

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Escuela Profesional de Contabilidad**



**Influencia de la orientación empresarial en la intención de crear una nueva empresa: Caso de estudiantes de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú**

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

**Autor:**

Lorena Dávila Dávila,

Iris Muñoz Angulo,

María Benilde Izquierdo Alvarado

**Asesor:**

Dr. Avelino Sebastián Villafuerte- De la Cruz

Tarapoto, septiembre de 2023

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Dr. Avelino Sebastián Villafuerte- De la Cruz, docente de la Facultad de ciencias empresariales, Escuela Profesional de contabilidad y gestión tributaria, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Influencia de la orientación empresarial en la intención de crear una nueva empresa: Caso de estudiantes de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú”** de los autores <sup>(1)</sup> Lorena Dávila-Dávila, <sup>(2)</sup> Iris Muñoz- Angulo, <sup>(3)</sup> María Benilde Izquierdo- Alvarado, tiene un índice de similitud de 14 % 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 Tarapoto, a los 22 días del mes de septiembre de 2023



Dr. Avelino Sebastián Villafuerte- De la Cruz

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En san Martín, Tarapoto, Morales, a los 19 día(s) del mes de **setiembre** del año 2023 siendo las 09:30 horas se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión campus Tarapoto, bajo la dirección del (de la) Presidente(a): **Dr. Juan Félix Quispe Gonzales** el (la) secretario(a): **Mtra. Marisol Carranza Molina**; los demás miembros, **Mtra. Erika Liliana Castro Carlos**, **Mtro. Carlos Daniel Rosales Bardalez** y el asesor(a): **Dr. Avelino Sebastián Villafuerte De La Cruz**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

"Influencia de la orientación empresarial en la intención de crear una nueva empresa: Caso de estudiantes de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú"

de los (las) bachiller (es): a) **Lorena Dávila Dávila**, b) **Iris Muñoz Angulo** c) **María Benilde Izquierdo Alvarado** Conducente a la obtención del título profesional de:

**Contador Público**

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 y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancias escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): **Lorena Dávila Dávila**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<b>APROBADO</b>	<b>17</b>	<b>B+</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>SOBRESALIENTE</b>

Bachiller (b): **Iris Muñoz Angulo**

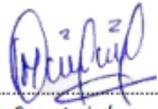
CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<b>APROBADO</b>	<b>17</b>	<b>B+</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>SOBRESALIENTE</b>

Bachiller (c): **María Benilde Izquierdo Alvarado**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<b>APROBADO</b>	<b>17</b>	<b>B+</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>SOBRESALIENTE</b>

Finalmente, el Presidente del jurado invito al (a la) / (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

.....  
Miembro

.....  
Miembro

.....  
Bachiller (a)

.....  
Bachiller (b)

.....  
Bachiller (c)

Esta sustentación fue realizada de manera virtual u online sincrónica, conforme al Reglamento General de Grados y Títulos.

## Resumen

El presente estudio examina la influencia de la orientación empresarial en la intención de crear una nueva empresa en estudiantes de universidades públicas del Perú. Para ello se realizó estudio mediante un cuestionario de 24 ítems, para recoger información de los estudiantes, sobre la orientación empresarial y la intención emprendedora. La muestra no probabilística fue conformada por 301 estudiantes de universidades públicas de la facultad de ciencias empresariales. Se utilizó el software SPSS y Excel para examinar el estudio realizado. De tal modo que los resultados mostraron una fuerte relación directa entre las variables orientación empresarial y la intención empresarial ( $\rho = 0,532^{**}$ ,  $p = 0,000$ ), la misma que se podría deducir que la autonomía, innovación, proactividad y la agresividad competitiva, son necesarias para alimentar el espíritu emprendedor y la voluntad de perseguir nuevas oportunidades de negocio.

**Palabras clave:** Orientación Empresarial, Intención empresarial, Innovación, Autonomía, agresividad competitiva.

### **Influence of business orientation on the intention to create a new company: case of business students from public universities in Peru.**

This study examines the influence of entrepreneurial orientation on the intention to create a new company in students from public universities in Peru. For this, a study was carried out using a 24-item questionnaire, to collect information from the students, on business orientation and entrepreneurial intention. The non-probabilistic sample was made up of 301 students from public universities from the Faculty of Business Sciences. SPSS and Excel software were used to examine the study carried out. In such a way that the results showed a strong direct relationship between the variables business orientation and business intention ( $\rho = 0.532^{**}$ ,  $p = 0.000$ ), the same one that could be deduced that autonomy, innovation, proactivity and competitive aggressiveness are necessary to nurture the entrepreneurial spirit and the willingness to pursue new business opportunities.

**Key words:** Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial intention, Innovation, Autonomy, competitive aggressiveness

## **1. Introducción**

Respecto a las orientaciones empresariales en el afán de crear nuevos emprendimientos o negocios, Al-Mamary & Alshalaqi (2022) en su artículo titulado impacto de la autonomía, asunción riesgos, la proactividad, y la agresividad competitiva en la intención de los estudiantes en crear una nueva empresa en el país de Arabia Saudita, encontró que el 87,1% de los estudiantes encuestados están interesados en la intención de crear y emprender un nuevo negocio con la finalidad, de crear empresa, mientras que el 12.9 % no estaban interesados en hacerlo. Uno de los factores determinantes de la iniciativa empresarial es tener un espíritu emprendedor ya que sirve para aumentar la eficacia de la cuenta de resultados. Según Ismail et al (2015), menciona que, el espíritu empresarial se considera la actividad económica más importante para el desarrollo de una economía. En esta era de globalización e intensa competencia, la intención y la orientación empresarial desempeñan un papel muy importante en el desarrollo de las actividades empresariales dentro de un país. La intención empresarial junto con la orientación empresarial es necesaria para la comercialización exitosa de la investigación universitaria académica.

La influencia de la orientación empresarial y la intención de crear una nueva empresa es un tema de muchísima importancia hoy en la actualidad, especialmente para mucho de los jóvenes universitarios ya que la mayoría de ellos deberían buscar tener esa intención emprendedora y así lograr tener mayor autonomía en la toma de decisiones y también para que de esta manera desarrollen una capacidad innovadora. Por lo tanto, este trabajo se justifica porque aportara en una metodología de orientación empresarial especialmente a todos los jóvenes universitarios ya que mediante ello se busca que todas las universidades fomenten el espíritu emprendedor del joven estudiante desde del inicio de su formación profesional, de tal modo también determinara la

importancia, influencia y repercusión que esta puede aportar en los jóvenes universitarios. Otro aporte del estudio es que despertará la toma de conciencia en los legisladores para que puedan retener a emprendedores más jóvenes, ayudará a institucionalizar la cultura emprendedora e informará estudios emergentes sobre innovación y emprendimiento. En tal sentido, a medida que las universidades acepten la importancia de la innovación y el espíritu empresarial que se le pueda brindar a cada estudiante, tendremos un país con una mejor competitividad global de tal modo que en este estudio estaremos contribuyendo de manera práctica a los esfuerzos de los formuladores de políticas para identificar empresarios potenciales y transformarlos en empresarios exitosos.

El objetivo de la presente investigación es examinar la influencia de la Orientación Empresarial en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios. Los objetivos específicos son: Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la autonomía en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios, Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Innovación en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios, Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Asunción de riesgos en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios, Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Proactividad en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios y finalmente, Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Agresividad Competitiva en la Intención Empresarial

de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

## **2. Referencial Teórico**

### **2.1 Orientación Empresarial**

Al-Mamary & Alshallaqi (2022), definieron la orientación empresarial como una combinación de autonomía, innovación, asunción de riesgos, proactividad y agresividad competitiva. Por otro lado Bedoya Villa et al (2020), menciona que la orientación empresarial permite el desarrollo de actividades organizacionales, innovadoras con el fin de ser considerada como una fuente de renovación empresarial en entornos turbulentos.

#### **2.1.1 Autonomía**

Según Al-Mamary & Alshallaqi (2022), menciona que la autonomía es el derecho a explotar las oportunidades para la ventaja competitiva de una empresa, lo que se relaciona con la intervención del usuario para introducir otro concepto o percepción fundamental y verla hasta llegar al final con éxito.

De la misma manera Sayed M. Ismail (2023), argumenta que la autonomía es la capacidad que tiene el ser humano para asumir el control y asumir una mayor responsabilidad en cuanto a su educación, así como también asumir la capacidad de pensar críticamente por uno mismo teniendo en cuenta muchos puntos de vista tanto en lo moral como también intelectualmente.

Así mismo Al-Mamary et al (2020), en su estudio titulado el efecto de la orientación emprendedora en los efectos financieros menciona que la autonomía se refiere a un individuo o equipo de individuos dentro de una organización, tienen la libertad de desarrollar una idea de negocio, llevarlo a cabo para luego tener que implementarlo.

### **2.1.2 Innovación**

Según Belli (2023), refiere que la innovación distribuida se muestra en emergencias colaborativas de grupos estructurados en aprendizaje colaborativo en línea, Por otra parte Abu Amodu & Aka (2017), descubrieron que la innovación es la capacidad de innovar es la predisposición de una empresa, de la misma forma Carlos & Sánchez (2011), refiere al termino innovación como la creación de o adquisición de un producto nuevo para la empresa, mientras que para (Bedregal-Alpaca (2023), el uso de técnicas creativas y la búsqueda de ideas innovadoras se convierte en un imperativo estratégico para promover la innovación a través de la creatividad, así mismo Castañón Rodríguez et al (2023) deduce que la innovación no solo se justifica en el avance de nuevos productos o servicios, sino que también ayuda en otros aspectos como la creación de una nueva idea de negocios y mejoras de procesos.

### **2.1.3 Asunción de riesgos**

Según Betancourt Mainieri (2014), manifiesta que la asunción de riesgo es un concepto necesario en el estudio del daño causado en el deportista, así mismo también en el desarrollo de actividades de alto riesgo ya que creemos que en determinadas condiciones, esta es la razón, sin embargo Caicedo Cavagnis et al (2018), afirma que existe un largo debate si los riesgos deben ser vistos subjetivamente u objetivamente, como también Santiago Mijangos & Torres Falcón (2019), define que las limitaciones están relacionadas con los datos relativos a ciertos componentes de la dinámica familiar y las conductas de riesgo, en vista del sesgo de percepción que puede haber, por el hecho de ser autoadministrado, finalmente Lizarzaburu Bolaños et al (2018), nos recomienda extender capacidades de comunicación para lograr con las normas establecidas, al compromiso de la empresa.

### **2.1.4 Proactividad**

Según Salessi & Omar (2021), una personalidad proactiva es un carácter relativamente estable que crea cambios ambientales para mejorar el entorno. Según López-Salazar (2010), La proactividad no significa sólo tomar la iniciativa, sino asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; decidir en cada momento lo que quiere hacerse y cómo se va a realizar.

### **2.1.5 Agresividad competitiva**

Al-Mamary & Alshallaqi (2022), menciona que la agresividad competitiva implica que las empresas respondan positivamente a los cambios del mercado ya la demanda constante.

Por otro lado Le Roux & Bengesi (2014), enfatizó que la agresividad competitiva implica vencer a los competidores hasta el final.

## **2.2 Intención Empresarial**

Según Nguyen et al (2021), define que la Intención Emprendedora tiene un efecto directo a través de tres determinantes; actitud, normas subjetivas y control conductual, del mismo modo Feakes et al (2023), manifiesta que la Intención Empresarial es considerada como una variable demográfica y de control clave en los estudios. De la misma manera Alfaro García et al (2022) sostiene que gracias a la amplitud de perspectivas ha hecho un campo diverso multidisciplinario con enfoques empresariales y educativos a la Intención Empresarial.

## **3. Metodología**

El presente estudio tiene un diseño metodológico no experimental de diseño no experimental ya que no se movió ninguna de las variables. Al respecto del autor Hernández Sampieri et al (2018), menciona que el diseño no experimental se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observa los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. El estudio es de tipo correlacional causal porque trata de explicar las razones de la influencia de la

orientación empresarial en la intención de crear una nueva empresa. Al respecto el autor Hernández Sampieri et al (2018), sostiene que los trabajos de correlacional causal son Estudios explicativos que Pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian. por lo tanto, el objetivo de esta investigación fue examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la autonomía en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

La muestra del diseño es no probabilística intencionada por conveniencia. De tal manera que, por la distancia, el estudio encuestó a 301 estudiantes diseminados en las universidades públicas del Perú, el criterio de inclusión para los sujetos de análisis fue requisito principal de que sean estudiantes universitarios de instituciones públicas que correspondan a la facultad de Ciencias Empresariales que podrían ser de Marketing, Administración, Contabilidad o Ingeniería Comercial. Según Hernández Sampieri (2018), al respecto sostiene que las muestras no probabilísticas son investigaciones con muestras dirigidas.

Los datos de este estudio se obtuvieron mediante un cuestionario que fue conformado por 24 preguntas que fueron distribuidas entre los 301 estudiantes, dicho cuestionario fue elaborado en Google Docs para facilitar su difusión entre los estudiantes universitarios quienes participaron de la encuesta. El instrumento fue adaptado de Al-Mamary & Alshallaqi (2022), no obstante tal instrumento fue validado por tres expertos y su coeficiente de confiabilidad fue 0.931 de Cronbach para la variable “Orientación Empresarial”; y la variable “Intención empresarial” obtuvo un coeficiente de 0.880 indicando que la confiabilidad puede considerarse muy buena.

Para las técnicas estadísticas y procesamiento de la información se utilizó Excel y el software SPSS. Se usó estadística no paramétrica con el coeficiente de correlación de Spearman. La investigación respetó los principios y los valores de la institución según la ética del investigador

tales como, la *No maleficencia*: los datos recolectados solo se utilizaron para la investigación; *Beneficencia*: es tratar en todo momento de beneficiar al lector evitando daños con la investigación; *Justicia*: los participantes son tratados con equidad, respeto, responsabilidad, sin atentar sus derechos.

## 4. Resultados

### 4.1 Examinar la influencia de la orientación empresarial en la intención empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

Las tablas 1, tabla 2 y tabla 3 examinan la influencia de la Orientación Empresarial en la Intención Empresarial según las perspectivas de los estudiantes universitarios.

Tabla 1

*Niveles de la variable Orientación empresarial*

	Nivel bajo		Nivel medio		nivel alto	
	n	%	N	%	n	%
Orientación Empresarial	89	29.6	127	42.2	85	28.2
Intención Empresarial	60	19.9	159	52.8	82	27.2

Referente a los niveles de la variable Orientación Empresarial, la tabla 1 se puede observar que el 42.2% de los participantes se ubican en nivel medio en cuanto a la orientación empresarial; mientras que el 29.6% muestra nivel bajo. Referente a los niveles de la variable Intención Empresarial, se puede observar que el 52.8% de los participantes se ubican en nivel medio en cuanto a la intención empresarial; mientras que el 19.9% muestra nivel bajo.

La tabla 2 presenta las pruebas de normalidad, las mismas que se evidencian que los datos siguen una distribución normal ( $p < 0,05$ ), por lo tanto, se usó estadística no paramétrica con el coeficiente de correlación de Spearman.

Tabla 2

*Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov de las variables Orientación empresarial e intención empresarial.*

	N	p
Orientación Empresarial	301	0.000
Intención Empresarial	301	0.000

Tabla 3 presenta la correlación de Spearman la misma que se aprecia que existe influencia significativa entre las variables orientación empresarial e intención empresarial ( $\rho = 0,532^{**}$ ,  $p = 0,000$ ) (Tabla 3)

Tabla 3

*Correlación de Spearman entre orientación empresarial e intención empresarial*

	Orientación Empresarial	
	Rho	p
Intención empresarial	,532**	0,000

### **Regla de decisión**

$H_0$ : No existe influencia significativa entre la Orientación Empresarial en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

$H_1$  Existe influencia significativa entre la Orientación Empresarial en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

Si el P valor es  $> 0,05$  se acepta que la hipótesis Nula ( $H_0$ ). si el P valor  $< 0,05$  se rechaza la hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). Se encontró que el valor de rho es de ,532\*\* y un p-valor = 0,000; es decir un valor menor que 0,05; por tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ): Existe influencia significativa entre la Orientación Empresarial en la Intención

Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

**4.2 Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la autonomía en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.**

Tabla 4 se puede observar la correlación de Spearman que, existe una influencia significativa entre la dimensión autonomía y la variable intención empresarial (rho ,187\*\* , p = 0,001).

Tabla 4

*Correlación de Spearman entre la dimensión autonomía y la variable intención empresarial*

	Autonomía	
	Rho	p
Intención empresarial	,187**	0,001

**Regla de decisión**

Si el p valor es > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>). Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna. Se encontró que el valor de rho es de ,187\*\* y un p-valor = 0,001; es decir un valor menor que 0,05; por tanto, se acepta la hipótesis alterna: Existe influencia significativa entre la Dimensión Autonomía en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

**4.3 Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Innovación en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.**

Tabla 5 se puede observar la correlación de Spearman que, existe una influencia significativa entre la dimensión innovación y la variable intención empresarial (rho ,226\*\* , p = 0,000).

Tabla 5

*Correlación de Spearman entre la dimensión innovación y la variable intención empresarial*

	Innovación	
	Rho	p
Intención empresarial	,226**	0,000

### Regla de decisión

Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ). Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna. Se encontró que el valor de rho es de ,226\*\* y un p-valor = 0,000; es decir un valor menor que 0,05; por tanto, se acepta la hipótesis alterna: Existe influencia significativa entre la Dimensión Innovación en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

### 4.4 Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Asunción de riesgos en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

Tabla 6 se puede observar la correlación de Spearman que, NO existe influencia entre la dimensión Asunción de Riesgos y la variable intención empresarial (rho -0.006, p = 0,923).

Tabla 6

*Correlación de Spearman entre la dimensión asunción a riesgos y la variable intención empresarial*

	Asunción de riesgos	
	Rho	p
Intención empresarial	-0.006	0.923

### Regla de decisión

Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ). Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna. Se encontró que el valor de rho es de -0.006\*\* y un p-valor = 0,923; es decir un valor mayor que 0,05; por tanto, se acepta la hipótesis

nula: NO Existe influencia entre la Dimensión Asunción de riesgos y la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

**4.5 Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Proactividad en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.**

Tabla 7 se puede observar la correlación de Spearman que, existe una influencia significativa entre la dimensión Proactividad y la variable intención empresarial ( $\rho = ,402^{**}$ ,  $p = 0,000$ ).

Tabla 7  
*Correlación de Spearman entre la dimensión proactividad y la variable intención empresarial*

	Proactividad	
	Rho	p
Intención empresarial	,402**	0,000

**Regla de decisión**

Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ). Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna. Se encontró que el valor de rho es de ,402\*\* y un p-valor = 0,000; es decir un valor mayor que 0,05; por tanto, se acepta la hipótesis alterna: Existe influencia entre la Dimensión Proactividad y la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

**4.6 Examinar la influencia de la Orientación Empresarial respecto a la Agresividad Competitiva en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios**

Tabla 8 se puede observar la correlación de Spearman que, existe una influencia significativa entre la dimensión Agresividad Competitiva y la variable intención empresarial ( $\rho = .220^{**}$ ,  $p = 0,000$ ).

Tabla 8

*Correlación de Spearman entre la dimensión agresividad competitiva y la variable intención empresarial*

	Agresividad competitiva	
	Rho	p
Intención empresarial	$.220^{**}$	0,000

### **Regla de decisión**

Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ). Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna. Se encontró que el valor de rho es de  $.220^{**}$  y un p-valor = 0,000; es decir un valor mayor que 0,05; por tanto, se acepta la hipótesis alterna: Existe influencia entre la Dimensión Agresividad Competitiva y la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú interesados en emprender nuevos negocios.

## **5. Discusión**

El presente trabajo examino la influencia de la Orientación Empresarial en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Ciencias Empresariales de universidades públicas del Perú, interesados en emprender nuevos negocios, teniendo como resultado lo siguiente: se encontró que existe una relación significativa directa entre la orientación empresarial y la intención empresarial, con un  $\rho = 0,532^{**}$ ,  $p = 0,000$ . Esto indica que los estudiantes con una mayor orientación empresarial tienen una mayor tendencia a tener la intención de crear una nueva

empresa. En otras palabras, aquellos estudiantes que muestran una actitud proactiva hacia los aspectos empresariales y una mentalidad emprendedora tienen una mayor predisposición a considerar la creación de su propia empresa en el futuro. Estos resultados resaltan la importancia de fomentar la orientación empresarial entre los estudiantes como un factor que puede influir positivamente en su intención de emprender un nuevo negocio.

El análisis detallado de las diferentes dimensiones de la orientación empresarial reveló hallazgos significativos; es decir, la orientación empresarial hacia la autonomía, la innovación, la proactividad y la agresividad están directamente relacionadas con la intención empresarial entre los estudiantes de universidades públicas en el Perú. En primer lugar, la “autonomía” sugiere que, aquellos estudiantes que valoran la independencia en su enfoque hacia los negocios y la toma de decisiones tienen una mayor disposición a considerar la creación de una nueva empresa en el futuro. Además, la dimensión de “innovación”, implica que los estudiantes que tienen una mentalidad creativa y que valoran la introducción de ideas novedosas y soluciones innovadoras en el mundo empresarial son más propensos a tener la intención de iniciar su propia empresa. En cuanto a la “proactividad”, sugiere que los estudiantes que demuestran un comportamiento proactivo, que están dispuestos a asumir riesgos calculados y a tomar la iniciativa en situaciones empresariales, tienen una mayor probabilidad de considerar seriamente la posibilidad de emprender, y finalmente, la dimensión de “agresividad” que se refiere a la voluntad de competir intensamente y de buscar oportunidades para ganar una ventaja competitiva, indica que los estudiantes que tienen un enfoque competitivo y buscan la excelencia en los negocios son más inclinados a tener la intención de crear su propia empresa en el futuro.

En el caso de la dimensión asunción de riesgo, se observó que no existe correlación entre la dimensión asunción de riesgos y la intención empresarial ( $\rho = -0.006$ ,  $p = 0,923$ ). He aquí

algunas razones por las cuales no se encontró correlación: una primera razón podría ser por *percepción de riesgos*, dicho de otra manera, es posible que los estudiantes perciban la asunción de riesgos como un aspecto demasiado incierto o amenazante. Puede haber una falta de comprensión sobre cómo gestionar adecuadamente los riesgos o una preferencia por evitarlos por completo, lo que podría hacer que la relación con la intención empresarial no sea tan evidente. Otra razón podría ser por la *falta de experiencia*, dado que se ha analizado a estudiantes universitarios, es probable que muchos de ellos no tengan experiencia previa en el mundo empresarial. La asunción de riesgos a menudo se relaciona con la experiencia y la familiaridad con los desafíos empresariales. Si los participantes carecen de experiencia real en situaciones de toma de decisiones empresariales arriesgadas, es posible que no vean una conexión directa con la intención de crear una nueva empresa. Y, otra razón podría ser la *falta de información o educación*, en el sentido de que los estudiantes pueden carecer de información completa sobre cómo evaluar y gestionar los riesgos en el contexto empresarial. Esto podría llevar a que subestimen la importancia de la asunción de riesgos o que no comprendan cómo puede contribuir a la creación y gestión exitosa de una nueva empresa.

Por lo tanto, a similitud con el autor Al-Mamary & Alshallaqi (2022) en su estudio titulado: “Impacto de la Autonomía, la Innovación, la Asunción de Riesgo, la Proactividad y la Agresividad Competitiva en la intención de los estudiantes universitario de iniciar una nueva empresa” elaborado en estudiantes universitario de Arabia Saudita, encontró relación significativa con la Intención Empresarial de crear nuevas empresas; con excepción de la dimensión, “asunción de riesgo” ya que en nuestro estudio realizado obtuvimos un resultado negativo, que no existe relación entre la asunción de riesgo y la Intención Empresarial a diferencia del estudio realizado en Arabia Saudita donde el autor obtuvo resultados positivos en cuanto a la correlación que existe entre la

“asunción de riesgo” y la Intención Empresarial. Esto sugiere que, los estudiantes de Arabia Saudita tienden a asumir riesgos, aun cuando las circunstancias sean impredecibles, otra de las razones también es que los estudiantes de Arabia Saudita asumen riesgos a medida que crece el éxito. Por lo tanto, dichos estudiantes son motivados por los empresarios a que asuman riesgos y de este modo alcanzar el éxito, obteniendo el mayor rendimiento posible ya que los estudiantes tienen mejores percepciones empresariales y de innovación a diferencia de los estudiantes universitarios del Perú.

## 6. Conclusión y recomendación

Considerando que, la *orientación empresarial* se refiere a la forma en que un estudiante de Ciencias Empresariales enfoca sus esfuerzos y recursos para lograr sus objetivos, y por otro lado, la *intención empresarial* se refiere a la disposición y el deseo de los estudiantes de crear y desarrollar un nuevo negocio se concluye que:

Los resultados estadísticos permitieron encontrar que existe una relación significativa directa entre la orientación empresarial y la intención empresarial, con un rho 0,532\*\*,  $p = 0,000$ . Esto puede significar que ambas variables influyen entre sí, es decir, a mejor orientación empresarial mejor será la intención y viceversa. Al examinar que hay una influencia directa se puede deducir que la autonomía, innovación, proactividad y la agresividad competitiva, son necesarias para alimentar el espíritu emprendedor y la voluntad de perseguir nuevas oportunidades de negocio.

El modelo de orientación empresarial a la cual arribó el trabajo establece que, la orientación hacia la autonomía, tienen una relación directa lo cual se concluye que, existe influencia significativa en la Intención Empresarial con un (rho ,187\*\*,  $p = 0,001$ ). Esto permiten que las personas o empresas estén mejor orientadas hacia la búsqueda de nuevas oportunidades y son

proactivas en su enfoque, ellos tienen más probabilidades de fomentar la intención empresarial en sus empleados o en los emprendedores externos.

Así mismo, se ha concluido que, la innovación tiene influencia significativa en la Intención Empresarial de crear nuevas empresas con un ( $\rho = .226^{**}$ ,  $p = 0,000$ ). Esto significa que, según la perspectiva de los estudiantes de Ciencias Empresariales, las intenciones empresariales de los individuos emprendedores pueden llevar a la creación de nuevas unidades de negocio dentro de una empresa existente. Esto implica que la intención empresarial de los empleados o los emprendedores externos puede impulsar a una organización a adoptar una orientación más emprendedora.

De la misma manera, se ha concluido que, el modelo de orientación empresarial respecto a la proactividad, tienen influencia significativa en la intención empresarial de crear nuevas empresas con un ( $\rho = .402^{**}$ ,  $p = 0,000$ ). Considerando que, la proactividad en la orientación empresarial se refiere a la predisposición de una persona o una organización a anticipar oportunidades y actuar de manera anticipada y efectiva para aprovechar esas oportunidades, en este contexto, el hecho de que la proactividad esté relacionada de manera significativa con la intención de crear nuevas empresas indica que aquellos estudiantes que muestran una mentalidad proactiva tienen más probabilidades de estar interesados en emprender y crear sus propios negocios en el futuro. En tal sentido, sugiere que la mentalidad proactiva podría ser un factor importante por considerar para fomentar la cultura emprendedora entre los estudiantes de Ciencias Empresariales.

También se concluye que, la agresividad competitiva tiene influencia significativa en la intención empresarial en un ( $\rho = .220^{**}$ ,  $p = 0,000$ ). Esto significa que la agresividad competitiva puede desempeñar un papel importante en la intención empresarial, ya que puede influir en la forma en que los emprendedores y las empresas abordan la competencia y buscan oportunidades

de crecimiento fomentando un enfoque más innovador y creativo. De modo que la búsqueda agresiva de ventajas competitivas puede llevar a la creación de recursos valiosos, difíciles de imitar y sin sustitutos, lo que puede generar una posición competitiva sólida y a su vez puede influir en la intención empresarial

Se ha concluido también que no existe correlación entre la dimensión asunción de riesgos y la intención empresarial con un ( $\rho = -0.006$ ,  $p = 0,923$ ). Por lo que se deduce que tal dimensión le es indiferente a la intención empresarial.

### **Recomendaciones:**

Se recomienda realizar estudios exploración de enfoque cualitativa, para complementar investigación cuantitativa, utilizando instrumentos tales como entrevistas o grupos focales, para obtener una comprensión más profunda de las actitudes y percepciones de los estudiantes hacia la asunción de riesgos. Esto podría revelar matices y razones subyacentes que no se capturan completamente con métodos cuantitativos.

Se recomienda tomar en cuenta la contextualización cultural para identificar cómo la cultura peruana y las actitudes sociales hacia el riesgo podrían estar influyendo en la percepción de los estudiantes, de esta manera efectuar un análisis comparativo entre distintos grupos culturales o regionales dentro del Perú para determinar si hay variaciones significativas en la relación entre la asunción de riesgos y la intención empresarial.

Se recomienda realizar intervenciones educativas, diseñando y llevando a cabo programas educativos específicos que aborden la importancia de la asunción de riesgos en la creación y gestión de empresas.

Se recomienda realizar estudios exploración de enfoque cualitativa, para complementar investigación cuantitativa, utilizando instrumentos tales como entrevistas o grupos focales, para

obtener una comprensión más profunda de las actitudes y percepciones de los estudiantes hacia la asunción de riesgos. Esto podría revelar matices y razones subyacentes que no se capturan completamente con métodos cuantitativos.

## 7. Referencias Bibliográficas

- Abu Amodu, A., & Aka, A. (2017). the primacy of social networks in entrepreneurship: a study of networking ability and innovativeness among university students in north central nigeria. *people: International Journal of Social Sciences*, 3(3), 644–657.  
<https://doi.org/10.20319/pijss.2017.33.644657>
- Alfaro-García, V. G., Blanco-Mesa, F., & Castro, E. L. (2022). Entrepreneurial intention a bibliometric approach. *Cuadernos de Gestion*, 22(2), 139–153.  
<https://doi.org/10.5295/cdg.211558el>
- Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4).  
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100239>
- Al-Mamary, Y. H., Alwaheeb, M. A., Alshammari, N. G. M., Abdulrab, M., Balhareth, H., & Soltane, H. Ben. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on financial and non-financial performance in Saudi Smes: A review. In *Journal of Critical Reviews*

(Vol. 7, Issue 14, pp. 200–208). Innovare Academics Sciences Pvt. Ltd.

<https://doi.org/10.31838/jcr.07.14.35>

Bedoya Villa, M. A., Bibiana, ;, & Alzate, A. (n.d.). *Orientación Emprendedora, Recursos y Capacidades: Una Revisión de su Marco Conceptual para la Innovación Entrepreneurial Orientation, Resources and Capabilities: A Conceptual Framework review for Innovation.*

Bedregal-Alpaca, N. (2023). Training in innovation and entrepreneurship: A Design Thinking teaching experience. *Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, 16(5).

<https://doi.org/10.37467/revhuman.v12.4679>

Belli, S. (2023). Cómo surge la innovación en colectividades de aprendizaje colaborativo en línea. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 23(1), e3038.

<https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3038>

Betancourt Mainieri, D. A. (2014). La asunción de riesgos por el acreedor: el caso de las actividades deportivas de alto riesgo. *Revista de Derecho Privado*, 52, 1–23.

<https://doi.org/10.15425/redepriv.52.2014.23>

Caicedo Cavagnis, E., Leandro Pereno, G., & De La Vega Marcos, R. (2018). Risk propensity in athletes from Córdoba, Argentina. *Suma Psicológica*, 25(1), 11–20.

<https://doi.org/10.14349/sumapsi.2018.v25.n1.2>

Carlos, J., & Sánchez, J. (2011). *La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing.*

- Castañón Rodríguez, J. C., Baca Pumarejo, J. R., & Villanueva Hernández, V. (2023). Innovation and Business Performance: Bibliometric Study. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(102), 812–831. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.23>
- Feakes, A., Lindsay, N., Palmer, E., & Petrovski, K. (2023). Business Intentions of Australian Veterinary Students—My Business or Yours? A Cluster Analysis. *Animals*, 13(7). <https://doi.org/10.3390/ani13071225>
- Hernández Sampieri, R. (n.d.). *Espacio de Formación Multimodal Selección de la muestra*. [www.elosopanda.com](http://www.elosopanda.com)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., María del Pilar Baptista Lucio, D., & Méndez Valencia Christian Paulina Mendoza Torres, S. (n.d.). *Con la colaboración de*.
- Ismail, K., Anuar, M. A., Omar, W. Z. W., Aziz, A. A., Seohod, K., & Akhtar, Ch. Shoaib. (2015). Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Orientation of Faculty and Students towards Commercialization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 349–355. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.897>
- Le Roux, I., & Bengesi, K. M. K. (2014). Dimensions of entrepreneurial orientation and small and medium enterprise performance in emerging economies. *Development Southern Africa*, 31(4), 606–624. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2014.913474>
- Lizarzaburu Bolaños, E. R., Barriga, G., & Noriega, E. (2018). Gestión Integral de Riesgos y Antisoborno: Un enfoque operacional desde la perspectiva iso 31000 e iso 37001. *Universidad & Empresa*, 21(36), 79. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6089>
- López-Salazar, A. (2010). *la proactividad empresarial como elemento de competitividad*. *enterprise proactivity as element of competitiveness* (Vol. 6).

Nguyen, T. T., Phan, H. T. T., & Pham, V. T. (2021). Impact of creativity on student entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation*, 9(3), 646–663.

<https://doi.org/10.5585/iji.v9i3.19659>

Salessi, S., & Omar, A. (2021). Psychometric Properties of the Argentine Version of Proactive Personality Scale | Propriedades Psicométricas da Versão Argentina da Escala de Personalidade Proativa | Propiedades Psicométricas de la Versión Argentina de la Escala de Personalidad Proactiva. *Psico-USF*, 26(2), 203–214.

<https://doi.org/10.1590/1413-82712021260201>

Santiago Mijangos, A. D., & Torres Falcón, M. del C. P. (2019). Conductas de riesgo y dinámica familiar del adolescente y la de sus padres. *Hacia La Promoción de La Salud*, 24(2), 17–31. <https://doi.org/10.17151/hpsal.2019.24.2.3>

Sayed M. Ismail<sup>1\*</sup>, I. N. y K. P. (2023). metodología La presente investigación intentó impulsar el aprendizaje autorregulado, la autonomía y la autoeficacia de los. *Journal Article*. <https://doi.org/10.1186/s4046802300239z>