

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



**Emprendimiento, innovación y motivación. Un estudio de caso**

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

**Autor:**

Marlon Alejandro Hugo Suarez

**Asesor:**

Luis Alberto Geraldo Campos

Lima, marzo del 2024

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Luis Alberto Geraldo Campos, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“La motivación y el emprendimiento influyen en la innovación empresarial. Caso de estudio en los colaboradores de la empresa La Casona de Kevin”** del autor Marlon Alejandro Hugo Suarez 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 Lima a lo 08 días del mes de abril del año 2024

A handwritten signature in black ink on a light beige background. The signature is cursive and appears to read 'Luis Alberto Geraldo Campos'.

---

Luis Alberto Geraldo Campos

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 19 días del mes de marzo del año 2024 siendo las 18:00 horas., se reunieron virtualmente en la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor presidente del Jurado: **Dr. Julio Cesar Rengifo Peña**, el secretario: **Mg. Yessica Del Rosario Erazo Ordoñez**, como miembro: **Mg. Carlos Eduardo Corrales Baldoce** y el asesor **Mg. Luis Alberto Gerardo Campos**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: **"Emprendimiento, innovación y motivación. Un estudio de caso"** de la Bachilleres:

a. **Marlon Alejandro Hugo Suarez**

Conducente a la obtención del Título profesional de **Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**.

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. 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:

Candidato (a): **Marlon Alejandro Hugo Suarez**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	15	B-	Bueno	Muy bueno

(\*) *Ver parte posterior*

Finalmente, el presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

\_\_\_\_\_  
Presidente



\_\_\_\_\_  
Secretario

\_\_\_\_\_  
Asesor

\_\_\_\_\_  
Miembro

\_\_\_\_\_  
Miembro

\_\_\_\_\_  
Candidato/a (a)

\_\_\_\_\_  
Candidato/a (b)

(\*) **Tabla de Calificación**

## **Emprendimiento, innovación y motivación. Un estudio de caso**

### ***Entrepreneurship, innovation and motivation. A case study***

#### **RESUMEN**

En la actualidad vivimos en un mundo globalizado de constante cambios y actualizaciones, donde la empresa debe diferenciarse de la competencia, por eso es importante comprender el emprendimiento, la motivación y la innovación empresarial. El objetivo fue explicar cómo el emprendimiento y la motivación influyen en la innovación empresarial. Esta investigación utilizó una metodología cuantitativa multivariada, analizando 128 encuestas recogidas por colaboradores de una cadena de pollerías ubicada en el cono este de Lima, Perú. Los resultados reportaron que la motivación tiende a influir de forma negativa sobre el emprendimiento ( $\beta=-0.082$ ;  $p>0.606$ ) y de forma positiva sobre la motivación empresarial ( $\beta=0.108$ ;  $p>0.491$ ), sin embargo, estas no son suficientemente significativa para admitir estas afirmaciones; no obstante, se cubrió parcialmente el objetivo al encontrarse que sólo el emprendimiento influye en la innovación empresarial ( $\beta=2.074$ ;  $p<0.001$ ). Se concluye que la motivación no influye en la innovación y tampoco en el emprendimiento, pero si este último influye en la innovación, lo cual demuestra que el espíritu emprendedor de los colaboradores es innovador.

**PALABRAS CLAVE:** motivación, emprendimiento, innovación empresarial, desempeño laboral.

#### **ABSTRACT**

*Today we live in a globalized world of constant changes and updates, where the company must differentiate itself from the competition, so it is important to understand entrepreneurship, motivation and business innovation. The objective was to explain how entrepreneurship and motivation influence business innovation. This research used a multivariate quantitative methodology, analyzing 128 surveys collected from employees of a poultry chain located in the eastern cone of Lima, Peru. The results reported that motivation tends to influence entrepreneurship negatively ( $\beta=-0.082$ ;  $p>0.606$ ) and positively on entrepreneurial motivation ( $\beta=0.108$ ;  $p>0.491$ ), however, these are not significant enough to admit these statements; however, the objective was partially covered by finding that only entrepreneurship influences entrepreneurial innovation ( $\beta=2.074$ ;  $p<0.001$ ). It is concluded that motivation does not influence innovation and neither does entrepreneurship, but the latter does influence innovation, which shows that the entrepreneurial spirit of the collaborators is innovative.*

**KEYWORDS:** Motivation, entrepreneurship, entrepreneurial innovation, job performance

## **INTRODUCCIÓN**

Desde siempre los emprendedores ven una oportunidad, la convierten en una idea de negocio e invierten los recursos necesarios para hacerla realidad, crear valor y capitalizar sus frutos (Choquepuma et al., 2016), a esta se adhiere la innovación empresarial, la cual consiste en convertir ideas y conocimientos en productos, servicios, procesos o servicios reconocidos y valorados por el mercado (Vázquez et al., 2010), donde la motivación del emprendedor es fundamental para llevarla a cabo.

El perfil emprendedor cuenta con determinadas características como la perseverancia, la autodisciplina, el liderazgo, la adaptabilidad y creatividad, estas características pueden afectar la innovación empresarial (Cáceres & Pilar, 2016); en cambio, Okoi et al. (2022) consideran que la innovación empresarial favorece la creatividad del rendimiento organizativo; es por ello que la alta dirección debe incorporar progresivamente nuevos procesos de toma de decisiones, procesos y comportamientos que sitúen a la empresa en una posición competitiva y ventajosa durante su penetración en un nuevo mercado. En esa misma línea, Becerra (2021) señala que las habilidades emocionales y la motivación del emprendedor han influido en la cultura de la organización, influyendo así en las primeras etapas de la microempresa; así pues, la familia es crucial para la iniciativa empresarial, ya que implica riesgo e incertidumbre de ingresos (Fauziah et al., 2023).

Desde otra perspectiva, el intercambio de conocimientos y el aprendizaje organizacional están asociados con la motivación, la oportunidad y la capacidad de actuar dentro del contexto empresarial corporativo (Turner & Pennington, 2015), donde la motivación al logro explica mejor los factores cognitivos y a su vez arroja un alto condicionamiento sobre la intención empresarial (De los Santos de Dios et al., 2017); es por ello, que la motivación es el primer paso para la acción.

Desde el sector empresarial, existe evidencia de la relación entre los factores psicológicos y ambientales que conducen al éxito la innovación empresarial (Okoi et al., 2022); sin embargo, la gestión estratégica de los recursos y la innovación empresarial tienen una influencia significativa en los resultados de las PYME, donde la gestión estratégica de los recursos mejora el rendimiento de estas y que la innovación empresarial apoya la creatividad del rendimiento organizativo. Por su parte, Álvarez (2016) argumenta que el perfil del emprendedor, incluyendo perseverancia, autodisciplina, liderazgo, adaptabilidad y creatividad influyen en la innovación de negocios (Chakraborty & Ganguly, 2023).

El espíritu empresarial está vinculado al riesgo y la incertidumbre de los ingresos (Fauziah et al., 2023), en cambio, la motivación es un componente clave en los procesos organizativos, ya que impulsa la creatividad, el espíritu emprendedor y la innovación, que son cruciales para lograr objetivos y resultados (Herrera et al., 2021). En esa línea, el emprendimiento estimula a las generaciones jóvenes a crear sus propios puestos de trabajo y desarrollar habilidades esenciales que los beneficiarán a lo largo de sus carreras (Buzady & Almeida, 2019), ya que el emprendimiento es el desarrollo de un concepto o negocio enfocado al mundo empresarial, siendo un fenómeno muy interesante, sobre todo si es innovador (Daza et al., 2019).

Tras la búsqueda bibliográfica, hay evidencia clara del desarrollo de investigaciones sobre la motivación, el emprendimiento y la innovación empresarial; sin embargo, hasta hoy no existe evidencia de estudios previos que vinculen empíricamente estos conceptos, siendo una necesidad notoria en explorar su influencia mediante un estudio multivariado basado en sistema de ecuaciones estructurales (SEM); por lo tanto, cómo la motivación y el emprendimiento influyen en la innovación empresarial. Para ello, esta investigación se estructura como sigue: primero se da a conocer la introducción en la que se explora y se justifica el problema y antecedentes del estudio; segundo, se muestra la introducción que revela los principales conceptos y se intentan vincular los conceptos; tercero, se presenta la metodología, en esta se da a conocer la estrategia empleada; cuarto, se revelan los principales hallazgos; quinto, se muestra la discusión de los resultados y se intenta explicar la hipótesis basado en antecedentes; finalmente, se presenta la conclusión de la que se deriva de los resultados y discusión del presente estudio.

## **MARCO TEORICO**

### **Emprendimiento, motivación e innovación empresarial**

El término emprendimiento, se refiere al proceso de iniciar un negocio o un proyecto para que el individuo implicado pueda ganar dinero con ese empeño (Giurfa, 2000); en ese sentido, todo el mundo tiene espíritu emprendedor (Enríquez & Santacruz, 2022), sin embargo, algunas personas son más propensas a emprender que otras. Estos individuos manifiestan una mentalidad empresarial; por lo tanto, cuando en una sociedad haya muchas personas con esta cultura, estaremos ante una sociedad emprendedora. En esa misma línea, el emprendimiento se refiere cuando un emprendedor reconoce una oportunidad en la cual genera una idea y la lleva a buen término (Shane & Venkataraman, 2000); en términos operacionales el emprendimiento suele constar de ocho factores, motivación de logro, autonomía, innovación, locus de control interno, autoeficacia, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgo (Saavedra et al., 2021), donde el emprendimiento tiene mucha relación con el desempeño laboral (Aguirre, 2020).

Por otro lado, la motivación es una reacción a un estado emocional anterior, que se desencadena por la presencia de un indicador que se asocia a ese estado. Esta reacción está provocada por la presencia de un indicio (Simon et al., 2020); en tal sentido, la motivación está conformada por la necesidad de logro, poder y afiliación (Wilfredo & Yupanqui, 2019), donde la motivación tiene mucha relación con el compromiso organizacional (Chang, 2010).

La innovación empresarial requiere equipos comprometidos, voluntad empresarial, trabajo duro y resolución de problemas, satisfacción de necesidades, colaboración creativas, mejora de productos y servicios, y vencimiento del miedo (Martínez, 2006). Esta está operacionalizada en tres factores, identificación, exploración y explotación (Avalo, 2012), donde la innovación empresarial se relaciona con el perfil del emprendedor (Mayta & Eguiluz, 2023).

Se ha demostrado que el emprendimiento y la motivación tienen relación (Cabello, 2023; Machaca-Huancollo et al., 2021), además, la motivación, el autoconcepto y la creatividad son esenciales para la acción emprendedora (Latorre M., 2011). Por otro lado,

la motivación de logro explica en mayor medida los factores cognitivos del constructo y tiene un alto impacto en la intención emprendedora (De los Santos de Dios et al., 2017), donde el emprendimiento se relaciona con la innovación empresarial (Cruz et al., 2023) y la orientación al emprendimiento con el liderazgo que inspira impactan la formación de la cultura emprendedora (Espíndola et al., 2023).

## METODOLOGIA

### 2.1 Diseño Metodológico

Este estudio sigue una estrategia cuantitativa multivariada, en la cual buscó explorar la influencia del emprendimiento y la motivación en la innovación empresarial. Para ello, siguió el procedimiento de Sistema de Ecuaciones Estructurales (SEM) (Díaz, 2007; Lévy & Valera, 2003; Hernández, 2016; Iacobucci, 2010; Manzano & Zamora, 2009). Inicialmente, se determinó el modelo de medición del emprendimiento, la motivación y la innovación empresarial, mediante la comprensión de la estructura interna de las variables observables con los factores. Posteriormente, se verificó el modelo estructural de las variables exógenas y su efecto sobre las variables endógenas.

### 2.2 Diseño muestral

Los participantes en el estudio lo constituyen todos los colaboradores de la cadena de pollería La Casona de Kevin, en el que está conformado por un total de 192 colaboradores. Esta investigación utilizó un diseño muestral de tipo no probabilístico basada en una estrategia de recolección de datos por conveniencia; es decir, estuvo enfocado en los intereses de los investigadores, en el cual se seleccionaron a los participantes para la recolección y posterior análisis de los datos del estudio. Al aplicarse la encuesta se tuvo una tasa de retorno de 66.67% equivalente a 128 colaboradores que participaron en el estudio. Al respecto en la tabla 1 se observan los resultados de las características de la muestra que estuvieron conformados por colaboradores de ambos sexos en la que fueron más mujeres que hombres (56.3%), con edades de entre 18 a 45, siendo de edad de 18 y 29 años con mayor representatividad, el estado civil se observa que son más solteros que casados (64.1%) y nivel de estudio representado por el 85.9% de nivel técnico.

Tabla 1. Características de la muestra

VARIABLES	Categorías	Frecuencias	% del Total
Sexo	Femenino	72	56.3 %
	Masculino	56	43.8 %
Edad	18 a 29 años	107	83.6 %
	30 a 45 años	21	16.4 %
Estado Civil	Casado	46	35.9 %
	Soltero	82	64.1 %
Nivel de estudio	Bachiller	17	13.3 %
	Titulado	1	0.8 %
	Técnico	110	85.9 %

### **2.3 Técnicas de Recolección de Datos**

La escala de emprendimiento fue elaborada por Saavedra et al. (2021), este consta de 8 dimensiones, con un total de veintinueve ítems con una escala de respuesta del uno al cinco. El instrumento de innovación Empresarial fue elaborado por Avalo (2012), el cual consta de tres dimensiones y diecisiete ítems distribuidos en la identificación, exploración y explotación (cinco opciones de respuesta Likert). Finalmente, la escala de motivación fue elaborada por Steers & Braunstein (1976) y adaptado al contexto peruano por Chang (2010). Este consta de tres dimensiones, la necesidad de logro, poder y afiliación, con quince ítems y una valoración de cuatro opciones de respuesta.

### **2.4 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información**

Este estudio sigue un procedimiento previo de análisis estadístico descriptivo, de fiabilidad y después de modelamiento de ecuaciones estructurales. Primero fue necesario realizar el control calidad de los datos, buscando valores atípicos. Luego se empleó el software Jamovi, en la que se confirmó las escalas por medio del análisis factorial confirmatorio (AFC). Al contener la estructura adecuada se realizó el modelo estructural mediante el programa AMOS. En el software se configuro el método de valores permitidos como el de máxima verosimilitud, los estimadores, las covarianzas y los ajustes del modelo mediante la prueba para un ajuste exacto ( $CMIN/DF < 3$ ) y las medidas de ajuste ( $IFI > 0.9$ ,  $CFI > 0.9$ ,  $TLI > 0.9$  y  $RMSEA < 0.08$ ).

## **RESULTADOS**

En la Figura 1 se observan los pesos factoriales ( $\lambda$ ) del emprendimiento, motivación y la innovación empresarial. Estos  $\lambda$  se identificaron a través del modelo de medida, para luego elaborar el modelo estructural. El modelo de medida se detectó ítems con  $\lambda$  significativos y aquellos que no aportaban de manera significativa a la variable latente se procedió a retirar, esto se hizo para todas las variables latentes con ítems con bajas cargas factoriales. Al contar con los ítems adecuados por cada variable latente se elaboró el gráfico de ruta para el modelo estructural; donde, los índices de modificación permitieron identificar y covariar ítems que tenían relación; sin embargo, en algunos de los casos fue necesario eliminar algunos ítems para ajustar el modelo y cumplir con los parámetros de los índices de bondad de ajuste previamente descritos, y generando así tres modelos consecutivos (Tabla 3).

La Figura 1 muestra que las variables exógenas de motivación y emprendimiento sobre la innovación empresarial han resultado aparentemente tener un efecto positiva, mientras que el efecto de la motivación sobre el emprendimiento es negativo. Una mejor interpretación de esta figura se muestra en la tabla 2.

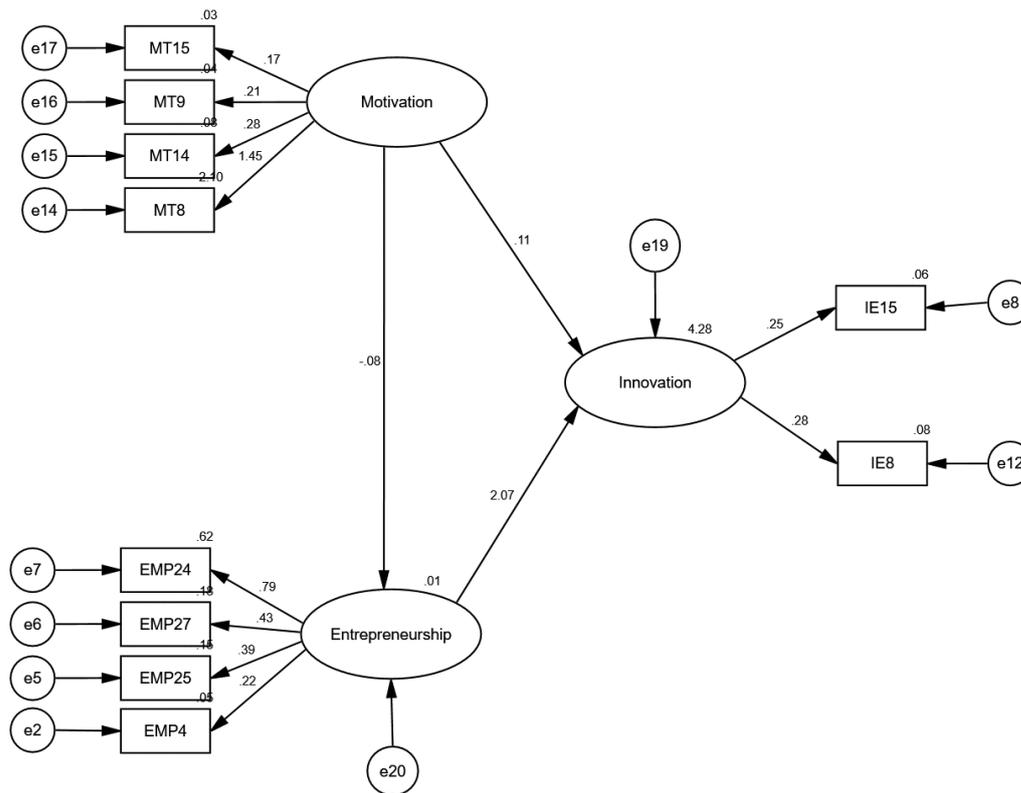


Figura 1. Modelo de la motivación, emprendimiento y la innovación empresarial

En la Tabla 2 se observan los pesos de regresión estandarizados ( $\beta$ ) de las variables, donde la variable exógena de motivación influye de forma negativa al emprendimiento ( $\beta = -0.082$ ), sin embargo, al contener un  $p$ -valor  $> 0.05$  esta influencia no es significativa. Además, se observa que la motivación influye de forma positiva sobre la innovación empresarial ( $\beta = 0.108$ ), pues esta no es significativa ( $p > 0.05$ ); en cambio, se muestra que el emprendimiento influye significativamente sobre la innovación empresarial ( $\beta = 2.074$ ), siendo esta significativa.

Tabla 2. Variables exógenas y sus resultados sobre la variable endógena innovación laboral

	Efectos		$\beta$	Estimadores de regresión	S.E.	C.R.	P
Entrepreneurship	<---	Motivation	-0.082	-0.141	0.274	-0.516	0.606
Innovation	<---	Motivation	0.108	0.032	0.046	0.689	0.491
Innovation	<---	Entrepreneurship	2.074	0.355	0.084	4.209	***

Nota.  $\beta$  = Estimadores con pesos estandarizados

Los índices de bondad de ajuste del modelo propuesto teóricamente se muestran en la Tabla 3, y el modelo empírico presenta ciertos índices que apoyan el modelo propuesto. Si bien el modelo sufrió varias modificaciones, se encontró que el modelo 1 y el modelo 2 no contenían valores acordes a lo establecido en la literatura científica. Sin embargo, el modelo 3 basado en los ajustes realizados se obtuvo un  $RMSEA < 0.05$  con

un CMIN/DF<3 y un IFI=1.042 y un TLI=1.065, al igual que un CFI=1, alcanzando parámetros superiores a 1 en los índices y que nos permiten validar la adecuación del modelo.

*Tabla 3. Medidas de modelo de bondad de ajuste*

Modelos	CMIN			Baseline Comparisons				RMSEA			
	CMIN	DF	P	CMIN/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Modelo 3	26.371	32	0.747	0.824	1.042	1.065	1	0	0	0.048	0.956
Modelo2	138.081	87	0	1.587	0.755	0.677	0.732	0.068	0.046	0.089	0.088
Modelo 1	239.493	132	0	1.814	0.603	0.501	0.57	0.08	0.064	0.096	0.002

*Nota.* CMIN/DF: razón de chi-cuadrado sobre los grados de libertad; CFI: comparative fit index; IFI: incremental fit index; TLI: Tucker-Lewis index; RMSEA, root-mean-squared error associated.

## DISCUSION

El objetivo principal de la presente investigación planteó que la motivación y el emprendimiento influyen en la innovación. Este objetivo fue cubierto parcialmente al encontrarse que el emprendimiento influye en la innovación empresarial, lo cual demuestra que el espíritu emprendedor de los colaboradores de La Casona de Kevin es innovador. Sin embargo, se encontró que la motivación no influye en el emprendimiento ni tampoco en la innovación, su efecto no es significativo.

El resultado de que el emprendimiento influye positivamente en la innovación empresarial está sustentado en estudios anteriores, donde se precisa que el emprendimiento guarda relación con la innovación empresarial, de acuerdo con el estudio de Enríquez et al. (2022) y Cruz et al. (2023) donde evidencian que existe influencia del emprendimiento sobre la innovación empresarial, lo cual muestran la importancia del emprendimiento en las competencias de innovación empresarial, y que se debe dar prioridad al desarrollo de competencias de emprendimiento. Por otro lado, los resultados que demuestran que la motivación no influye en el emprendimiento y tampoco en la innovación se relacionan con los estudios de Muzata (2022), al mencionar que se ha estereotipado que las personas deben de estar motivadas para emprender, al encontrar que no existe relación o efecto entre la influencia de la motivación. Por ello, la motivación no afecta al emprendimiento. Lo cual exhibe que si no hay motivación no necesariamente predomine el emprendimiento.

Si bien la influencia de la motivación sobre la innovación empresarial no es significativa ( $\beta= 0.108$ ), existe factores que, si lo son, tal es el caso de los resultados De los Santos de Dios et al. (2017) que encontraron que la motivación intrínseca al logro es el componente explicativo más fuerte en el constructo de factores cognitivos, que a su

vez ejerce un fuerte condicionamiento sobre la innovación empresarial. Pues se infiere que es necesario seguir explorando estos constructos en otro tipo de empresas y ver si los resultados cambian o son similares.

Se deben considerar varios aspectos metodológicos al interpretar los presentes hallazgos. En primer lugar, el estudio se basó en cuestionarios, que podrían haber estado sesgados por la deseabilidad social (Edward, 1997). Los estudios futuros podrían utilizar medidas más objetivas de la innovación empresarial, como la capacidad de proponer ideas o porcentajes de ventas de nuevos productos. Otra de las limitaciones es en relación con el instrumento de innovación empresarial, el cual contenía preguntas enfocadas a productividad y creación de nuevos productos los cuales pudieron afectar en las respuestas de los colaboradores, se recomienda proponer instrumentos enfocados a ideas innovadoras o perfil innovador acorde al contexto, necesidad y objetividad.

## CONCLUSION

El estudio concluye que la motivación pareciera tener un efecto negativo en el emprendimiento de los colaboradores de La Casona de Kevin pero no es significativo, por lo tanto, se requiere potenciar la motivación empresarial para despertar el espíritu emprendedor de los colaboradores en la organización. Con base a este resultado para aumentar la influencia de la motivación en el emprendimiento es necesario identificar las causas por las cuales no están motivados los colaboradores, se sugiere replantear las estrategias de motivación con los gerentes de la cadena de pollerías La Casona de Kevin.

A pesar de que el objetivo fue cubierto parcialmente al encontrarse que el emprendimiento influye en la innovación empresarial, lo cual demuestra que el espíritu emprendedor de los colaboradores de La Casona de Kevin es innovador. Sin embargo, se encontró que la motivación no influye en la innovación, su efecto no es significativo, los hallazgos tienen implicaciones importantes para los gerentes de la organización, ya que deben desarrollar estrategias de motivación, las cuales podría influir en desarrollar el emprendimiento y la innovación empresarial de sus colaboradores.

## REFERENCES

- Aguirre, J. E. (2020). *Desempeño laboral y emprendimiento en docentes de bachillerato técnico de la Unidad Educativa Ciudad de Valencia, Ecuador 2020* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53527>
- Álvarez, M. del P. (2016). *El perfil del emprendedor y la innovación empresarial de los gimnasios de Huaraz, 2014* [Tesis de maestría, Universidad Nacional "Santiago Antunéz de Mayolo"]. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2254>
- Avalo, J. (2012). *Aplicación de análisis factorial exploratorio para la validación de un modelo de innovación empresarial en Perú* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura]. <https://hdl.handle.net/11042/2052>
- Becerra, M. (2021). *Factores del crecimiento empresarial. Estudio de la influencia del perfil del emprendedor en la etapa inicial de "Fueradelacaja Soluciones E.I.R.L."*,

*consultora en innovación pública* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/20993>

Buzady, Z., & Almeida, F. (2019). FLIGBY-A serious game tool to enhance motivation and competencies in entrepreneurship. *Informatics*, 6(3), 27. <https://doi.org/10.3390/informatics6030027>

Cabello, L. M. (2023). *La motivación y el emprendimiento en los estudiantes de Los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de cañete, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cañete]. <https://repositorio.undc.edu.pe/handle/123456789/50>

Chakraborty, T., & Ganguly, M. (2023). Agile Entrepreneurship: Probing into Women Entrepreneurial Innovation in Rural India. In *Agile Leadership for Industry 4.0* (pp. 297–308). Apple Academic Press. <https://doi.org/10.1201/9781003314615-17>

Chang, A. (2010). *Estudio de la motivación laboral y el conocimiento de la necesidad predominante según la teoría de las necesidades de McClelland, en los médicos del Hospital Nacional Arzobispo Loayza* [Tesis de magister, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/2513>

Choquepuma, L., Guadalupe, K., Huillca, S., & Fiorella, A. (2016). *Análisis de la relación entre la satisfacción laboral y la motivación que presenta el personal de la empresa Compartamos Financiera SA Arequipa 2015* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3125453>

Cruz, O., Morante, M. A., Sánchez, A. J., Bautista, E. I., & Escobedo, P. (2023). *Emprendimiento E Innovación Empresarial De Estudiantes Universitarios, Amazonas, Perú*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.4583286>

Daza, S., Andrade, L., & Palma, T. (2019). Motivación y emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo. *Journal Of Science And Researc*, 4(2019), 213-229. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3594164>

De los Santos de Dios, S., Perez, A., & Haidar, E. (2017). *Motivación al Logro, Innovación y Control Interno como factores Cognitivos Condicionantes de la Intención Empresarial en estudiantes Universitario* [Presentación de paper]. XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, Ciudad de México, Mexico. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2017/8.03.pdf>

Díaz, L. G. (2007). *Estadística multivariada: inferencia y métodos* (2ª ed.). Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/79907/>

Enríquez, B., & Santacruz, Á. (2022). El emprendimiento y la innovación empresarial, una oportunidad de vida. *Travesía Emprendedora*, 6(2), 69–73. <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora/article/view/3104>

Espíndola, H. Ma., Hernández, C. J. R., Xacalco, E. L., & García, J. J. L. (2023). *Emprendimiento y liderazgo en las IES: Fomentando la Innovación Empresarial*.

*Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 212–227.  
[https://doi.org/10.37811/CL\\_RCM.V7I5.7671](https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V7I5.7671)

Fauziah, F., Nurfadillah, M., & Yamin, B. (2023). Social motivation of dayak women's entrepreneurship: explore the home industry in east kalimantan. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3), e0818.  
<https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i3.818>

Giurfa, A. (2000). *I Estudio de Desarrollo Emprendedor de la Población Joven en la Provincia de Tacna*. <https://docplayer.es/19820541-I-estudio-de-desarrollo-emprendedor-de-la-poblacion-joven-en-la-provincia-de-tacna-serie-de-documentos-de-trabajo.html>

Hernández, J. L. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales aplicados al análisis de fatiga. *Revista Ciencias de La Salud*, 14 (especial), 69–80.  
<https://doi.org/10.12804/revsalud14.especial.2016.05>

Herrera, S., Perez, W., Luna, L., Otarola, W., Urango, M., & Zea, J. (2021). *La motivación como generador de creatividad, emprendimiento e innovación en contextos organizacionales* [Tesis de licenciatura, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano]. <http://hdl.handle.net/10823/6476>

Iacobucci, D. (2010). Structural equations modeling: Fit Indices, sample size, and advanced topics. *Journal of Consumer Psychology*, 20(1), 90–98.  
<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.09.003>

Latorre M., Z. V. (2011). *La motivación, el autoconcepto y la creatividad, como factores esenciales para el emprendimiento* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Pereira]. <http://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/575>

Lévy, J. P., & Valera, J. (2003). *Análisis Multivariable Para Las Ciencias Sociales* (1era Edición). Pearson Educación. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=320226>

Lim, D. S. K., Morse, E. A., Mitchell, R. K., & Seawright, K. K. (2010). Institutional Environment and Entrepreneurial Cognitions: A Comparative Business Systems Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 491–516.  
<https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2010.00384.X>

Machaca-Huancollo, D. F., Larico-Mamani, E., Condori-Cari, L. W., & Coila-Alcocer, A. E. (2021). Motivación y emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Polo Del Conocimiento*, 6(7), 434–449. <https://doi.org/10.23857/PC.V6I7.2859>

Manzano, A., & Zamora, S. (2009). *Sistema de ecuaciones estructurales: una herramienta de investigación* (1era Ed.). Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, A.C. (Ceneval). <https://docplayer.es/42086072-Sistema-de-ecuaciones-estructurales-una-herramienta-de-investigacion.html>

Martínez, L. (2006). *Gestión del cambio y la innovación en la empresa. Un modelo para la innovación empresarial* (1ª Ed.). Ideaspropias.  
[https://www.efectus.cl/upload\\_files/documentos/28062009191033-1412111411.pdf](https://www.efectus.cl/upload_files/documentos/28062009191033-1412111411.pdf)

- Mayta, A. Q., & Eguiluz, M. P. (2023). *El perfil del emprendedor y la innovación empresarial de los alumnos de la escuela profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui* [Tesis de titulación, Universidad José Carlos Mariátegui]. <http://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/2077>
- Muzata, S. (2022). Motivations for Entrepreneurship: New Evidence from Tertiary-level Educated Sub-Saharan African Women. *Journal of African Business*, 25(1), 37-67. <https://doi.org/10.1080/15228916.2022.2069434>
- Nayeli, B., Ángela, R., & Santacruz, M. (2022). El emprendimiento y la innovación empresarial, una oportunidad de vida ¡Aprende y emprende! *Travesía Emprendedora*, 6(2), 69–73. <https://doi.org/10.31948/TRAVESIAEMPRENDEDORA-ART12>
- Okoi, I., Ubi, I., Iheanacho, M., Emori, E., & Sunday, E. (2022). Strategic entrepreneurship practices and performance of small and medium-sized enterprises in Nigeria. *Problems and Perspectives in Management*, 20(1), 108–116. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(1\).2022.10](https://doi.org/10.21511/ppm.20(1).2022.10)
- Saavedra, C., Felix, E., Alfaro, R., Elizabeth, C., Jara, A., Isolina, C., Rosales, A., & Madeleine, E. (2021). Escala de perfil emprendedor en estudiantes universitarios peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 840–858. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZV26N94.21>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Simon, X., Reymundo, M., & Morales, B. (2020). *Motivación y Emprendimiento de los Micro y Pequeños Empresarios de Pucallpa, 2019* [Tesis de Licenciado, Universidad Nacional de Ucayali]. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5082/>
- Steers, R. M., & Braunstein, D. N. (1976). A behaviorally-based measure of manifest needs in work settings. *Journal of Vocational Behavior*, 9(2), 251–266. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(76\)90083-X](https://doi.org/10.1016/0001-8791(76)90083-X)
- Edward, A. (1997). *The social desirability variable in personality assessment and research*. Dryden Press. <https://psycnet.apa.org/record/1958-00464-000>
- Turner, T., & Pennington, W. W. (2015). Organizational networks and the process of corporate entrepreneurship: how the motivation, opportunity, and ability to act affect firm knowledge, learning, and innovation. *Small Business Economics*, 45(2), 447–463. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9638-0>
- Vázquez, B., Escudero, M. J., & Gabín, Ma. A. de la E. (2010). *Empresa y administración* (1era Ed.). Paraninfo.
- Wilfredo, M., & Yupanqui, V. (2019). *La Motivación Laboral y su Influencia en el Compromiso Organizacional de los Colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Tacna, Agencia San Martín* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. <http://hdl.handle.net/20.500.12969/1222>