

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Traducción, adaptación y validación de la escala de autoeficacia
emprendedora en internet en universitarios peruanos con perfil
comercial**

Tesis para obtener el Título Profesional de Administración y Negocios
Internacionales

Autor:

Celinda Aroni Ccama
Juana Rosa Niño Valiente

Asesor:

Mtro. Julio Samuel Torres Miranda

Juliaca, junio de 2023

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Yo, Julio Samuel Torres Miranda, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **"TRADUCCIÓN, ADAPTACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA ESCALA DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN INTERNET EN UNIVERSITARIOS PERUANOS CON PERFIL COMERCIAL"** del (los) autor (autores) Celinda Aroni Ccama y Juana Rosa Niño Valiente 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.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del o los autores, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Juliaca, a los 07 días del mes de junio del año 2023



Mg. Julio Samuel Torres Miranda

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiari, a los 07 día(s) del mes de junio 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): **Mtro. Wilson Cruz Mamani**, el secretario: **Mtro. Amed Vargas Martinez** y los demás miembros: **Mtra. Ruth Gladys Choque Pilco** y el asesor: **Mtro. Julio Samuel Torres Miranda**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: **Traducción, adaptación y validación de la escala de autoeficacia emprendedora en internet en universitarios peruanos con perfil comercial, de (los) bachiller/es: a) Celinda Aroni Ccama, b) Juana Rosa Niño Valiente**, conducente a la obtención del título profesional de: **Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

.....(Designación 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): **Celinda Aroni Ccama**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	17	B+	Muy Bueno	Sobresaliente

Bachiller (b): **Juana Rosa Niño Valiente**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	17	B+	Muy Bueno	Sobresaliente

(*) 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)

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	1
ABSTRACT:	2
1 INTRODUCCIÓN	3
2 METODOLOGÍA	5
2.1 Diseño	5
2.2 Participantes	5
2.3 Procedimientos.....	6
2.4 Instrumentos.....	7
2.5 Análisis de datos	7
3 RESULTADOS	8
4. DISCUSIÓN.....	9
5. CONCLUSIÓN	9
6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	13
7. TABLAS	19
8. ÍNDICE DE ANEXOS	23
Evidencia de Sumisión del artículo en una revista de prestigio.....	23

Traducción, adaptación y validación de la escala de autoeficacia emprendedora en internet en universitarios peruanos con perfil comercial

RESUMEN:

Se logró una traducción a la inversa en tiempo y contexto, adecuados. Todos los ítems demostraron ser válidos ($V > .70$) y la confiabilidad del instrumento fue muy buena ($\alpha = 0.96$). Con respecto a los resultados del análisis factorial confirmatorio, se evaluó la estructura tridimensional del instrumento, encontrando un ajuste adecuado ($\chi^2 = 650,83$, $p < .001$, CFI = .96, TLI=0,95, RMSEA = 0,08. y SRMR = 0.02), en función de ello se logró corroborar la estructura interna original de la escala de autoeficacia emprendedora.

Originality

Ante la falta de instrumentos de medición documental para analizar el sentido de eficacia para la capacidad emprendedora en los universitarios peruanos, esta investigación analiza las propiedades psicométricas de una escala para evaluar autoeficacia emprendedora en el contexto de la formación profesional, bajo procedimientos que siguen estándares internacionales y técnicas factoriales robustas.

Palabras clave: autoeficacia emprendedora, estudio de validación, emprendedorismo, universitarios, Perú.

Translation, adaptation and validation of the internet entrepreneurial self-efficacy scale in Peruvian university students with a commercial profile

ABSTRACT:

A reverse translation was achieved in adequate time and context. All the items proved to be valid ($V > .70$) and the reliability of the instrument was very good ($\alpha = 0.96$). Regarding the results of the confirmatory factor analysis, the three-dimensional structure of the instrument was evaluated, finding an adequate adjustment ($\chi^2 = 650,83$, $p < .001$, $CFI = .96$, $TLI=0,95$, $RMSEA = 0,08$. y $SRMR = 0.02$), based on this, it was possible to corroborate the original internal structure of the entrepreneurial self-efficacy scale.

Originality

Given the lack of documentary measurement instruments to analyze the sense of efficacy for entrepreneurship in Peruvian university students, this research analyzes the psychometric properties of a scale to assess entrepreneurial self-efficacy in the context of professional training, under procedures that follow international standards. And robust factorial techniques.

Keywords: entrepreneurial self-efficacy, validation study, entrepreneurship, university students, Peru

1 INTRODUCCIÓN

El impacto de la pandemia COVID-19 ha ocasionado que la actividad comercial se traslade a un escenario más virtual (Sheng & Chen, 2022); así, muchos de los negocios tuvieron que adaptarse a una nueva realidad basada en la virtualidad (García-Madurga et al., 2021) planteando de esta manera, nuevos desafíos para la población universitaria que se forma en el ámbito de los negocios (Bustanza-Vargas, 2022), Sin embargo la investigación realizada por Ratten & Jones, (2021) también se ha visto que gran parte de la población que estudia una carrera relacionada a la gestión empresarial (Administración, Contabilidad, Economía, Ingeniería Comercial) no cuenta con un perfil comercial adecuado para potenciar futuros negocios sostenibles con base tecnológica y social.

En cuanto a este tema la universidad, el estado y la empresa cumplen un rol indispensable en la formación de los futuros emprendedores quienes, se asume deben ser capaces de generar desarrollo a través de emprendimientos sostenibles con una visión de futuro basado en la tecnología (Lechuga et al., 2022), desarrollando su intención emprendedora desde la etapa universitaria (Sánchez-Sulú et al., 2022). En este caso, la educación emprendedora se refiere a todo aquel programa educativo que fomenta las actitudes y habilidades emprendedoras ya que el fin primordial de la educación empresarial y la educación en gestión es preparar a los estudiantes para ser futuros gerentes y destacar los conocimientos técnicos requeridos para dirigir y administrar una empresa, promover la toma de decisiones de riesgos asociados al proceso emprendedor (Pérez-Pérez et al., 2021).

Según Salhieh & Al-Abdallat (2022) la voluntad de iniciar una nueva empresa basada en tecnología es la principal característica que diferencia a un tecno-emprendedor de los demás. Así, una persona que posee tal voluntad tiene "intenciones tecno-empresariales" comparables a las intenciones empresariales, pues actualmente vivimos en un mundo cada vez más globalizado que ha traído consigo avances tecnológicos y modelos de negocio innovadores (Al-Awlaqi et al., 2021). No obstante, esta nueva situación global plantea nuevos retos para los estudiantes universitarios, emprendedores

y propietarios de pequeñas empresas, (Li et al., 2022) dado que existe una gran parte de este grupo que tienden a sentirse menos competentes en el uso de las TIC, especialmente en relación a la autoeficacia con Internet (Padilla-Carmona, Gil-Flores, et al., 2022) .

El termino autoeficacia fue acuñado por Albert Bandura, quien la define en función de creencias relacionadas con el sentido de eficiencia que pueda mostrar un individuo a la hora de cumplir determinadas funciones. Al respecto la literatura da cuenta de que en los últimos años el interés por la investigación de esta variable se ha dirigido a diversas áreas como la salud, la educación, el trabajo, el deporte y las nuevas tecnologías (Calderón-De la Cruz et al., 2017) Así, la autoeficacia permite creer que uno es competente, con habilidades para realizar actividades y lograr resultados específicos. En el ámbito de los negocios una persona auto eficaz es aquella que cree que puede administrar con éxito un nuevo negocio (Vargas-Vargas Gaby, 2007), siendo este un componente importante para el comportamiento emprendedor, presente desde el comienzo de la actividad empresarial, hasta el desarrollo del negocio e incluso determinante en el cierre del mismo (Yi-Shun et al., 2020).

A lo largo de la historia, los empresarios han sido objeto de investigación en una variedad de áreas, sobre todo negocios y gestión, dado que representan a gente que tiene la habilidad de crear oportunidades, asumir riesgos y resolver problemas dentro de la empresa. (Carranza-Quimi et al., 2021), En este caso la autoeficacia emprendedora está directamente relacionada con las variables de afrontamiento y solución de problemas, que indica que para poder prosperar en un negocio propio el sujeto tiene que tener la capacidad y la habilidad para poder solventar cualquier tipo de problema que pueda surgir (Morales-Rodríguez et al., 2018). Este hecho orienta a reconocer la importancia de estudiar la autoeficacia percibida, la cual funciona como un elemento importante de la capacidad humana y se asocia principalmente con la elección de actividades, la motivación frente a las dificultades, el esfuerzo, la persistencia y los patrones de pensamiento (Yurrebaso-Macho et al., 2020).

En este escenario, Moriano et al. (2006) ya advertía que el estudio cuantitativo de la conducta emprendedora mediante la utilización de escalas de medición es de gran

ayuda, porque ofrece una información fiable y válida sobre las variables psicológicas que explican este comportamiento. Sin embargo, una revisión en la literatura asociada a la disponibilidad de instrumentos en el contexto peruano, muestra la falta de medidas para tales fines. En cambio, se observan alternativas como una escala de Actitud Emprendedora (EAO) (Vargas-Merino et al., 2022), otra medida para evaluar el perfil emprendedor en universitarios (Castillo-Saavedra et al., 2021), una escala de actitudes hacia el emprendimiento (Saenz-Paitan Michel, 2021). Es por este motivo que los investigadores de la presente han visto conveniente trabajar con una medida desarrollada en otro contexto, como es la *Internet Entrepreneurial Self-efficacy Scale*, desarrollada en universitarios de Taiwan, la cual está compuesta por 16 ítems distribuidos en 3 dimensiones (liderazgo, utilización de la tecnología y marketing en internet y comercio electrónico) (Yi-Shun et al., 2020).

2 METODOLOGÍA

2.1 Diseño

Este estudio es de enfoque psicométrico y adaptativo ya que el objetivo es obtener la traducción de la escala de autoeficacia emprendedora en internet del idioma original al castellano, porque esta categoría abarca el desarrollo, diseño y adaptación de instrumentos de medición en psicología (Montero & León, 2002).

Corresponde a un estudio de tipo instrumental y de corte transversal (Ato et al., 2013).

2.2 Participantes

En este proceso se realizó la traducción a la inversa (inglés – español), participaron seis especialistas en lingüística e inglés (2 mujeres y 4 varones), con un promedio de 20 años de experiencia profesional. En cuanto a jueces expertos que realizaron la validación de contenido participaron seis profesionales de la carrera de Administración (1 mujer y 5 varones), especialistas en el tema de emprendimiento con grado de magister y doctor, con un promedio de 20 años de experiencia profesional.

El tipo de muestreo fue no probabilístico, por conveniencia y de corte transversal, según (Ñaupas et al., 2014)

Participaron voluntariamente 743 estudiantes, entre ellos 60% mujeres y 40% varones, con edades comprendidas entre 17 años a 42 años, de las diferentes universidades de las tres regiones del Perú y de las carreras de Administración, Contabilidad, Economía y otras carreras afines al campo empresarial. Distribuidas en Administración (24%), Contabilidad (33%), Ingeniería Comercial (0.7%), Ingeniería Industrial (2.4%), otras carreras relacionadas (39.9 %); con modalidad presencial (69 %), semipresencial (25%), virtual (6.0 %), estudiando en universidad pública (23,3%), privada (76.7%), con diferentes religiones como Adventista (27.5%), católico (54%), evangélicos (11%), otros (7.5%).

2.3 Procedimientos

Se ha desarrollado en diferentes etapas el proceso de la traducción, adaptación y validación.

En la primera etapa se realizó la selección de 6 traductores. Se hizo el envío del instrumento original mediante el correo electrónico y whatsapp después de un tiempo prudencial se obtuvo la traducción al idioma español, se llevó a cabo la comparación y se observó similitudes en los términos de algunas palabras y unificando criterios se realizó las modificaciones de cada ítem para obtener la versión más comprensible y mejor traducida.

Se ha desarrollado en diferentes etapas el proceso de la traducción, adaptación y validación.

En la segunda etapa se realizó el envío de la versión traducida a los jueces, se contó con el apoyo de 6 jueces, con experiencia en temas de emprendimiento y docentes universitarios, con grado de Dr. quienes realizaron el análisis de validez basada en el contenido evaluando 3 criterios; el grado de claridad que indica si el ítem es entendible, claro y comprensible; el grado de representatividad que hace referencia si el ítem guarda relación con el constructo que está midiendo; y el grado de relevancia que indica si el ítem es esencial o importante y por tanto, debe ser incluido para evaluar el constructo. La modalidad por la que se evaluó estos tres criterios fue a través de un formato de

validación creado por Ventura-León (2019). Con una escala de valoración de 0 a 3, cada criterio.

En la tercera etapa se aplicó el instrumento a 743 estudiantes, entre ellos 60% mujeres y 40% varones, con edades comprendidas entre 17 años a 42 años, manera online mediante un formulario de google y de manera presencial en hojas impresas, estuvo disponible desde el 12 de octubre al 24 de noviembre del año 2022. En la primera parte dio a conocer el objetivo de la investigación y la solicitud del consentimiento, considerando las directrices para investigación con personas.

2.4 Instrumentos

Se utilizó la Development and validation of an internet entrepreneurial self-efficacy scale cuyos autores fueron (Yi-Shun et al., 2020).

Está compuesto por 16 ítems, distribuidos en tres dimensiones: liderazgo, utilización de la tecnología y marketing en internet y comercio electrónico. Teniendo opciones de respuesta en formato Likert donde 7=Totalmente de acuerdo, 6= De acuerdo, 5=Un poco de acuerdo, 4=Neutro, 3= Algo en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 1= Totalmente en desacuerdo. Asimismo, para la calificación se suman los puntajes, es por ello, a mayor puntaje, mayor probabilidad de autoeficacia empresarial.

2.5 Análisis de datos

Por la naturaleza ordinal de las variables observadas, al iniciar se examinaron de forma preliminar los ítems a través de la tasa de respuestas de cada una de las alternativas de elección. Luego, se analizó la estructura interna de la escala mediante el AFC, utilizando un método de estimación de Máxima Verosimilitud Robusto (RML), que ha demostrado ser adecuado ante variables ordinales. Su preferencia sobre el análisis factorial exploratorio radica que los modelos AFC permiten el control de los errores correlacionados, siguen una lógica deductiva asumiendo una organización previa de los ítems y la determinación de un ítem con respecto a un factor; en pocas palabras intentan «confirmar» una propuesta teórica (Arias, 2008). Las medidas de bondad de ajuste siguieron las recomendaciones de Hu y Bentler (Hu & Bentler, 1999): chi al cuadrado (χ^2), Comparative Fit Index (CFI > 0,95), Tucker-Lewis Index (TLI > 0,95), Root Mean

Square Error of Approximation (RMSEA < 0,08), Standardized Root MeanSquare Residual (SRMR < 0,06). Por último, se estimó la fiabilidad mediante el coeficiente Alpha de Cronbach (α).

Los análisis se realizaron en el paquete estadístico SPSS Amos 25,0.

Consideraciones éticas

El estudio fue aprobado por el comité de ética de la Universidad Peruana Unión, con Número 2022-CEFCE- 0007, del 09 de noviembre del 2022.

3 RESULTADOS

Validez basada en el contenido

Se observan los resultados del análisis de validez basada en el contenido de los expertos, en el cual se procedió a calcular el coeficiente de V de Aiken en los ítems de la escala de autoeficacia emprendedora. En tal sentido, la tabla 1 muestra los resultados del proceso de valoración de seis jueces expertos. Así podemos ver que el ítem cinco es el más relevante según la opinión de los expertos ($V=01$, IC 95%= 3.00). También se observa que el ítem seis, ocho y nueve se consideran los más representativos ($V=01$, IC 95%= 3.00). Finalmente, los ítems once y doce se reconocen como más claros o entendibles. ($V=01$, IC 95%= 3.00).

Análisis preliminar de los ítems

Se muestra la media, desviación estándar, asimetría y curtosis de los 16 ítems evaluados. En tal sentido se puede observar que el Ítem 1 tiene la media más alta ($M=5.32$), y el Ítem 11 tiene el más bajo ($M=4,93$); por otro lado, la variabilidad más grande la tiene el Ítem 7 ($DE=1,54$). En cuanto a la asimetría y curtosis, se observa que todos los ítems están dentro de los parámetros adecuados, pues no exceden el rango de $\pm 2,0$, lo que indica mayor concentración de los datos. Finalmente, las cargas factoriales se muestran muy fuertes ($\lambda > 0,50$) y el nivel de confiabilidad es aceptable ($\alpha=0,96$ para el factor 1, $\alpha=0,93$ para el factor 2 y $\alpha=0,96$ para el factor 3) y la correlación interfactorial denota una medida oblicua ($\Phi > 0,32$)

Análisis de la estructura interna

Con respecto a los resultados del análisis factorial confirmatorio, se evaluó la estructura tridimensional del instrumento, encontrándose un ajuste adecuado, $\chi^2 = 650,83$, $p < .001$, CFI = .96, TLI=0,95, RMSEA = 0,08. y SRMR = 0.02, por lo tanto, se logra corroborar la estructura interna original de la escala de autoeficacia emprendedora. Tabla 3 y 4.

Evidencia de validez basada en la relación con otras variables

Como se observa en la tabla 4, la Escala de autoeficacia emprendedora en internet correlaciona positiva y significativamente con la Escala de autoeficacia académica ($r = 0,38$), comprobando así, su validez convergente; y, de manera negativa y significativa con la Escala de procrastinación académica ($r = -0,36$), confirmando así su validez discriminante.

4. DISCUSIÓN

La evolución constante del comercio electrónico y móvil está impulsando decididamente el emprendimiento cibernético (Chang et al., 2018; Tseng et al., 2022). En el campo educativo, las universidades han incorporado cada vez más competencias digitales dentro de sus planes de estudio (Bustanza Vargas, 2022), y que con el efecto de la COVID-19 a reconfigurado las intenciones empresariales de los estudiantes (Sheng & Chen, 2022). Asimismo, en América Latina urge de estudios que fomenten nuevas formas de emprendimiento en estudiantes universitarios que ayuden a aminorar el efecto COVID-19 (Hernández-Sánchez et al., 2020), por ello es de vital importancia contar con herramientas de evaluación que midan la autoeficacia emprendedora en internet. En este sentido el objetivo de esta investigación fue de traducir, adaptar y validar la escala de autoeficacia emprendedora en universitarios peruanos.

5. CONCLUSIÓN

La traducción y adaptación de la escala de autoeficacia emprendedora en internet en universitarios peruanos se desarrolló bajo una metodología psicométrica (Ato et al., 2013). La versión peruana de la escala de autoeficacia emprendedora en internet mostró

buena claridad de lenguaje considerando una población objetivo de estudiantes universitarios entre 17 a 42 años con la aprobación directa de los 16 ítems y las instrucciones. Asimismo, los hallazgos encontrados a través del CFA aportan evidencia que confirma la estructura tridimensional del instrumento en español, con ítems que presentan cargas factoriales acorde a lo recomendado (Dominguez-Lara, 2018). Estos resultados son similares a los reportados por el autor original (Yi-Shun et al., 2020), donde la estructura de tres factores fue la más consistente considerando las dimensiones de liderazgo, utilización de la tecnología y marketing en internet y comercio electrónico. Por otro lado, de forma similar, cuando se analizan las dimensiones de autoeficacia empresarial fuera de línea, se observa que se utilizan las mismas dimensiones, tanto en liderazgo, marketing y comercio electrónico (McGee et al., 2009). Este resultado es diferente con la propuesta de Spagnoli et al. (2017) quienes consideran un modelo de 5 factores al referirse a la autoeficacia emprendedora. Como resultado, en la versión peruana los valores del RMSEA son mejores que los del autor original, Wang et al. (2019), lo que muestra los buenos valores psicométricos alcanzados en el estudio.

Estos hallazgos sugieren implicancias tanto teóricas como prácticas. Los resultados de este estudio confirman la aplicación de la teoría de la autoeficacia en el contexto del emprendimiento en internet. Bajo la propuesta de Bandura (1978) el conocimiento empresarial de internet representan las experiencias de dominio personal que es un factor clave de la autoeficacia. La autoeficacia emprendedora en internet es capaz de ser evaluada por una escala tridimensional y que el uso de esta escala fomentará la mejora de la autoeficacia emprendedora en internet a través del ciclo de vida empresarial (Murwani et al., 2017). Por otro lado, esta escala cuenta con 16 ítems, que aseguran la rapidez y practicidad en su aplicación fomentando la investigación de este constructo. Esta escala tiene como objetivo motivar a los universitarios peruanos para desarrollar habilidades emprendedoras en línea. Como resultado de ello, se espera que los universitarios se involucren más en actividades de emprendedorismo en línea desarrollando empresas y microempresas lo que redundará en una mejor economía personal y social (Sulú et al., 2022) . En consecuencia, esta Escala es una herramienta sólida que puede ayudar a las universidades a desarrollar estudiantes con capacidades de

innovación, creación y emprendimiento. Por lo tanto, la escala de autoeficacia emprendedora en internet debe convertirse en un eje clave en las evaluaciones universitarias que buscan comprender el emprendimiento estudiantil virtual. Finalmente, este estudio puede ayudar a otros investigadores interesados en comprender la autoeficacia emprendedora en internet, lo que puede ayudar a maestros a encontrar los determinantes del emprendimiento en internet y aumentar sus niveles.

En este sentido, la principal contribución del estudio actual es que proporciona una herramienta que puede ayudar a los investigadores a estudiar y evaluar la autoeficacia emprendedora en internet en un contexto peruano lo cual es una necesidad vigente (Morales Rodríguez et al., 2018; Padilla-Carmona, Gil Flores, et al., 2022; Vargas, 2007).

Esta investigación no está exenta de algunas limitaciones. Primero que los participantes en su mayoría son de universidades privadas, con el (76.7%) lo cual solo representa a un solo sector universitario del país, por lo que es importante desarrollar estudios con mayor presencia de estudiantes universitarios de universidades públicas.

La toma de datos fue de naturaleza online con 702 participantes y de manera presencial se contó con la participación de 41 estudiantes, lo que podría generar algunos sesgos a diferencia que los datos se hubieran tomado de forma impresa y presencial. Estos sesgos podrían deberse a que no fue posible controlar los factores de confusión, ruido u otros que podrían haber surgido durante la realización de la prueba. Asimismo, la investigación empírica del instrumento propuesto se limita solo a los estudiantes universitarios, estudios adicionales podrían ampliar este alcance para medir más allá de la intervención educativa en emprendedores o empresarios activos. Finalmente, considerando la muestra en relación al género, el 60% de los participantes fueron mujeres, por lo que es recomendable repetir el estudio con una muestra más equilibrada en cuanto a la distribución por sexo. Finalmente, es importante desarrollar investigaciones similares agregando entrevistas y discusiones en grupos focales.

A modo de cierre, los resultados presentaron que la Escala de Autoeficacia emprendedora en internet evidencia una adecuada validez interna y externa, a partir de un análisis de contenido y Análisis Factorial Confirmatorio, con evidencia de validez

convergente y discriminante, así como una adecuada confiabilidad. Se concluye que la Escala de Autoeficacia emprendedora en internet en estudiantes universitarios presenta adecuadas propiedades psicométricas y permite evaluar significativamente la intención de los estudiantes de desarrollar habilidades de autoeficacia emprendedora en internet.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M., & Habtoor, N. (2021). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses. *International Journal of Management Education, 19*(1).
- Arias, B. (2008). Desarrollo de un ejemplo de analisis factorial confirmatorio con LISREL, AMOS y SAS. *Metodología En La Investigación Sobre Discapacidad. Introducción Al Uso de Las Ecuaciones Estructurales VI Simposio Científico SAID, 2008*, 75–120.
- Ato, M., López-García, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología, 29*(3), 1038–1059. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Bandura, A. (1978). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Advances in Behaviour Research and Therapy, 1*(4), 139–161. [https://doi.org/10.1016/0146-6402\(78\)90002-4](https://doi.org/10.1016/0146-6402(78)90002-4)
- Bustinzá-Vargas, J. V. (2022). Gestión social de las tecnologías de información y comunicación en estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia, 27*(98), 530–548. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.10>
- Bustinzá Vargas, J. V. (2022). Gestión social de las Tecnologías de Información y Comunicación en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia, 27*(28), 530–548. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.10>
- Calderón-De la Cruz, G. A., Domínguez-Lara, S. A., & Arroyo-Rodríguez, F. (2017). Análisis psicométrico preliminar de una medida breve de autoeficacia profesional en trabajadores peruanos: AU-10. *Psicogente, 21*(39), 12–24. <https://doi.org/10.17081/psico.21.39.2819>
- Carranza-Quimi, W. D., Carranza-Quimi, E. J., & Manosalvas-Vaca, L. O. (2021). Evaluación de la autoeficacia de emprendimiento y las capacidades de innovación en emprendedores del servicio turístico. *INNOVA Research Journal, 6*(3), 190–

210. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1743>

- Castillo-Saavedra, E. F., Ayala Jara, C. I., Salas Sánchez, R. M., & Reyes Alfaro, C. E. (2021). Entrepreneur profile scale in peruvian university students. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 840–858.
- Chang, S.-H., Wang, C.-L., Lee, J.-C., & Yu, L.-C. (2018). Who Needs Entrepreneurial Role Models? Driving Forces of Students' Cyber-Entrepreneurial Career Intention. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(7). <https://doi.org/10.29333/ejmste/91625>
- Dominguez-Lara, S. (2018). Propuesta de puntos de corte para cargas factoriales: una perspectiva de fiabilidad de constructo. *Enfermería Clínica*, 28(6), 401–402. <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2018.06.002>
- García-Madurga, M. A., Grilló-Méndez, A. J., & Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Retos*, 11(21), 55–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2020). Psychological Factors that Lessen the Impact of COVID-19 on the Self-Employment Intention of Business Administration and Economics' Students from Latin America. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5293. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155293>
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Lechuga, M. P., Ramos-Rodríguez, A. R., & Frende Vega, M. de los Á. (2022). The influence of university entrepreneurship-oriented training in the transformation of intentions into new businesses. *International Journal of Management Education*, 20(2), 100631.
- Li, J., Dermikan, I., Lee, Y., & Cortes, A. F. (2022). Guest editorial New trends in

- entrepreneurship : a global context. *New England Journal of Entrepreneurship*, 25(1), 2–4. <https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2022-064>
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Montero, I., & León, O. G. (2002). Clasificación y descripción de las metodologías de investigación en Psicología. *Nº 3 International Journal of Clinical and Health Psychology*, 2(3), 503–508. http://www.aepc.es/ijchp/articulos_pdf/ijchp-53.pdf
- Morales-Rodríguez, F. M., Giménez-Lozano, J. M., & Morales-Rodríguez, A. M. (2018). Associations between entrepreneurial self-efficacy and other psycho-educational variables. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 8(2), 91–102. <https://doi.org/10.30552/ejihpe.v8i2.247>
- Morales Rodríguez, F. M., Giménez Lozano, J. M., & Morales Rodríguez, A. M. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 8(2), 91. <https://doi.org/10.30552/ejihpe.v8i2.247>
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51–64. <https://doi.org/10.1174/021347406775322223>
- Murwani, F. D., Soetjipto, B. E., Wahjudono, D. B. K., Antonio, T., Djatmika, E. T., Hermawan, A., & Suryaman. (2017). Psychometric properties of the Indonesian version of the academic self-concept and the entrepreneurial self-efficacy scales. *International Journal of Economic Research*, 14(16), 269–280.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Paucar, V. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (4th ed., Vol. 4). [https://books.google.com.pe/books?id=VzOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&q=valderrama+s.\(2015\).+pasos+para+elaborar+proyectos+de+investigación+cien+tífica+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3-czh6YbxAhVlk-](https://books.google.com.pe/books?id=VzOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&q=valderrama+s.(2015).+pasos+para+elaborar+proyectos+de+investigación+cien+tífica+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3-czh6YbxAhVlk-)

AKHQ1ABlkQ6AEwBXoECAgQAg#v=onepage&q&f=false

Padilla-Carmona, T., Gil-Flores, J., & Rísquez, A. (2022). Self-efficacy in the use of ict amongst mature students. *Educacion XXI*, 25(1), 19–40.

<https://doi.org/10.5944/educxx1.30254>

Padilla-Carmona, T., Gil Flores, J., & Rísquez, A. (2022). Autoeficacia en el uso de TIC en estudiantes universitarios maduros. *Educación XXI*, 25(1), 19–40.

<https://doi.org/10.5944/educxx1.30254>

Pérez-Pérez, C., González-Torres, T., & Nájera-Sánchez, J. J. (2021). Boosting entrepreneurial intention of university students: Is a serious business game the key? *International Journal of Management Education*, 19(3).

Ratten, V., & Jones, P. (2021). Covid-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and practice. *International Journal of Management Education*, 19(1), 100432.

Saenz-Paitan Michel. (2021). *Propiedades psicométricas de una escala de medición de actitudes hacia el emprendimiento en Mypes de la ciudad de Huancayo* [Universidad Peruana Cayetano Heredia].

https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/9630/Propiedades_SaenzPaitan_Michel.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salhieh, S. M., & Al-Abdallat, Y. (2022). Technopreneurial intentions: The effect of innate innovativeness and academic self-efficacy. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su14010238>

Sánchez-Sulú, N. V., Pérez-Fernández, A., & Pulido-Hernández, L. F. (2022). Una visión sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios: el caso de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen.

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 5(3), 3534–3325.

<https://doi.org/10.56238/cpahjournalv5n1-011>

Sheng, F., & Chen, Y. (2022). The Effect of COVID-19 on College Students’

Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–10.

Spagnoli, P., Santos, S. C., & Caetano, A. (2017). A Contribution Toward the Adaptation and Validation of the Entrepreneurial Self-Efficacy Scale in Italy and Portugal. *Journal of Career Assessment*, 25(4), 670–687.
<https://doi.org/10.1177/1069072716664302>

Sulú, N. V. S., Fernández, A. P., & Hernández, L. F. P. (2022). Una visión sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios: el caso de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen. *CPAH Scientific Journal of Health*, 5(1), 3325–3340.
<https://doi.org/10.56238/cpahjournalv5n1-011>

Tseng, T. H., Wang, Y.-M., Lin, H.-H., Lin, S., Wang, Y.-S., & Tsai, T.-H. (2022). Relationships between locus of control, theory of planned behavior, and cyber entrepreneurial intention: The moderating role of cyber entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100682.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100682>

Vargas-Merino, J. A., Yangali-Vicente, J. S., Lozano-Lozano, M., & Vásquez-Dávalos, M. A. (2022). Entrepreneurial Profile. A Confirmatory Factor Analysis of Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) in Peruvian University Students. *Wseas Transactions on Environment and Development*, 18, 595–603.
<https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.58>

Vargas-Vargas Gaby. (2007). Influencia de la motivación del logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. In *Unidad De Post Grado* (Vol. 2, Issue 4).
http://www.cybertesis.edu.pe/sisbib/2007/leiva_uj/pdf/leiva_uj.pdf

Vargas, G. (2007). Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del

área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. In *Unidad De Post Grado*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Yi-Shun, W., Timmy-H, T. ., Yu-Min, W., & Chun-Wei, C. (2020). Development and validation of an internet entrepreneurial self-efficacy scale. *Internet Research*, 30(2), 653–675. <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2018-0294>

Yurrebaso-Macho, A., Rodriguez-Parets Carabaza, C., Jáñez-González, Á., Picado-Velarde, E. M., Guzmán-Ordaz, R., & Pérez-Iglesias, J. L. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85–103. <https://doi.org/10.5209/CRLA.68869>

7. TABLAS

Tabla 1. *Versión original y, versión traducida y adaptada de la escala de autoeficacia emprendedora en internet*

Ítem	Versión original	Versión traducida y adaptada
1	I possess the ability to be a leader	Tengo la capacidad para ser líder empresarial.
2	I can make others agree with my thoughts	Puedo convencer a otros para estar de acuerdo con mis ideas de negocio.
3	I can find work partners who complement my ability	Puedo encontrar socios que complementen mis habilidades empresariales.
4	I can have pleasant conversations with my work partners	Puedo sostener conversaciones productivas con mis socios y compañeros de trabajo.
5	I have the ability to make decisions after deliberation	Tengo la capacidad de tomar decisiones después de someter a debate ideas de negocio u otros proyectos comerciales.
6	I have a basic ability in computer file management	Tengo la capacidad para gestionar un negocio/empresa a través de redes sociales u otros medios digitales.
7	I can install and manipulate basic types of computer hardware to help my business	Puedo instalar y maniobrar equipos informáticos (Laptop, PC y Tablet, para ayudar en mi negocio/ trabajo
8	I can use multi-media hardware to help my business	Puedo utilizar equipos de audio, video y edición, para ayudar en el crecimiento de mi negocio.
9	I have the ability to install and use website applications	Tengo la habilidad para instalar y usar las aplicaciones de internet.
10	I can formulate an innovative internet marketing strategy (such as viral marketing	Tengo la habilidad de formular una estrategia innovadora de marketing digital en internet (marketing viral).
11	I can create a unique electronic commerce website	Puedo crear un sitio web exclusivo de comercio electrónico.
12	I know how to formulate a pricing strategy for my e-shop	Puedo formular una estrategia de precios para mi tienda electrónica.
13	I can analyze the cost structure of my e-shop	Puedo analizar la estructura de costos de mi tienda electrónica.
14	I can propose a profitable business model for electronic commerce	Puedo proponer un modelo de negocio rentable para el comercio electrónico.
15	I can easily gain access to the resources needed to operate my e-shop	Puedo acceder fácilmente a los recursos necesarios para el funcionamiento de mi tienda electrónica.
16	I can solve tariff problems pertaining to importing and exporting	Puedo solucionar problemas de impuestos relacionados a importación y exportación.

Tabla 2. *V de Aiken de los ítems de la escala de autoeficacia emprendedora*

ITEMS	Relevancia (n=6)				Representatividad (n=6)				Claridad (n=6)			
	M	DE	V	IC 95%	M	DE	V	IC 95%	M	DE	V	IC 95%
Items 1	2.25	.82	.89	1.85-2.65	2.25	.82	.89	1.85-2.65	2.25	.82	.89	1.85-2.65
Items 2	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97
Items 3	2.25	.82	.89	1.85-2.65	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00
Items 4	1.80	1.03	.78	1.29-2.31	1.80	1.03	.78	1.29-2.31	2.12	.84	.83	1.71-2.53
Items 5	3.00	.00	1.0	3.00-3.00	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00
Items 6	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00	2.77	.41	.94	2.57-2.97
Items 7	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97
Items 8	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00	2.77	.41	.94	2.57-2.97
Items 9	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00	3.00	.00	1.0	3.00-3.00
Items 10	2.12	.84	.83	1.71-2.53	2.57	.52	.89	2.32-2.82	2.77	.41	.94	2.57-2.97
Items 11	2.25	.82	.89	1.85-2.65	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00
Items 12	2.25	.82	.89	1.85-2.65	2.77	.41	.94	2.57-2.97	3.00	.00	1.0	3.00-3.00
Items 13	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.57	.52	.89	2.32-2.82
Items 14	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.12	.84	.83	1.71-2.53
Items 15	2.25	.82	.89	1.85-2.65	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97
Items 16	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97	2.77	.41	.94	2.57-2.97

M=media, DE =desviacion estandar, V= Coeficiente V de Aiken, IC 95% = Intervalo de

Confianza de la V de Aiken

Tabla 3. Descriptivos, cargas factoriales y fiabilidad de los ítems de la escala de autoeficacia emprendedora

Ítems	M	DE	A	K	F1	F2	F3
ítem1	5,32	1,50	-1,11	0,83	0,91		
ítem2	5,27	1,43	-1,10	0,87	0,91		
ítem3	5,24	1,47	-0,99	0,51	0,90		
ítem4	5,31	1,45	-1,11	0,82	0,92		
ítem5	5,27	1,45	-1,17	1,07	0,92		
ítem6	5,23	1,46	-0,99	0,60		0,89	
ítem7	5,21	1,54	-0,89	0,17		0,88	
ítem8	5,27	1,49	-0,99	0,56		0,90	
ítem9	5,28	1,52	-1,02	0,55		0,88	
ítem10	5,07	1,44	-0,89	0,41			0,90
ítem11	4,93	1,48	-0,69	0,03			0,87
ítem12	5,10	1,50	-0,96	0,42			0,93
ítem13	5,07	1,46	-0,87	0,28			0,93
ítem14	5,09	1,48	-0,86	0,28			0,92
ítem15	5,03	1,47	-0,85	0,28			0,90
ítem16	4,95	1,47	-0,85	0,28			0,87
F1					-		
F2					0,87**	-	
F3					0,84**	0,88**	-
α					0,96	0,93	0,96

Nota: M=Media, DE=Desviación estándar, A=Asimetría, K=Curtosis, F1=Liderazgo, F2: Utilización de la tecnología, F3: Marketing en internet y comercio electrónico, α =coeficiente de consistencia interna.

Tabla 4. Índices de bondad de ajuste del modelo original para la escala de autoeficacia emprendedora

Modelo	χ^2	gl	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
Modelo original	650.83	101	0.96	0.95	0.08	0,02

Nota: CFI= Índice de ajuste comparativo, TLI = Índice de Tucker Lewis, RMSEA = error cuadrático medio de aproximación, SRMR= Standardized root mean square residual. *p<.050

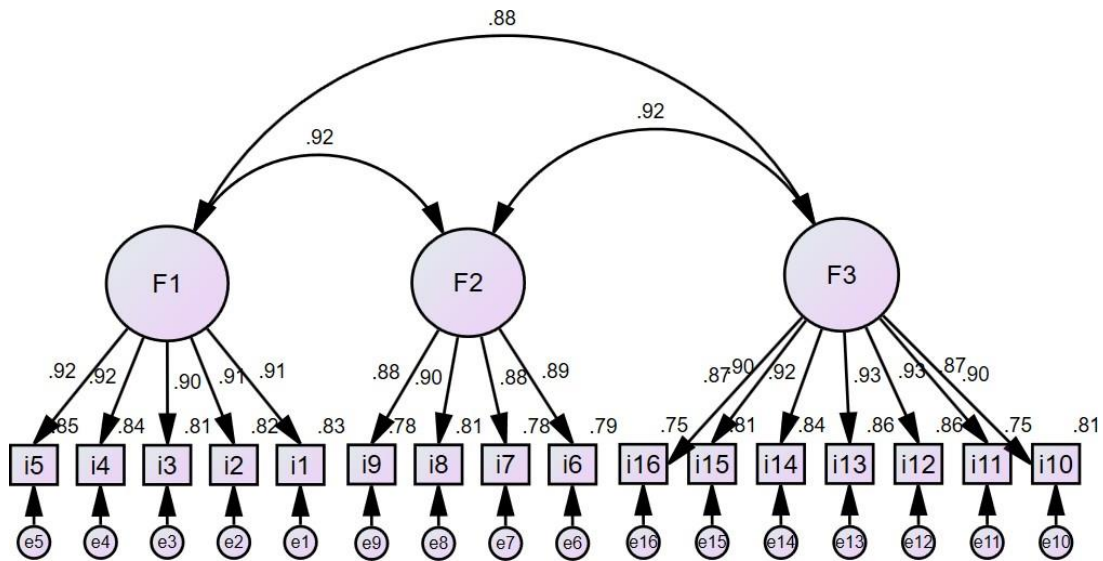


Figura 1. Modelo original de la escala de autoeficacia emprendedora. F1= Liderazgo, F2= Utilización de la tecnología, F3=Marketing en internet y comercio electrónico


Tabla 5. Medias, desviaciones estándar y correlaciones entre las escalas autoeficacia emprendedora, procrastinación académica y autoeficacia académica

Variable	M	DS	1	2
1. Autoeficacia emprendedora	82.72	20.85	-	-
2. Procrastinación académica	42.82	6,49	-0.368**	-
3. Autoeficacia académica	29.38	6,24	0.383**	-0.446**






Nota. M = media; DS= desviación estándar, ** indica p <0,01.

8. ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Evidencia de Sumisión del artículo en una revista de prestigio

Journal of Career Assessment JCA-23-0021 

Traducir mensaje a: Español | Nunca traduzca de: Inglés

Journal of Career Assessment <onbehalf@manuscriptcentral.com>     

Para: Julio Samuel Torres Miranda; oscar.mb; celinda Aroni Ccama; Juana Niño Valiente; Charmin Morales García; JOSUE EDISON TURPO CHAPARRO Dom 29/01/2023 22:56

29-Jan-2023

Dear Dr. Morales García:

Your manuscript entitled "Translation, adaptation, and validation of the scale of entrepreneurial self-efficacy on the internet in Peruvian university students with a commercial profile" has been successfully submitted online and is presently being given full consideration for publication in Journal of Career Assessment.

Your manuscript ID is JCA-23-0021.

You have listed the following individuals as authors of this manuscript:
Torres-Miranda, Julio; Mamani-Benito, Oscar; Aroni Ccama, Celinda; Niño Valiente, Juanita; Morales García, Wilter; Turpo Chaparro, Josue




Please mention the above manuscript ID in all future correspondence or when calling the office for questions. If there are any changes in your street address or e-mail address, please log in to ScholarOne Manuscripts at <https://mc.manuscriptcentral.com/jcareasmnt> and edit your user information as appropriate.

You can also view the status of your manuscript at any time by checking your Author Center after logging in to <https://mc.manuscriptcentral.com/jcareasmnt>.

As part of our commitment to ensuring an ethical, transparent and fair peer review process SAGE is a supporting member of ORCID, the Open Researcher and Contributor ID (<https://orcid.org/>). We encourage all authors and co-authors to use ORCID iDs during the peer review process. If you have not already logged in to your account on this journal's ScholarOne Manuscripts submission site in order to update your account information and provide your ORCID identifier, we recommend that you do so at this time by logging in and editing your account information. In the event that your manuscript is accepted, only ORCID iDs validated within your account prior to acceptance will be considered for publication alongside your name in the published paper as we cannot add ORCID iDs during the Production steps. If you do not already have an ORCID iD you may login to your ScholarOne account to create your unique identifier and automatically add it to your profile.

Thank you for submitting your manuscript to Journal of Career Assessment.

Sincerely,
Pat Garriott
Journal of Career Assessment
Pat.Garriott@du.edu

 Responder  Responder a todos  Reenviar

Anexos 2. Resolución de expedito



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

RESOLUCIÓN N° 0110A-2023/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 17 de mayo del 2023

VISTO:

El expediente, de (del) los (la, las) bachiller(es): **Celinda Aroni Ccama**, identificado(a) con código Universitario N°201221312 y **Juana Rosa Niño Valiente**, identificado(a) con código Universitario N° 9710197, 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): **Celinda Aroni Ccama** y **Juana Rosa Niño Valiente**, 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 17 de mayo del 2023 y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad.

SE RESUELVE:

1. Aprobar la sustentación de: **Celinda Aroni Ccama** y **Juana Rosa Niño Valiente**, para que sustenten su Informe de Tesis; conducente al Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.
2. 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	Tesis	Título	Fecha y hora	Modalidad
Presidente: Mtro. Wilson Cruz Mamani Secretario: Mtro. Amed Vargas Martínez Vocal: Mtra. Ruth Gladys Choque Pilco Asesor: Mtro. Julio Sammel Torres Miranda	Celinda Aroni Ccama Juana Rosa Niño Valiente	Traducción, adaptación y validación de la escala de autoeficacia emprendedora en internet en universitarios peruanos con perfil comercial	Miércoles, 07 de junio, a las 10:00 horas.	Presencial

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dra. Maritza Soledad Arana Rodríguez
DECANA



Dra. Karina Elizabeth Paredes Abanto
SECRETARIA ACADÉMICA