de 68.8% y de intención emprendedora fue de 70.2%. También se observó que en la filial de Tarapoto los valores más bajos de sus

dos variables en comparación de la sede y en la filial de Juliaca con un 55.9% y 63.6% respectivamente. (pp. 20,22,100)

En la investigación presentada por, Urquiza. (2020) "Intención Emprendedora de los estudiantes de los últimos ciclos de la Universidad la Salle, Arequipa, 2020" como objetivo fue determinar el nivel de la intención emprendedora de los estudiantes de los últimos cuatro semestres. El resultado que obtuvieron con la investigación realizada, con una población de 86 estudiantes, se concluyó que el 72% de estudiantes, presentaron un nivel alto de intención emprendedora. Por otro lado, el 49% de los estudiantes con un nivel alto de IE pertenecen a los últimos años de la carrera de Administración y Negocios Internacionales, también manifiestan que el 79% de mujeres presentó el nivel más alto de IE y solo el 9% de ellas mostró un nivel bajo a comparación de 65% de hombres con un nivel alto de IE y el 14% en nivel bajo de IE, presentando los mejores resultados las mujeres (p. 7).

A nivel Regional

Según Chambi & Arohuanca (2019), "Estudio comparativo de intenciones emprendedoras en estudiantes de administración en la ciudad de Puno, 2019" tuvo como objetivo determinar la relación emprendedora en función de sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano y la Universidad Néstor Cáceres Velásquez (sede Puno). Su método fue de enfoque cuantitativo, no experimental y de nivel relacional comparativo. Como resultado de la investigación, se ha encontrado diferencias considerables en las variables de valoración ($p < 0.05$) en sus dimensiones de actitud personal, norma subjetiva e intención emprendedora. También se menciona que la intención emprendedora de los estudiantes de la UNA ($M=6,14$) es mayor respecto a UANCV ($M=4.70$). Con los resultados mencionados se puede decir que la UNA presenta mejor intención emprendedora con evaluación a la puesta en marcha de un emprendimiento, mientras la UANCV presenta mejor control conductual percibido para convertirse en emprendedor, pero que aún hay aspectos que se tienen que mejorar (p. 11).

1.3 Descripción de Variables

Intención Emprendedora

El término emprendimiento nace del vocablo francés *entrepreneur* y es comprendida como una actividad en la que intervienen factores sociales, personales, culturales, políticos y económicos que, integrados, pueden influir en la intención de emprender en las personas (Durán & Arias, 2015). Esta actividad se desarrolla gracias a la creatividad, que desplaza recursos de un nivel de productividad a otro.

Para Bird (2014) la intención emprendedora es un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción. El análisis sobre comportamiento manifiesta que la intención emprendedora tiene la posibilidad de mayor justificación que otros factores; por ejemplo, el carácter psicológico. También define que la intención

empresarial es un estado mental en el que los individuos tienden a optar por la creación de una nueva empresa o presentar un valor agregado dentro de la organización donde se desempeñan. Es el compromiso para ejercer una conducta apropiada para llevar a cabo una iniciativa emprendedora.

En el estudio realizado por Saadin & Daskin (2015) mencionan que la intención emprendedora tiene cuatro dimensiones: intención emprendedora (entendida como los esfuerzos que se realizan para la creación de un negocio), deseabilidad percibida (es el grado en que a una persona le es atractivo crear un negocio), normas sociales (es la influencia social que condiciona los pensamientos del individuo con respecto al emprendimiento) y factibilidad percibida (este concepto está relacionado con la autoeficacia, el cual consiste en qué tan capaz se siente un individuo para emprender).

Hoy hablamos de una nueva normalidad, donde la innovación y el emprendimiento se han convertido en factores clave para el éxito empresarial en un mundo cada vez más globalizado y competitivo. El 2023 está siendo un año de grandes desafíos y oportunidades para las empresas que buscan destacarse en un mercado en constante cambio (Morán, 2023). El objetivo de la investigación es determinar la relación entre los factores: deseabilidad percibida, normas sociales y factibilidad percibida con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Además, considerando los objetivos específicos: describir los niveles de intención emprendedora, comparar las intenciones emprendedoras por sexo, modalidad y semestres, determinar el modelo para intención emprendedora.

2 MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Diseño

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. Es de enfoque cuantitativo porque prueba hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández et al., 2014). Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (Arias G, 2012) citado por Hurtado (2020).

Valderrama (2013) menciona que el diseño de la investigación es no experimental, transaccional o transversal; ya que no existe manipulación activa de alguna variable y se busca establecer la relación de variables medidas en una muestra en un único momento del tiempo.

2.2 Participantes

La presente investigación se realizó con los estudiantes universitarios de la carrera de administración de la Universidad Peruana Unión. Para determinar la muestra se consideró un muestreo no probabilístico intencional o por conveniencia, teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión. Los estudiantes que participaron en las encuestas fueron de primero a decimo ciclo. Se contó con la participación de 628 estudiantes.

Criterios de Inclusión

- Participación voluntaria en la investigación.

Criterios de Exclusión

- Negativa en la participación voluntaria en la investigación.

2.3 Mediciones

Se utilizó el instrumento diseñado y validado por Saadin y Daskin en 2015, cuya intención fue medir la IE en estudiantes de las carreras de hotelería en Malasia. Además el instrumento fue utilizado por (Valdivia Velasco et al., 2021), en su investigación titulada “Estudio de la Intención Emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México”, fue revalidada por expertos, teniendo como resultado 0.935 en la confiabilidad del alfa de Cronbach. Los elementos del instrumento se agrupan en cuatro secciones: 1) intención emprendedora (entendida como el esfuerzo que implica iniciar un negocio), 2) deseabilidad percibida (el grado en que un individuo encuentra atractivo emprender), 3) normas sociales (la influencia social que impulsa el pensamiento de los individuos sobre el emprendimiento), y 4) factibilidad percibida (este concepto está relacionado con la autoeficacia, es decir, qué tan capaz se siente un individuo para emprender). El instrumento hace uso de una escala tipo Likert de cinco niveles de conformidad (Sullivan & Artino, 2013).

2.4 Procedimientos

Se realizó una matriz de datos usando el programa informático Office Excel para identificar y registrar los datos correspondientes a las variables y dimensiones. El análisis estadístico se realizó en el programa IBM SPSS Statistics 27, teniendo en cuenta los objetivos de estudio, diseño de investigación, la naturaleza y escala de medición de las variables. Por ello, se realizó un análisis descriptivo de los niveles de percepción en la muestra en general y en los grupos de estudio; para el análisis correlacional se realizó la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov, encontrándose un nivel de significancia de .001 determinándose que todas las variables no siguen una distribución normal, por lo que se utilizó la correlación no paramétrica de rho Spearman.

Las acciones realizadas se detallan conjunta en las dos etapas:

- *Etapas 1: Acceso a base datos*
- *Etapas 2: Técnicas de búsqueda*

La investigación se ha realizado a través de diferentes buscadores y bases de datos, evaluando diferentes artículos en base a criterios como calidad, visibilidad y relevancia que están presentes en cada uno de ellos con el fin de realizar una revisión teórica en este artículo.

Se creó un formulario de Google, disponible a través de la plataforma virtual de la propia universidad, donde se presentó el objetivo de la investigación y se solicitó la participación voluntaria, se enfatizó que la encuesta era anónima y los datos recopilados serían utilizados únicamente para los fines de investigación. Asimismo, se indicó que, al comenzar a desarrollar el cuestionario, declaraba el consentimiento para participar. El tiempo promedio para responder las preguntas fue de 20 minutos.

2.5 Análisis estadísticos

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizó el paquete estadístico IBM SPSS Statistics 27 para calcular las frecuencias y porcentajes de cada variable y sus respectivas dimensiones. Para determinar el coeficiente de correlación más adecuado se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov de las variables y dimensiones. Se determinó que los datos no siguen una distribución normal; por lo tanto, se utilizó la prueba estadística más adecuada: la de Rho de Spearman. Además, se realizó un análisis estadístico de regresión múltiple para determinar la influencia de los factores en la intención de emprendedor.

2.6 Declaración sobre aspectos éticos

La información recabada y los datos utilizados, fueron recogidas directamente de los estudiantes participantes en el proyecto “Liderazgo Emprendedor” de la escuela profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales. Para llevar a cabo el proceso de la investigación se contó con la autorización del comité de ética de la unidad académica.

3 RESULTADOS

3.1 Resultados descriptivos

Según la tabla 1, se observa que el 59.6% de participantes son de sexo femenino, seguido por 40.4% de sexo masculino. Por otra parte, el 67.0% de participación tienen entre 18 a 22 años de edad, seguido por 12.6% que tienen entre 23 a 27 años y en menor proporción un 3.8% que figuran de 36 a más años de edad. En otro aspecto se puede observar que el 81.7% son de modalidad presencial y el 18.3% semipresencial. En cuanto a nivel de estudio, el 25.3% son de 1er ciclo de la carrera, seguido por 17.4% que pertenecen a 3er ciclo y en menor porcentaje de 3.0% los de 6to ciclo.

Tabla 1

Características demográficas de la población de estudio

		Recuento	% de N tablas
Sexo	Femenino	374	59.6%
	Masculino	254	40.4%
Edad	Menor de 18	57	9.1%
	Entre 18 a 22	421	67.0%
	Entre 23 a 27	79	12.6%
	Entre 28 a 35	47	7.5%
	Mayor a 36	24	3.8%
Modalidad	Presencial	513	81.7%
	Semipresencial	115	18.3%
Ciclo	1er ciclo	159	25.3%

2do ciclo	105	16.7%
3er ciclo	109	17.4%
4to ciclo	32	5.1%
5to ciclo	82	13.1%
6to ciclo	19	3.0%
7mo ciclo	56	8.9%
8vo ciclo	20	3.2%
9no ciclo	46	7.3%

En la Tabla 2, se observa los niveles de Intención emprendedora y sus factores desde la perspectiva de los estudiantes. Así, el 83.6% revela un nivel alto de intención emprendedora, un 15.9% un nivel medio y un 0.05% representa un nivel bajo. En cuanto a factibilidad percibida, 67.0% representa a un nivel medio y un 29.0% un nivel alto. En cuanto a deseabilidad percibida, 64.8% opina que hay un nivel alto de deseo, 32.6% de manera media y sólo 2.5% presenta un nivel bajo. En el factor de normas sociales, 60.5% perciben un nivel alto, 37.6% un nivel medio y 1.9%, bajo.

Tabla 2

Análisis descriptivo de las variables de estudio - general

		Recuento	% de N tablas
Intención emprendedora	Baja	3	0.5%
	Media	100	15.9%
	Alta	525	83.6%
Deseabilidad percibida	Baja	16	2.5%
	Media	205	32.6%
	Alta	407	64.8%
Normas sociales	Baja	12	1.9%
	Media	236	37.6%
	Alta	380	60.5%
Factibilidad percibida	Baja	25	4.0%
	Media	421	67.0%
	Alta	182	29.0%
	Total	628	100.0%

En la Tabla 3, la percepción de la variable de intención emprendedora, el 87% de sexo femenino tienen un nivel alto de intención, a diferencia del sexo masculino que representan un 79% del mismo nivel. En el factor de deseabilidad percibida un 66% del sexo femenino indica que se representa un nivel alto, al igual que del sexo masculino es el 63% muestran un nivel alto. En el factor de normas sociales donde un 61% de mujeres tienen un nivel alto y un 59% representado por varones. Lo mismo sucede con el factor de factibilidad percibida, teniendo como un 61% de nivel alto en mujeres y un 59% en varones.

Tabla 3*Análisis descriptivo comparativo de las variables de estudio por sexo*

Variables	Categoría	Femenino	Masculino	Total
		%	%	
Intención emprendedora	Bajo	1%	0%	0%
	Medio	13%	21%	16%
	Alto	87%	79%	84%
Deseabilidad percibida	Bajo	2%	4%	3%
	Medio	32%	33%	33%
	Alto	66%	63%	65%
Normas sociales	Bajo	2%	2%	2%
	Medio	37%	39%	38%
	Alto	61%	59%	61%
Factibilidad percibida	Bajo	2%	2%	2%
	Medio	37%	39%	38%
	Alto	61%	59%	61%
	Total	100%	100%	100%

En la tabla 4, se observa a los variables de estudio por modalidad desde la perspectiva de los estudiantes. En la percepción de la variable de intención emprendedora; en la modalidad presencial el 83% de estudiantes indican que perciben un nivel alto, en la modalidad semipresencial el 85%, también señalan un nivel alto. En el factor de deseabilidad percibida; un 65% indican un nivel alto, representada por modalidad presencial, 64% percibida por semipresencial también muestran un nivel alto. En el factor de normas sociales; el 61% percibida por la modalidad presencial presentan un nivel alto, de la misma manera la modalidad semipresencial el 60% muestran un nivel alto. En el factor de factibilidad percibida; en la modalidad presencial presentan un 61%, lo que indica que se presenta un nivel alto, de la misma manera en la modalidad semipresencial el 60%, muestran un nivel alto.

Tabla 4*Análisis descriptivo comparativo de las variables de estudio por modalidad*

Variables	Categoría	Presencial	Semipresencial	Total
		%	%	
Intención emprendedora	Bajo	1%	0%	0%
	Medio	16%	15%	16%
	Alto	83%	85%	84%
Deseabilidad percibida	Bajo	3%	3%	3%
	Medio	33%	33%	33%
	Alto	65%	64%	65%
Normas sociales	Bajo	2%	2%	2%
	Medio	37%	38%	38%
	Alto	61%	60%	61%
Factibilidad percibida	Bajo	2%	2%	2%

Medio	37%	38%	38%
Alto	61%	60%	61%
Total	100%	100%	100%

En la tabla 5, en la percepción de la variable de intención emprendedora, en el grupo de estudio de 3ro a 6to ciclo, el 86% de estudiantes tienen un nivel alto en relación a 1ro a 2do ciclo presentan un 83% y el semestre de 7mo a 10mo un 80%, que también representan un nivel alto. En el factor de deseabilidad percibida el grupo de 3ro a 6to ciclo, el 68% presentan un nivel alto de percepción a comparación con el grupo de 1ro a 2do que presentan un 64% y el ciclo de 7mo a 10mo un 61% de nivel alto. En el factor de normas sociales, el grupo de 3ro a 6to el 66% indica que presenta un nivel alto, de la misma manera el grupo de 1ro a 2do el 59% y el grupo de 7mo a 10mo el 53% que muestran un nivel alto. En la percepción del factor de factibilidad percibida, en el semestre de 3ro a 6to semestre el 66% indica una percepción alta, en el semestre de 1ro a 2do el 59%, también en semestre de 7mo a 10mo el 53% muestran un nivel alto.

Tabla 5

Análisis descriptivo comparativo de las variables de estudio por semestres

Variables	Categoría	1ro y 2do	3ro a 6to	7mo a 10mo	Total
		semestre	semestre	semestre	
		%	%	%	
Intención emprendedora	Bajo	0%	0%	1%	1%
	Medio	16%	14%	19%	19%
	Alto	83%	86%	80%	80%
Deseabilidad percibida	Bajo	3%	2%	3%	3%
	Medio	34%	30%	35%	35%
	Alto	64%	68%	61%	61%
Normas sociales	Bajo	2%	2%	1%	1%
	Medio	39%	32%	46%	46%
	Alto	59%	66%	53%	53%
Factibilidad percibida	Bajo	2%	2%	1%	1%
	Medio	39%	32%	46%	46%
	Alto	59%	66%	53%	53%
	Total	100%	100%	100%	100%

3.2 Prueba de normalidad

La tabla 6 muestra el análisis de normalidad de Kolmogorov-Smirnov de la variable de intención emprendedora con sus respectivas dimensiones pertenecen a la prueba estadística no paramétrica, porque no hay distribución normal. La mayoría de sus dimensiones no tiene distribución normal, donde p valor es menor al 5% ($p < 0.05$), por lo tanto, se utilizará la prueba estadística de correlación Rho de Spearman.

Tabla 6

Análisis de normalidad

Variable	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Intención emprendedora	0.128	628	0.001
Deseabilidad percibida	0.106	628	0.001
Normas sociales	0.134	628	0.001
Factibilidad percibida	0.093	628	0.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

3.3 Resultados correlacionales

En la tabla 7 se observa la existencia de correlaciones significativas; tal es el caso de deseabilidad percibida e intención emprendedora con un nivel de relación directa, de magnitud alta y significativo ($r = .602$, $p < .05$). De igual forma, una relación alta, directa y significativa con factibilidad percibida ($r = .692$, $p < .05$). Finalmente, una relación directa, de magnitud moderada y significativa con normas sociales ($r = .424$, $p < .05$).

Tabla 7

Análisis de correlación entre las variables de estudio

Variables	Intención emprendedora	
	r	P
Deseabilidad percibida	,602**	0.001
Normas sociales	,424**	0.001
Factibilidad percibida	,692**	0.001

En la tabla 8 se observa que el modelo de regresión lineal múltiple que explica el efecto de los indicadores sobre la variable intención emprendedora. Reconociendo que los indicadores son cuantitativos, luego de contrastar los supuestos estadísticos para validar el modelo, los hallazgos demuestran que los tres factores; deseabilidad percibida, normas sociales y factibilidad percibida, explican la variable intención emprendedora en un 56.2%. Finalmente, según el resultado de la prueba t de Student, se asume que el factor factibilidad percibida es el predictor más importante ($t = 16.267$, $p < .05$), seguido por deseabilidad percibida ($t = 11.835$, $p < .05$) y por otra parte el factor de normas sociales es la menos importante ($t = -3.569$, $p < .05$).

Tabla 8

Coefficientes de regresión lineal múltiple en base al efecto de los indicadores de las variables sobre intención emprendedora

Modelo:	Coefficientes no estandarizados	t de student	Sig
R2 ajustado = .562			

	R	Error estandar		
(Constante)	13.351	1.112	12.005	0.000
Deseabilidad percibida	0.757	0.064	11.835	0.000
Normas sociales	-0.277	0.078	-3.569	0.000
Factibilidad percibida	0.948	0.058	16.267	0.000

Variable dependiente: Intención Emprendedora

4 DISCUSIÓN

En cuanto a nuestro objetivo general se encontró que existe una relación directa, alta y significativa con el factor de factibilidad percibida e intención emprendedora ($r = ,692$, $p < .05$), además siendo el factor predominante y predictor sobre la intención emprendedora. Por su parte Valdivia et al. (2021) utilizando la prueba estadística no paramétrica de Spearman, donde mide la intensidad de la correlación entre las variables encontró, que todas las relaciones son significativas ($p < 0.05$). También de que la variable asociada a la apertura de un negocio en la que más se relaciona con las variables de la sección Intención emprendedora, en cambio en las variables deseabilidad percibida y normas sociales se observa correlación intermedia; por último, con respecto a la variable factibilidad percibida se halló correlaciones muy heterogéneas. Por lo tanto, el análisis de esta correlación, se determina que la mayor característica de los alumnos está relacionada con la preferencia de emprender un negocio en su mayoría con mayor importancia para medir la deseabilidad percibida. Además, al existir una alta participación en ideas de negocio para incubación y consolidación, ferias de emprendimiento e iniciativas innovadoras, participación regular en concursos de proyectos de investigación científica, tecnológica y de innovación y nada significativo en concursos de prototipos de invenciones habrá mayor intención emprendedora.

En cuanto a los niveles de intención emprendedora desde la perspectiva por los estudiantes. Se menciona que el 83.6% revela un nivel alto de emprender. De acuerdo con Araya (2021) en su investigación desde la perspectiva de los estudiantes universitarios, encontró que un 73% del estudiantado tiene una alta intención de emprender. En relación con esto (Saavedra & Camarena, 2020) encontraron en su investigación que, el 97% de los estudiantes manifiestan el deseo de emprender un negocio; sin embargo, solo una tercera parte muestra la firme intención de emprender en dos años. Las universidades deben plantear estrategias que construyan ejes transversales en el currículo de estudios. Por su parte (Osorio & Londoño, 2015) hallaron otros factores que son relevantes en la intención emprendedora de los estudiantes; control de la conducta actual y el control de la conducta percibida, estos refieren a percepción de facilidad. para Aparicio et al. (2021) obtuvieron resultados similares, rescataron la importancia de los conocimientos y habilidades personales que deben tener los estudiantes para emprender. También se encontró el valor fundamental de la autoconfianza que debe estar implantada en los universitarios, la cual constituye una fortaleza de orientación y apoyo para una buena actitud y resistencia orientada a desarrollar la intención emprendedora.

Respecto a la percepción de la variable de intención emprendedora, se halló que el 87% del sexo femenino tienen un nivel alto de capacidad, a diferencia del sexo masculino que representan un 79% del mismo nivel. Por su parte Garavito et al. (2021) en su investigación encontró que las mujeres presentan en la extroversión, responsabilidad y apertura a la experiencia, un aumento a la IE cuando estas cuentan con un índice más alto en cada una de estas personalidades. Con relación a los hombres, la pendiente sigue siendo positiva, pero con una inclinación más moderada con respecto a la pendiente de las mujeres. En términos de la amabilidad y neuroticismo, se aprecia diferencia entre los hombres y las mujeres. En el estudio realizado por (Delorme Krauss et al., 2020) encontró que, las mujeres universitarias al tener Actitud Personal alta, son las que presentan mayor intención de emprender.

De acuerdo al modelo de regresión lineal múltiple explica el efecto de los factores sobre la variable intención emprendedora. Según el resultado de la prueba t de Student, se asume que el factor “factibilidad percibida” es el predictor más importante ($t= 16.267$, $p<.05$). Por su parte Krauss et al. (2018) trabajó con el modelo de regresión ordinal logística, que tuvo el fin de probar las hipótesis del modelo teórico de investigación y generar una ecuación matemática que permita cuantificar y predecir la intención emprendedora de un estudiante universitario utilizando como variables explicativas: el tipo de relación con la empresa familiar, la vinculación con la innovación, la motivación para emprender, la actitud emprendedora (entendida como búsqueda de placer y poder) y el PBI de cada país. Observando que todas las variables resultaron estadísticamente significativas considerando un nivel de significación del 10% (todos los valores-p fueron menores a 0,10). Los Factores 1 (Relacionamiento con la Empresa) y 3 (Motivación) fueron altamente significativos (valores-p < 0,001). Las variables de control ‘Región’ y ‘PBI’ (tomado como logaritmo natural) también resultaron altamente significativas (valores-p = 0,26 y 0,006 < 0,05). Los Factores 2 (Innovación, valor- p = 0,059 > 0,05) y 4 (Act.Personales, valor-p = 0,091 > 0,05) fueron marginalmente no significativos al 5%.

5 CONCLUSIÓN

Respecto al objetivo uno, existe un nivel de relación alta y significativa entre los factores deseabilidad percibida, normas sociales y factibilidad percibida con la intención emprendedora. Si la creación de empresas no es vista como algo deseable o valorado por la sociedad, puede disminuir la intención emprendedora de un individuo. La deseabilidad percibida juega un papel importante en la formación de la intención emprendedora. Cuando los individuos perciben que el emprendimiento es una opción atractiva y deseable, es más probable que desarrollen una intención de emprender. La deseabilidad percibida puede estar influenciada por varios factores, como la percepción de las oportunidades de negocio, el prestigio social asociado con el emprendimiento, la autonomía y la independencia que ofrece, así como la posibilidad de obtener beneficios económicos y personales. Además, cuando las personas perciben que tienen la capacidad y los recursos necesarios para llevar a cabo un emprendimiento exitoso, es más probable que desarrollen una mayor intención de emprender.

El nivel de percepción de intención emprendedora por parte de los estudiantes es alto, considerando como un punto importante la capacidad que tienen para emprender. Han identificado obstáculos para el emprendimiento entre los estudiantes universitarios en Perú. Por ejemplo, un estudio realizado por la Universidad Católica del Perú encontró que la falta de capital y recursos, así como la falta de experiencia empresarial, son las principales limitaciones para la creación de empresas entre los estudiantes universitarios. Según Donna Kelley, profesora de Babson College y autora principal del informe, existe la idea errónea de que la mayoría de los empresarios en las economías menos desarrolladas están motivados por la necesidad. "La realidad es que existen oportunidades empresariales de todo tipo en todas partes del mundo, y hay empresarios ambiciosos en todas partes con aspiraciones de explotarlas".

En el análisis descriptivo comparativo de los grupos de estudio por sexo, se pudo encontrar que las mujeres perciben un mayor nivel de intención emprendedora. Por otra parte, la modalidad semipresencial se considera en un nivel mayor a comparación de la modalidad presencial. En el caso de los estudiantes formados en la modalidad virtual, se interpretan los factores socio personales que determinan su cercanía a las intenciones de estudio. Este escenario nos lleva a concluir que no existe una relación de asociación diferente entre las modalidades de estudio y las intenciones emprendedoras, existen otras categorías como las actitudes personales y el apoyo social que influye en la decisión del estudiante al momento de emprender. Algunos estudios sugieren que las mujeres están más motivadas por razones no económicas a la hora de emprender, como la búsqueda de independencia, la satisfacción personal y la contribución al desarrollo social. En cambio, los varones tienden a estar más motivados por razones económicas, como la búsqueda de ganancias y el deseo de éxito financiero.

Al analizar el modelo de regresión lineal múltiple para la intención emprendedora, se llegó a la conclusión que el factor de factibilidad percibida es el predictor más importante de la intención emprendedora. Implica que, las universidades deben proporcionar actividades más dinámicas, Montellano (2016) y Messina (2011) mencionan que las herramientas curriculares mejoran competencias y habilidades multidisciplinares, centros de formación continua para empresas, asesoramiento e incubación de ideas, emprendimientos de base tecnológica, foros de inversión, talleres de tutoría sobre planes de negocio y una estrategia de incubación universitaria, en lo no curricular incluye jornadas más dinámicas de emprendimiento y acción. Para Maluk et al (2018), los cursos de emprendimiento deben fortalecer capacidades y habilidades que impulsen la toma de decisiones para el emprendimiento desde su formación.

6 REFERENCIAS

- Aguilera Castro, A., Benavides Pupiales, L. E., & Ibarra Jaramillo, F. J. (2021). Intención emprendedora en estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño, Colombia. *Tendencias*, 22(2), 213–238. <https://doi.org/10.22267/rtend.212202.174>
- Aparicio, S., Urbano, D., & Stenholm, P. (2021). Attracting the entrepreneurial potential: A multilevel

- institutional approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 168(March), 120748.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120748>
- Araya Pizarro, S. (2021). Intención emprendedora y preferencias laborales de estudiantes de negocios de Chile. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(3), 519–532.
<https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n3.2021.13349>
- Arias G, F. (2012). El proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica (6ta ed.). Caracas, República Bolivariana de Venezuela: Episteme. Recuperado el 16 de Agosto de 2023, de https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Bird, B. (2014). *Implementing Entrepreneurial Ideas : The Case for Intention*. May.
<https://doi.org/10.2307/258091>
- Chambi Condori, J. A., & Arohuanca Percca, P. A. (2019). Estudio comparativo de Intenciones Emprendedoras en estudiantes de administración en la ciudad de Puno. *Global Business Administration Journal*, 3(1), 11–17. <https://doi.org/10.31381/gbaj.v3i1.2288>
- Chávez Paz, E. Y., Suárez Quijano, J. C., García Salirrosas, E., & Apaza Tarqui, E. E. (2020). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 4(1), 29–42. <https://doi.org/10.17162/riva.v4i1.1271>
- Delorme Krauss, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, R. (2020). Empoderar el emprendimiento femenino universitario. *Journal of Technology Management and Innovation*, 15(2), 71–80.
<https://doi.org/10.4067/s0718-27242020000200071>
- Durán Aponte, E., & Arias Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320. <https://doi.org/10.21501/22161201.1528>
- Galvez Albarracin, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Garavito Hernández, Y., García Méndez, S., & Calderón Campos, J. A. (2021). La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres universitarias. *I+D Revista de Investigaciones*, 16, 238–253. <https://doi.org/10.33304/revinv.v16n1-2021019>
- Garcera Murillo, M. A. (2018). Análisis del emprendimiento peruano como oportunidad de actividad económica en 2018. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- GEM. (19 de Septiembre de 2017). Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de ¿Qué es GEM?: <http://www.gemconsortium.org/about/gem>
- Global press release. (s/f). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado el 24 de mayo de 2023, de <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). Metodología de la investigación. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Sexta, Vol. 53, Issue 9).

- Hofer, A.-R., Potter, J., Redford, D., & Stolt, J. (2013). *Promoting Successful Graduate Entrepreneurship at the University of Applied Sciences Schmalkalden*. 3–22. <https://doi.org/10.1787/5k4877203bjh-en>
- Hong, Z., Hong, T., Cui, Z., & Luzhuang, W. (2012). Entrepreneurship Quality of College Students Related to Entrepreneurial Education. *Energy Procedia*, 17, 1907–1913. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.02.331>
- Hurtado Talavera, F. J. (2020). *Fundamentos metodológicos de la investigación: el génesis del nuevo conocimiento*. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.5.99-119>
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of Technology Management & Innovation*, 13(4), 84–93. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242018000400084>
- Leite, E., Correia, E. B., & Sanchez-Fernandez, M. D. (2015). *El espíritu emprendedor: condicionantes para la innovación*. <https://doi.org/10.15628/holos.2015.2896>
- Lloja Rengifo, H., Chugnas Malimba, E. S., Tello Fasanando, Z., & Cruz Tarrillo, J. J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269–281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>
- Morán, D. (2023, marzo 27). Tendencias en innovación y emprendimiento para el 2023. UDEP Hoy; UDEO Hoy. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2023/03/tendencias-en-innovacion-y-emprendimiento-para-2023/>
- Morris, M., Shirokova, G. & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 11(1), 65-85.
- Olsen, M. A. K. (2013). Exploring faculty members' perceptions of undergraduate entrepreneurship education. (Tesis doctoral). George Mason University, Virginia. Recuperado de http://digilib.gmu.edu/jspui/bitstream/handle/1920/8192/Olsen_gmu_0883E_10246.pdf?sequence=1
- Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 103–131. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- Saadín, N. M., & Daskin, M. (2015). Perceived desirability, feasibility, and social norms as antecedents on hospitality students' entrepreneurial intention in Malaysia: Does gender make a difference? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19. [doi:https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.070218](https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.070218)
- Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Ran*, 5(2), 85–98. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560861700004>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O. & Bogatyreva, K. (2015). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399.
- Sullivan, G. M., & Artino, A. R. (2013). Analyzing and Interpreting Data From Likert-Type Scales. *Journal of Graduate Medical Education*, 5(4), 541–542. <https://doi.org/10.4300/jgme-5-4-18>

- Urquiza Zuñiga, D. C. (2020). Intención Emprendedora de los Estudiantes de los últimos años de la Universidad la Salle, Arequipa 2020. Tesis de licenciatura, Arequipa. Recuperado el 17 de Agosto de 2021
- Valderrama, M. S. (2013). Pasos para Elaborar Proyectos de Investigación Científica Cualitativa, Cuantitativa y Mixta. Lima: San Marcos.
- Valdivia, M., Coronado, G., Martínez, H., & Aguilera, A. (30 de Noviembre de 2021). Estudio de la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México. RLEE NUEVA ÉPOCA (MÉXICO) 2021, 13-36. Recuperado el 16 de Agosto de 2021, de <https://rlee.iberomex.mx/index.php/rlee/article/view/336/840>
- Valdivia Velasco, M., Martínez Bautista, H., Coronado Guzmán, G., & Aguilera Dávila, A. (2021). Estudio de la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 51(1), 13–36. <https://doi.org/10.48102/rlee.2021.51.1.336>
- Welter, F., & Baker, T. (2021). Moving Contexts Onto New Roads: Clues From Other Disciplines. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 45(5), 1154–1175. <https://doi.org/10.1177/1042258720930996>

ANEXOS

Revista: Ciencias Administrativas

[CADM] Envío recibido

RA Revista Ciencias Administrativas <info@revistas.unlp.edu.ar>
Para: Wilson Cruz

Jue 06/07/2023 5:33

Wilson Cruz:

Gracias por enviarnos su manuscrito "Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de administración, 2022" a Ciencias Administrativas. Gracias al sistema de gestión de revistas online que usamos podrá seguir su progreso a través del proceso editorial identificándose en el sitio web de la revista:

URL del manuscrito: <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/authorDashboard/submission/15255>
Nombre de usuario/o: wilson23

Si tiene cualquier pregunta no dude en contactar con nosotros/as. Gracias por tener en cuenta esta revista para difundir su trabajo.

Revista Ciencias Administrativas

Equipo Editorial Revista Ciencias Administrativas

<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM>

Por favor, no dude en ponerse en contacto si tiene alguna pregunta o inquietud: revistacadm@econo.unlp.edu.ar.

Responder Reenviar

Ciencias Administrativas

Envíos

Mi lista 1 Archivos 1 Ayuda

Mis envíos asignados

Buscar Filtros Nuevo envío

15255 Cruz	Envío	Ver	▼
Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de administración, 20...			

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

RESOLUCIÓN N° 0188A-2023/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 14 de junio del 2023

VISTO:

El expediente, de (del) los (la, las) bachiller(es): **Monica Hualla Aroni**, identificado(a) con código Universitario N°201712083 y **Kerssy Jhossef Sulca Valdivia**, identificado(a) con código Universitario N° 201710724, de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión.

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la sustentación de tesis;

Que el Comité Dictaminador ha emitido su dictamen aprobando el informe de tesis en formato artículo, presentado por el (la) (los, las) bachiller(es): **Monica Hualla Aroni y Kerssy Jhossef Sulca Valdivia**, de acuerdo con las normas establecidas;

De conformidad con la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 14 de junio del 2023 y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad.

SE RESUELVE:

3. Aprobar la sustentación de: **Monica Hualla Aroni y Kerssy Jhossef Sulca Valdivia**, para que sustenten su Informe de Tesis; conducente al Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.
4. Designar el Jurado de sustentación, encargado de gestionar la sustentación respectiva, el mismo que queda constituido por los siguientes miembros:

Miembros del Jurado De Sustentación	Tesistas	Título	Fecha y hora	Modalidad
Presidente: MSc. Giovanni Elizabeth Estela Delgado Secretario: Mtro. Julio Samuel Torres Miranda Vocal: Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta Asesor: Mtro. Wilson Cruz Mamani	Monica Hualla Aroni Kerssy Jhossef Sulca Valdivia	Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de administración, 2022	Miércoles 05 de julio de 2023, 10:00 horas	Presencial

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dra. Maritza Soledad Arana Rodriguez
DECANA



Dra. Karina Elizabeth Paredes Abanto
SECRETARIA ACADÉMICA

INSTRUMENTO DE MEDICION DE INTENCION EMPRENDEDORA

Estimado Estudiante: La presente encuesta es parte de una investigación que tiene por finalidad determinar los Factores que influyen en la Intención Emprendedora de estudiantes universitarios de Administración, 2022. La encuesta es totalmente confidencial, por lo cual le agradeceremos ser lo más sincero posible.

Marque con una “x” la alternativa que más se adecue a su criterio.

Datos generales:

Edad:

Modalidad de Estudio:

Sexo: Femenino () Masculino ()

Ciclo Académico:

Para evaluar las variables, marcar con un “x” en el casillero correspondiente según la siguiente escala:

Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

ELEMENTOS DEL INSTRUMENTO						
ITEM	INTENCION EMPRENDEDORA	1	2	3	4	5
01	Probablemente tendré un negocio algún día					
02	Soy capaz de tomar decisiones que tendrán éxito en mi negocio					
03	Haré todos los esfuerzos necesarios para abrir mi negocio					
04	Me arriesgaré a abrir un negocio porque quiero ser mi propio jefe					
05	Me veo a mí mismo como un empresario exitoso					
06	Tengo el plan de abrir un negocio en el futuro cercano					
07	Mi objetivo es convertirme en emprendedor					
08	Haré lo que sea necesario para abrir un negocio					
09	Estoy listo para hacer lo que sea para convertirme en emprendedor					
10	Mi personalidad refleja la de un emprendedor					
	DESEABILIDAD PERCIBIDA	1	2	3	4	5
11	Prefiero un negocio a una carrera profesional prometedora					
12	El éxito futuro radica en abrir mi propio negocio					
13	A mis amigos les gustaría verme iniciar mi propio negocio					
14	A mis parientes les gustaría verme abrir mi propio negocio					
15	A mi familia directa (padres y hermanos) le gustaría verme abrir mi propio negocio					
	NORMAS SOCIALES	1	2	3	4	5
16	El poseer un negocio es apreciado por la comunidad					
17	El poseer un negocio es apreciado por la familia directa (padres y hermanos)					
18	El poseer un negocio es apreciado por los parientes					
19	El poseer un negocio es apreciado por los amigos					
	FACTIBILIDAD PERCIBIDA	1	2	3	4	5
20	Yo puedo administrar un equipo					
21	Mis habilidades y capacidades me ayudan para abrir un negocio					
22	Confío en mí para iniciar un negocio					
23	Tengo acceso a información para convertirme en emprendedor					
24	Tengo una buena red de contactos para convertirme en emprendedor					
25	Es fácil abrir un negocio					