

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales



Una Institución Adventista

Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo, Universidad Peruana Unión, Lima 2020

Por:

Mario Manuel Siles Nates

Asesor:

Dr. Carlos Mediver Coaquira Tuco

Lima, junio de 2020

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE DOCTOR

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a DIECIOCHO DIAS del mes de JUNIO del año 2020, siendo las 3:00 p.m, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: DR. JOSUE EDISON TAYRO CHARRAO y los demás miembros siguientes: DR. JULIO CESAR RIVERO PENA como Secretario; DR. ALEXANDER DAVID VARGAS DE LA CRUZ, DR. EDWIN OCTAVIO CISNEROS GONZALEZ y el asesor: DR. CARLOS MEDIVER COQUIRA TUCO con el propósito de llevar a cabo el acto público de la sustentación de tesis de posgrado titulada: "ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA, PROPUESTA DE MODELO, UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN, LIMA 2020"

..... del Magister: Mg. MARIO MANUEL SIRES NATES conducente a la obtención del Grado Académico de Doctor en: ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

El Presidente del Jurado dio por iniciado el acto invitando al candidato a hacer uso del tiempo señalado por el Jurado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente del Jurado invitó a los demás miembros del mismo a realizar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes que fueron absueltas por el candidato, el acto fue seguido de un receso de quince minutos para las deliberaciones y el dictamen de Jurado. Vencido el tiempo de las deliberaciones, el Jurado procedió a dejar constancia escrita del resultado en la presente acta, con dictamen siguiente:

APROBADO por MUY BUENO con el mérito académico adicional de SOBRESALIENTE

El Presidente del Jurado solicitó al candidato ponerse de pie y procedió a poner en su conocimiento el resultado, terminado el mismo y sin objeción alguna, el Presidente del jurado dio por concluido el acto, en fe de lo cual firman al pie.

.....
Presidente
.....
Asesor
.....
Miembro
.....
Miembro
.....
Candidato

RIVERO PENA
Secretario

ESTA SUSTENTACION FUE REALIZADA

ANEXO 07 DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

YO, *Dr. Carlos Mediver Coaquira Tuco*, docente la Unidad de posgrado ciencias empresariales y adscrito a la Facultad de Ciencias de la Salud, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: *"Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo, Universidad Peruana Unión, Lima 2020"* constituye la memoria que presenta el **Magister Mario Manuel Siles Nates**, Grado académico de **Doctor en Administración de Negocios** ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

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

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en LIMA, a los **18 días del mes junio del 2020**



Dr. Carlos Mediver Coaquira Tuco

Dedicatoria

A mi amada esposa Esther, por alentarme en cada momento a cumplir este sueño.

A mis amados hijos, Sebastián y Alonso quienes con alegría y cariño matizaron el trayecto del presente trabajo de investigación.

A mis padres Sara y Mario, por darme siempre lo mejor de ellos.

Y a la memoria de Alicia y Felipe, mis amados abuelos.

Agradecimientos

A Dios, por todas las bendiciones recibidas, por darme de su gracia y misericordia cada día de mi vida.

A los Administradores de la Universidad Peruana Unión, mi gratitud por el apoyo recibido para el desarrollo de la presente investigación.

Al Dr. Mario Oswaldo Siles Neyra, por sus valiosos aportes y orientaciones para el desarrollo del presente trabajo.

Al Dr. Carlos Mediver Coaquira Tuco, asesor de mi tesis, por su motivación, constancia, y por haber dedicado su valioso tiempo a la dirección del presente trabajo de investigación.

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos	v
Tabla de contenido.....	vi
Índice de tablas	xi
Índice de figuras.....	xiv
Índice de anexos.....	xvi
Resumen.....	xvii
Abstract.....	xviii
Introducción	18
Capítulo I	19
Planteamiento del problema.....	19
1.1 Descripción de la situación problemática	19
1.2. Formulación del problema	31
1.2.1. Problema general	31
1.2.2. Problemas específicos.....	31
1.3 Propósito y justificación	32
1.3.1. Propósito	32
1.3.2. Justificación	33
1.4 Objetivos.....	34
1.4.1 Objetivo general.....	35
1.4.2 Objetivos específicos	35
1.5. Hipótesis	36
1.5.1. Hipótesis general.....	36
1.5.2. Hipótesis específicas.....	37

1.6. Variables de estudio.....	38
Capítulo II.....	40
Fundamentos teóricos de la investigación	40
2.1. Antecedentes de la investigación.....	40
2.1.1 A Nivel Internacional.....	40
2.1.2 A Nivel Sudamericano	48
2.1.3 A Nivel Nacional	51
2.2. Marco filosófico.....	52
2.2.1 La creación del hombre a la imagen de Dios.....	53
2.2.3 La educación adventista.....	54
2.2.4. La educación industrial.....	54
2.2.5. Características emprendedor con propósito.....	56
2.2.6. Ejemplos bíblicos de emprendedores.....	57
2.3. Marco histórico	59
2.4 Bases teóricas.....	66
2.4.1 Emprendimiento.....	66
2.4.1.1 El Fenómeno del emprendimiento.....	66
2.4.1.2 Conceptos de emprendimiento y emprendedor.....	67
2.4.1.3. Tipos de emprendedor.....	69
2.4.1.4 Principales enfoques relacionados al emprendimiento	69
2.4.1.4.1 El enfoque económico del emprendimiento	70
2.4.1.4.1.1 EL Global Entrepreneurship monitor (GEM).....	72
2.4.1.4.2 El enfoque psicológico del emprendimiento.....	75
2.4.1.4.2.1 Los rasgos del emprendedor	76
2.4.2. Variable Intención emprendedora.....	78

2.4.2.1 La teoría del comportamiento planificado.....	78
2.4.2.2 Actitud hacia el comportamiento.....	79
2.4.2.3 Norma subjetiva.....	80
2.4.2.4 Control conductual percibido.....	81
2.4.2.5 El Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS).	82
2.4.3. Variable características emprendedoras personales (CEPs).	83
2.4.3.1. La teoría de los factores motivacionales de McClelland.	84
2.4.3.2. Logro.....	85
2.4.3.3. Planificación.....	86
2.4.3.4. Poder.....	86
2.4.4 Modelos de intención emprendedora.....	87
2.4.4.1 Modelo de la Teoría de la acción razonada.....	87
2.4.4.2. Modelo de Teoría del comportamiento planificado.....	89
2.4.4.3 Modelo del evento emprendedor.....	90
2.4.4.4 Modelo del potencial empresarial.....	91
2.4 Marco conceptual.....	93
Capítulo III.....	95
Diseño metodológico.....	95
3.1. Tipo de investigación.....	95
3.2. Diseño de la investigación.....	95
3.2.1 Delimitación espacial y temporal.....	96
3.3 Población y muestra.....	96
3.3.1. Población.....	96
3.3.1. 1 Criterios de inclusión y exclusión.....	96
Criterios de inclusión.....	96

Criterios de exclusión	97
3.3.2 Muestra	97
3.4 Técnicas e instrumentos	99
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	102
CAPÍTULO IV.....	104
Resultados y discusión.....	104
4.1 Resultados descriptivos de la variable sociodemográficas	105
4.2 Resultados descriptivos de la variable Intención emprendedora	113
4.3 Resultados descriptivos la variable Características emprendedoras personales.....	125
4.4 Confiabilidad de las escalas de medición	133
4.4.1 Confiabilidad de la escala de Intención emprendedora	133
4.4.2 Confiabilidad de las escalas de Características emprendedoras personales	139
4.4.3 Validez de las variables de estudio.....	143
4.4.4. Validez de los constructos teóricos a través del análisis factorial confirmatorio.....	144
4.4.4.1 Intención emprendedora.....	144
4.4.4.2 Características emprendedoras personales.....	145
4.5 Resultados de la contrastación de las hipótesis.....	146
4.5.1 Hipótesis general.....	146
4.5.1.1 Modelo de ecuaciones estructurales.....	147
4.5.1.2 Contraste de hipótesis general.	151
4.5.2 Hipótesis específica 1	155
4.5.3 Hipótesis específica 2	155
4.5.4 Hipótesis específica 3	156
4.5.5 Hipótesis específica 4	157
4.5.6 Hipótesis específica 5	158

4.5.7 Hipótesis específica 6	158
4.5.8 Hipótesis específica 7	159
4.5.9 Hipótesis específica 8	160
4.5.10 Hipótesis específica 9	160
4.5.11 Hipótesis específica 10	161
4.6 Discusión.....	161
CAPÍTULO V.....	167
Conclusiones y recomendaciones	167
5.1 Conclusiones	167
5.2 Recomendaciones	174
Referencias.....	177

Índice de tablas

Tabla 1. Variables, dimensiones e indicadores del estudio	39
Tabla 2. Cantidad de Estudiantes matriculados en el décimo semestre 2019 II, de las facultades de Ciencias empresariales e Ingeniería y Arquitectura.....	97
Tabla 3. Distribución de la muestra por escuelas profesionales	99
Tabla 4. Resultados demográficos de la población de estudio	105
Tabla 5. Trayectoria laboral de los participantes	107
Tabla 6. Vínculo familiar de los estudiantes con empresarios	109
Tabla 7. Participación de los estudiantes en iniciativas de Autofinanciamiento	111
Tabla 8. Resultados descriptivos la dimensión “Actitud hacia la conducta”	113
Tabla 9. Resultados descriptivos la dimensión, “Norma Subjetiva”	115
Tabla 10. Resultados descriptivos la dimensión, “Control conductual percibido”	116
Tabla 11. Comparación de la dimensión de la “Actitud hacia la conducta” por modalidad de estudio	118
Tabla 12. Comparación de la dimensión “Norma Subjetiva” por modalidad de estudio	119
Tabla 13. Comparación de la dimensión “Control Conductual Percibido” por modalidad de estudio	121
Tabla 14. Comparación de la dimensión “Intención de emprender” por las modalidades de estudio	122
Tabla 15. Resultados descriptivos de la dimensión “Logro”	125
Tabla 16. Resultados descriptivos de la dimensión, “Planificación”	127
Tabla 17. Resultados descriptivos de la dimensión, “Poder”	128
Tabla 18. Resumen de los puntajes alcanzados en las características emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.....	129

Tabla 19. Comparación de perfil emprendedor a nivel de universidad y por la modalidad de estudio.....	131
Tabla 20. Confiabilidad de la variable Intención emprendedora y sus dimensiones.....	133
Tabla 21. Confiabilidad de la dimensión Actitud hacia la conducta	135
Tabla 22. Confiabilidad de la dimensión Norma subjetiva	136
Tabla 23. Confiabilidad de la dimensión Control Conductual Percibido	137
Tabla 24. Confiabilidad de la dimensión intención emprendedora, de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	138
Tabla 25. Confiabilidad del constructo características emprendedoras personales.....	139
Tabla 26. Confiabilidad de la dimensión “Logro”	140
Tabla 27. Confiabilidad de la dimensión “Planificación”	141
Tabla 28. Confiabilidad de la dimensión “Poder”	142
Tabla 29. Validez de la variables Intención emprendedora y Características emprendedoras personales.....	143
Tabla 30. Resultados de los Coeficientes de regresión de las variables de intención emprendedora.....	145
Tabla 31. Resultados de los Coeficientes de regresión de la CEPs	146
Tabla 32. Índices de Bondad de ajuste comparativo en el modelo inicial y el modelo ajustado	149
Tabla 33. Resultados de la influencia de los coeficientes estandarizados para el modelo de Intención emprendedora.....	150
Tabla 34. Resultado de la influencia de los coeficientes estandarizados para Actitud.....	150
Tabla 35. Resultado de la influencia de los coeficientes estandarizados para el control	151
Tabla 36. Índices de bondad de ajuste del modelo de intención emprendedora.....	152

Tabla 37. Resultados de coeficientes de regresión del modelo de intención emprendedora y las características emprendedoras personales.....	152
Tabla 38. Coeficientes de regresión estandarizados del modelo de intención emprendedora	154
Tabla 39. Influencia de las Características Emprendedoras Personales sobre la Intención emprendedora.....	155
Tabla 40. Influencia de las variables sociodemográficas sobre la Intención emprendedora ..	155
Tabla 41. Resultado de la influencia de la Actitud sobre la Intención emprendedora	156
Tabla 42. Resultado de la influencia de la Norma subjetiva hacia la Intención emprendedora	157
Tabla 43. Influencia del Control conductual sobre la Intención emprendedora.....	158
Tabla 44. Resultado de la influencia de las Características Emprendedoras Personales en la Actitud hacia la conducta.....	158
Tabla 45. Resultado de la influencia de las Características Emprendedoras Personales en la Norma subjetiva	159
Tabla 46. Resultado de la influencia de las Características Emprendedoras Personales en el Control conductual.....	160
Tabla 47. Resultado de la influencia de la Norma subjetiva en la Actitud hacia la conducta	160
Tabla 48. Resultado de la influencia de la Norma subjetiva en el Control conductual	161

Índice de figuras

Figura 1. Modelo teórico de la hipótesis de investigación	38
Figura 2. Modelo de intención emprendedora, elaborado por Alonso (2012).....	40
Figura 3. Modelo estimado de intención emprendedora elaborado por Bueckmann (2014)....	42
Figura 4. Modelo de intención emprendedora en el ámbito científico público, elaborado por Rodríguez (2015)	44
Figura 5. Modelo de intención emprendedora en universitarios de Portugal elaborado por Da Fonseca (2015).....	45
Figura 6. Modelo teórico de intención emprendedora propuesto por Montes (2018)	47
Figura 7. Modelo de intención emprendedora elaborado por (Laguía et al., 2016)	49
Figura 8. Modelo teórico de intención emprendedora de Galleguillos-cortés et al., (2019)	50
Figura 9 Modelo de teórico de intención emprendedora de Vargas (2007 p.146)	51
Figura 10. Modelo de las condicionantes filosóficas del emprendedor adventista.	53
Figura 11. Funciones del emprendedor según Schumpeter citado por F. Rodríguez (2015, p. 7)	70
Figura 12. Modelo del Global Entrepreneurship monitor extraído de Guerrero et al., (2016 p.18)	73
Figura 13. El proceso emprendedor de Reynolds citado por Serida et al., (2019 p.18)	74
Figura 14. Modelo de características del emprendimiento de Frese (2009), adaptado por Amésquita, (2017 p.71).....	77
Figura 15.. Teoría del comportamiento panificado, extraído de Ajzen, (1991, p. 182)	79
Figura 16. : Modelo conceptual del proyecto GUESSS. extraído de Romani et al., (2016, p 3)	82
Figura 17. Características emprendedoras personales (CEPs) elaboración personal en base a Paredes (2012)	83

Figura 18.: Análisis de los modelos de intención emprendedora elaboración basada en Bueckmann, (2014).....	87
Figura 19.: Modelo de la razón Planeada de Ajzen & Fishbein (1980).....	88
Figura 20.: Modelo del comportamiento planificado (Ajzen, 1991)	89
Figura 21.: Modelo del evento emprendedor de Shapero y Sokol citado por Alonso(2012, p. 54)	90
Figura 22.: Modelo del evento emprendedor Krueger & Brazeal, (1994, p. 95).....	92
Figura 23 Distribución de las universidades en el Perú, extraído del informe bienal de Superintendencia Nacional de Educación Universitaria (SUNEDU, 2019 p.41).....	106
Figura 24. Comparativo de promedios en los ítems del cuestionario de intención (IE) emprendedora de los participantes de estudio la Universidad Peruana Unión Lima.....	123
Figura 25. Perfil del emprendedor, resumen de las puntuaciones las características emprendedoras personales de la Universidad Peruana Unión.	130
Figura 26. Comparación de las características emprendedoras personales por facultades y el programa semipresencial	132
Figura 27. Dimensiones de la intención emprendedora.....	144
Figura 28. Dimensiones de las características emprendedoras personales (CEPs)	145
Figura 29. Modelo inicial de ecuaciones estructurales de los factores de intención emprendedora.....	147
Figura 30. Modelo ajustado de ecuaciones estructurales de los factores de intención emprendedora.....	148
Figura 31. Modelo de ecuaciones estructurales de los factores de intención emprendedora.	151

Índice de anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia.....	197
Anexo 2: Matriz instrumental.....	200
Anexo 3 Instrumentos.....	202
Anexo 4: Validación de instrumentos.....	211
Anexo 5: Matriz de coherencia del modelo.....	219
Anexo 6: Modelo Resultante.....	222

Resumen

La investigación tuvo por objetivo configurar el modelo de intención emprendedora. La investigación es básica, cuantitativa, explicativa y relacional con un diseño no experimental de corte transversal. La unidad de estudio estuvo conformada por 272 estudiantes, matriculados en el décimo ciclo de estudios de la Facultad de Ciencias Empresariales y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Peruana Unión, sede Lima.

Los instrumentos utilizados para la medición de las variables fueron el Cuestionario de Intención Emprendedora (CI) de Jaén & Liñán (2013) y el Cuestionario de Autoevaluación de Características Emprendedoras personales (CEPs) de McClelland (1961) con un coeficiente alfa de Crombrach aceptable para cada cuestionario 0.944 y 0.926 respectivamente. La investigación plantea el modelo de intención emprendedora partiendo de la teoría, de la acción razonada de Ajzen (1991) y la teoría de los tres factores motivacionales de McClelland (1961), en términos aceptables para su fiabilidad y aplicabilidad donde: la actitud a la conducta, control conductual, norma subjetiva, experiencia laboral, familiar emprendedor y las CEPs explican el 52% del total de la varianza de la intención de emprender.

Por otro lado, Se demostró que las características emprendedoras tienen una influencia global significativa de 0.3907 ($p < 0.001$) sobre la intención emprendedora, demostrando usar como variables mediadoras la actitud a la conducta y el control conductual percibido. A pesar que no se evidencia influencia significativa directa de las CEPs sobre la intención emprendedora (0.094; $p > 0.05$).

Palabras Clave: Intención emprendedora, CEPs, emprendimiento, Norma subjetiva.

Abstract

The objective of this research was to shape the entrepreneurial intention model. This research work is basic, quantitative, explanatory and relational with a non-experimental cross-sectional design. The study unit involved 272 students, registered in the tenth cycle of studies of the Faculty of Business Sciences and the Faculty of Engineering and Architecture of the Universidad Peruana Unión, Lima.

The instruments used in order to measure the variables were the Entrepreneurial Intention Questionnaire (CI) from Jaén & AMP; Liñán (2013) and from the McClelland Self-Assessment Entrepreneurial Characteristics Questionnaire (CEPs in Spanish) (1961) with an acceptable Crombrach alpha coefficient for each questionnaire 0.944 and 0.926 respectively. The research raises the entrepreneurial intention model based on the theory, the reasoned action of Ajzen (1991) and the theory of the three motivational factors of McClelland (1961), in acceptable terms for its reliability and applicability where: the attitude to Behavior, behavioral control, subjective norm, work experience, entrepreneur family and the CEPs explain 54% of the total variance of the intention to undertake.

On the other hand, even though there is no significant direct influence of the CEPs on the entrepreneurial intention (0.094; $p > 0.05$). It was demonstrated that the entrepreneurial characteristics have a significant global influence of 0.3907 ($p < 0.001$) on the entrepreneurial intention, demonstrating the use as mediating variables of attitude to the behavior and the perceived behavioral control.

Keywords: Entrepreneurial intention, CEPs, entrepreneurship, Subjective norm

Introducción

La presente investigación tuvo la finalidad de plantear un modelo de intención emprendedora, en base a las teorías de la acción razonada de Ajzen (1991) y la teoría de los tres factores motivacionales de McClelland (1961). Para ello se analizaron las influencias de las características emprendedoras personales (CEPs) y la variable sociodemográfica, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, campus Lima.

El primer capítulo contiene el problema de investigación, el análisis de la situación problemática; además el propósito y la justificación de la investigación; también, presenta los objetivos e hipótesis y la identificación de las variables del presente estudio.

En el segundo capítulo, se exponen los fundamentos teóricos, el análisis de los antecedentes, el marco filosófico, además del análisis de las bases teóricas de las variables de estudio.

En el tercer capítulo, se sustenta la metodología de investigación, considerando el tipo y diseño, la población de estudio, la determinación de la muestra, las técnicas de recolección de datos y los análisis de validez y fiabilidad de los instrumentos.

En el cuarto capítulo, se presentan los principales resultados, el contraste de las hipótesis, así como la discusión teórica de los hallazgos.

Y, finalmente, en el quinto capítulo, se argumentan las conclusiones y recomendaciones más importantes del presente trabajo de investigación.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Descripción de la situación problemática

El tema de creación de empresa ha sido estudiado intensamente, en los últimos años, por investigadores de distintas áreas, como la psicología, sociología, administración y la economía. La premisa inicial, fue presentar al emprendimiento como generador de empleo (Apetrei, Ribeiro, Roig, & Mas Tur, 2013), cuyo impacto en la competitividad de un país es considerado relevante e influyente en la productividad económica (Porter, 1990), impacto que se traduce finalmente en la mejora de la calidad de vida de los emprendedores, colaboradores y familias (Acs, 1992), razón por la que algunos países han determinado en sus planes de gobierno promover las actividades emprendedoras de sus habitantes (Guasch, Kuznetsov, & Sanchez, 2002); evidenciando la importancia estatal que tiene el fenómeno, mediante la creación de políticas de fomento y ministerios dedicados a promover el espíritu empresarial, la investigación y el ecosistema emprendedor(OCDE, 2015). Esta relación diádica entre el emprendimiento, la investigación y las políticas de fomento acceso al capital (Kantis, Federico, & Menéndez, 2012) han generado un ambiente efervescente donde; se promueve de manera positiva la creación de empresas, con propuestas innovadoras en un ecosistema que busca madurarlas, darles soporte, catalice los emprendimientos y fomente las condiciones de sustentabilidad en el tiempo.

Por otro lado, en América Latina, se evidencia el impacto del fenómeno emprendedor en la cantidad de emprendedores por país, cifra que es mayor a otras regiones en el mundo (Kantis, Federico, & Menendez, 2012). Otra particularidad, es que las empresas nuevas no

aumentan su tamaño generando preocupación por la sostenibilidad y sustentabilidad de los emprendimientos (Lederman & Pienknagura, S. Rigolini, 2014); así también, se denota que muy pocos incursionan en la exportación dada la envergadura de la inversión y la especialización que tiene el proceso de internacionalización de la empresa, evidenciando aun falencias en la sinergia del ecosistema emprendedor en los países latinoamericanos.

El estudio del General Entrepreneurship Monitor (GEM), en el Perú para el 2018, indica que el 24.6 % de peruanos registran actividad emprendedora temprana, gestionando emprendimiento de menos de 3.5 años de funcionamiento (microempresas), esperando que 3 de cada 10 emprendimientos en el país sean sustentables y sostenibles (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales, 2019); así también las intenciones de emprender asciende a un 43.2%, lo que significa que, 43 de cada cien peruanos se están proyectado a emprender en los próximos tres años y la principal motivación para emprender es por la oportunidad (62.3%), siendo que “cinco de cada seis emprendimientos en el Perú se generan por aspiraciones de mejorar las condiciones de vida” (Valera, 2005), dejando de lado la necesidad básica o subsistencia lo que nos lleva a afirmar que el auto empleo, y la capacidad emprendedora mejora la calidad de vida.

Por otro lado, el 19.1% de los emprendedores que han iniciado sus negocios consideran que su gesta emprendedora genera seis (6) puestos adicionales en los próximos 5 años. Lo que corrobora que el emprendimiento, es el principal agente de generación de empleo y crecimiento de una economía (Sánchez García, 2010), aporta a una economía saludable que tiene nuevas empresas (Alonso, 2012) que solucionen necesidades latentes, por ende generen puestos de trabajo y mayor ingreso.

Si bien es cierto, las microempresas son más del 94.8% del total de empresas que operan en el País (Costa Aponte et al., 2017) y son producto de la creatividad de los empresarios;

además, esta característica de los emprendedores peruanos ha hecho que el Perú sea considerado como el quinto país emprendedor en el mundo.

El emprendimiento, en un entorno globalizado, ha generado nuevos paradigmas en el rol de las pequeñas empresas, presentándolas como agentes impulsores de cambios tecnológicos, tal es el caso de Silicon Valley, Windows y Facebook, que buscaron intensamente desarrollar una idea, que luego cambió el mundo y generó un nuevo escenario para los ciudadanos globales (Berrios & Espina, 2014). Los emprendimientos con alto contenido tecnológico, los que hoy son catalogados “agentes de cambio y regeneración económica” (Schnarch, 2013), dinamizan la oferta de productos innovadores, que satisfacen las necesidades de la sociedad. Además, crean un espacio teórico y de discusión en cuanto a las determinantes de su formación, el aporte a la economía, y las condiciones básicas para que los países promuevan la asociatividad, acceso a capital y redes de apoyo para su funcionamiento y permanencia.

Las investigaciones previas sobre el fenómeno emprendedor apuntan a identificar un método o modelo que permita predecir el comportamiento emprendedor; en ese sentido, el aporte teórico de la investigación de Guerrero, Rialp, & Urbano(2008) evidencia una revisión de los modelos de intención emprendedora elaborados en las décadas del 80 y 90. Colocando en primer lugar, al modelo del evento emprendedor de Shapero & Sokol (1982), con las variables viabilidad, actividad y propensión a actuar. En la década de los 90's, sitúa en primer lugar, a la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), donde explica que la intención emprendedora tiene como variables predictoras la “propensión hacia la conducta”, “las normas subjetivas” y “control percibido”. En segundo lugar, el trabajo de Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt (1991) quienes proponen “la escala de la actitud emprendedora” , evidenciando la interacción del logro, autoestima, el control personal e innovación, siendo más un modelo de rasgos del emprendedor. En tercer lugar , el modelo de potencial empresarial de Krueger & Brazeal (1994), modelo que revisa la deseabilidad, la

factibilidad y la propensión a actuar como predictores del comportamiento de creación de empresas. En cuarto lugar, el modelo de Davidsson (1995b) que integra los modelos anteriores, adoptando como variables la propensión a la acción, la habilidad, la necesidad, la oportunidad y la viabilidad.

Ya en la década del 2000, las investigaciones asumen el modelo de las intenciones como base para predecir el comportamiento emprendedor (Fayolle & Liñán, 2014), siendo que el estudios de alto impacto sobre las intenciones parten del estudio de Ajzen & Fisbbeen, (1974) para desarrollar modelos estructurales, presentando evidencias significativas de las intenciones y su influencia en la gesta emprendedora (Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano, & Soares, 2016), cobrando importancia el monitoreo de las intenciones (Seriida, Nakamatsu, Borda, & Morales, 2012), así como el soporte para la generación de emprendedores (García-Pérez de Lema, Gálvez-Albarracín, & Maldonado-Guzmán, 2016). Busca que disminuyan los riesgos neonatológicos de las gestas mediante los programas estatales de fomento al espíritu emprendedor, reduciendo las brechas entre el surgimiento y la consolidación (Kantis, Federico, & Menendez, 2012).

Es importante mencionar que el modelo de intenciones basado en la teoría del comportamiento planificado(TPB) es la herramienta con mayor poder predictivo del comportamiento emprendedor (Eyel & Vatansever Durmaz, 2019a; Galleguillos-Cortés, Escobar-Burgos, & Hurtado-Cailly, 2019; Kruse, Wach, Costa, & Moriano, 2019); esta debe ser complementada con una mirada multidisciplinaria (Rodríguez, 2015). Las críticas al modelo también pasan por no incluir a la deseabilidad de la persona (Barral, Ribeiro, & Canever 2018) y la cultura entre países en vías de desarrollo también afecta la fiabilidad del modelo (Paul, Hermel, & Srivatava, 2017), pero aun cuanto estos argumentos son válidos, este modelo es aun el más utilizado para predecir el comportamiento emprendedor, tanto en América Latina (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2018) y el mundo (Paul et al., 2017), como

se aprecia en las investigaciones de las revistas de alto impacto consultadas para la elaboración del presente trabajo.

Las investigaciones apuntan a vincular a las capacidades emprendedoras personales con las determinantes la intención de emprender. Salhi & Boujelbene, (2013) consideran como variables predictoras de la intención, en primer lugar, a “las actitudes emprendedoras” las que incluyen a la existencia de una idea o proyecto o la búsqueda de información; en segundo lugar, a “la motivación para crear un negocio” considerando la necesidad de autorrealización y la búsqueda de autonomía; en tercer lugar, al “Currículo emprendedor” que agrupa a la disponibilidad de recursos financieros, información y asesoramiento. Estas características personales (Kadir, Salim, & Kamarudin, 2012a) se vinculan a los aspectos actitudinales del emprendedor y a un entorno que sea motivante. En esa línea de pensamiento, las capacidades emprendedoras están asociadas a la intención de emprender (López & Ruiz-Ruano, 2014) tanto en la deseabilidad y la viabilidad de una gesta emprendedora, mucho de pende de la orientación al logro, el ser planificado, el uso de las redes de apoyo y la autoconfianza. Apoyando la teoría de los rasgos particulares del emprendedor Tarapuez, García, & Castellano (2018) mencionan que debe tomarse como complemento, a la teoría del comportamiento planificado (TPB), al momento de predecir la conducta emprendedora.

La exposición a un modelo emprendedor cercano, ya sea familiar o amigo, es una de las variables también asociada al vaticinio de la intención de emprender. Karimi (2013) en su investigación, explica que, la actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido, influyen positivamente en la intención de emprender, además, conocer un modelo de emprendedor exitoso tiene un efecto positivo sobre los determinantes del modelo, potenciando su capacidad predictiva.

En consecuencia, el conocer a un emprendedor exitoso influye en la valoración de las personas. Al tener contacto directo es factible despejar los prejuicios y dudas sobre la

estabilidad económica, el rol que cumple en la sociedad y la proyección de futuro al gestionar una empresa. En esa línea de pensamiento, Nowińska & Haddoud(2017) han comprobado que los modelos de rol pueden complementarse con los predictores de la intención de emprender (López & Mondragón, 2013) y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), donde tener un amigo empresario como un ejemplo cercano incide en la norma subjetiva (Tarapuez et al., 2018) haciendo que la idea de emprender tenga mayor aceptación social y se logre más fácilmente la gesta emprendedora.

Por otro lado, la trayectoria laboral es otra variable que está vinculada a la intención de emprender. Aragón & Baixauli (2014) sustentan que los estudiantes universitarios que tienen experiencia como empleado, tienen una mejor formación en la creación de empresas que el resto. Esta variable influye en el control percibido, que es la predisposición a desarrollar un comportamiento determinado (Liñán, 2008), la misma que influye directamente en intención emprendedora; por ende, se considera que el estar trabajando actualmente y tener experiencia laboral previa influyen positivamente en la intención de emprender (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015). Por otro lado, Medina Brito, Bolívar Cruz, & Lemes Hernández (2014) afirman que los estudiantes universitarios posponen el inicio de la gesta emprendedora, hasta tener una experiencia laboral, generando una relación proporcional con los resultados del estudio anterior.

Y, finalmente, las variables demográficas son parte del perfil del emprendedor donde el sexo la edad , la procedencia están asociadas a la intención de emprender (Amésquita Cubillas, 2017; Aponte & Venciana, 2005; Camelo-Ordaz, Diánez-González, & Ruiz-Navarro, 2016; J. López & Ruiz-Ruano, 2014, F. Rodríguez, 2015) estas variables están ligadas a la teoría de los rasgo del emprendedor y participan en el logro de recursos para la creación de empresa (Toro, 2012); por su parte, De Jorge (2013) explica que, las características personales como edad, sexo y presencia de un empresario en la familia son

explicativas de la intención de emprender, en línea con la teoría de los rasgos del emprendedor (McClelland, 1971). Las variables demográficas están asociadas a las variables determinantes de la intención de emprender (Liñán & Chen, 2006), dado que las variables demográficas aportan a la construcción de la cultura de cada sociedad y país, entonces son las variables demográficas las que ejercen un efecto directo sobre la norma subjetiva y la atracción personal determinantes de la intención emprendedora.

El estudio de la intención emprendedora, desde la óptica del modelo de las intenciones, es el constructo más fiable usado para predecir la conducta que lidera el espíritu emprendedor, siendo que las intenciones preceden a las acciones (Al-Jubari, Hassan, & Liñán, 2018; Esfandiar, Sharifi-Tehrani, Pratt, & Altinay, 2019; Idrovo, 2018; Kaltenecker, Hoerndlein, & Hess, 2015; F. Liñán & Chen, 2006; Schlaegel & Koenig, 2014) el constructo descansa sobre la base de la teoría del comportamiento planificado (TPB) que hoy se conoce como una teoría Clásica para predecir el comportamiento, basada en los aportes de Ajzen (1991), donde explica ampliamente como la interacción de la percepción del control percibido, las normas subjetivas y la atracción personal influyen en la intención de la persona. Estudiosos como Francisco Liñán (2008), complementan el marco incluyendo la valoración social del individuo, la valoración cercana y las habilidades empresariales como variables predictoras de la intención emprendedora.

Por otro lado, las universidades gestionan un modelo de investigación, proclive a proponer soluciones a los problemas de la sociedad y el mercado industrial, aplicando un modelo de innovación lineal, partiendo de la investigación para, posteriormente, usar los hallazgos en la solución de problemas y nuevas oportunidades en la industria (Corti & Riviezzo, 1998). Las universidades clásicas, donde la investigación es utilizada para reconocimiento y prestigio de la universidad han pasado a ser a universidades emprendedoras, que utilizan el conocimiento como un potencial al servicio de los objetivos de su entorno socioeconómico (Fernández, Castro, & Conesa, 2000), haciendo que el potencial emprendedor de sus estudiantes, docentes e incubadoras sea el foco para el desarrollo, mediante la gesta de nuevas unidades productivas con alto grado de innovación.

Las universidades emprendedoras utilizan la innovación y el conocimiento como su oferta de valor frente al entorno socioeconómico, pues los conocimientos adquiridos a través de la investigación y desarrollo pueden ser comercializados con criterio empresarial haciendo una mayor generación de valor (Tarapues, Osorio, & Parra, 2012). Por ende, la gesta emprendedora está relacionada directamente con la madurez del ecosistema emprendedor y las intenciones emprender de la comunidad universitaria.

En esta línea de pensamiento, en el Perú, se evidencia un ecosistema emprendedor efervescente, donde interactúan: universidades, instituciones públicas y privadas, consultoras, financieras y de soporte, que brindan sus servicios a la comunidad para el desarrollo de la actividad emprendedora.

Las universidades cumplen un papel de importancia en el ecosistema emprendedor, al promover la educación emprendedora, la incubación y aceleración de las nuevas unidades productivas (Gamboa, Guerra, & Utrilla, 2017). Esta preocupación es compartida por el estado, como se aprecia el artículo 52 de la Nueva Ley Universitaria N 30220, donde se evidencia el marco legal el fomento de la micro y pequeña empresa en la comunidad

universitaria, con asistencia técnica y facilidades de uso de los equipos e instalaciones a fin de promover la transferencia tecnológica y por ende el crecimiento económico. Serida et al.,(2019) resalta la educación emprendedora dentro de las doce condiciones macro para el desarrollo del emprendimiento en términos de formación de capacidades, actitudes que se orienten a la planificación desarrollo y gestión de proyectos empresariales en la educación básica regular (primaria y secundaria) y en la educación superior (técnica y universitaria). Según el reporte del GEM 2018, el Perú ocupa el puesto 12 en promover la educación emprendedora en la escuela primaria y secundaria, el puesto 14 la educación emprendedora técnico y universitaria de 54 países de Latinoamérica y el Caribe.

Como parte de su rol de fomento a la investigación, desarrollo y transferencia tecnológica las universidades en el Perú, están inmersas en la gesta de las denominadas startups en su comunidad universitaria (Camayo, Vásquez, & Zavaleta, 2017). Estas empresas nacientes, tienen una propuesta de valor innovadora que busca comercializar productos o servicios con alto contenido tecnológico (Gamboa et al., 2017). Se caracterizan por crecer rápidamente en mercados locales, nacionales y escalan a un proceso de internacionalización.

La OCDE (2015a) sostiene que las startups son consideradas un elemento clave para el crecimiento económico y la promoción de la competitividad en las industrias nacionales.

Por otro lado, el Perú viene diseñando iniciativas que den soporte y acceso a financiamiento de las Startups como: Innóvate Perú y Startups Perú, que tienen como objetivo otorgar el capital semilla, dar soporte mediante asesoría a las ideas innovadoras; por otro lado, el implementar líneas de financiamiento en el fondo nacional para la innovación(Cornejo, 2019). Dadas estas condiciones, cobra importancia la medición de las intenciones emprendedoras de la comunidad universitaria, pues son el punto de partida para la fundación de nuevos negocios.

Es meritorio revisar las iniciativas de las instituciones y gremios por articular sus esfuerzos en el ecosistema nacional emprendedor peruano.

PERUINCUBA es la “Asociación Peruana de Incubadoras de empresas” que funciona desde el 2006 con 11 universidades agremiadas a nivel nacional, con el propósito de representar a las incubadoras de las universidades, fomentar la capacitación y el desarrollo de incubadoras de empresa, y promover en la comunidad el uso del conocimiento y tecnología desarrollado en las aulas universitarias en la creación de nuevas unidades productivas. (PeruIncuba, 2019).

Las instituciones agremiadas a PeruIncuba son:

- Universidad Nacional de ingeniería con Nictel-uni
- Universidad peruana Cayetano Heredia con Bioincuba
- C.E.C. Guamán Poma de Ayala
- Instituto Superior Continental
- Universidad ESAN
- Universidad del Pacífico
- Universidad de Piura
- Universidad Continental
- Universidad San Martín de Porres
- Universidad Científica del Sur
- Universidad Tecnológica del Perú
- Universidad Católica San Pablo
- Universidad Católica Santa María
- Pontificia Universidad Católica del Perú
- Universidad de Ingeniería y Tecnología
- Universidad Nacional Mayor de San Marcos

La Universidad Cayetano Heredia integra la lista mediante BIOINCUBA, que es una empresa de propiedad de la universidad, que tiene el objetivo de promover la innovación a partir de la investigación desarrollada en UPCH, buscando ofertar propuestas de valor relevantes y consultoría en innovación basado en tecnología a instituciones privadas y públicas.

Por otro lado, Bioincuba fomenta el proceso de pre incubación brindando soporte y asesoría técnica para madurar las ofertas de valor con base en la tecnología e innovación y asesora para presentarse a fondos concursables que promueven el emprendimiento; en segundo lugar, brinda soporte en los procesos de incubación de startups que han ganado fondos ya sea el mejorando su modelo, asesorando en la gestión de la propiedad intelectual entre otros. Además, Bioincuba ,finalmente, da soporte a la salida a los productos desarrollados por la UPCH y otras universidades hacia el sector industrial peruano. (Bioincuba., s/f).

Así también, la Universidad del Pacífico participa activamente, desde el 2009, con “Emprende UP” que es el “Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico”; esta iniciativa fomenta el emprendimiento y la innovación considerándolos como agentes dinamizadores de la economía en el País. (EmprendeUP) Desarrollando básicamente tres procesos: pre incubación, incubación y aceleración.

En los procesos de pre incubación e incubación Emprende UP, brinda asesoría, seguimiento a los proyectos fomenta el acceso a fuentes de financiamiento, además gestiona con redes de inversionistas, con el fin de madurar la idea de negocio y asegurar su puesta en marcha. También, cuenta con los servicios de la aceleradora, proporcionar asesoramiento

técnico para los emprendimientos que ya están en ejecución, en búsqueda del crecimiento y consolidación.

En base a la información obtenida, la gestión de Emprender UP comienza en el aula universitaria, identificando a los buenos equipos, con buenas ideas a fin de brindar las condiciones para desarrollo de una propuesta con alto grado de innovación y tecnología. (EmprendeUP).

La Universidad Peruana Unión, aunque ahora no está en la lista, también está inmersa en esta coyuntura, impulsando el emprendimiento en su comunidad en primer lugar en su plan curricular, mediante materias sobre emprendimiento en la carreras de la Facultad de Ciencias Empresariales, también se evidencia una preparación práctica, en las materias denominadas talleres para la vida, que son asignaturas transversales para todas las carreras profesionales, donde se imparte de manera práctica, oficios de utilidad para la vida diaria como: corte de cabello, reparaciones eléctricas, elaboración de productos panificados, repostería, tarjetería, corte y confección. Los mismos que pueden utilizarse como base para el autofinanciamiento mediante el emprendimiento.

En segundo lugar, las ferias de emprendimientos calendarizadas por la EP Administración, donde se difunde el espíritu emprendedor en un espacio adecuado para comercialización de bienes y servicios desarrollado por, los estudiantes, la comunidad universitaria, y emprendedores de la zona de influencia de la universidad.

En tercer lugar, existen iniciativas vinculadas a apoyar el auto financiamiento del estudiante, y así lograr su permanencia universitaria. Desde el inicio del proyecto educativo Unión, las iniciativas de autofinanciamiento formaron parte de la cultura organizacional de la institución, ya sea en la comercialización de bienes o en las vacantes ofertadas para trabajo de las distintas áreas de la universidad.

El centro de aplicación Unión, cuenta con un canal de comercialización de productos panificados para los estudiantes de la comunidad universitaria, promoviendo campañas de ventas con incentivos y becas. Además, brindan acceso a microcréditos, a los estudiantes de cursan los 3 últimos años. De esta manera, esta iniciativa comercial genera competencias emprendedoras y asociativas en los estudiantes a fin de lograr los recursos necesarios para la permanencia universitaria.

Por otro lado, el Instituto del desarrollo del Estudiante Colportor IDEC, promueve el auto-financiamiento mediante campañas de venta de libros editados por la editorial AcesPerú Con el fin de impulsar en los estudiantes su actitud misional evangélica mediante la venta de dicha literatura en el Perú y Sudamérica. De esta manera, se evidencia que los estudiantes ponen en práctica sus habilidades y actitudes emprendedoras en pos de costear sus estudios, desarrollando así la permanencia universitaria mediante una actividad emprendedora temprana.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

Por lo expuesto en los párrafos anteriores, se formula la siguiente pregunta:

¿Cómo influyen las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, Lima 2020?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
2. ¿En qué medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?

3. ¿En qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
4. ¿En qué medida la norma subjetiva influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
5. ¿En qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
6. ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
7. ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
8. ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
9. ¿En qué medida la norma subjetiva influye en la actitud hacia el comportamiento de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?
10. ¿En qué medida la norma subjetiva influye en el control conductual de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?

1.3 Propósito y justificación

1.3.1. Propósito

El propósito del presente trabajo de investigación es proponer un modelo teórico que permita explicar las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión; en segundo lugar, mejorar el currículo universitario de las carreras profesionales de la Facultad de Ciencias Empresariales, además de proponer políticas de fomento del ecosistema emprendedor a fin de integrar las actuales iniciativas universitarias proclives al emprendimiento de estudiantes, docentes, y comunidad universitaria.

1.3.2. Justificación

El presente estudio pretende determinar las variables que están relacionadas con la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión (UPeU) partiendo de la base de la teoría del comportamiento planeado de Ajzen (1991) y la teoría de los factores motivacionales de McClelland (1961); los estudios posteriores de Liñán (2008), y los aportes de Eysel & Vatansever Durmaz (2019) permitieron formular un modelo de intención emprendedora que permitirá a la institución monitorear el emprendimiento en etapa temprana.

El presente trabajo de investigación, en primer lugar, tiene relevancia económica pues permite a la Universidad Peruana Unión mejorar el soporte académico e incentivar las acciones que permitan afianzar las determinantes de la intención de emprender de sus estudiantes, para ello, es necesario formular un modelo de relaciones entre las variables de la Intención emprendedora. Asumiendo el círculo virtuoso del emprendimiento, donde la gesta emprendedora está asociada al crecimiento económico (Falcón, 2010) y el rol de las instituciones de educación superior es impulsar dichas iniciativas en su comunidad universitaria por medio de la pre incubación e incubación (Giordano, 2015) además de promover la transferencia tecnológica mediante las spin-off. (Corti & Riviezzo, 1998)

Por otro lado, las micro empresas son la mayoría de las empresas existentes en el Perú (Costa Aponte et al., 2017), y evidencian tener problemas neonatológicos pues, nacen y fenecen muy pronto (Villarán, 2007), las universidades aportan activamente a solucionar esta necesidad en el ecosistema con asesoría técnica, mentores, acceso a inversionistas, networking con la finalidad hacer sustentables y sostenibles los emprendimientos incubados por su comunidad universitaria de esta manera, dinamizar la economía y mejorar calidad de vida de las personas vinculadas a este fenómeno empresarial, en los distintos polos de desarrollo del Perú.

En segundo lugar, se justifica desde el punto de vista académico, ya que los resultados de la presente investigación permitirán formular un modelo de intención emprendedora, que servirá como punto de partida para fortalecer las políticas institucionales de fomento de la actividad emprendedora universitaria, mejorar la propuesta curricular y fortalecer perfil del egresado.

En tercer lugar, desde el punto de vista de la permanencia universitaria, la presente investigación es relevante pues permitirá identificar los factores asociados a la intención de emprender. Con ello, se podrá tener mejores resultados en las iniciativas de auto-financiamiento de los estudiantes, pues permitirá identificar los factores asociados a la actividad emprendedora temprana, asesorar a los emprendedores nacientes en su gesta emprendedora y promover la asociatividad con fin de generar la permanencia universitaria, preocupación que comparten las áreas de IDEC, Productos Unión y tutoría universitaria.

Se justifica desde el punto de vista de la teoría administrativa, pues será de utilidad para desarrollar la línea de investigación para las futuras investigaciones al determinar los factores asociados a la intención emprendedora en un modelo para una universidad confesional.

1.4 Objetivos

El propósito que motivó la presente investigación fue formular el modelo de intención emprendedora de la Universidad Peruana Unión partiendo de la base de la Teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) y su relación con la teoría de los factores motivaciones de McClelland, (1961) en la cual se basa las características emprendedoras personales, además de analizar la influencia de las variables sociodemográficas de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, campus Lima.

1.4.1 Objetivo general

Determinar la influencia de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, Lima 2020.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
2. Determinar en qué medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
3. Determinar en qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
4. Determinar en qué medida la norma subjetiva influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión
5. Determinar en qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
6. Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
7. Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
8. Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

9. Determinar en qué medida la Norma subjetiva influye en la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
10. Determinar en qué medida la Norma Subjetiva influye en el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

1.5. Hipótesis

Según Bernal(2016), una hipótesis es una “suposición” o “solución adelantada” al problema de investigación . Torres (2000) añade que, el proceso de formulación de las hipótesis implica desarrollar “el planteamiento de una relación entre dos o más variables” con el fin de probabilísticamente explicar y predecir el fenómeno de estudio. En este proceso, es necesario desarrollar una revisión previa de la bibliografía existente sobre las variables de estudio, a fin de determinar el comportamiento de las variables. los enunciados se redactan en forma aseverativa, con el fin de dar una respuesta a las interrogantes de investigación (Arias, 2014; Charaja, 2011; Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010; Vara, 2015)

La presente investigación busca analizar la influencia de la característica emprendedora personal y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, y partiendo de la revisión de la literatura y los resultados del trabajo empíricos, a fin de formular el modelo de intención emprendedora de la Universidad Peruana Unión sede Lima.

1.5.1. Hipótesis general

Existe influencia significativa de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

1.5.2. Hipótesis específicas

1. Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
2. Las variables sociodemográficas influyen significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
3. La actitud hacia la conducta influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
4. La norma subjetiva influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
5. El control conductual percibido influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
6. Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
7. Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
8. Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
9. La norma subjetiva influye positivamente sobre la Actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.
10. La norma subjetiva influye positivamente sobre el control conductual de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

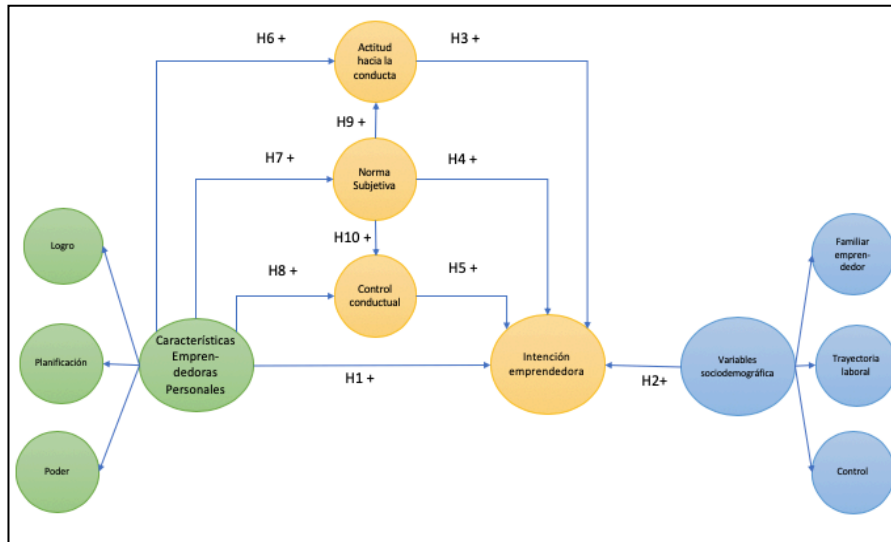


Figura 1. Modelo teórico de la hipótesis de investigación

En la Figura 1, se presentan los constructos latentes exógenos (independientes), los constructos latentes endógenos (dependientes), constructos teóricos que responden a la revisión de la bibliografía y al análisis de los hechos fácticos de la realidad problemática que guiaron la redacción de los objetivos de investigación.

1.6. Variables de estudio

En la presente investigación se asume el concepto de variable como: evento, suceso, objeto o individuo cuyas características, cualidades, atributos, propiedades cambian en el tiempo y espacio y puede estar presentes o no en individuos, grupos o sociedades, además puede presentarse en escalas, magnitudes o medidas distintas (Bernal, 2016; Charaja, 2011; Vara, 2015)

La variable dependiente (endógena) Intención emprendedora: es el compromiso para desarrollar un comportamiento necesario para poner en marcha una iniciativa emprendedora (Krueger, 1993).

La variable capacidades emprendedoras personales: son los rasgos que caracterizan a un emprendedor de éxito (McClelland, 1975).

Variables sociodemográficas: Variables generales que observa las características sociales y demográficas de los individuos de la población de estudio (Hidalgo, 2016).

Tabla 1

Variables, dimensiones e indicadores del estudio

Variab les	Dimensiones	Indicadores
Dependiente		
Intención emprendedora (IE)	Actitud hacia la conducta	Creencias de la consecuencia de la conducta Consecuencias de realizar la conducta
	Norma subjetiva	Creencias normativas Motivación para acomodarse a los otros significados.
	Control conductual percibido	Autoeficacia emprendedora
	Intención de emprender	Intención emprendedora
Independientes		
Características emprendedoras personales (CEPs)	Logro	Buscar oportunidades
		Ser persistente
		Cumplir compromisos
		Exigir Calidad y eficiencia
Planificación	Poder	Asumir riesgos
		Buscar de información
		Fijar metas, Planificar y hacer seguimiento continuo
		Crear redes de apoyo.
		Independencia (autoconfianza).
Sociodemográficas	Familiar emprendedor	
	Experiencia laboral	

Capítulo II

Fundamentos teóricos de la investigación

2.1. Antecedentes de la investigación

Como parte de la revisión bibliográfica, se identificaron estudios relevantes, que abordan la configuración de la intención emprendedora, tema central en la presente investigación.

2.1.1 A Nivel Internacional

Alonso (2012), en su tesis doctoral titulada “La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España, un enfoque de género”, parte de la base de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) y los modelos de intención de Krueger Jr. & Reilly, (2000), como modelos clásicos y fiables para la predicción del comportamiento emprendedor. Además, analiza los aportes de la teoría económica, para explicar las implicancias de la actitud pionera en la economía.

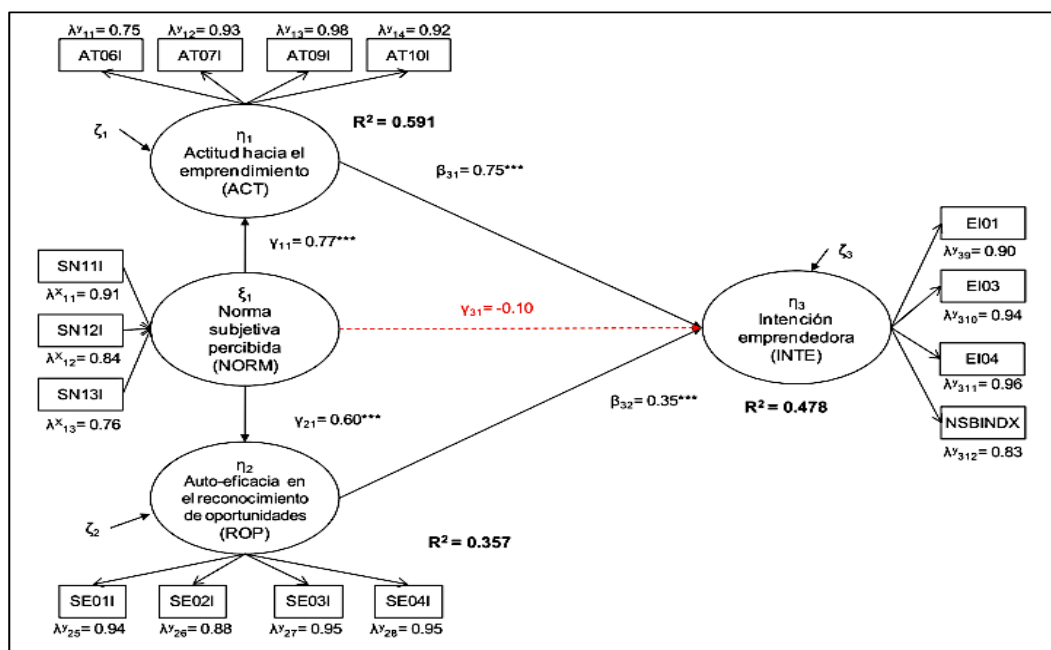


Figura 2. Modelo de intención emprendedora, elaborado por Alonso (2012)

En la Figura 2, se presenta el análisis de las variables asociadas a la intención emprendedora, identificando las relaciones causales entre las variables latentes: la “Actitud hacia el emprendimiento”, las “Normas subjetivas” (Liñán & Chen, 2009) y el “control conductual percibido” (Drnovšek, Wincent, & Cardon, 2010). El estudio empleó un cuestionario estructurado, con una muestra de 500 académicos de 48 universidades de España, responsables de proyectos de investigación, vinculados a la innovación y desarrollo. El análisis estadístico utilizó las técnicas de estadística descriptiva para los resultados generales y el modelamiento con las ecuaciones estructurales (SEM).

Los resultados del estudio de Alonso (2012) comprueban que, la actitud hacia el emprendimiento tiene una relación positiva y significativa ($\beta_{31} = 0.75, p < 0.001$) sobre la intención de emprender; del mismo modo, la auto eficacia o percepción de control tiene una relación positiva y significativa ($\beta_{32} = 0.35, p < 0.001$) sobre la intención de emprender.

Por otro lado, la norma subjetiva solo presenta un efecto positivo ($\gamma_{11} = 0.77, p < 0.001$) sobre la actitud al emprendimiento y del mismo modo tiene una relación positiva y significativa ($\gamma_{12} = 0.60, p < 0.001$) sobre la auto eficacia. A parte de ello, la norma subjetiva no presentó un efecto positivo aceptable, no pudiendo demostrar que la presión social tenga un impacto significativo en la intención de emprender. Finalmente se evidencia que la actitud hacia el emprendimiento tiene una mayor incidencia en los varones académicos responsables de proyectos de investigación de las universidades en España.

Bueckmann (2014) presenta la tesis doctoral titulada “Análisis de las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios mexicanos, un enfoque basado en variables personales y del programa educativo”, donde valida la utilidad de la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991) para pronosticar la intención emprendedora.

La investigación tuvo por objetivo ampliar el modelo de formación de la intención empresarial mediante la inclusión de variables afines a las competencias emprendedoras, incluyó: en primer lugar la variable denominada “Estado de alerta”, definida como una actitud que diferencia a los emprendedores exitosos, permitiéndoles detectar constantemente los cambios en el entorno como oportunidades y necesidades en el mercado (Kirzner, 1982); en segundo lugar, la orientación emprendedora individual (Lumpkin & Dess, 1996) que agrupa a la actitud hacia la innovación, tolerancia al riesgo e iniciativa. La investigación recolectó los datos por medio de tres cuestionarios diferentes, dos de aplicación a 663 estudiantes y uno de aplicación a docentes que dictaron la materia de emprendimiento.

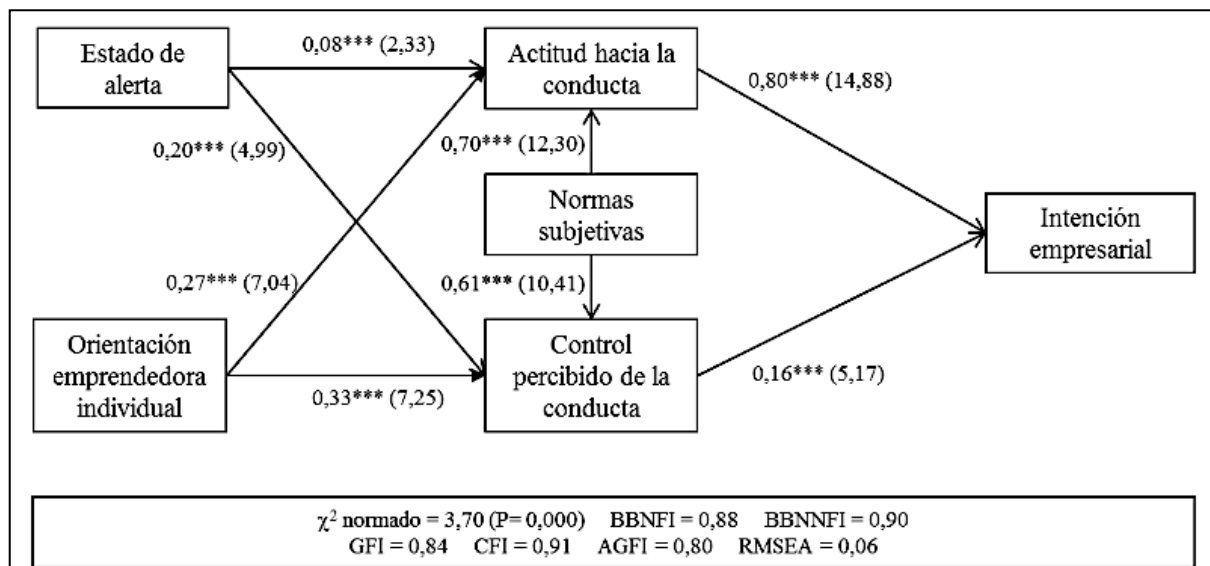


Figura 3. Modelo estimado de intención emprendedora elaborado por Bueckmann (2014)

En la figura 3, se presentan las relaciones entre las variables predictoras de la intención emprendedora; como se observa, la “Actitud hacia la conducta” demostró tener relación positiva y significativa ($\beta=0.80$, $p < 0.001$) sobre la intención de emprender y, por su parte, el control percibido de la conducta también presentó una relación positiva y significativa ($\beta=0.16$, $p < 0.001$) para pronosticar el comportamiento emprendedor.

En cuanto a la Norma subjetiva, no presentó relación directa con la intención de emprender, pero sí evidenció tener impacto directo ($\beta = 0.70$, $p < 0.001$) en “la actitud a la conducta” y (0.60^{***} , $p < 0.001$) con el “control percibido”.

Por otro lado, las variables estado de alerta y la orientación emprendedora individual, evidenciaron tener impacto positivo y significativo en el control percibido y la actitud hacia el comportamiento emprendedor (Fishbein & Ajzen, 2010). Así, cuanto mayor sea su orientación emprendedora individual tendrá una mayor efecto en la intención de emprender, además, si los estudiantes están altamente motivados con programas de fomento, se evidencia un incremento positivo en las variables asociadas estado de alerta (Bueckmann, 2014), la misma que tiene una influencia positiva y significativa en la orientación emprendedora individual y por ende en la intención de emprender.

Y, finalmente el modelo presentó los indicadores $GFI = 0.84$, $CFI = 0.91$ $RMSEA = 0.006$ en la bondad de ajuste, siendo indicadores aceptables, y refleja ser un modelo fiable.

Rodríguez (2015), en su tesis doctoral denominada: “Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público: El caso de las ciencias de la vida en España”, analiza el fenómeno emprendedor desde una perspectiva multidisciplinaria, considerando la características personales, aspecto económico, social, y las fuentes de apoyo al emprendimiento. La investigación aplicó un cuestionario estructurado *ad hoc*, tomando como base la teoría del comportamiento planificado (TPB) en una muestra de 4518 Bio investigadores del sector público español.

El emprendimiento en sector público es considerado de importancia, dado que en España se promueve la transferencia tecnológica como política pública, estos emprendimientos son los llamados spin-off, pues al tomar los descubrimientos de los Bio investigadores como base para la creación de este tipo de empresas se mejora la competitividad del sector y se dinamizaría la economía del país. Por ello, la investigación recomienda que el desarrollo de

más políticas interinstitucionales, que fomenten el círculo virtuoso de la incubación de spin – off.

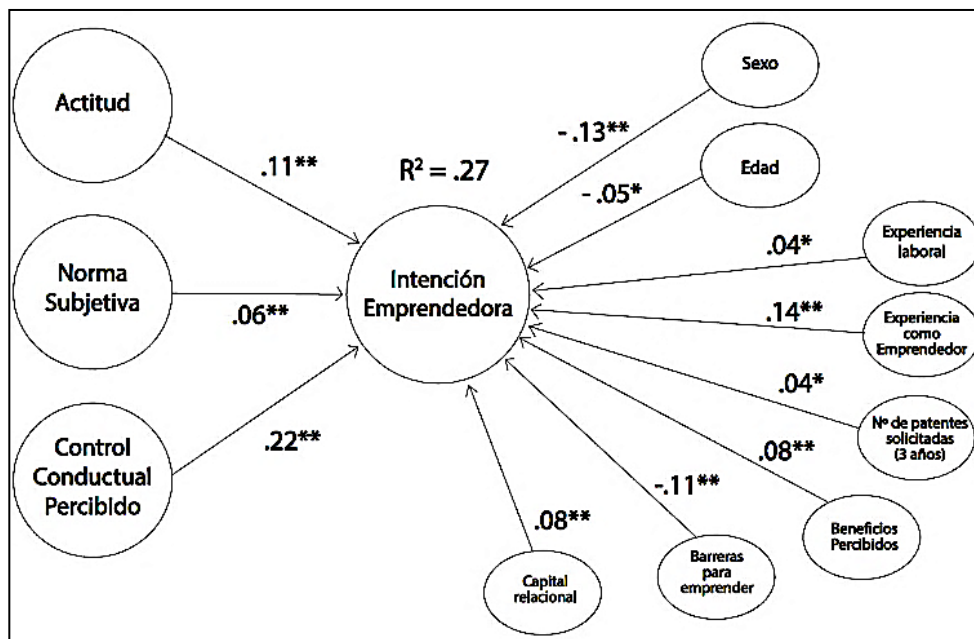


Figura 4. Modelo de intención emprendedora en el ámbito científico público, elaborado por Rodríguez (2015)

El estudio inicia analizando la teoría clásica del comportamiento planificado (Ajzen & Fishbein, 1980) contrastando la validez del modelo teórico; demostrando una vez más que las variables predictoras como, actitud hacia el comportamiento control percibido y la norma subjetiva tienen influencia significativa y positiva en la intención de emprender, y explican el 27% de la varianza de la intención de crear empresa. En ese sentido, se evidencia que la norma subjetiva presenta la influencia más baja y por ende un bajo impacto en la intención de emprender, por otro lado, el control conductual percibido presenta un alto impacto sobre la intención de emprender corroborando el poder predictivo del modelo de intenciones.

Como se aprecia en la figura 4, También se incluyeron las variables: edad, experiencia laboral como emprendedor, capital relacional, beneficios y barreras del emprendimiento.

Donde la experiencia en la creación de spin-off, el capital relacional y los beneficios percibidos tienen mayor impacto en la intención de emprender.

Da Fonseca (2015), en su tesis doctoral titulado “Estudio de la intención emprendedora en Portugal , desde la perspectiva de los valores y del género”, analiza la intención emprendedora partiendo de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), para contrastar las hipótesis se utilizó el Cuestionario de Intención emprendedor (CIE) de J. Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan, & Zarafshani (2012) en una población de 320 estudiantes universitarios de Portugal.

El estudio corrobora que las intenciones preceden al comportamiento (Ajzen & Fisbbein, 1974) y que las variables como la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y el control percibido presentan una relación positiva y significativa como lo mencionan las investigaciones de impacto (N. F. Krueger & Brazeal, 1994; Francisco Liñán, 2008; Macnaughton, Nelson, & Goering, 2013).

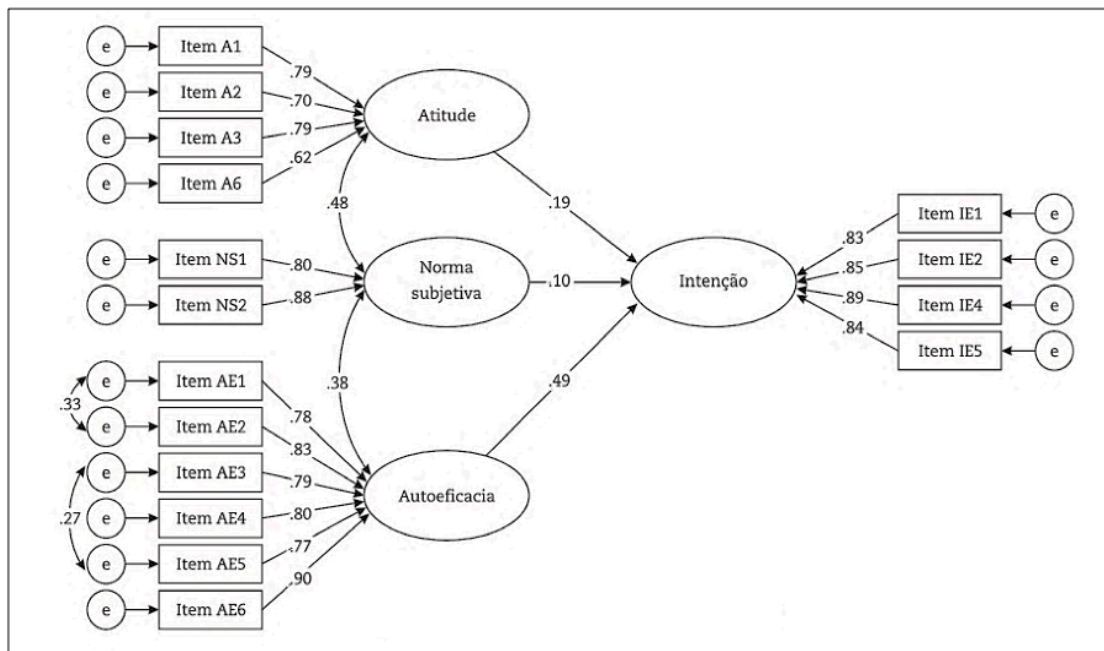


Figura 5. Modelo de intención emprendedora en universitarios de Portugal elaborado por Da Fonseca (2015)

En la Figura 5, se presenta el modelo planteado por Da Fonseca (2015), como se puede observar la “Auto eficacia” o control percibido tiene mayor influencia ($\beta=0.49$, $p<0.05$) sobre la intención que las demás variables; así también, se evidencia influencia positiva de la variable “Actitud” ($\beta=0.19$, $p<0.05$). En cuanto a la “Norma subjetiva” ($\beta= 0.10$, $p<0.05$), tiene un coeficiente bajo de relación con la intención; por otra parte, al analizar las variables en conjunto, las tres explican el 40.8% de la varianza de la intención emprendedora, corroborando el poder predictivo de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991). Por otro lado, el estudio presenta los indicadores de bondad ajuste aceptables siendo $NFI= 0.93$, $CFI = 0.96$ $RMSEA = 0.07$.

Por otro lado, Da Fonseca (2015) analizó también, las características del emprendedor, evidenciando diferencias marcadas entre hombres y mujeres corroborando que las variables demográficas están asociadas al modelo, identificando que los varones tienen una mayor intención de emprender que las mujeres; a su vez también, que la variable control percibido tiene una relación positiva y significativa en la intención emprendedora en los varones, mientras que en las mujeres no hay diferencias significativas entre las variables predictoras de la intención de emprender. Finalmente, el rol emprendedor o ejemplo de trayectoria de un familiar emprendedor, es significativo solo para las mujeres, evidenciando que el ejemplo de un familiar emprendedor, motiva más a las mujeres que sus propias habilidades y competencias emprendedoras.

Montes (2018), en su tesis doctoral titulada “Competencias emocionales en el análisis de la intención emprendedora del alumnado universitario: implicaciones para la educación en emprendimiento” tuvo como objetivo principal el configurar la intención emprendedora lo estudiantes universitarios en España, la muestra utilizada fue 751 estudiantes de dos universidades españolas que han cursado educación emprendedora.

Para medir las variables asociadas la intención de emprender, fue utilizado el cuestionario de Mueller (2011) y se validó un cuestionario estructurado elaborado por la autora para medir las otras variables latentes de la investigación. Además, utilizó la técnica multivariadas de ecuaciones estructurales para el análisis confirmatorio de sus hallazgos.

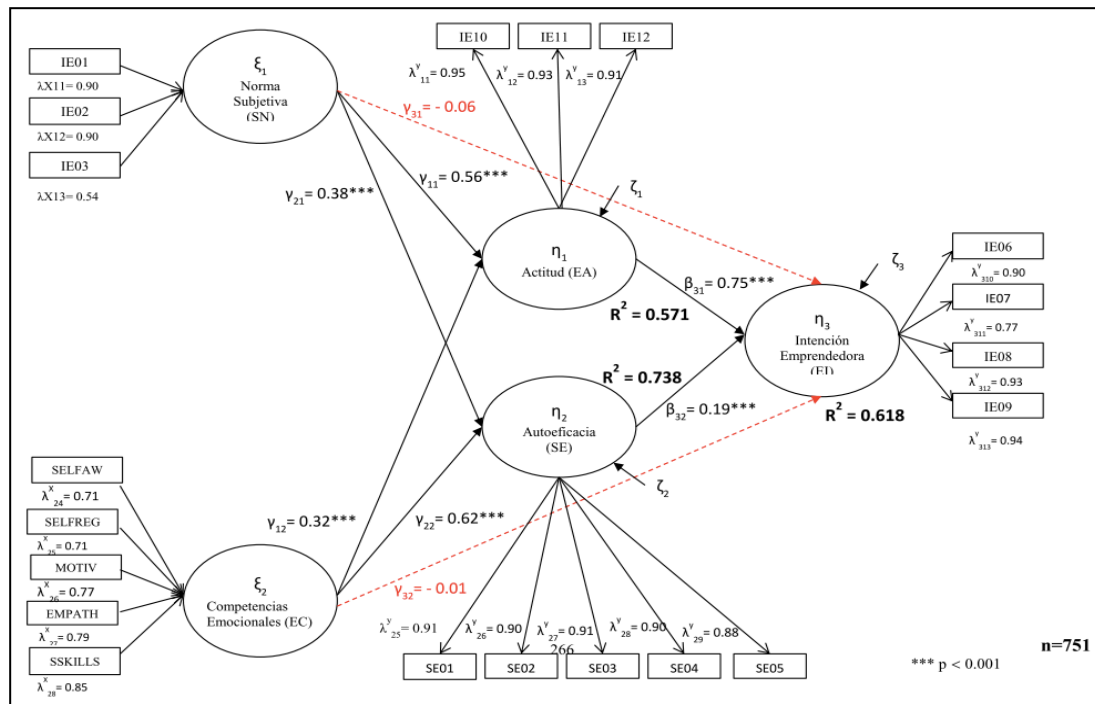


Figura 6. Modelo teórico de intención emprendedora propuesto por Montes (2018)

En la Figura 6, se puede observar el modelo de intención emprendedora propuesto por Montes (2018), considerando como variables exógenas a las competencias emocionales (EC) y la Norma subjetiva (SN) y como variables endógenas a: la Actitud (EA), autoeficacia (SE) y la intención emprendedora (EI).

Los resultados presentan que la Actitud (EA) presenta influencia significativa ($\beta_{31} = 0.75$, $p < 0.001$) sobre la intención emprendedora; en segundo lugar, la Auto-eficacia (SE) presenta influencia significativa ($\beta_{32} = 0.19$, $p < 0.001$) sobre la intención de emprender. Las Características Emocionales (EC) y Norma subjetiva (SN) no presentan la intención influencia directa, presentando indicadores poco significativos ($\gamma_{32} = -0.01$ y $\gamma_{31} = -0.06$).

Montes (2018) prueba la existencia de efectos indirectos de la Norma subjetiva (SN) sobre la intención emprendedora (EI). Siguiendo los postulados de Bollen & Long (1993), la Norma subjetiva influye (0.488, $p < 0.001$) a través la Actitud (0.556 x 0.748) y a través de la Auto-eficacia (0.378 x 0.192) sobre la intención emprendedora, no hallando efectos indirectos para las competencias emocionales.

El modelo presenta índices de bondad de ajuste satisfactorios NNFI=0.98, GFI=0.98, CFI = 0.98 y un RMSEA = 0.006. respaldando la fiabilidad del modelo; por otro lado, todas las variables explican el 61.8% del total de la varianza de la intención de emprender de los estudiantes universitarios, corroborando la efectividad de la teoría del comportamiento planificado (TPB) para pronosticar la intención emprendedora.

2.1.2 A Nivel Sudamericano

El trabajo de investigación presentado por (Laguía, Moriano, Molero, & Gámez, 2016) denominado “Validation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire in a Sample of University Students from Colombia”, valora la predictibilidad de la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) contrastando el modelo teórico con la investigación empírica, con el fin de validar el cuestionario de intención emprendedora (CIE), en Colombia. Para desarrollar la medición se utilizó el cuestionario de Rueda, Moriano, & Liñan, (2015), todos los ítems del cuestionario tiene un formato de Likert de 7 puntos. El mismo que fue aplicado a una muestra de 316 estudiantes universitarios colombianos.

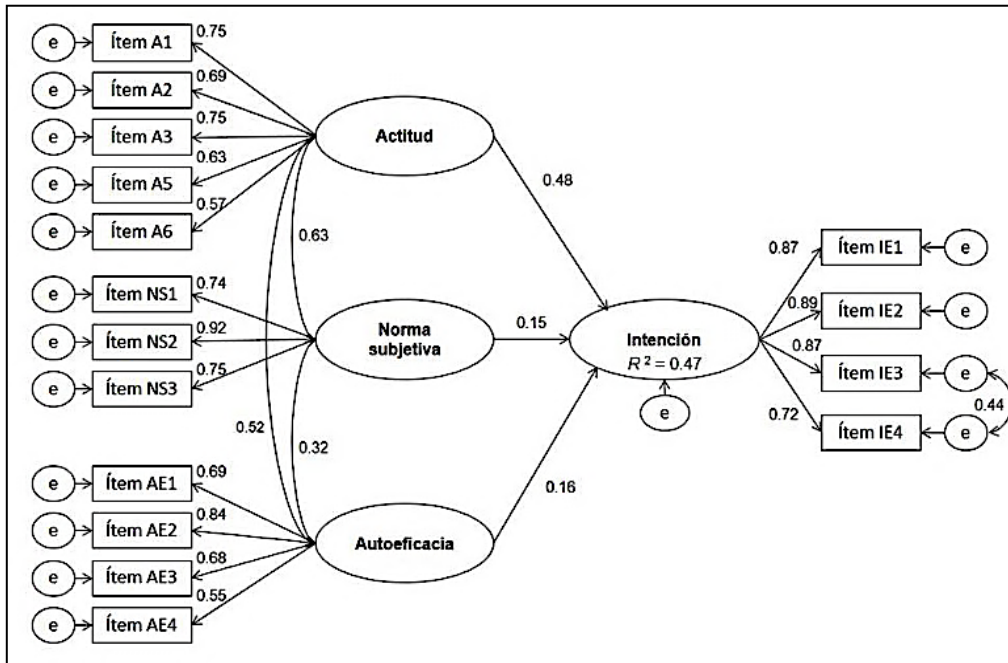


Figura 7. Modelo de intención emprendedora elaborado por (Laguía et al., 2016)

En la Figura 7, se puede observar el modelo de intención emprendedora, resaltando que la “Actitud” tienen un alto impacto ($\beta=0.48$, $p<0.05$) sobre la intención; en segundo lugar la “Autoeficacia emprendedora” tiene un impacto positivo ($\beta=0.16$, $p<0.05$) sobre la intención y, finalmente, la “Norma subjetiva” con un impacto menor ($\beta=0.15$, $p <0.05$) sobre la intención.

Las variables en conjunto explican el 46.5% de la varianza de la “Intención”; por otra parte, los índices de bondad de ajuste del modelo son aceptables, NNFI = 0.93, RMSEA = 0.06, CFI = 0.94; con ello se corrobora que la teoría del comportamiento planificado (TPB) evidencia tener alta fiabilidad y capacidad predictiva sobre la intención emprendedora también en el contexto Latinoamericano.

Por otro lado, la investigación revela que las variables sexo, el tener un familiar emprendedor y haber estado vinculado a un organismo de apoyo al emprendimiento, no presentan relaciones significativas sobre la intención emprendedora y, finalmente, la opción de emprender se desarrolla más por oportunidad que por necesidad.

Galleguillos-Cortés et al., (2019), en su trabajo titulado “Predictores de la intención emprendedora en alumnos de pregrado en Chile : Un modelo basado en ecuaciones estructurales”, su objetivo principal fue analizar las determinantes de la intención de emprender, en estudiantes universitarios, partiendo de la teoría del comportamiento planificado (TPB), la cual fue adaptada por los autores. Los participantes del estudio fueron 1,339 estudiantes universitarios de una universidad pública en Chile.

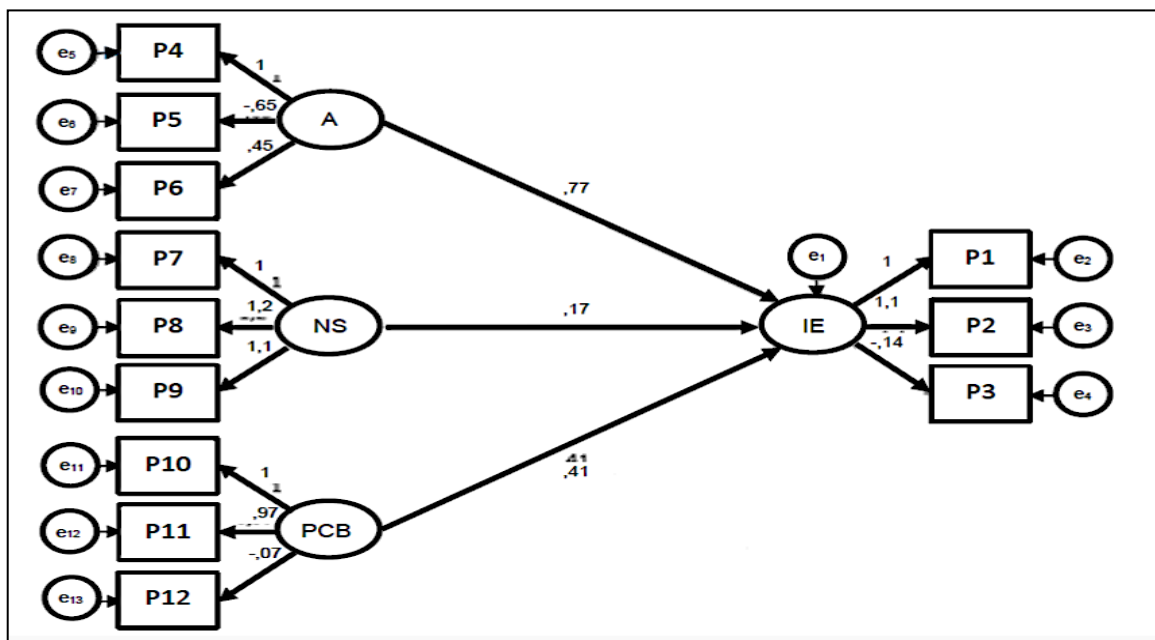


Figura 8. Modelo teórico de intención emprendedora de Galleguillos-cortés et al., (2019)

En la Figura 8, se aprecia el modelo teórico de la investigación, basado en la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991), donde se puede apreciar que las variables tienen efectos significativos, siendo que “La actitud” (media solo por aversión al riesgo) presenta una influencia positiva ($\beta=0.77$, $p<0.001$) sobre la intención de emprender, del mismo modo; “La Norma subjetiva” también presenta una relación positiva y significativa ($\beta=0.17$, $p<0.001$), y, finalmente, el comportamiento del control percibido presenta una relación significativa ($\beta=0.41$, $p<0.001$) sobre la intención emprendedora. Los que demuestra que las variables de la teoría del comportamiento planificado(TPB) en su conjunto explican el 64.5% de la varianza de los datos.

El modelo presentó una bondad de ajuste aceptable, con los siguientes indicadores CFI=0.994 y RMSEA 0.065. y se puede inferir que es un modelo confiable.

2.1.3 A Nivel Nacional

Vargas (2007), en su tesis doctoral titulada “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”, la investigación tuvo una muestra de 339 estudiantes de las escuelas de Administración (83), Contabilidad (87), Economía (83) y turismo (86), los instrumentos utilizados fueron “La escala de motivación M -L (1997) de autoría de Luis vicuña Peri, en segundo lugar “La escala de actitudes emprendedoras” de Juan García (2003) , también “La escala de Autoeficacia emprendedora” de Ales de Noble y Don Jung (1999) adaptada por Moriano en el 2005.

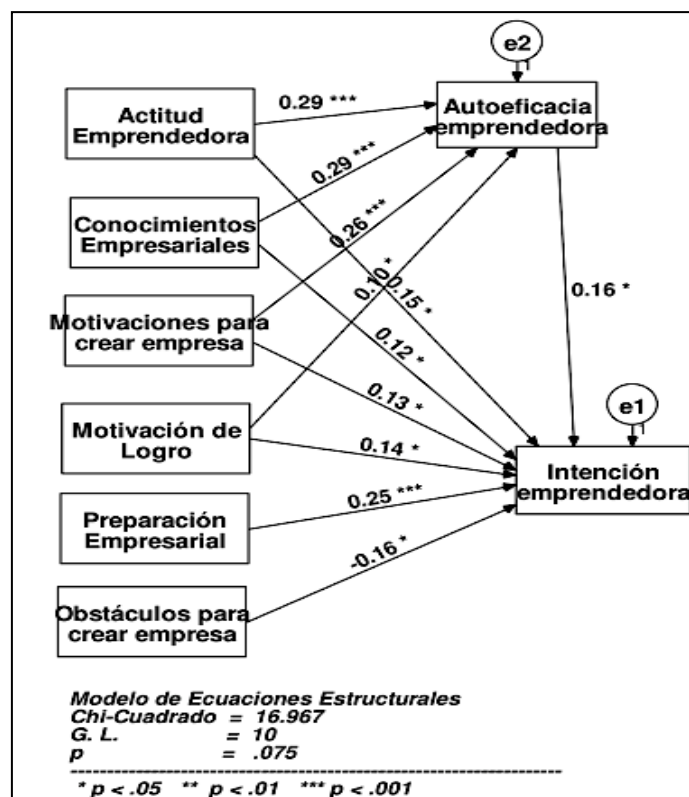


Figura 9 Modelo de teórico de intención emprendedora de Vargas (2007 p.146)

El mencionado modelo demostró ser válido, con Chi cuadrado de 16.967, con GFI de 0.988, un AGFI de 0.956 alcanzando valores aceptables cercanos a uno (1) y un RMSEA de 0.045 aceptable. De esta manera, la investigación corroboró que los factores motivacionales, actitudinales, ambientales, presentaron estar asociados a la intención de emprender en los estudiantes de la universidad en Cusco.

En definitiva, después de analizar los antecedentes presentados, se evidencia el creciente interés por el estudio de la intención emprendedora, en segundo lugar, las variables, Actitud hacia la conducta y control conductual percibido o Autoeficacia, evidencian influir positivamente en la intención de emprender, aun no existe un consenso en cuanto a la influencia directa de la norma subjetiva sobre la intención. En esa línea de pensamiento, se han incluido variables al modelo de la (TPB) variables demográficas como sexo, edad, familia emprendedora que revelan poco poder predictivo. Por otro lado, las variables, experiencia laboral, estado de alerta, competencia emocional, exposición a programas de emprendimiento, registran una relación directa con un coeficiente bajo entre las investigaciones consultadas, finalmente se confirma que, a la teoría del comportamiento planificado como una herramienta fiable para pronosticar la intención emprendedora, en distintos tipos de universidades, personas y contextos.

2.2. Marco filosófico

La presente investigación, tomó como base la Biblia como palabra inspirada por Dios (2 Timoteo 3:16), se acepta las verdades de la teología bíblica cristiana de la religión adventista del séptimo día y los escritos de Elena G. De White como punto de partida para la construcción filosófica de la investigación.

En la Figura 10, se plantean las presuposiciones que el autor tiene sobre la creación del hombre, la educación y el emprendimiento en los adventistas. Y, finalmente, se analizarán ejemplos de emprendimiento registrados en las sagradas escrituras.

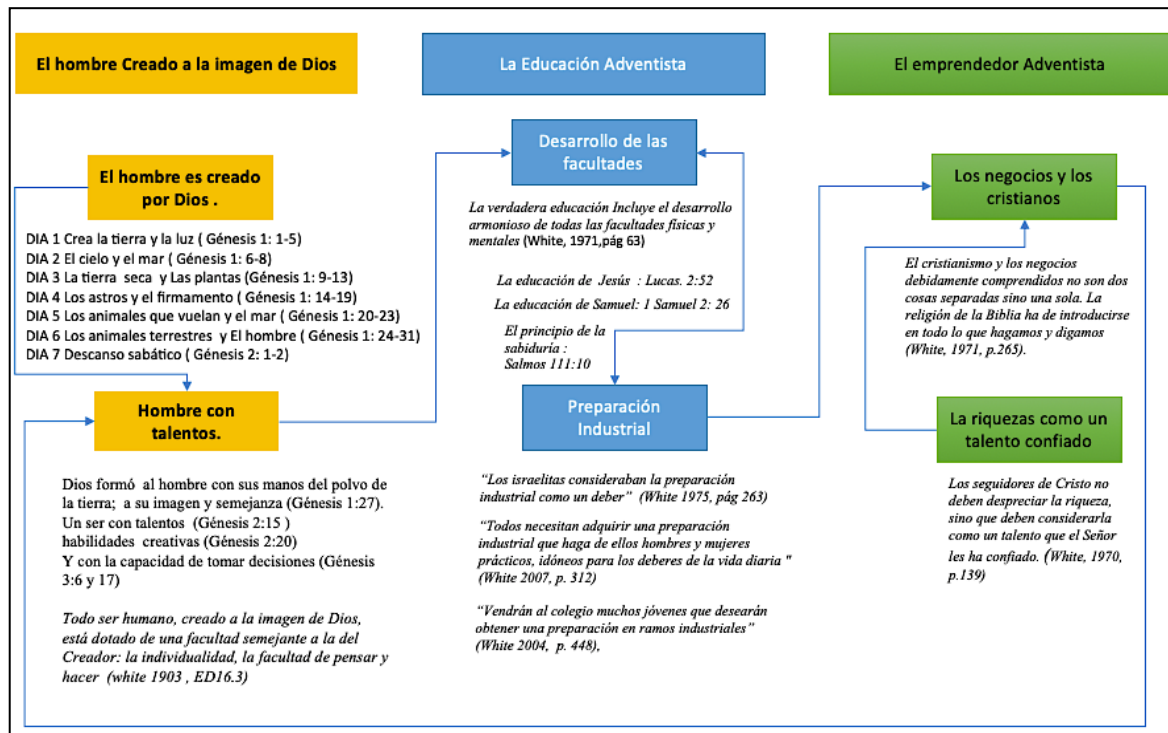


Figura 10. Modelo de las condicionantes filosóficas del emprendedor adventista.

2.2.1 La creación del hombre a la imagen de Dios.

En primer lugar, se presenta el registro Bíblico de la creación, como la obra reveladora del poder de Dios; bastó sus palabras para crear los cielos, con sus miles de astros; la tierra y los mares, que sería el hogar de las innumerables plantas y animales (Génesis 1:1-26). El acto creacionista fue hecho a la perfección bajo la atenta evaluación Divina, un modelo inteligente donde cada elemento del nuevo ecosistema cumple un rol específico, evidenciando sincronía, orden y perfección.

La biblia presenta a Dios formando al hombre del polvo de la tierra, a su imagen y semejanza (Génesis 1:27). Varón y mujer fueron creados por Dios con el propósito de

extender su descendencia por toda la tierra; además, recibieron la sagrada comisión de cuidar de todo lo creado (Génesis 1:28) con las habilidades y talentos otorgados al hombre (salmos 8:6) haciéndole un ser superior a los animales y un poco menor que los ángeles (Salmos 8:5-6).

Por consiguiente, el desarrollo de los talentos y las habilidades del hombre fueron guiados por Dios. Como evidencia de ello, el hombre demostró sus habilidades, al emprender con esmero, el cuidado del huerto del Edén (Génesis 2:15) y dotar de nombres a los animales de todas las especies (Génesis 2:20) que coexisten en la tierra, surcan los cielos y viven en el mar.

2.2.3 La educación adventista

Las habilidades y talentos necesitan desarrollarse en ambientes apropiados. Para preservar el desarrollo de estas facultades. Dios presentó al hombre su Ley y declaró sus principios como base para el bienestar de su descendencia. La responsabilidad de enseñar estos preceptos en la unidad familiar fue asumida por los padres, mediante el compromiso de proveer a sus hijos de una educación esmerada e integral. Elena G. de White menciona al respecto que:

La verdadera educación significa más que seguir cierto curso de estudios. Es amplia. Incluye el desarrollo armonioso de todas las facultades físicas y mentales. Enseña a amar y temer a Dios, y es una preparación para el fiel cumplimiento de los deberes de la vida. (White, 1971, p. 63).

2.2.4. La educación industrial

La educación debe ir más allá de la formación en ciencias y artes; el plan de estudio debe permitir el desarrollo armonioso de las facultades y valorar el trabajo práctico como una herramienta de formación que tiene efectos poderosos en el carácter de los estudiantes.

Estas instrucciones fueron dadas al pueblo de Israel, en el núcleo social. El Padre de familia tenía la misión de enseñar a sus hijos un oficio útil, los israelitas consideraban aprender sobre “habilidades industriales” y valorar la parte práctica ya sea en el cuidado de la tierra, en la carpintería, o en algún oficio manual de utilidad en la sociedad (White, 1975). Esto favoreció a los israelitas a comprender las lecciones dejadas por Dios en los elementos de la naturaleza, valorar la belleza y el arte. Y por consiguiente hacer que sus hijos estén preparados para enfrentarse a los retos de la vida. Elena G. de White expresó también la necesidad de preparar a las instituciones educativas adventistas en la enseñanza industrial.

Vendrán al colegio muchos jóvenes que desearán obtener una preparación en ramos industriales

Toda facultad que poseamos deberá ponerse a disposición en esta obra de preparación, a fin de que los alumnos salgan de la escuela bien preparados para los deberes de la vida práctica. (White, 2004 p. 448).

La preocupación de brindar una formación práctica a los estudiantes, fue el método utilizado por las escuelas de los profetas en el antiguo testamento (White, 1975), los estudiantes recibieron una sólida formación y un oficio (trabajo manual), mediante el cual pudieron conseguir ingresos para auto sostenerse, haciéndolos madurar y valorar el uso de los recursos.

En esa línea de pensamiento, White (2007) recomienda que; los jóvenes deben conocer “Los ramos comunes de la educación ” y ,además, lograr “una adecuada preparación industrial”, esta condición los hará personas más prácticas, hábiles para las labores de la vida y sean una bendición para la sociedad.

El currículo de las instituciones adventistas, como la Universidad Peruana Unión, circunscriben la formación en cuatro dimensiones del desarrollo humano, la dimensión académica, socio emocional, física y espiritual; y, por otro lado, también dotan de saberes

prácticos mediante materias que permitan aprender oficios de utilidad en la sociedad; dichas materias son transversales para todas las carreras profesionales.

La formación práctica e industrial dota a los estudiantes de habilidades y oficios complementarios a la malla curricular, son estas habilidades la base para desarrollar emprendimientos, que, unidas a la gestión empresarial, impulsan a los estudiantes a conseguir oportunidades productivas o laborales del entorno, y puedan así autofinanciar sus necesidades y permanencia universitaria.

En esa línea de pensamiento, el emprender como vimos, es una actividad propia del ser humano; a partir de una idea productiva, se produce la convicción para enfrentar las amenazas del entorno con el fin de ponerla en marcha, encarando la incertidumbre del contexto donde le toca vivir (Correa, 2009); sumado a ello, el emprendedor adventista comprende la responsabilidad de crear una empresa y profesar su fe al mismo tiempo, Elena G. de White escribe al respecto:

El cristianismo y los negocios debidamente comprendidos no son dos cosas separadas sino una sola. La religión de la Biblia ha de introducirse en todo lo que hagamos y digamos.

Han de unirse todas las actividades humanas en los trabajos mecánicos y agrícolas, en las empresas mercantiles y científicas (White, 1971, p.265)”

2.2.5. Características emprendedor con propósito

Por otro lado, el emprendedor, con formación cristiana, comprende su responsabilidad en la gesta emprendedora, el uso de las riquezas producto de las habilidades desarrolladas y el funcionamiento de la economía. Estas condiciones hacen del emprendedor adventista una persona muy respetuosa en el uso de los recursos, para la ejecución de su intención emprendedora, el cuidado del medio ambiente, y sociedad.

Así el talento que Dios ha otorgado a los emprendedores de poder generar fuentes de ingreso mediante la creación de empresas, debe usarse sabiamente, como lo menciona Elena G de White.

Los seguidores de Cristo no deben despreciar la riqueza, sino que deben considerarla como un talento que el Señor les ha confiado.
(White, 1970, p.139)

Esta cosmovisión pone en manifiesto que los emprendedores adventistas aportamos al crecimiento económico de los países, a partir del uso de los talentos confiados por Dios; con ello, el emprendedor asume la responsabilidad adicional de dotar de empleos, dar soluciones éticamente responsables a la sociedad, de manera que todos tienen la oportunidad de mejorar su calidad de vida.

2.2.6. Ejemplos bíblicos de emprendedores

A continuación, se presentan dos ejemplos de personajes bíblicos que evidenciaron desarrollar rasgos emprendedores.

Las sagradas escrituras registran la historia de Abraham (Génesis 12: 1- 5), su fidelidad a cumplir con el mandato divino; es la primera cualidad de un emprendedor cristiano, pues al asumir riesgos y decisiones en condiciones de incertidumbre primero pone su confianza en las promesas Divinas. Abraham obedeció sin saber dónde llegaría, si saber cuánto tiempo duraría su viaje, con él a fan de primero hacer lo correcto ante Dios.

En segundo lugar, tomó consideración de las necesidades, los recursos materiales y el capital humano que lo ayudaría en la gesta emprendedora. El registro bíblico presenta que salió con toda su familia y su sobrino Lot (Génesis 12:4), además de los recursos que poseía que le ayudarían a sustentar el viaje a un destino incierto; como se aprecia, esta acción es una acción razonada y planificada. Resolviendo tener la capacidad de llevar acabo dicho emprendimiento, sobre las condiciones de incertidumbre. En consecuencia, se evidencia que,

la autoeficacia personal no está centrada solamente en sus conocimientos, pericia, experiencia adquirida por los años; más bien, estas habilidades son potenciadas por su confianza personal en las promesas de Dios, al salir con su parentela como se lo había mandado.

En tercer lugar, las sagradas escrituras registran como el llamado de Dios “Deja tu tierra” (Génesis 12:1) es el evento disparador para concretar sus habilidades de liderazgo y misión. Ciertamente, el llamado Divino implicó un cambio en la vida de Abraham, puso a prueba su fe a hacer frente a la presión social (Normas subjetivas) de su entorno cercano en Ur de los caldeos; llevándolo a cambiar sus comodidades, el cariño de las amistades y parentela (E. G. White, 2007b), por el incómodo desierto, con peligros, retos personales y familiares. Como resultado de esa gesta emprendedora, Abraham es conocido como “el Padre de la fe” y Patriarca de naciones (Hebreos 11- 8-7).

El segundo ejemplo de emprendimiento es Caleb, la Biblia declara la manera como se expresó ante el reto de conquistar Canaán: “subamos luego, y tomemos posesión de ella” (Números 13 :30), esta afirmación presenta con claridad la intención de emprender similar a la de Abraham.

Por otro lado, se evidenció tener predisposición a desarrollar el comportamiento emprendedor; “porque más podremos nosotros que ellos” (Números 13 :30). Esta expresión revela la predisposición (actitud) hacia el comportamiento emprendedor, este rasgo es distintivo en Caleb, evidenciando ser capaz y tener los recursos necesarios para desarrollar la acción; hecho que pone en evidencia, su alta percepción de viabilidad de lograrlo con éxito, dicha percepción demostró ser fortalecida por su fe en la promesa que Dios hizo a Moisés de una “tierra donde fluye leche y miel” (Éxodo 3:8)

Esta perícopa nos permite explicar, como en condiciones similares las personas emprendedoras presentan un control conductual de la situación, diferente a los demás, al reaccionar de manera distinta a las motivaciones del entorno.

Todo lo anterior, demuestra que el emprendimiento es un talento confiado por Dios, la gesta de emprender negocios y profesar su fe no son actividades separadas sino más bien se demostraron ser una actividad integradora.

Los emprendedores buscarán el valor más elevado para dotar de bienes y servicios, como una solución ética a una necesidad latente en el mercado, permitiéndoles aportar al crecimiento de las naciones de manera formal y sostenida, al ser responsables con el mercado, estado sociedad y cuidado del medio ambiente.

Los emprendedores reconocen que las riquezas al igual que la capacidad de desarrollar empresa son talentos otorgado por Dios, estos talentos serán medios para presentar su fe al mundo, siguiendo los principios bíblicos además de ser fuente de bendición para los que necesitan un empleo o requieren un producto o servicio de calidad.

2.3. Marco histórico

El estudio del emprendimiento es un tema de amplio debate, se puede identificar robustas bases teóricas como la económica, psicológica y sociológica en la formulación de su concepto y aplicación académica. El predecir la conducta emprendedora se ha convertido en un tema intensamente estudiado por los académicos de distintos países, con el afán de articular esfuerzos académicos, de instituciones privadas y públicas a fin de promover en su comunidad la creación de nuevas unidades productivas con alto grado de innovación y desarrollar las condiciones necesarias para la sustentabilidad de las mismas. A continuación,

se presenta la revisión de la literatura que explica perfeccionamiento de las variables de estudio a lo largo del tiempo.

Los estudios dedicados a comprender las actitudes se desarrollaron inicialmente en la década del 30. López, (1991) explica los trabajos de Lapiere en 1934 , buscando la relación entre actitudes y conductas. Otros autores, como Green, (1954), desarrollaron el esfuerzo académico por teorizar la relación entre la intención y la conducta. Edwards, (1957) postuló la escala de medición de las actitudes que sirvió de plataforma para las investigaciones de la conducta.

Pero es en la década del 70 que se identifica la investigación desarrollada por Ajzen & Fishbein (1974), denominada “Teoría de la Acción Razonada” (TAR) que buscó predecir la conducta de una persona y resalta por tener dos componentes predictores: la “Actitud hacia el comportamiento” y las “Normas subjetivas”. Esta investigación explicó ampliamente la razón por la que las personas crean algunas normas sociales y actitudes a partir de las creencias personales. Estas dos variables fueron consideradas predictoras de la conducta emprendedora siendo una de las obras en la rama de la psicología del emprendimiento con mayor citación.

Los estudios en la década de los 80 de Shapero & Sokol (1982), analizaron las variables predictoras de creación de empresa y como estas son influidas por el entorno tanto cultural y social , el mayor aporte esta investigación, fue formular el modelo del “evento disparador”, explicando que existe un “evento” que acelera el proceso de emprender e impacta en la credibilidad de las personas, como precedente a estimular y determinar sus actitudes, de manera que desarrollan la iniciativa empresarial.

En la década del 90, se caracterizó por ser la época de mayor efervescencia en el estudio de la intención de emprender, perfeccionando la producción teórica en el campo de la predicción de la intención empresarial.

La investigación de Ajzen (1991) planteó la teoría del comportamiento planificado (TPB) partiendo de la teoría de la acción razonada (Ajzen & Fishbein, 1974) e integró la variable control percibido, lo que hoy se define para algunos, como autoeficacia, haciendo al modelo más robusto y base de innumerables artículos de alto impacto y tesis doctorales.

Por otro lado, Krueger & Brazeal (1994) integraron los trabajos de evento emprendedor (EE) y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), en un modelo al que denominaron “Modelo de potencial emprendedor”. Tuvieron como variables predictoras a la deseabilidad y la viabilidad percibida, y el evento disparador del emprendimiento.

El modelo consideró a la gesta emprendedora como una actividad razonada, que requiere de planificación, partiendo de tener una oportunidad productiva y con ello la elaboración de un plan donde analiza las variables del entorno para el logro de los resultados.

Y, finalmente, los aportes de Davidsson (1995) sustentaron una alternativa que amplió desarrollo de los modelos de la década del 90, desde la óptica de los rasgos o características emprendedoras y el enfoque demográfico su investigación denominada “Determinantes de la intención emprendedora”, donde se explica y valida un modelo de cinco variables predictivas de la intención de emprender: En primer lugar “Antecedentes personales”: que agrupa : (a) género, (b) experiencia indirecta de emprendimiento, (c) educación y cambio radical. En segundo lugar, las “Actitudes de dominio” donde agrupa las actitudes vinculadas al emprendimiento incluyendo: (a) la contribución social de los emprendedores, (b) el conocimiento, valorando los conocimientos en la selección de una buena oportunidad de negocio. El tercer agrupamiento denominado “Las Actitudes Generales” que incluye a las variables (a) cambio de orientación, (b) Competitividad, (c) valoración del dinero. El cuarto agrupamiento valora las percepciones de “la situación” consignando a: (a) la situación laboral (b) estatus, (c) reputación, y finalmente “la Convicción” que es un factor similar a la autoeficacia o control conductual percibido. Siendo esta variable la de mayor influencia en el

desarrollo de la intención emprendedora (Krueger & Brazeal, 1994) se dejó en evidencia que el autor asumió como base los modelos existentes y replantea desde la perspectiva de la psicología del emprendedor las condicionantes para la predicción de las intenciones.

Esta investigación, también aportó al registro histórico, el comprender el impacto significativo y positivo de los factores personales sobre las intenciones de crear empresa; además no se presenta una marcada diferencia por género. Por otro lado, las actitudes generales, relacionadas con el logro, la orientación al cambio, la competitividad y la autonomía, explicaron el comportamiento de emprender y dirigir su propia empresa.

En la década del 2000, resaltan los aportes de Veciana & Urbano (2004) en su investigación, asumieron a la teoría evento emprendedor (Shapiro & Sokol, 1982) y la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1991) para explicar cómo estas variables afectan la intencionalidad de crear empresa, de manera que el emprendedor evalúa si el comportamiento futuro le es deseable y viable para su entorno personal. Además, que encuentre algunos disparadores que impulsen su idea y con ello la gesta emprendedora se ve concretada.

Liñán, Urbano, & Guerrero (2011) analizaron las diferencias regionales como variables que construyen la cultura emprendedora y por ende existe una valoración diferente al emprendedor. Del mismo modo, Moriano et al., (2012) incidió en poner a prueba el modelo de intenciones en un enfoque intercultural. Corroboró que la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) es un modelo robusto y puede utilizarse para predecir significativamente la intención emprendedora en diferentes países y culturas, usaron el método estadístico de las ecuaciones estructurales (SEM) corroborando la fiabilidad del modelo; en consecuencia, califican a la teoría del comportamiento planificado como viable para utilizarse en diferentes países y culturas.

Por otro lado, el aporte de Jaén & Liñán (2013) en la validación de un instrumento denominado "The values, motivations and intentions of potential entrepreneurs" (VIE). Los

autores partieron de la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1991), demostrando que supera las limitaciones predictivas de los modelos anteriores aplicando en su trabajo las técnicas de ecuaciones estructurales, siendo este uno de los más importantes aportes en la construcción de la intención emprendedora y como las variables demográficas inciden en la construcción de la norma subjetiva. y más tarde Rueda et al. (2015) amplían el estudio validando el instrumento para Américalatina .

Medina Brito et al. (2014), en su investigación sobre la intención emprendedora de los estudiantes, adoptó el modelo GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey), y tuvo por finalidad analizar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios en el mundo y proporcionar información relevante para la comparación del modelo en más de 40 países.

La investigación abordó la comprensión del proceso de la fundación empresarial y las variables que inciden en la puesta en marcha. Asumió como base teórica el comportamiento planificado (Ajzen, 1991) y la teoría del evento emprendedor de (Krueger & Brazeal, 1994) para determinar que los modelos de intención predicen de mejor manera los comportamientos y utilizan sus variables para modelar la intención de emprender (Francisco Liñán & Chen, 2009). La investigación respaldó la efectividad predictiva de los comportamientos, en base a los modelos de intención, por encima del modelo de los rasgos, las características demográficas, y la cultura emprendedora. Pues ofreció resultados significativos para explicar cómo los factores del entorno afectan a las actitudes de las personas, y estas a las intenciones que a su vez influyen en el comportamiento empresarial.

Uno de los aportes al modelo de intenciones fue demostrar que la intención emprendedora de los estudiantes, se incrementa hasta en 6 veces, después de 5 años de su egreso, corroborando que los estudiantes posponen su iniciativa de emprender, optando por tener experiencia laboral previa a la gesta emprendedora. Por otro lado, no se encontró influencia

de las normas subjetivas en la intención de emprender entendiéndose que la presión social tanto familiar, como de su entorno más cercano, no tiene relación significativa con su decisión de emprender.

Kaltenecker, Hoerndlein, & Hess (2015) asumieron como base la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991) con las variables actitud, norma subjetiva, control percibido, incluyendo en el modelo inicial la variable idea de negocio en una población de universitarios de ingeniería de sistemas y ciencias de la computación.

Los resultados confirmaron la capacidad predictiva del modelo de intenciones en el comportamiento de los estudiantes. Aportaron al modelo de intención emprendedora al incluir la variable idea de negocio. Otro de los aportes de esta investigación, demostró que el control percibido y la idea de negocio inciden significativamente en la intención de emprender de los estudiantes de ingeniería de sistemas. Por otro lado, la idea de negocio y la actitud hacia el comportamiento alcanzó la mayor valoración en los estudiantes de ciencias de la computación.

Finalmente, del 2015 en adelante, la preocupación fue poner a prueba el modelo tomando en consideración los factores culturales, ambientales, y validaron la influencia de las características o habilidades personales de los emprendedores.

De esta manera, Valencia, Cadavid, Ríos, & Awad, (2016) desarrollaron una investigación en la Facultad de minas de la Universidad de Colombia, con el propósito de estudiar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Los autores partieron de la base del modelo de Segal, Borgia, & Schoenfeld (2005) modelo que está basado en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), habiendo retirado del modelo inicial la variable: “Norma subjetiva”, e introdujeron la variable “tolerancia al riesgo”, encontrando influencia significativa y recíproca entre la tolerancia al riesgo y la intención emprendedora; validando el modelo (EIM) “Entrepreneurial intentions

model”, donde los factores explicativos: conveniencia percibida, tolerancia al riesgo, viabilidad percibida e intención emprendedora se encuentran correlacionados entre sí, como lo estipula el modelo de Ajzen (1991); pero no es posible determinar causalidad unidireccional entre los factores y la intención emprendedora por ende no ha podido validar la capacidad predictiva en dicha investigación.

Krauss Delorme, Bonomo Odizzio, & Volfovicz León,(2018) postuló en su modelo de intención de emprender, una relación significativa y positiva entre: la relación con la empresa familiar, la innovación, la motivación a emprender, las actitudes personales, y la intención de emprendedora de los estudiantes universitarios. Además, se evidenció que la región de procedencia también presenta efectos significativos en la intención, de manera que los estudiantes de las universidades situadas en la región sur (Brasil, Chile y Uruguay) tienen más probabilidades de ser emprendedores que los estudiantes de la universidad situada en la región Norte (Ecuador, Colombia, México).

Nowińska & Haddoud, (2019) sustentaron que la intención de emprender se ve influenciada por la interacción de las variables: (a) exposición a modelos de emprendedor, (b) la actitud al comportamiento; y (c) la auto eficacia. El principal aporte de la investigación fue comprobar que las tres variables están asociadas con la intención de emprender y que permite a los educadores diseñar los programas de estudio para los emprendedores. En base a ello es importante notar la variable exposición a los modelos de emprendedor corrobora el trabajo de Da Fonseca, (2015) aconsejando integrar junto los programas de formación la presentación de casos de éxito emprendedor con el objetivo de reforzar el rol que cumple.

En definitiva, la evolución de la manera de predecir el emprendimiento integró los aspectos psicológicos, sociológicos y económicos en la formación de lo que hoy el mundo académico configura como modelos predictivos de la intención emprendedora.

La relevancia predictiva que tiene la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) ha sido corroborada por las investigaciones citadas en el presente trabajo de investigación. Se asume, a partir del mencionado modelo como base para desarrollo de la presente investigación, asumiendo sus limitaciones (Davidsson & Honig, 2003; N. F. Krueger & Brazeal, 1994; Segal et al., 2005; Shapero & Sokol, 1982) y complementado con las implicancias de las características personales del emprendedor (Barba, 2013; González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011; Krauss et al., 2018) de manera que se evidencia un modelo robusto para la predicción de la modelo de intención de emprender.

2.4 Bases teóricas

2.4.1 Emprendimiento

2.4.1.1 El Fenómeno del emprendimiento

Los autores han desarrollado diversas investigaciones tomando al emprendimiento como fenómeno de estudio tanto en economías desarrolladas como en vías de desarrollo (J. Moriano et al., 2012). El emprendimiento es un fenómeno que se ha convertido en el principal motor de crecimiento económico; por ello, los países hoy brindan la mayor importancia a generar un ecosistema donde las personas gestionen soluciones con base a innovación, creatividad, consigan apoyo, asesoramiento y el acceso a fuentes de capital (Serida et al., 2019) de esta manera se busca lograr dinamizar la economía (Díaz-Casero, Hernandez -Mogollón, & Urbano, 2005).

La relación diádica entre innovación y emprendimiento se evidencia en la actividad de emprender buscando desarrollar nuevas empresas y acelerar el crecimiento de las ya existentes. De esta manera, se mantiene una economía saludable procurando la permanencia de las empresas más competitivas y la aparición de nuevas con propuestas de valor que satisfagan la necesidad de una sociedad cada vez más cambiante.

2.4.1.2 Conceptos de emprendimiento y emprendedor

No existe un consenso teórico en la definición de emprendimiento y emprendedor, los distintos investigadores desde su perspectiva han teorizado la definición de emprendimiento, dotando desde su óptica profesional las definiciones de este fenómeno multidisciplinario.

Al analizar etimológicamente la palabra *Emprender*, esta deriva la palabra en latín: “coger o tomar”,

Silva, (2008) considera que *Emprender* proviene de raíces latinas “in, em, *prendere* que significa llevar acabo”.

Por otro lado el vocablo francés: “*Entrepreneur*”, que significa “el que construye una obra”, que a principios del siglo XVI fue usado para referirse a la personas que viajaban al nuevo mundo (Asensio & Vázquez, 2012) como la expedición de Colón con un espíritu aventurero; asumiendo incertidumbre y los riesgos que esto conllevaba (Toro, 2012). La palabra *emprendedor*, más tarde, se utilizó también para identificar a los militares intrépidos, posteriormente este término fue utilizado para identificar a los empresarios pioneros que iniciaban sus empresas (Castillo, 1999) caracterizados por ofertar productos llenos de innovación.

La obra de Jean-Baptiste Say publicada en 1821 descrita por Menudo & O’Kean (2005) sobre el concepto de emprendimiento define al emprendedor como la persona que gestiona una empresa, actuando como catalizador entre el capital y el trabajo. Esta definición ubica al emprendedor como sinónimo de un empresario y es así como el término estuvo siendo tratado hasta principios del siglo XX.

El aporte invaluable de Schumpeter, (1947) conceptualiza que la clave de crecimiento económico está en la innovación y la creatividad, también cataloga a los emprendedores, como agentes de cambio económico, enfoca al emprendimiento como una cualidad personal de un empresario para generar innovaciones pues buscan en sí: “el hacer cosas nuevas o

cosas que ya se hacen de una manera nueva” siendo la que la principal función reformular el patrón de producción mediante una idea innovadora o método tecnológico para desarrollar un producto ya existente de manera nueva.

Siendo el emprendimiento una función de reforma o revolución creativa, factor de creación de riqueza, y que la función para los emprendedores va más allá de ser empresarios, valorando el compromiso con la innovación como factor determinante de la permanencia y riqueza de las empresas.

De igual modo, Druker (2004) refuerza que la definición apropiada de emprendimiento, no debe referirse solamente, a la creación de pequeñas empresas o nuevas empresas, explicando que el término, no está en función de la antigüedad o la envergadura, más bien el término está vinculado al grado de innovación que tienen, dicho de otro modo se enfoca en el cambio que lidera en base al potencial social de la empresa.

Para Formichella (2004), el emprendimiento puede definirse como la capacidad para desarrollar un proyecto con fines económicos, sociales y políticos basado en una propuesta de innovación asumiendo la incertidumbre del entorno. En esa línea de pensamiento, Alcaraz (2006) sustenta el emprender como un comportamiento particular de la persona sumado a la capacidad de ser visionario al definir y lograr los objetivos planteados y utilizar adecuadamente los recursos a su cargo.

Rimington, Williams, & Morrison (2009) conceptualizan al emprendimiento como una conducta para desarrollar un cambio, usando la creatividad y la innovación, en el desarrollo de nuevos productos, procesos o servicios . Los que compiten en mercados nuevos, maduros, con el fin de cubrir las necesidades, impactando positivamente en la economía y sociedad generando bienestar. (R. Rodríguez, María, Claudia, & Mariza, 2011)

Vallmitjana (2014) aporta que el concepto del emprendimiento integra: las actividades de evaluación , análisis de oportunidades productivas, en segundo lugar la planificación y

desarrollo del nuevo proyecto empresarial como una etapa reflexiva además de los esfuerzos para la búsqueda de inversionistas para de la gesta emprendedora.

2.4.1.3. Tipos de emprendedor

La investigación de Schollhamer , citado por Alcaraz, (2006), define cinco tipos de emprendedores:

“El administrativo”: pues usa a la investigación en la generación de nuevas formas de desarrollar las cosas.

“El oportunista”: parte de la capacidad de estar siempre alerta a las oportunidades del entorno que rodea y busca acceder a ellas constantemente.

“El adquisitivo”: tiene como principal fortaleza su capacidad para innovar por ende es creativo y estas características son la plataforma para su crecimiento.

El incubador: por su naturaleza de estar en la búsqueda de oportunidades que le puedan dar autonomía, le genera una plataforma de crear propuestas de valor que puedan convertirse en negocios nuevos.

El Imitador: mejora los procesos a partir de los ya existentes, es un innovador concéntrico, pues el foco será siempre un proceso anterior.

Así también, Alcaraz (2006) continua clasificando al emprendedor: Por su campo de acción, es emprendedor social, cuando su propuesta de valor busca un cambio social con beneficio para un determinado sector en la población. También por el lugar donde desarrolla su gesta emprendedora puede catalogarse como un intrapreneur o emprendedor interno, cuando la persona que emprende al interior de una organización que no es suya.

2.4.1.4 Principales enfoques relacionados al emprendimiento

A continuación, detallamos los principales enfoques que fueron parte de la revisión de la literatura.

2.4.1.4.1 El enfoque económico del emprendimiento

Para describir el enfoque económico partimos del trabajo de Schumpeter (1934), citado por Martes (2010), menciona que el emprender implica :

hacer las cosas de manera nueva, diferente, para romper el equilibrio en el mercado, satisfaciendo una necesidad o en otros casos generando unas nuevas y con un retorno incierto. Schumpeter (1934)

Este concepto aclara que, no basta con impulsar una empresa, sino que son dos factores determinantes del emprendimiento que dinamizan la economía, por un lado el grado de innovación en la gesta emprendedora (Druker, 2004) y por otro lado las características individuales del emprendedor que lo hacen capaz de planificar, ejecutar y lograr los objetivos planteados.

Schumpeter, citado por Rodríguez (2015) sostiene que el ser emprendedor no es ser solo un creativo, tampoco un capitalista . Es concentrar su atención en la gestión de recursos, la toma de decisiones, la capacidad de liderar y organizar de manera innovadora, la propuesta de la naciente unidad económica como se aprecia en la Figura 11



Figura 11. Funciones del emprendedor según Schumpeter citado por F. Rodríguez (2015, p. 7)

El emprendimiento es responsable del crecimiento económico de los países (Chamorro & Villa, 2007; Martes, 2010; Penrose, 2006; Vieira, 2010) siendo los emprendedores los agentes proactivos que continuamente están alertas ante las coyunturas del entorno,

generando oportunidades productivas con el fin de llevar adelante el objetivo de construir una propuesta de valor innovadora (Chamorro & Villa, 2007) maximizando los recursos con los que cuenta.

El componente de innovación que tienen los emprendedores es un factor determinante en la economía de un país (Druker, 2004); con ello, no solo basta montar un negocio, sino que este tenga un grado de innovación, de manera que se pueda ir mejorando las propuestas de valor para el cliente (Kotler & Armstrong, 2008), y de esta manera se evidencia una economía saludable con negocios que nacen rápidamente con grados de innovación y otros que busca subsistir en un entorno cada vez más competitivo mejorando las condiciones de vida de los habitantes de un país y permitiendo el ciclo natural de la economía y redistribución de renta. (Martínez-Román & Romero, 2013; Villarroel, Cabrales, Fernández, & Flores, 2017)

Una de las actividades del emprendedor implica tomar decisiones sobre los recursos escasos, en condiciones de riesgo e incertidumbre, en base su experiencia y trayectoria profesional o empírica (Baumol, 1968; I. M. Kirzner, 1997). La mentalidad emprendedora (Stevenson, 2006) se apoya más en las oportunidades del entorno que en los recursos existentes, por ello el emprendedor está continuamente analizando el entorno en búsqueda de una oportunidad productiva a la que pueda acceder.

Por su parte, Vives (2013), sostiene que el emprendimiento, también está relacionado con la creación de empleo sostenible, dado que al generar nuevas unidades productivas tienen una influencia directa en la oferta laboral en la economía. Demostrando reducir las tasas de desempleo juvenil mediante la participación en programas de entrenamiento, y educación para el empleo, fomentando el desarrollo local y fortaleciendo la cadena de valor en las comunidades.

Por otro lado, el mercado crediticio condiciona al emprendimiento, como lo mencionan Jensen, Leth-Petersen, & Nanda (2014) , al analizar como el aumento en la disponibilidad de crédito, implica un aumento en la actividad emprendedora temprana, pero no tener acceso a fuentes de financiamiento impide el nacimiento empresarial formal y da espacio a otras fuentes de financiamiento más onerosas para el naciente emprendedor . Este es el principal problema económico que afecta al emprendimiento por ello los países han implementado las líneas de capital semilla en sus políticas de gobierno, la apertura para capitales de inversionistas ángeles, por su lado los ecosistemas de emprendimiento han generado herramientas de financiamiento alternativas, mediante plataformas digitales como el crowdfunding (Collazos, 2018) a fin de dotar del acceso al financiamiento para alcanzar la oportunidad productiva al desarrollar la gesta empresarial.

2.4.1.4.1.1 EL Global Entrepreneurship monitor (GEM).

Siendo el emprendimiento es de tanta importancia para la sociedad, los países vienen desarrollando políticas de fomento a la actividad emprendedora (Beraza Garmendia & Rodríguez Castellanos, 2011) y tanto el estado como el sector privado tienden a medir el espíritu emprendedor con el fin de dotar de información confiable para monitorear la gesta emprendedora por ende el impacto en la economía y el empleo; de manera que contribuya al debate y construcción de políticas multisectoriales que promuevan la innovación y el emprendimiento.

El Global Entrepreneurship monitor (GEM) es una iniciativa de investigación de la actividad emprendedora en el mundo(Seriida et al., 2012). Este proyecto inició en 1997 con la dirección del Babson College y London Business School. El GEM tiene la finalidad de presentar información confiable sobre: las características y niveles de la actividad

empresarial y, por otro lado, el impacto del emprendimiento en la economía de las naciones.

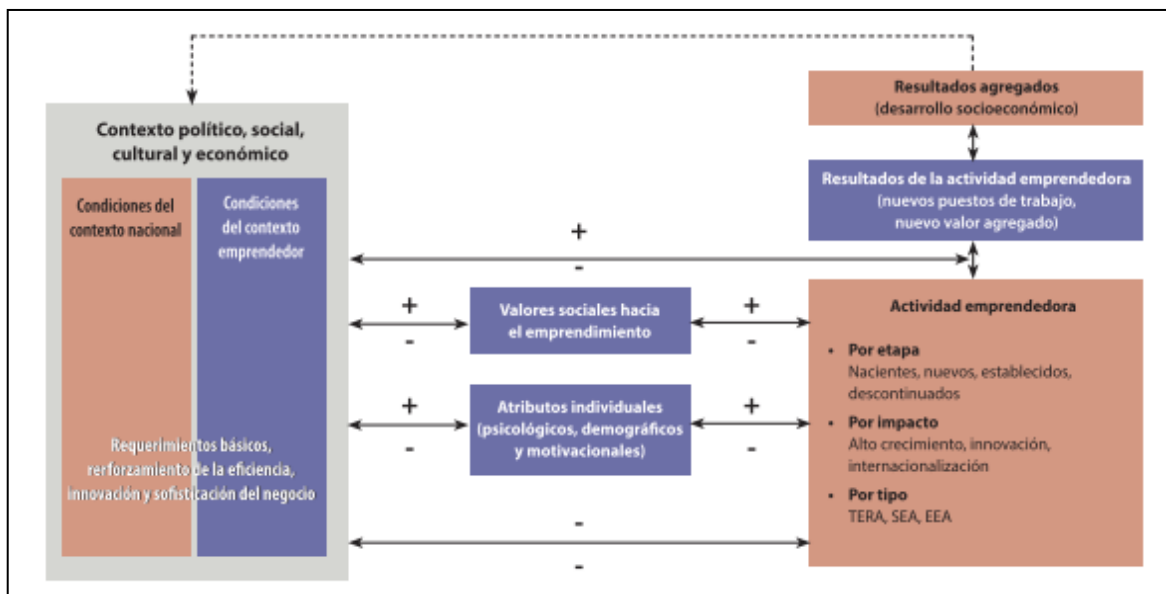


Figura 12. Modelo del Global Entrepreneurship monitor extraído de Guerrero et al., (2016 p.18)

El GEM está basado en un modelo conceptual, que considera al emprendimiento como un proceso que se desarrolla por personas con atributos individuales, demográficos, psicográficos y explica metodológicamente: como el emprendimiento contribuye al crecimiento económico de los países véase la Figura 12

Por otro lado, el GEM también considera tres etapas en el proceso emprendedor (Serida, Nakamatsu, Borda, & Morales, 2013) siendo la concepción, nacimiento y consolidación como el proceso aceptado por los académicos en el mundo.

En la primera etapa o nacimiento, involucra a toda la persona que cuentan con habilidades, conocimientos técnicos o empíricos, conocen su entorno y que tienen intenciones de iniciar emprendimiento La segunda etapa se encuentran los emprendedores nacientes, personas que están implementando su empresa, han contratado personal y vienen operando en un lapso de máximo 3 meses. La tercera etapa agrupa a los emprendedores que han gestionado su negocio entre 3 y 42 meses siendo denominados como emprendedores nuevos, como se puede apreciar en la Figura 13.

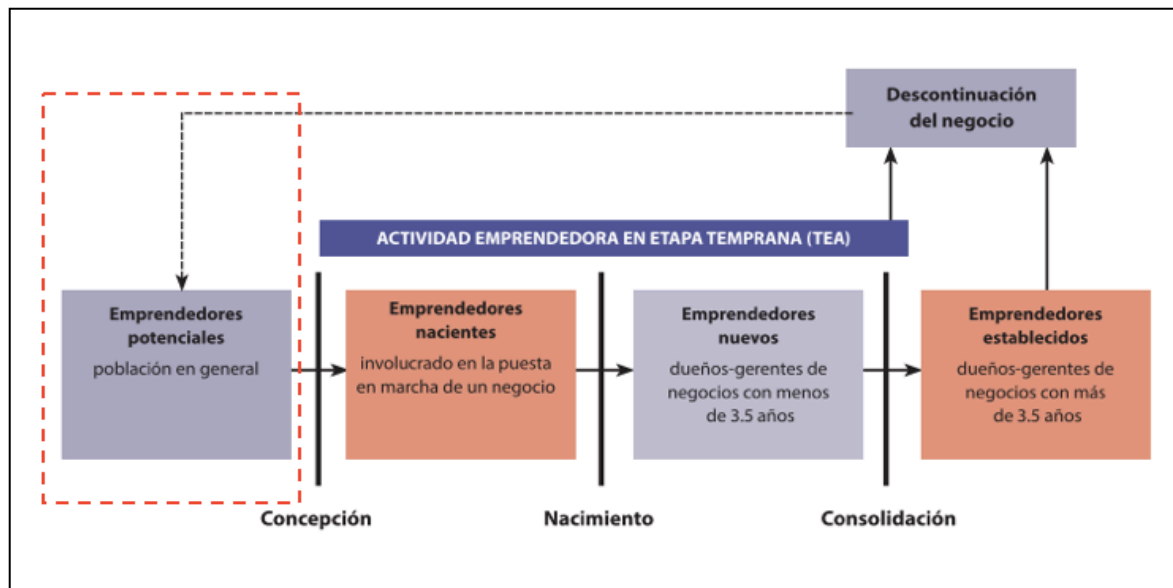


Figura 13. El proceso emprendedor de Reynolds citado por Serida et al., (2019 p.18)

Finalmente, la cuarta etapa incluye a los emprendedores establecidos, agrupa a los empresarios que han mantenido sus emprendimientos y cumplido sus obligaciones laborales por más de 42 meses de funcionamiento ininterrumpido.

La presente investigación ubica su campo de análisis, en la primera etapa del proceso emprendedor, siendo la etapa de la concepción donde se ubican los estudiantes con competencias y habilidades emprendedoras; profesionales con experiencia y emprendedores, que han decidido montar una unidad económica con un grado de innovación capaz satisfacer las necesidades del mercado.

El GEM mide esta etapa con el índice denominado TEA (total entrepreneurial Activity) observando la actividad emprendedora en etapa temprana. Las altas y bajas, además de registrar los nuevos ingresos formales.

Finalmente, el emprendimiento es la principal herramienta de impulso a la economía de un país (Casero, Mogollón, & Pulido, 2007), por ello todos los países hoy promueven políticas de fomento al espíritu emprendedor, estimulando todos eslabones cadenas de valor de la economía. Si bien el emprendimiento tiene por finalidad crear bienestar económico

mediante la actividad empresarial, debido a su componente creativo en base la innovación y deber ser capaz de satisfacer continuamente las necesidades del mercado y también mejorar las condiciones de vida de las personas.

El rol del emprendedor en la economía se enfoca como principal actividad ser innovador y gestionar los recursos, estar continuamente analizando el mercado y gestando de planes de negocio con las características personales, creencias, valores y cosmovisión (Alcaraz, 2006; Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)

En consecuencia, se entiende que el emprendimiento evidencia ser un fenómeno sistémico, económico, social , político y hasta ser una decisión de carrera (Cruz, 2005), como estudiar ingeniera o administración.

Los teóricos centran su atención en el emprendedor, sus rasgos, habilidades y forma de evidenciar las oportunidades. Caracterizando al emprendedor por impulsar el cambio a partir de su actitud pionera, al desarrollar una propuesta de valor para un mercado con necesidad en condiciones de incertidumbre y asumiendo riesgo. En segundo lugar, los resultados de la obra del emprendimiento dinamizan la economía nacional y mundial mediante la innovación y creatividad de las propuestas de valor.

2.4.1.4.2 El enfoque psicológico del emprendimiento

Existe una vasta cantidad de artículos que abordan el interés por describir el emprendimiento, agrupados en la teoría psicológica del emprendedor, buscando ir más allá de la teoría económica donde se resaltó la actitud pionera, generadora de empleo y riqueza en los países.

Los aportes de la Psicología asumidos en el presente trabajo de investigación abordan la psicología del emprendimiento: analizando los atributos psicológicos de la personalidad, rasgos y características individuales del perfil del emprendedor. y por otro lado el enfoque conductual que busca explicar cómo predecir el comportamiento emprendedor.

2.4.1.4.2.1 Los rasgos del emprendedor

El enfoque psicológico centra su esfuerzo en analizar las características personales de los emprendedores y sus diferencias, además de prestar atención a las variables demográficas, con el fin de determinar los elementos cualitativos del perfil del emprendedor,

Carlo Martínez (2017) sostuvo que , los rasgos del emprendedor incluyen el estudio de la personalidad, las capacidades personales , los motivos, actitudes, temperamento.

El comportamiento del emprendedor esta predeterminado por los rasgos de la personalidad. Tarapuez Chamorro, Zapata Erazo, & Agreda Montenegro (2008) resaltaron los aportes de Keith (2002) , que afirma que los emprendedores tienen características particulares como: asumir riesgos, creatividad, imaginación, persistencia, la genética de los negocios y la efectividad de logro de los objetivos. Siendo la más controversial el hecho de: atribuir la competencia de gestión de empresa a un rasgo genético poco probable.

En esa línea de pensamiento, Frese (2009) presentó el modelo de características del éxito del emprendedor, las que dependen en gran medida de las denominadas características de acción como: iniciativa personal, búsqueda de oportunidades e información, redes sociales, y orientación emprendedora entre las más resaltantes (Amésquita, 2017). Como se puede apreciar en la Figura 14, los antecedentes motivacionales, cognitivos y las características de acción actúan como moderadoras del éxito emprendedor.

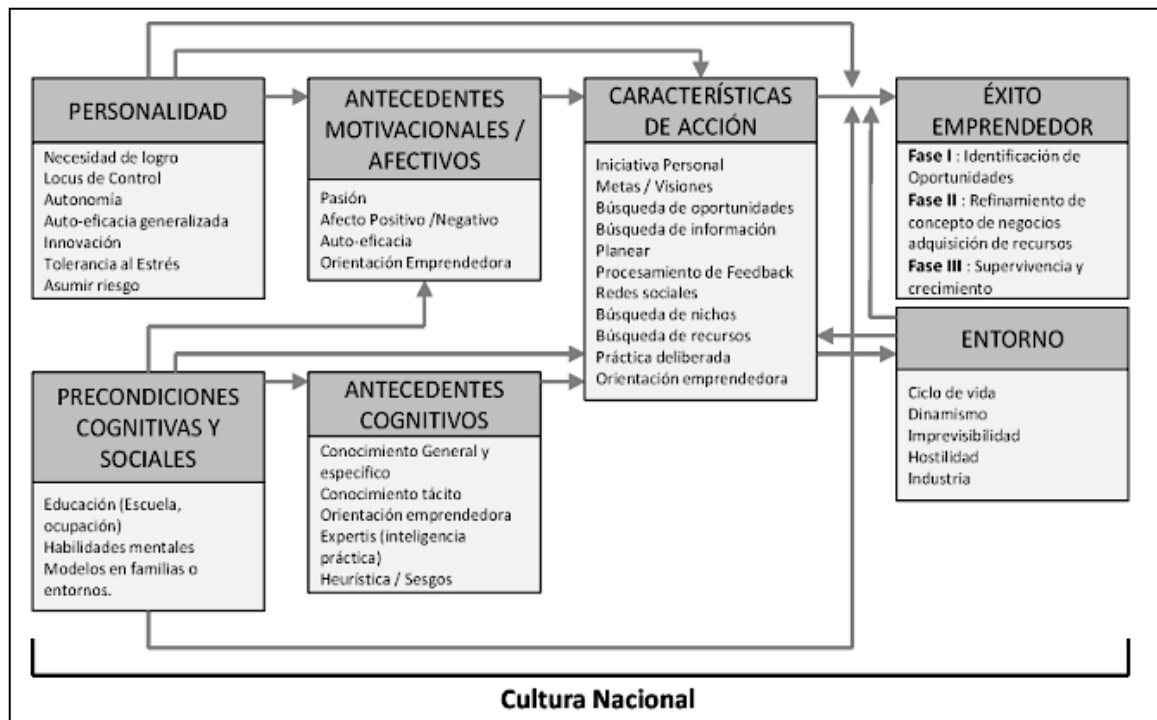


Figura 14. Modelo de características del emprendimiento de Frese (2009), adaptado por Amésquita, (2017 p.71)

Rodríguez(2015) explica las variables asociadas al perfil del emprendedor resaltando a: la auto eficacia emprendedora, la posición de asumir riesgos, el locus de control interno, la creatividad e innovación, la proactividad y la perseverancia. En esa línea de pensamiento, Sánchez García (2010) conceptualiza a la autoeficacia emprendedora como las habilidades de la persona para desempeñar actividades requerías en la gesta empresarial y se convierte en una característica de suma importancia. Así también, Lozano & Saches (2014) destacan a la autoeficacia como el control de una situación dada y la percepción de alcanzar un trabajo concreto. Por otro lado Manosalvas (2017) delimita a la autoeficacia como el afrontar los cambios inesperados y la identifica como la variable que tiene la mayor relación con la intención de emprender.

2.4.2. Variable Intención emprendedora

La intención emprendedora es definida como el grado de compromiso futuro que las personas tienen por optar o no por: (a) la creación de una nueva empresa, o (b) desarrollar una nueva propuesta de valor al interior de en una organización ya existen. (Krueger, 1993)

El estudio de la intención emprendedora ha sido desde la década del 90 un fenómeno intensamente estudiado y la predicción de la conducta en base al modelo de intenciones en uno de los constructos más fiables,(Barral et al., 2018; Krauss, 2011; N. F. Krueger & Brazeal, 1994; Oliveira et al., 2016; Soria-barreto, Zuñiga-Jara, & Ruiz-Campo, 2016)

La intención emprendedora sustenta ser una variable que precede a la conducta (F. Liñán & Chen, 2006) y la relevancia que tiene la educación emprendedora en las intenciones de creación de empresa (Cortés & Montoro, 2014).

2.4.2.1 La teoría del comportamiento planificado.

La teoría del comportamiento planificado planteada por Ajzen (1991) es una extensión de la teoría de la acción razonada postulada por Ajzen & Fisbhein(1974) donde afirman que este modelo es lo suficiente mente robusto para predecir del comportamiento emprendedor (Doanh & Bernat, 2019; N. F. Krueger & Brazeal, 1994; Maluk Salem, 2014).

La teoría del comportamiento planificado (TPB) explica la intervención de tres predictores conceptualmente distintos que actúan simultáneamente en la predisposición a desarrollar una conducta. Ajzen (1991) sustenta que la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y comportamiento percibido inciden significativamente en la intención y esta a su vez ejerce influencia significativa sobre el comportamiento de una persona. véase el modelo teórico en la Figura 15.

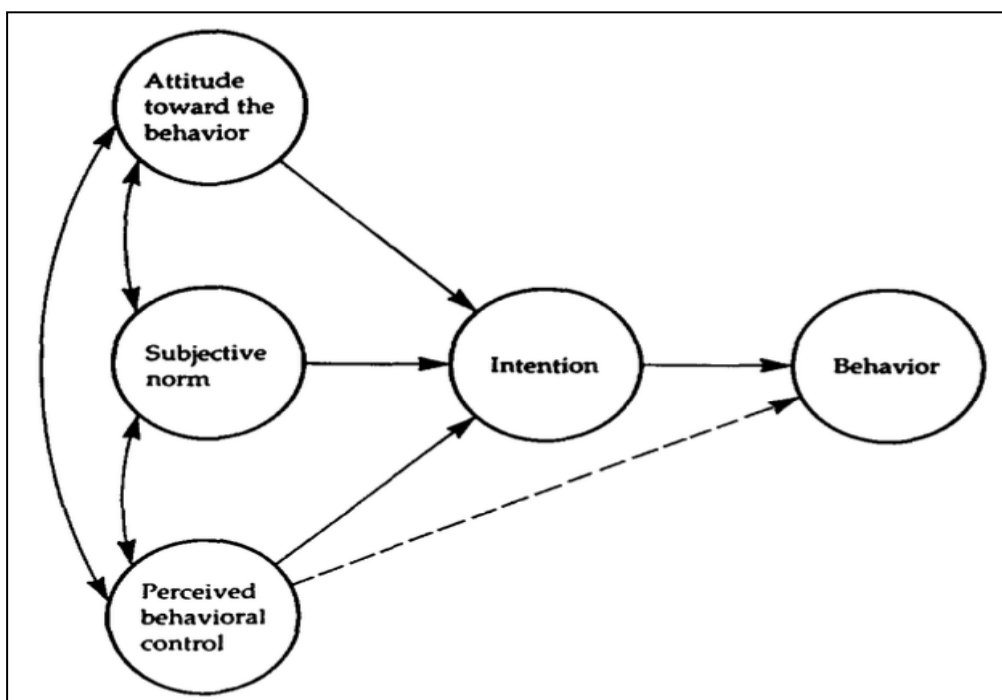


Figura 15.. Teoría del comportamiento planificado, extraído de Ajzen, (1991, p. 182)

Siendo que la presente investigación parte de la base la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991). A continuación se definen las dimensiones de la variable intención emprendedora.

2.4.2.2 Actitud hacia el comportamiento

La actitud al comportamiento mide la valoración positiva o negativa de seguir o no un comportamiento.(Ajzen, 1991; Campos & Martínez, 2011; Jaén & Liñán, 2013; F. Liñan, 2004; M. Rodríguez et al., 2015), en el caso de la intención emprendedora, de convertirse o no en emprendedor.

Ajzen (1991) afirmó que las actitudes se forman a partir de las creencias individuales acerca de un objeto con atributos y características particulares, Alonso (2012) corroboró que las actitudes son aquellos sentimientos que una persona tiene acerca de un concepto, objeto o comportamiento.

La actitud es una evaluación personal (Ajzen, 1991) compuesta por las creencias y la percepción que tiene el emprendedor, entonces valora las percepciones en cuanto a: si le es favorable o desfavorable, el desarrollar del comportamiento materia de estudio.

Siguiendo esta línea de pensamiento, Liñán & Chen (2006) consideraron que la actitud hacia el comportamiento incluye una valoración afectiva, en la que la persona evalúa la viabilidad de la decisión de ser emprendedor, si esta le hace sentir bien además evalúa también si le es favorable o agradable, por otro lado emite una valoración de resultados futuros en función las ventajas y desventajas de seguir ese comportamiento. Así también, Maluk Salem (2014) enfatizó que la actitud parte de las creencias del individuo y la percepción futura de ejecutar la acción , sobre esta expectativa desarrolla la evaluación de los resultados de comportamiento futuro y genera una disposición sea positiva o negativa.

Esta variable nos permite entonces comprender y explicar por qué las creencias de las personas predisponen comportamientos y actitudes diferentes en un mismo contexto.

2.4.2.3 Norma subjetiva

Es la evaluación personal de seguir un comportamiento en función de la valoración de su entorno cercano a la persona , al aceptar la decisión que este está tomando, (Ajzen, 1991; Campos & Martínez, 2011; Idrovo, 2018; F. Liñán & Chen, 2006; Francisco Liñán, Nabi, & Krueger, 2013; Nasar, Kamarudin, Rizal, Thi, & Ngoc, 2019), en el caso de la intención emprendedora, mide la presión social de la elección de ser emprendedor.

La norma subjetiva, agrupa a las creencias normativas del individuo que construye a partir de la cultura, la sub cultura, el hogar entre otros ambientes de su entorno más cercano definiéndose como la presión social que se ejerce sobre llevar o no cabo la conducta.

Ajzen(1991) describió a la norma subjetiva como la presión social, las creencias normativas se forman en el tiempo por el contacto con la cultura (Moriano et al., 2012) y la sub cultura o entorno inmediato (Aeeni, Motavaseli, Sakhdari, & Dehkordi, 2019) ya sea

familia, grupos de referencia como amigos o compañeros de estudio; por otro lado inciden también los valores practicados (Jaén, 2014; Maluk Salem, 2014) que son aceptados por el grupo de referencia, el grupo al que aspira y finalmente también por el grupo al que realmente pertenece.

2.4.2.4 Control conductual percibido

El control conductual percibido es la percepción que tiene la persona de facilidad o dificultad de realizar el comportamiento emprendedor.(Campos & Martínez, 2011; Galleguillos-Cortés et al., 2019; Paul et al., 2017; Schlaegel & Koenig, 2014; Ubierna, 2015).

Ajzen(1991) explicó que el comportamiento conductual percibido es influenciado por las creencias de control (Romani, Atienza, & Rojas, 2016). Además, toma en cuenta la experiencia pasada, los problemas, barreras y obstáculos que le fueron y son relevantes al individuo (Kaltenecker et al., 2015) y los pone como base para evaluar la factibilidad de desarrollar lo pensado (Torres-Coronas & Vidal-Blasco, 2019). Complementando lo mencionado, Rueda et al. (2017) mencionó que por lo general las personas tienden a desarrollar actividad que de dominio personal, y por ende controlables; por ello, que considera al control condutal como la capacidad para desarrollar un comportamiento. Los trabajos de investigación mencionados dejan claro el alto impacto que tiene el control conductual percibido sobre la intención.

Para el estudio de la intención emprendedora, el control conductual percibido se refiere a la percepción del individuo sobre la facilidad o dificultad de emprender y está asociado a la motivación (intención) y a la habilidad (control conductual) de las personas, podríamos resumir que es la confianza en su capacidad para desarrollar un emprendimiento.

Los trabajos de investigación de Medina Brito et al., (2014; J. A. Moriano, Topa, Molero, & Lévy-mangin(2012); Paul et al.(2017); Yurtkoru, Kuşcu, & Doğanay (2014) concuerdan en sustentar el poder predictivo que tiene la teoría del comportamiento planificado (TPB),

comprobando tener una relación positiva y significativa de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control percibido sobre la intención de emprender como también se pudo evidenciar en los antecedentes mencionados en el presente trabajo de investigación.

2.4.2.5 El Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS).

Otra de las iniciativas a nivel mundial para monitorear y generar ideas innovadoras sobre el emprendimiento es el proyecto GUESSS que reúne a más de 1000 universidades de 50 países e involucradas con esta iniciativa.

Medina Brito et al., (2014) describe al Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey, como un proyecto mundial que tiene por objetivo medir la intención emprendedora, el emprendimiento naciente, el crecimiento de nueva empresa y la sucesión de empresa familiar en estudiantes universitarios en el mundo.

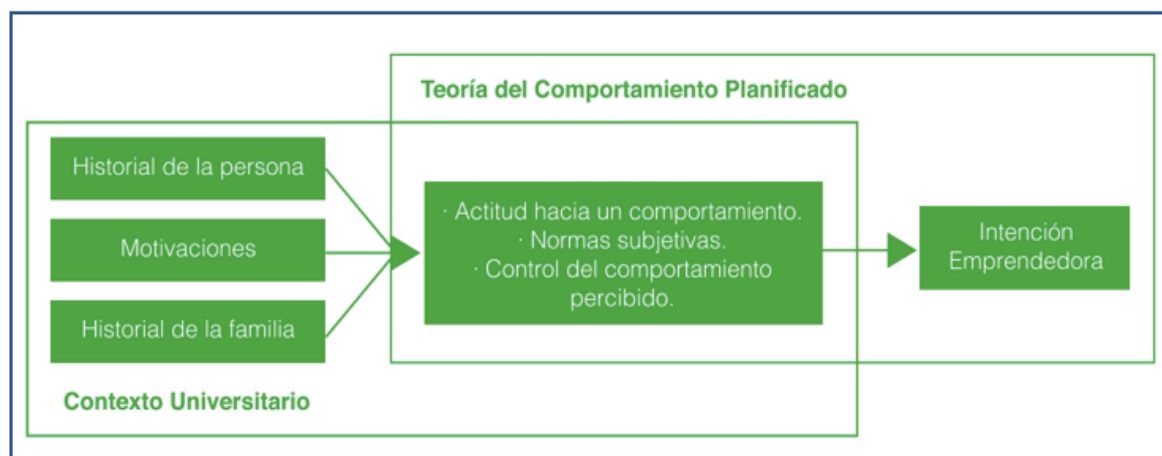


Figura 16. : Modelo conceptual del proyecto GUESSS. extraído de Romani et al., (2016, p 3)

Como se puede apreciar en la Figura 16, el proyecto GUESSS parte de la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991; Ajzen & Fisbbein, 1974; Ajzen & Fishbein, 1980), en un contexto universitario con normas, reglas y un ecosistema que contribuye a desarrollar una actitud hacia el emprendimiento a través del currículo universitario de la oferta académica y ,por otro lado, la situación particular de los estudiantes como el historial familiar, las motivaciones y el historial personal. Romani et al. (2016) manifestó que en el

contexto universitario se puede potenciar la actitud hacia el emprendimiento, si se potencia el control conductual percibido de los estudiantes mediante su oferta académica priorizando las practicas o pasantías y los cursos vinculados a la educación emprendedora.

2.4.3. Variable características emprendedoras personales (CEPs).

Las características emprendedoras personales, parten del estudio realizado por McClelland (1961) en diferentes países del mundo donde se identificó diez rasgos comunes que definen a un emprendedor exitoso divididos en tres grupos: el logro, la planificación, y el poder personal o auto confianza. Kolshorn y Tomeckom, citado por (Paredes, 2009) determino las características emprendedoras de los tres agrupamientos que a continuación definimos en la Figura 17.

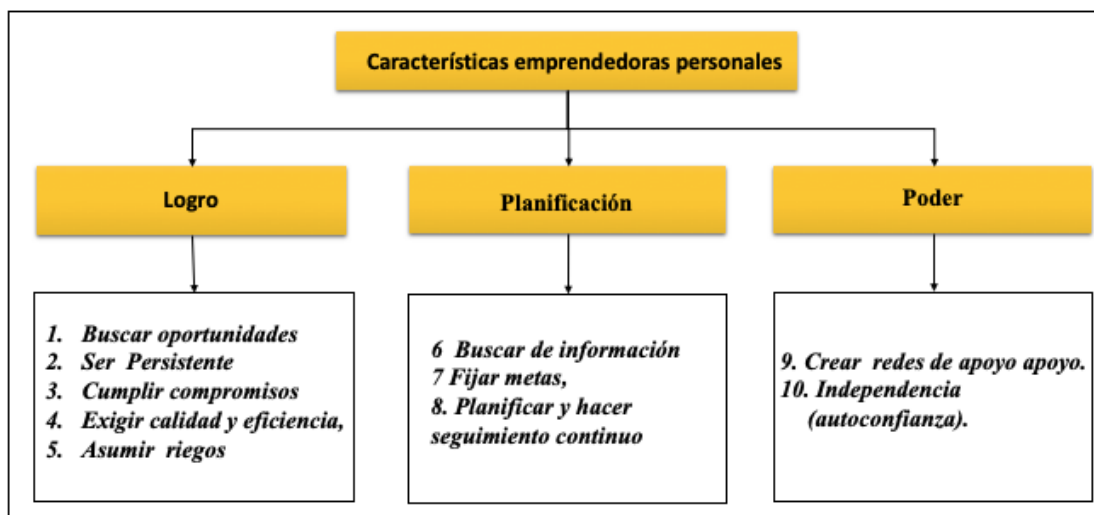


Figura 17. Características emprendedoras personales (CEPs) elaboración personal en base a Paredes (2012)

La metodología de Creación de empresas y Formación de Emprendedores (CEFE) difundió este cuestionario además de aplicar un conjunto de instrumentos de capacitación y métodos de aprendizaje experimentales enfocados mejorar la gestión empresarial y las competencias personales, dirigiendo sus resultados a la generación de ingresos, empleo y desarrollo económico (Paredes, 2009).

2.4.3.1. La teoría de los factores motivacionales de McClelland.

La literatura sobre los rasgos de la personalidad del emprendedor inician con los aportes de McClelland (1961) formula la teoría de los tres factores, o tres necesidades fundamentales. Identificando que las personas buscan satisfacer tres tipos de necesidades personales: La necesidad de Logro, la necesidad de Poder, la Necesidad de Afiliación.

La investigación de McClelland (1961) sustentó que, la necesidad de logro está asociada en la intención de emprender (Cromie & Johns, 1983), siendo el factor de mayor impacto en el crecimiento económico (Marulanda & Montoya, 2014), además concluye que el emprendimiento no es un rasgo hereditario, finalmente incide en que la necesidad de logro recibe influencia de la cultura, familia y presión social al que está expuesta la persona.

El mayor aporte para la construcción del perfil del emprendedor dado por McClelland (1961) fue direccionar la teoría de los tres factores para explicar el comportamiento emprendedor, al identificar diez características que comunes, entre emprendedoras exitosas en el mundo, esta investigación permitió desarrollar el instrumento de características emprendedoras personales (CEPs) que permita identificar las motivaciones que caracterizan a un emprendedor de éxito (McClelland, 1975) a continuación describimos:

Las motivaciones de logro fueron incluidas las características: (a) búsqueda de oportunidades e iniciativa (b) ser persistente (c) cumplimiento de los compromisos (e) exigencia de calidad y eficiencia, (f) asumir riesgos.

En las motivaciones de afiliación, que más adelante se llamaría de planificación (Martínez, 2008) reúne las características de: (a) fijarse metas, (b) buscar información (c) Planificación y seguimiento sistemático.

La motivación de poder agrupa las características: (a) persuasión y redes de apoyo, y (b) independencia y auto confianza .

Estas necesidades que se pueden evidenciar en distintas culturas, no distinguiendo raza, sexo, psicosocial y país de residencia (Mc Clelland, 1986; McClelland, 1961).

Cromie & Johns (1983) enfocaron al emprendimiento como una característica de la personalidad, en su trabajo de investigación al comparar a gerentes y emprendedores en iguales condiciones ante la misma situación y función social. Sostienen que las características más resaltantes y mejor valoradas fueron: la responsabilidad la determinación, la perseverancia y la confiabilidad. Distinguiendo que las habilidades para gestionar un negocio son diferentes que las habilidades para iniciar un negocio. Por su parte Stewart, (1990) sostiene que los rasgos más resaltantes en los emprendedores son : la motivación al logro, la innovación y la propensión al riesgo; estos hallazgos se obtuvieron como resultado de su investigación entre gerentes de empresas líderes y emprendedores.

Investigaciones más recientes (De Jorge, 2013; Hernández Carrión, 2011; M. I. C. López & Mondragón, 2013; Sánchez Almagro, 2004) consideran dentro de las características más relevantes : a la necesidad de logro, el asumir riesgos, la tolerancia a la ambigüedad, el locus de control interno, la actitud emprendedora y la auto confianza, como factores que explican la intención de emprender y son comunes en los empresarios exitosos, también se evidencia en la literatura que las características o rasgos de la personalidad del emprendedor tienen poco poder predictivo sobre la conducta y son utilizadas más para explicar el perfil del emprendedor.

En base a la teoría revisada anteriormente a continuación se definen las dimensiones del constructo de características emprendedoras personales:

2.4.3.2. Logro

La capacidad de lograr los objetivos es una cualidad distintiva del emprendedor (Schumpeter, 1934), además se evidencia su actitud pionera (Camacho, Aramendía, & Messina, 2013) y el control sobre las situaciones presentes y futuras que aún no conoce

(Santín, 2012); este constructo agrupa las características emprendedoras: Ser Persistente , búsqueda de oportunidades, exigir eficiencia, asumir riesgos calculados y cumplir compromisos. Para McClelland (1961) esta dimensión es conocida como la necesidad de logro abarca el deseo de alcanzar metas, asumir desafíos personales y laborales, asumir tomar riesgos, los individuos tienden a trabajar solos, y evidencian un elevado Locus de control interno.

2.4.3.3. Planificación

Es La particularidad de planificar y desarrollar seguimiento, este constructo enfoca la orientación estratégica del emprendedor priorizando la capacidad de proyectarse a futuro (Nuez & Górriz, 2008) de manera ordenada y visionaria organizando la plataforma de gestión para el logro de los objetivos propuestos (Puga Villarreal & Martínez Cerna, 2008). Este agrupamiento reúne las variables: La buscar de información, planificación continua y fijar metas. Esta dimensión refleja la necesidad de afiliación, se caracteriza por la necesidad de pertenencia a un equipo o grupo social, la necesidad de interactuar con otras personas, la búsqueda de consenso y respaldo de los demás ubicando aquí a los individuos con marcada tendencia al trabajo colaborativo

2.4.3.4. Poder

La particularidad de usar del poder, En este agrupamiento el emprendedor evidencia la autoeficacia percibida (Soria-barreto et al., 2016) de llevar adelante su emprendimiento, además de la capacidad de administrar su capital social individual (Hernández Carrión, 2011) basado en la capacidad de gestionar sus redes de apoyo y atracción de recursos. Este constructo reúne: La confianza en sí mismo, el ser persuasivo y el construir redes de apoyo. Para McClelland (1961), la necesidad de poder, agrupan las necesidades de reconocimiento social, las de influir en la persona, el armar redes el control de situación y grupos humanos identificando a los individuos con marcada tendencia a la independencia el dinamismo.

2.4.4 Modelos de intención emprendedora

Como parte de la revisión de la literatura del presente trabajo de investigación, se ha catalogado en la Figura 18 los principales modelos de intención emprendedora de mayor citación por los investigadores con el fin de dotar un enfoque actual de la intención de emprender.

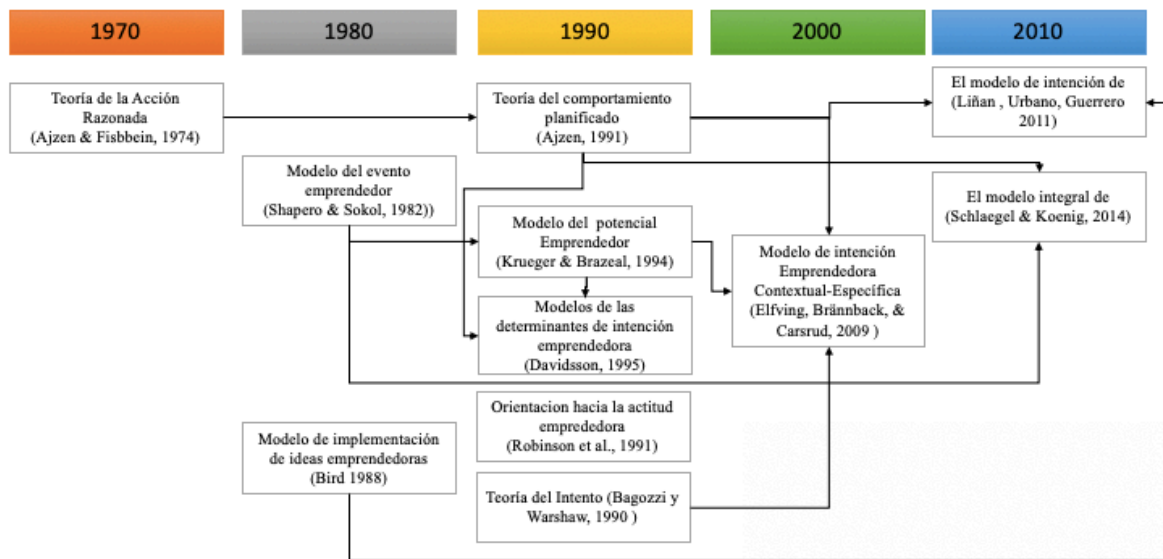


Figura 18.: Análisis de los modelos de intención emprendedora elaboración basada en Bueckmann, (2014).

Se puede identificar el incremento de la teoría en base a once modelos que estudian la intención de creación de empresa, se puede evidenciar que hubo una efervescencia en el tema de intención en la década de los 90 en cinco modelos que son los más citados por los académicos a la fecha.

2.4.4.1 Modelo de la Teoría de la acción razonada

El modelo explica la conducta a partir de dos variables predictoras que influyen en la intención partiendo del supuesto que los seres humanos son racionales y seleccionan, clasifican y ordenan la información disponible para las acciones emprendidas y toma como

base las creencias de la persona, las agrupa en dos constructos como se aprecia en la Figura 19.

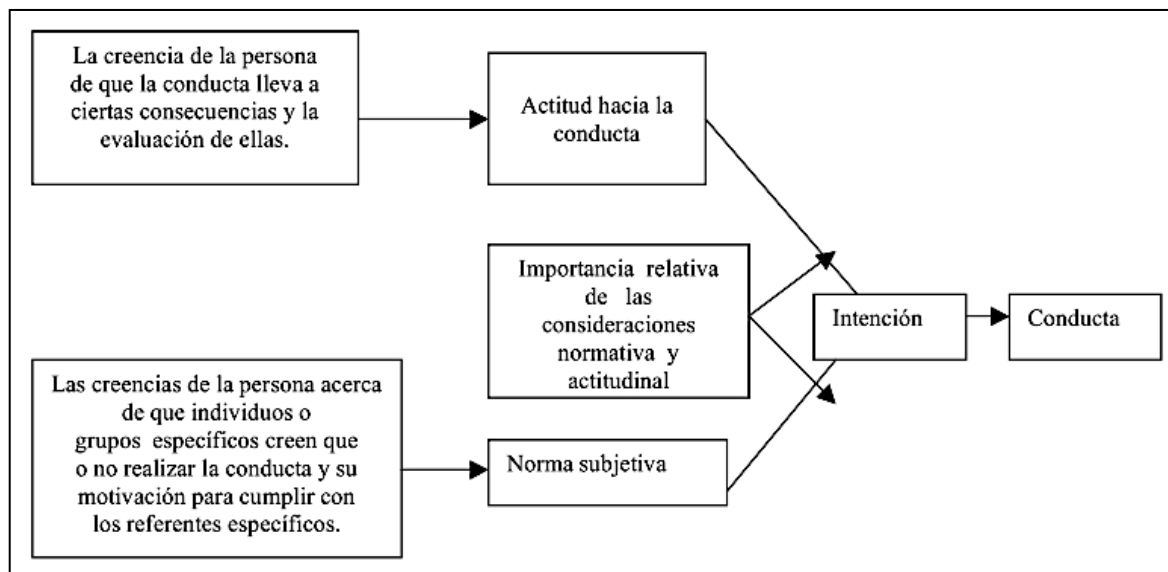


Figura 19.: Modelo de la razón Planeada de Ajzen & Fishbein (1980)

La actitud hacia la conducta es la percepción positiva o negativa hacen del hecho de seguir una determinada conducta (Ajzen & Fishbein, 1974) esta se ve influenciadas por las creencias relacionadas al individuo, que forman sus juicios de valor (López, 2010) y las evaluaciones de los atributos de un objeto, acción o persona. Si las personas evalúan una conducta como positiva entonces la tomarán.

La segunda variable es la norma subjetiva, que es la presión social que asumen la persona si es que decide seguir una conducta determinada (Ajzen & Fishbein, 1974), y abarca a las creencias del entorno social cercano a la persona (Bandura, 1977), los cuales influyen en el individuo y las acciones socialmente aceptables para él; en ese sentido, al considerar una conducta como positiva personalmente, creen que otros, ya sea una persona o grupo relevante para él, consideran que debe realizarla.

Las críticas a la teoría de la acción razonada menciona que los factores ambientales en situaciones de incertidumbre no han sido tomado en cuenta (Alonso, 2012); por otro lado, los factores demográficos y características personales están soslayados (Aponte García, 2002);

por ello, los autores sugieren combinar más de un modelo (Galleguillos-Cortés et al., 2019; Kadir, Salim, & Kamarudin, 2012b; Paredes Juárez, 2015) como evidencia en los modelos en la década del 90 y 2000 que explican la intención de emprender.

2.4.4.2. Modelo de Teoría del comportamiento planificado

La teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) parte de la base la teoría de la acción razonada (Ajzen & Fishbein, 1974; Ajzen & Fishbein, 1980). Los autores incorporan el constructo del control percibido del comportamiento, como se puede apreciar la Figura 20

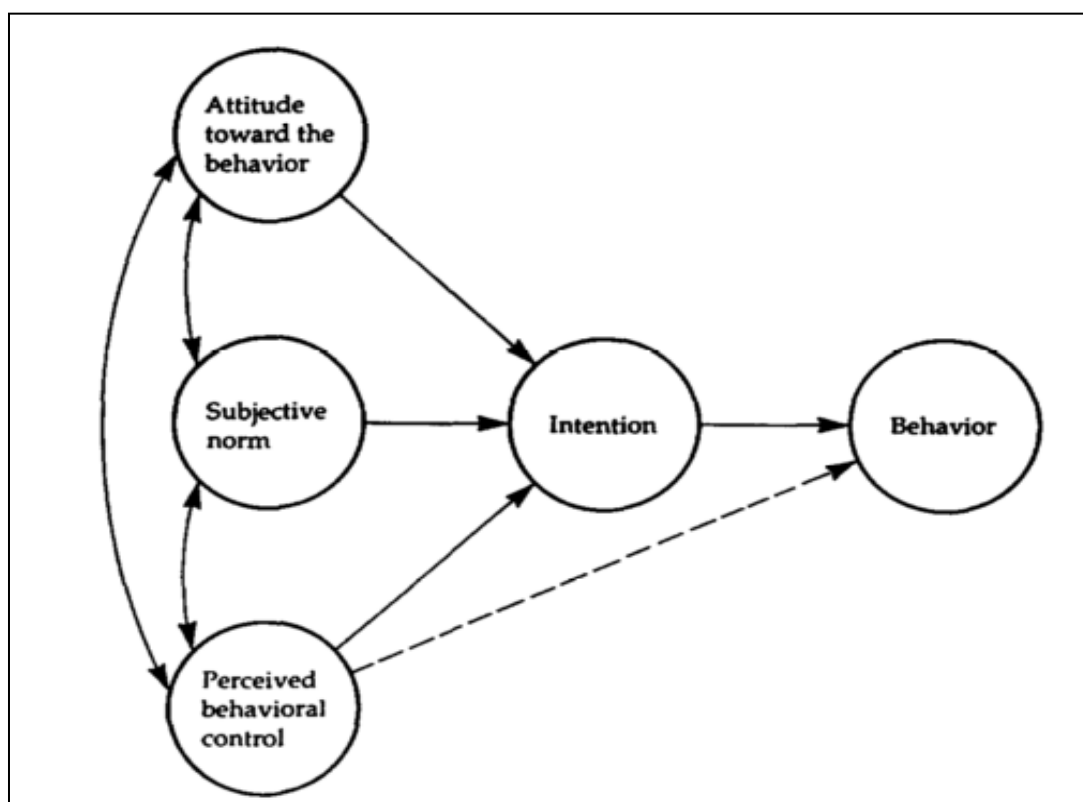


Figura 20.: Modelo del comportamiento planificado (Ajzen, 1991)

El control percibido se entiende como la facilidad o dificultad que perciben tener las personas para llevar a cabo un comportamiento (Ajzen, 1991) tomando la experiencia, capacidad y habilidades que posee la persona para el logro de un resultado o comportamiento. Esta variable influye tanto en la intención emprendedora, como en el comportamiento. Si bien es cierto los autores hacen énfasis en la variable “control conductual percibido”, presentando evidencia empírica de la influencia sobre la intención, también el control está

asociado a la motivación y a las habilidades de las personas, (Ajzen, 1991) de esta manera se infiere que la teoría del comportamiento es lo suficientemente robusta para predecir las intenciones.

2.4.4.3 Modelo del evento emprendedor

El modelo del evento emprendedor (Shapero & Sokol, 1982) conceptualiza que emprender es el resultado de la influencia de los factores económicos, socioculturales y características personales, Rodríguez (2015) menciona que es el modelo más estudiado por los académicos en el campo de la intención emprendedora véase Figura 21.

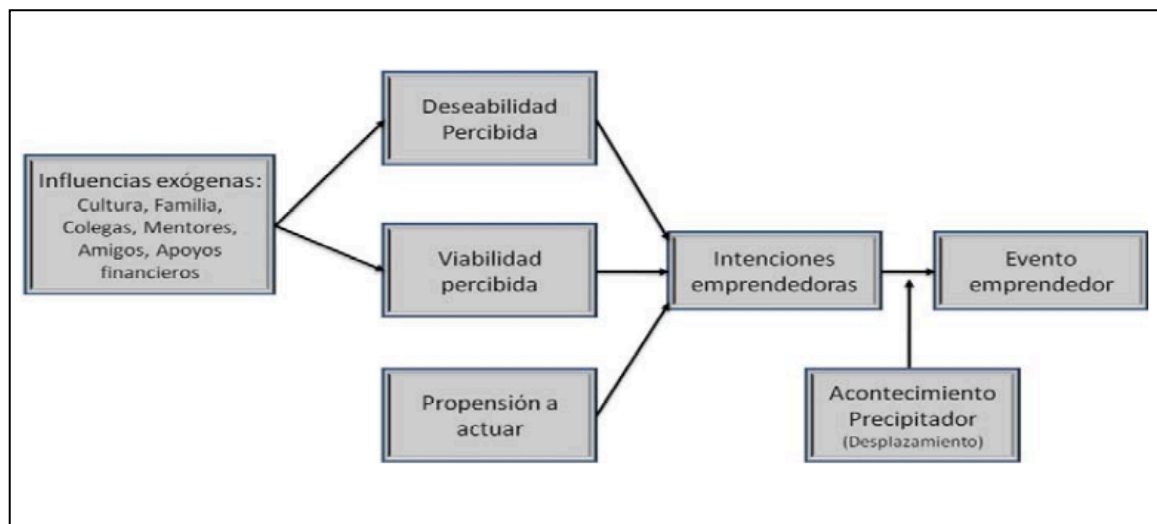


Figura 21.: Modelo del evento emprendedor de Shapero y Sokol citado por Alonso(2012, p. 54)

El modelo de Shapero & Sokol (1982) explica como la creación de un negocio está condicionada por la deseabilidad percibida, la viabilidad percibida y la propensión a actuar.

La deseabilidad percibida está asociada a la pretensión personal de iniciar un negocio (Ajzen, 1991). También recibe influencia está relacionado con la norma subjetiva y la actitud hacia el comportamiento. El modelo presupone algunos factores exógenos (Guerrero et al., 2016) como la cultura, la familia, los apoyos financieros que inciden en la deseabilidad.

La otra variable es la viabilidad percibida, que está asociada las capacidades personales para asumir la gesta emprendedora (Shapero & Sokol, 1982).

Este concepto está vinculado con el concepto de la auto eficacia o control percibido de la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991). Aquí se asume que la persona evalúa si tendrá los recursos necesarios, los apoyos financieros y analiza si los factores del entorno le son favorables para la gesta emprendedora (Pérez, 2015), además, asume el grado de incertidumbre con el que iniciará su aventura empresarial.

El evento emprendedor es una situación tan fuerte que rompe con la inercia y el estado de equilibrio de las personas (Pérez, 2015) impulsándolos deliberadamente a la decisión de crear empresa (Shapero & Sokol, 1982); este desplazamiento impacta y motiva un cambio en el ritmo de vida, aflorando sus características emprendedoras personales.

2.4.4.4 Modelo del potencial empresarial

La investigación de Krueger & Brazeal (1994) parte de la importancia que tiene para el desarrollo económico, la innovación (Druker, 2004; J. Schumpeter, 1934) y el aumento del emprendimiento en la economía.

Los investigadores basados en la teoría psicológica del emprendimiento constituyeron un modelo que explico las variables predictoras del comportamiento emprendedor, tomando las teoría de la acción razonada de (Ajzen, 1991) y el evento disparador de (Shapero & Sokol, 1982) siendo el punto de partida las percepciones que son la plataforma de medición de la intención emprendedora. Las percepciones a las que describen como críticas, las que dependen de las condiciones del entorno directo, puesto que: si un emprendedor tiene apoyo social, está inmerso en una cultura emprendedora y tiene formación emprendedora le será más factible el emprender.

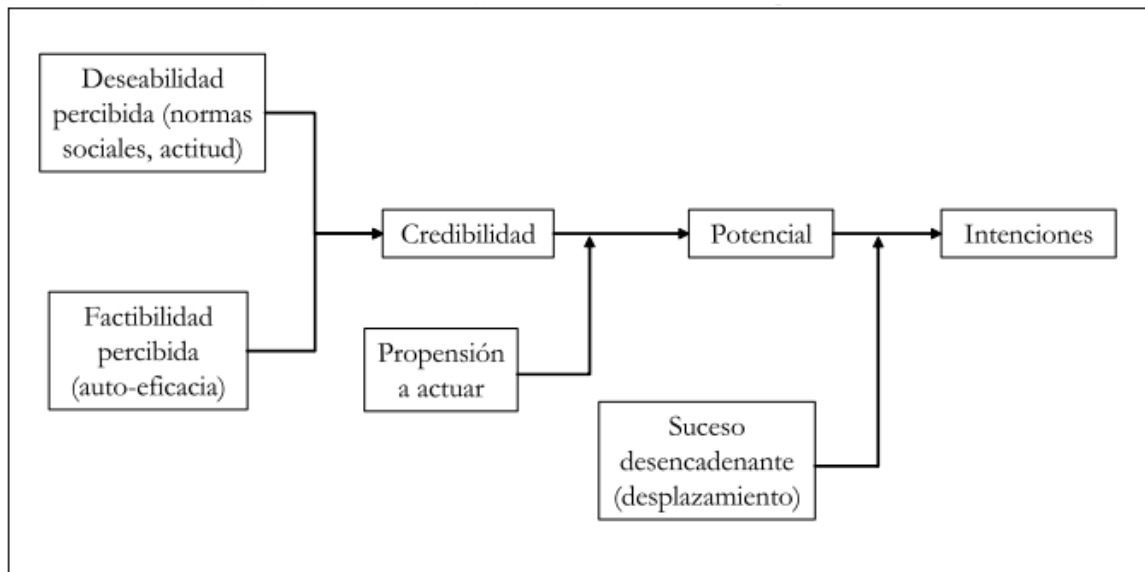


Figura 22.: Modelo del evento emprendedor Krueger & Brazeal, (1994, p. 95)

Según Krueger & Brazeal (1994), la explicación teórica del comportamiento asume la interacción de seis variables asociadas a la intención de emprender como se puede observar en la Figura 22.

La deseabilidad percibida: esta variable asume el deseo de desarrollar el comportamiento si se hace una comparación con el modelo de la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991) aquí están vinculadas las variables “actitud hacia la acción” y la norma subjetiva. Otra variable es la Factibilidad percibida, esta variable explica la percepción de desarrollar el comportamiento está vinculada con la auto eficacia que es la capacidad personal percibida para ejecutar una conducta objetivo (Shapero & Sokol, 1982), un punto importante es que la autoeficacia predice el reconocimiento de oportunidades (Francisco Liñan, 2004) por ello, esta variable es fundamental para explicar las intenciones en el emprendimiento.

En tercer lugar, la credibilidad, que viene a ser la evaluación del posible comportamiento, tomando en cuenta que sea altamente deseable y factible (Krueger & Brazeal, 1994). En cuarto lugar, la propensión a actuar definida como una característica de la personalidad con

una fuerte vinculación con el "locus de control" donde agrupan las habilidades de auto gestión, hacer frente a la adversidad, asumir el inicio y el mantenimiento de conducta dirigidas a objetivos. En quinto lugar, el potencial, siendo aquí las habilidades, capacidades innatas y aprendidas que tienen los individuos para desarrollar comportamientos específicos (espíritu emprendedor) y, finalmente, el evento empresarial (disparador) .

2.4 Marco conceptual

La presente investigación asume como base conceptual, los aportes de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) para comprender el modelo de la intención y la teoría de los factores motivacionales de McClelland (1961) para precisar las características emprendedoras personales.

En ese marco se entiende por Intención emprendedora como el compromiso futuro predictor de la conducta emprendedora, que guía la atención, las habilidades, competencias, experiencias, recursos y la acción de una persona hacia el desarrollo de un emprendimiento.

La actitud hacia el comportamiento es entendida como la predisposición positiva o negativa que tienen las personas de ejercer una conducta emprendedora. Aquí están incluidas las consideraciones afectivas y específicas que provienen de las creencias construidas por la persona a lo largo del tiempo.

La norma subjetiva es, la presión social que percibe tener una persona de llevar adelante o no, un comportamiento emprendedor. En suma es la organización y clasificación de las percepciones de aprobación o no, emitidas por su entorno familiar y amical más cercano, sobre su deseo de ser emprendedor.

El control conductual percibido es la percepción que tienen las personas sobre la factibilidad de llevar a cabo o no una conducta emprendedora. Aquí la persona toma en cuenta sus habilidades, conocimientos y experiencia previa y emiten una valoración sobre si le es fácil o no emprender.

Las características emprendedoras personales son diez rasgos que los emprendedores exitosos practican: Ser persistente, buscar oportunidades, exigir eficiencia, asumir riesgos calculados, cumplir compromisos, buscar de información, hacer planificación y fijar metas, confiar en sí mismo, ser persuasivo, construir redes de apoyo.

La dimensión de logro se entiende, como el conjunto de cualidades de una actitud pionera y un elevado locus de control interno. Aquí se agrupan las características emprendedoras: el buscar oportunidades, ser persistente, ser fiel en cumplir los contratos, exigir calidad y eficiencia, y el asumir riesgos.

La dimensión de planificación es entendida como el conjunto característica personales que enfocan el prever su futuro considerando hacerlo en equipo. Aquí se agrupan las características emprendedoras: Buscar información, fijar metas, y el planificar y hacer seguimiento.

La dimensión de poder es entendida como el conjunto de cualidades para gestionar con personas y atraer recursos, Aquí se agrupan las características: Crear redes de apoyo e independencia.

Y, finalmente, las variables sociodemográficas son las rasgos sociales y demográficas que agrupan el sexo, la edad la procedencia, la experiencia laboral y el vínculo un familiar emprendedor.

Capítulo III

Diseño metodológico

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación, por su propósito, es una investigación básica o pura pues pretende obtener nuevos conocimientos que permitan explicar el fenómeno de la intención de emprender. Por su nivel, fue de tipo relacional (Sánchez & Reyes, 2006) pues se determino la relación de las variables predictoras características emprendedoras personales, variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

Por su naturaleza, es considerada cuantitativa (Charaja, 2011) puesto que al desarrollar el análisis del hecho fáctico se utilizaron herramientas estadísticas y procedimientos basados en medición, buscando tener un mejor control de las variables en estudio.

3.2. Diseño de la investigación

La presente investigación tuvo un diseño, no experimental (López, Quiroga, Gómez, & Barrado, 2012) por la naturaleza del hecho fáctico, dado que no se manipularon las variables, se describieron y explicaron tal cual se observaron en el campo de estudio.

Por su temporalidad fue de corte transversal (Charaja, 2011; Torres, Salavarrita, Amaya, & Salazar, 2000), pues se recolectaron los datos en un determinado momento, donde toda la población fue analizada al mismo tiempo, que para nuestro caso son los estudiantes que

estuvieron consignados en la nómina de estudiantes matriculados en el décimo semestre 2019 II, en la Universidad Peruana Unión campus Lima.

3.2.1 Delimitación espacial y temporal

La presente investigación, se desarrolló en los años 2019 y 2020, en la Universidad Peruana Unión. Se recolectó información de los estudiantes que estuvieron registrados en la nómina de matriculados en el décimo semestre académico 2019 II de Facultad Ingeniería y Arquitectura y, del mismo modo de la Facultad de Ciencias Empresariales, campus Lima.

3.3 Población y muestra

3.3.1. Población

El universo de estudio estuvo conformado por los estudiantes universitarios, hombres y mujeres, registrados en la nómina de matriculados en el décimo semestre, en el ciclo académico 2019 II de la Facultad de Ciencias Empresariales y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura.

3.3.1. 1 Criterios de inclusión y exclusión

A continuación, se presentan los criterios de inclusión utilizados en el presente estudio.

Criterios de inclusión.

Se consideraron a los estudiantes matriculados en carreras vinculadas a la innovación y emprendimiento empresarial que se ofertan en la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE) y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA).

En segundo lugar, se consideraron en el estudio a todos los estudiantes matriculados que figuran en la nómina del décimo semestre 2019 II incluyendo los que pertenecen a la modalidad semipresencial y los que aún tienen algunas asignaturas pendientes a aprobar.

En tercer lugar, evidenciar el deseo de participar voluntariamente en el estudio con la firma del consentimiento informado.

Criterios de exclusión

- Presentar indisposición a la hora de participar del estudio evidenciando cuestionarios incompletos.
- No estar de acuerdo con firmar el consentimiento informado del estudio y con llenar los datos solicitados

Tabla 2

Cantidad de Estudiantes matriculados en el décimo semestre 2019 II, de las facultades de Ciencias empresariales e Ingeniería y Arquitectura

N°	Escuelas profesionales	N	%
1	EP de Administración y Negocios Internacionales	63	19.69%
2	EP de Arquitectura	33	10.31%
3	EP de Contabilidad y Gestión Tributaria	44	13.75%
4	EP de Ingeniería Ambiental	35	10.94%
5	EP de Ingeniería Civil	34	10.63%
6	EP de Ingeniería de Alimentos	1	0.31%
7	EP de Ingeniería de Industrias Alimentarias	5	1.56%
8	EP de Ingeniería de Sistemas	20	6.25%
9	Semipresencial de Administración y Negocios I.	39	12.19%
10	Semipresencial de Contabilidad y Gestión T.	46	14.38%
Total		320	100%

Nota: Adaptado de las Nominas digitales del “Reporte Procedencia de matriculados - Lima 2019-II” Fecha : 25-11-19, 11:30 am y “Reporte Procedencia de matriculados - PROESAD 2019-II” del “Portal académico” de la Universidad Peruana Unión, Fecha : 25-11-19, 11:30 am

3.3.2 Muestra

Para la obtención del tamaño de la muestra, se utilizó el muestreo no probabilístico por cuotas, siguiendo los criterios de inclusión plateados. El muestreo por cuotas es utilizado para garantizar que el porcentaje de participantes que tienen una característica en particular sea el aproximadamente igual a la población de estudio, es útil cuando se esta expuesto a un contexto demográfico con poca disposición a participar en una encuesta (McDaniel & Gates, 2005; Merino, Pintado, Sánchez, & Grande, 2015) además este muestreo, es muy similar al

estratificado permite trabajar con factores de clasificación (criterios de inclusión) que preserven las características y el comportamiento de interés del estudio.

De manera que los criterios de inclusión propuestos, preservaron la pertenencia a una carrera profesional vinculada al campo de gestión y la innovación empresarial. En segundo lugar, el pertenecer a una población próxima a egresar, con la particularidad de estar expuestos a decidir entre el empleo o auto empleo como elección de actividad futura cercana.

En ese sentido la muestra tuvo homogeneidad en los grupos pues las unidades elementales estuvieron congregadas por carrera y modalidad de estudio (Luque Martínez & Barrio García, 2000). A su vez los grupos fueron heterogéneos entre sí, al considerar que la filiación a la carrera y la modalidad, son distintas de grupo a grupo. De esta manera se aseguró que los grupos especificados de la población de estudio están representados en la muestra (J. Hair, Bush, & Ortinau, 2010) siguiendo las recomendaciones (Churchill, 2003) para conseguir una eficiencia estadística aceptable.

Se asumió la totalidad de participantes como muestra del estudio, siendo una población homogénea y relativamente pequeña (Bernal, 2016) considerando que fueron 320 estudiantes como se evidencia en la tabla. Donde en primer lugar el 60% pertenece a las carreras de la Facultad de Ciencias Empresariales y el 40% pertenece a las carreras ofertadas por la facultad de Ingeniería y arquitectura. En segundo lugar se tomaron los porcentajes de estudiantes matriculados por carrera profesional de la Tabla 2 para las cuotas en la muestra.

La investigación considero a los 320 estudiantes como población y de estudio, se respetaron los criterios de exclusión del estudio. Siendo cada unidad reportante muestra disposición a participar y complete correctamente los cuestionarios proporcionados. Se recolectaron 290 cuestionarios de estudiantes que cumplieron los criterios de inclusión del

estudio y solo se aceptaron 272 que cumplieron responder la totalidad de las preguntas de investigación con buena disposición y estar de acuerdo con firmar el consentimiento .

En la Tabla 3, se presenta la distribución muestral obtenida, según escuela profesional, siendo la muestra de 272 estudiantes de los cuales fueron 109 (40%) de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura y 163 (60%) de la Facultad de Ciencias Empresariales,

La Tabla 3, permite observar la distribución muestral obtenida, según escuela profesional, siendo la muestra de 282 estudiantes de los cuales fueron 114 de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura y 168 de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Tabla 3

Distribución de la muestra por escuelas profesionales

N°	Escuelas profesionales	N	%
1	EP de Administración y Negocios Internacionales	54	19.69%
2	EP de Arquitectura	28	10.31%
3	EP de Contabilidad y Gestión Tributaria	37	13.75%
4	EP de Ingeniería Ambiental	30	10.94%
5	EP de Ingeniería Civil	29	10.63%
6	EP de Ingeniería de Alimentos	1	0.31%
7	EP de Ingeniería de Industrias Alimentarias	4	1.56%
8	EP de Ingeniería de Sistemas	17	6.25%
9	Semipresencial de Administración y Negocios I.	33	12.19%
10	Semipresencial de Contabilidad y Gestión T.	39	14.38%
Total		272	100%

3.4 Técnicas e instrumentos

La presente investigación utilizó la técnica de la encuesta (McDaniel & Gates, 2005) para la recolección de datos en las fuentes primarias, identificando a cada unidad muestral que cumpla los criterios de inclusión; para el registro de la información se utilizó como instrumento el cuestionario estructurado.

El estudio adoptó como instrumentos a dos cuestionarios que han sido validados y utilizados en investigaciones sobre emprendimiento publicadas en habla hispana.

El primero fue el cuestionario de Intención emprendedora (IE) de Jaén & Liñán (2013). Mide desde la perspectiva de la teoría del comportamiento planificado (TPB) de Ajzen, (1991), la intención de emprender. Este cuestionario formó parte del cuestionario del proyecto VIE, donde se integró el análisis de los valores y la intención de emprender desarrollado por los investigadores de la Universidad de Sevilla, más tarde los investigadores Laguía, Moriano, Molero, & Gámez, (2017) confirmarían la fiabilidad del mismo en el estudio de la intención emprendedora en estudiantes universitarios.

El cuestionario está planteado en 5 áreas, los datos generales del participante comprendiendo cuatro dimensiones y 28 Ítems o afirmaciones que utilizan la escala tipo Likert (Luque Martínez & Barrio García, 2000) para medir la percepción de los participantes.

El primer constructo se denomina “Actitud hacia la conducta”, referida al emprendimiento; tiene 12 ítems divididos en dos grupos. El grupo “A”, contiene seis afirmaciones (expectativas) sobre las percepciones sobre lo que supondría ser un emprendedor, con una escala de valoración tipo Likert que va de 0 totalmente improbable a 6 totalmente probable. De igual manera, el grupo “B” contiene seis afirmaciones (expectativas) que valoran en qué medida les es deseable los aspectos mencionados en el grupo “A”. Para calcular los 6 ítems resultantes se siguió la metodología de Jaén & Liñán (2013) de la puntuación por expectativa , se procedió a multiplicar el puntaje obtenido por la expectativa en el grupo “A” y por el puntaje obtenido por esa, expectativa en el grupo “B” , el resultado se dividió entre 6. Esta operación se repitió por cada expectativa hasta completar las 6 resultantes.

La segunda dimensión es la “Norma subjetiva” que tiene 6 afirmaciones divididas en dos agrupaciones: El grupo “C” contiene tres afirmaciones, mide la aprobación del entorno más

cercano, en cuanto a la decisión de emprender, utiliza una escala de valoración psicométrica, no comparativa de Likert que va de 0 nada de acuerdo a 6 totalmente de acuerdo. De igual modo, el grupo “D” valora la opinión de familia y referentes más cercanos en cuanto a su decisión de emprender, también usa una escala psicométrica, no comparativa de Likert, para recoger las percepciones de los participantes, que va de 0 nada de acuerdo a 6 totalmente de acuerdo. Para el cálculo de los tres ítems resultantes, se repitió la misma operación que se explicó para la primera dimensión.

La tercera dimensión es el “Control conductual percibido” o auto-eficacia emprendedora; este constructo tiene 6 afirmaciones y utiliza una escala psicométrica, no comparativa de Likert, que va de 0 nada eficaz a 6 totalmente eficaz.

La cuarta dimensión es la “Intención de emprender”; este constructo tiene 5 afirmaciones las que utilizan la escala psicométrica, no comparativa de Likert con puntuaciones que van de 0 Nada probable a 6 totalmente probable.

El tiempo promedio de aplicación recomendado fue de 20 minutos como máximo. Además, se ha incluido dos secciones; una de datos demográficos del participante (con 5 ítems) y datos de experiencia emprendedora previa (con 5 ítems) que son las variables de control para el estudio (véase Anexo 3).

El segundo cuestionario aplicado fue el Cuestionario autoevaluación de las características emprendedoras personales (CEPs), cuyo nombre original es “el Perfil del potencial emprendedor”, el cuestionario parte la teoría de los factores motivacionales de McClelland (1961). Fue estandarizado por el Management Systems International Washington Dc del 2000 y es de administración individual y colectiva (Granados, 2014) ; cabe resaltar que esta metodología fue difundida en el Perú por la cooperación alemana (GZT) para la capacitación en emprendimiento. El cuestionario tiene 3 dimensiones en las que agrupa 10 rasgos distintivos de un emprendedor exitoso (Barba, 2013) Cuenta con 55 ítems (afirmaciones)

utilizando en una escala psicométrica, no comparativa de Likert (Luque Martínez & Barrio García, 2000) para recoger las percepciones con puntuaciones que van de 1 nunca a 5 siempre, este cuestionario cuenta con una hoja de preguntas, una de instrucciones donde consigna un baremo para América Latina y tabla de factor de corrección para las características supra evaluadas. (véase el anexo 3).

Para la recolección de los datos, se desarrolló las coordinaciones pertinentes con la Dirección General de investigación y con cada facultad para proceder a la aplicación de los cuestionarios, a quienes se explicó los alcances y desarrollo de la presente investigación. Como resultado de ello, se programaron las fechas para el recojo de la información, identificando las asignaturas y aulas donde se ubicó a la población de estudio.

Finalmente, también se empleó la técnica de la investigación documental para la recolección de la información de fuentes secundarias y terciarias (Charaja, 2011) utilizando las fichas de apoyo (Camino, 2014) y un software bibliográfico para la catalogación y posterior registro.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Según Selltiz (1971), el propósito principal del análisis de los datos “es dotar una respuesta a las interrogantes de investigación, utilizando para ello información recabada”. Por otro lado, para Marshall & Rossman (2014), el análisis des “un proceso de organizar, clasificar y otorgar de un significado a los datos recolectados”; siguiendo esta línea de pensamientos, se desarrolló el trabajo de campo, aplicación de los instrumentos, recolección, organización y control de los cuestionarios para su posterior análisis.

En cuanto al análisis descriptivo de los datos, se elaboraron tablas estadísticas utilizando el programa estadístico Spss versión 24 y el programa Microsoft Excel con el fin de presentar

y analizar las distribuciones de frecuencia, el análisis de tendencia central y normalidad de datos.

Por otra parte, el presente trabajo de investigación utilizó la técnica estadística multivariada de ecuaciones estructurales (SEM) para la estimación de las relaciones entre los constructos formulados en las hipótesis de trabajo, puesto que esta metodología comúnmente es utilizada para trabajar con variables latentes (Soria-barreto et al., 2016), dado que las variables de estudio no pueden ser observadas directamente, se definieron operacionalmente en términos teóricos.

Se eligió las ecuaciones estructurales (SEM) por ser una técnica confirmatoria (Chi6n & Charles, 2016), que permiti6 analizar mediante un modelo regresional las estimaciones de las relaciones te6ricas entre los constructos: Intenci6n de emprender y Características emprendedoras personales. Adem6s, se present6 el grafico de senderos donde se evidenciaron los valores pertenecientes a cada relaci6n y los estadísticos de ajuste al modelo, permitiendo responder a las hipótesis planteadas en el presente estudio. Con ese fin, se utiliz6 el complemento estadístico AMOS versi6n 24, compatible con el programa estadístico SPSS versi6n 24.

CAPÍTULO IV

Resultados y discusión

Este capítulo tiene por finalidad dar respuestas a las interrogantes de la investigación al describir los principales hallazgos por la aplicación de los instrumentos a los participantes descritos en el capítulo tres.

En primer lugar, se desarrolló el análisis descriptivo de la totalidad de variables que formaron parte del estudio. En segundo lugar, se analizó los resultados de los análisis de fiabilidad y estructura para las escalas de medición utilizadas. En tercer lugar, se ejecutó el análisis multivariante, de ecuaciones estructurales, que permitió desarrollar la estimación y validación de las relaciones entre las variables de estudio.

Para comprobar la veracidad de las relaciones detalladas en las hipótesis de investigación, se utilizaron los siguientes índices de bondad de ajuste: (a) ratio de verosimilitud de la Chi cuadrada (X^2) lo más pequeña posible y que su nivel de significancia “p” sea mayor o igual a 0.05, (b) la Chi cuadrada normada (X^2/gf) menor a 3, (c) el índice de bondad de ajuste (GFI) mayor o igual a 0.85, (d) el índice de ajuste de bondad comparativo (CFI) mayor o igual que 0.85, y finalmente (e) la Raíz del residuo cuadrático promedio (RMESA) menor o igual que 0.08. Al mismo tiempo, se rechazaron las hipótesis cuyos valores de significación “p-valor” fue menor o igual que 0.05. En cuarto lugar, se presenta la discusión de los hallazgos y aportes en relación a las relaciones de los constructos analizados en el presente estudio.

4.1 Resultados descriptivos de la variable sociodemográficas

Tabla 4

Resultados demográficos de la población de estudio

		<i>Recuento</i>	<i>Porcentaje</i>
Sexo	Masculino	135	49.6%
	Femenino	137	50.4%
	Subtotal sexo	272	100.0%
Edad	de 22 a menos años	132	48.5%
	de 23 a 25 años	56	20.6%
	más de 26 años	84	30.9%
	Subtotal Edad	272	100.0%
Religión	Adventista	169	62.1%
	Católico	63	23.2%
	Evangélico	14	5.1%
	Otro	26	9.6%
	Subtotal Religión	272	100.0%
Región de procedencia	Costa	124	45.6%
	Sierra	99	36.4%
	Selva	49	18.0%
	Subtotal Procedencia	272	100.0%
Estado Civil	Soltero	249	91.5%
	Casado	23	8.5%
	Viudo	0	0.0%
	Divorciado	0	0.0%
	Subtotal Estado Civil	272	100.0%

En la Tabla 4, se presentan los principales resultados demográficos de los estudiantes que participaron en la presente investigación, el 50.4% de los participantes son de sexo femenino y el 49.6% de sexo masculino, evidenciando estar en proporción con la población nacional acorde con el informe bienal de la realidad universitaria (SUNEDU, 2019).

Por otro lado, el total de participantes fue 272, de los cuales el 48.5 % tiene como máximo 22 años de edad, seguido de los que se ubican entre 23 a 25 años de edad con un 20.6. % y el 30.9 % de 26 años a más. Se puede evidenciar que la población de estudio, el último rango, en su mayoría se encuentran los estudiantes del programa semipresencial que dirige la Facultad de Ciencias Empresariales, cuya media etaria es 32 años, dado que este programa está dirigido para adultos que trabajan y buscan optar por titularse en una carrera profesional sin dejar de laborar. Por otro lado, el 62.1% de la población profesan la religión

adventista, concentrándose en la Facultad de Ciencias Empresariales la mayor parte de ellos, seguido de los participantes que profesan ser Católicos con un 23.2% y las demás religiones en un 9.6%.

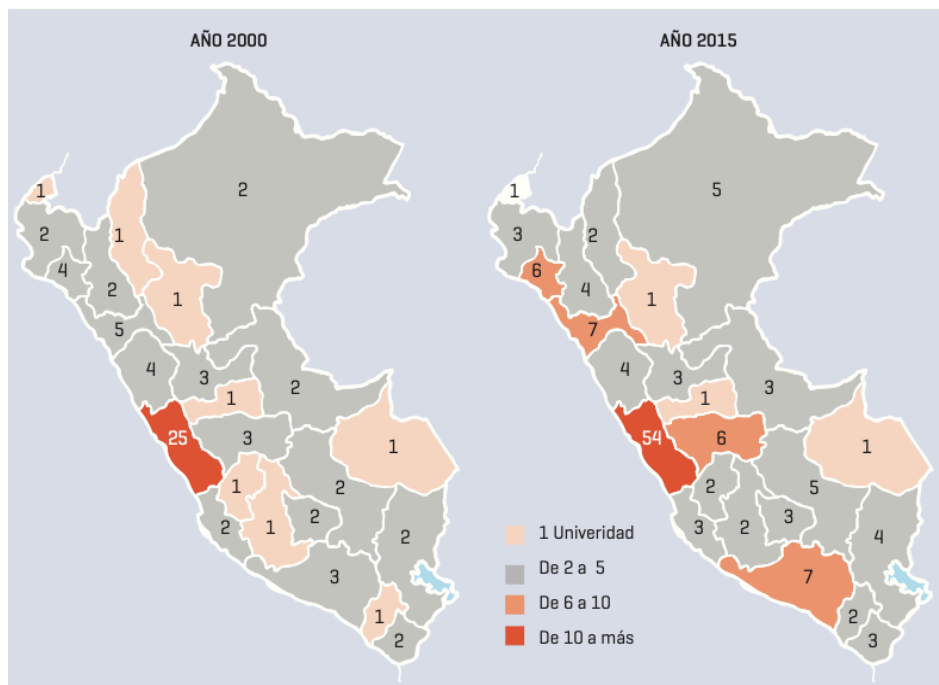


Figura 23 Distribución de las universidades en el Perú, extraído del informe bienal de Superintendencia Nacional de Educación Universitaria (SUNEDU, 2019 p.41)

Así también, el 45.6% de los participantes proviene de la costa, el 36.4% de la sierra y el 18% de la selva, corroborando que los estudiantes de la costa son el mayor porcentaje de estudiantes universitarios en el país (INEI, 2019a), como se puede apreciar en la Figura 23 la costa tiene mayor acceso a la educación superior, agrupando a más de 44 universidades, en ese sentido, el departamento de Lima concentra la oferta de 25 universidades de las 116 en funcionamiento a nivel nacional (SUNEDU, 2019). Cabe resaltar que el desarrollo económico social, que tuvo el país en décadas pasadas (Promperu, 2012) favoreció a los departamentos ubicados en la costa, lo que repercute en el mayor acceso a la educación .

Finalmente, el 91.5% de los participantes reportan ser solteros, y un 8.5% de estudiantes casados, observando ser una población homogénea, cumpliendo con los propósitos de los criterios de inclusión del presente trabajo de investigación.

Tabla 5

Trayectoria laboral de los participantes

Trayectoria laboral		Recuento	Porcentaje
Trayectoria laboral en los últimos 5 años	Trabajador dependiente	102	37,5%
	Empresario o emprendedor	18	6,6%
	Dependiente y empresario	42	15,4%
	Solo estudia	110	40,4%
	Subtotal trayectoria laboral	272	100,0%
Situación Laboral Actual	Labora en una empresa privada	86	31,6%
	En un Organismo del Estado	6	2,2%
	ONG, Gremio, Otro	4	1,5%
	Empresario Solo	18	6,6%
	Empresario con socios	5	1,8%
	Emprendedor eventual	5	1,8%
	Solo estudia	148	54,4%
Subtotal Situación actual		272	100,0%

La Tabla 5, presenta los datos de la trayectoria laboral de los estudiantes, donde se observa que en los cinco últimos años, el 40.4% solo se dedicó a desarrollar sus estudios no reportando actividad productiva. En segundo lugar, el 37.5% de los estudiantes registraron ser trabajadores independientes; es meritorio mencionar que la mayoría (63.7%) son de la Facultad de Ciencias Empresariales, tanto de la modalidad presencial como semipresencial, debido a que el programa curricular contempla, desarrollar las prácticas pre profesionales en condiciones de contrato formal y al llegar al quinto año deben laborar en una institución en lo que denominan “programa de pasantías empresariales”.

Al analizar la situación laboral actual, se puede observar que el 54.4% del total actualmente, solo estudia, ubicándolos en los 6.7% de la PEA desocupada a nivel de Lima (INEI, 2019b). Mientras que, el 31.6% del total labora en una empresa privada en situación de contrato.

En cuanto al auto empleo, se identificaron 28 (10.2%) personas que actualmente están desarrollando emprendimientos, según las estadísticas del reporte del GEM 2018, por cada hombre desarrollando emprendimiento, existen 0.87 mujeres en la misma condición (Serida et al., 2019), en la presente investigación, la proporción observada fue mayor: por cada hombre que desarrolla un emprendimiento existen 1.55 mujeres en la misma condición.

Asimismo, el 6.6% (18) de participantes se desempeña como empresario solo. Al analizar la composición de los emprendimientos, 11 (60%) de ellos son desarrollados por mujeres, que en su mayoría (90%) pertenecen al sector comercio, con más de 3 años de funcionamiento.

Por otro lado, el grado de asociatividad en los emprendimientos actualmente reportado por los participantes es mínimo, puesto que solo el 1.8% del total, actualmente, desarrolla emprendimientos con un socio. Evidenciando una gran necesidad en el ecosistema emprendedor en busca de articular los esfuerzos y estrategias asociativas con miras a impulsar el crecimiento de los emprendimientos.

Al analizar el reporte del GEM 2018, se identifica a nivel macro que las debilidades del ecosistema, están vinculadas al dinamismo del mercado interno, el acceso a infraestructura física, infraestructura comercial y profesional (Serida et al., 2019) situación que, el Estado busca mejorar mediante la promoción de herramientas económicas que dinamicen el mercado interno, y promuevan la asociatividad, espacios de asesoramiento, acceso a financiamiento y aceleración.

Tabla 6

Vínculo familiar de los estudiantes con empresarios

Familiar Empresario		Recuento	Porcentaje	
Familiar empresario	Sí	168	61.8%	
	No	104	38.2%	
Subtotal Familiar empresario		272	100%	
Parentesco con el familiar empresario	Padre	44	16.2%	
	Madre	34	12.5%	
	Hermano(a)	21	7.7%	
	Abuelo(a)	7	2.6%	
	Tío (a)	47	17.3%	
	Otro(a)	15	5.5%	
	No tiene familiar empresario	104	38.2%	
	Subtotal Vínculo		272	100%
	Nivel de educación alcanzado por el Padre	Primaria	50	18.4%
		Secundaria	103	37.9%
Superior Técnica		59	21.7%	
Superior Universitaria		49	18.0%	
Maestría		10	3.7%	
Doctorado	1	0.4%		
Subtotal Educación del Padre		272	100%	
Nivel de educación alcanzado por la Madre	Primaria	83	30.5%	
	Secundaria	96	35.3%	
	Superior Técnica	49	18.0%	
	Superior Universitaria	34	12.5%	
	Maestría	6	2.2%	
Doctorado	4	1.5%		
Subtotal Educación de la Madre		272	100%	

En la Tabla 6, se presentan los resultados en cuanto al vínculo familiar con un emprendedor, donde el 61.8% de los participantes, reportan tener un Familiar emprendedor. Siendo una tasa alta, se considera que estuvieron expuestos a la trayectoria de un empresario

cercano permitiéndoles formular una idea más cercana del autoempleo (Karimi et al., 2013), las fortalezas del emprendedor, rol que cumple en la sociedad y por ende considerar a emprender como una buena elección de carrera. Según Morales(2018), el 70% de los jóvenes en el Perú piensan que, el emprender es una buena decisión, además de considerarla como una elección de carrera; se puede observar que las puntuaciones son altas en cuanto a la atención a los medios y estatus de los empresarios exitosos; asimismo, se está sobre el promedio en América Latina .

En cuanto al parentesco que tienen con el emprendedor, el 16.2% (44) del total de entrevistados reportó tener al Padre como el emprendedor más cercano y el 12.5% (34) declararon que la Madre es el familiar emprendedor más cercano, seguido de un 17.3% de participantes que tienen un Tío(a) empresario; de donde se infiere que 78 personas (28.6%) del total, tienen influencia directa de emprendedores en el núcleo familiar y, por ende, están expuestos todos los días a el contexto de la actividad empresarial.

En cuanto al nivel de escolaridad alcanzado por el Padre, se puede observar que un 37.9% de Padres alcanzaron tener educación secundaria, seguido de un 21.7% con educación técnica y un 18.4 % con educación primaria.

En el caso del nivel de escolaridad alcanzado por la Madre, se pone en evidencia que un 37.90% tiene instrucción secundaria, un 21.70% completaron la educación superior técnica y un 18.40% la educación primaria. Datos que están acorde con el informe emitido por INEI sobre la educación por departamentos. (INEI, 2019a)

Tabla 7

Participación de los estudiantes en iniciativas de Autofinanciamiento

		Recuento	Porcentaje
Participación en programas de Auto-sostén.	Sí	91	33.5%
	No	181	66.5%
	Subtotal Participación	272	100.0%
Programas en los que participo	IDEC	43	15.8%
	Productos Unión	28	10.3%
	IDEC y Pro. Unión	20	7.4%
	No participo	181	66.5%
	Subtotal Programas	272	100.0%
Destino de ingresos Obtenidos en Productos Unión	Pago de pensión	4	1.5%
	Gastos personales	24	8.8%
	Pensiones y gastos	12	4.4%
	No participa	232	85.3%
	Subtotal Destino Ingreso PU	272	100.0%
Destino de ingresos Obtenidos en IDEC	Pago de pensión	10	3.7%
	Gastos personales	16	5.9%
	Pensiones y gastos	37	13.6%
	No participa	209	76.8%
	Subtotal Destino Ingreso IDEC	272	100.0%

En la Tabla 7, se observa que el 33.5% del total de los estudiantes han participado en iniciativas de auto financiamiento, promovidas por las áreas de la comunidad universitaria. Como se puede observar, el 15.8% de los estudiantes participó en las iniciativas del IDEC que es el Instituto de Desarrollo al Estudiante Colporteur, impulsando la comercialización de materiales bibliográficos, de la Editorial Ases Perú. De igual manera, un 10.3% de estudiantes optó por participar en las iniciativas desarrolladas por el centro de transformación de bienes Unión, en la comercialización de productos panificados a nivel nacional.

Por otro lado, se observó un grupo de estudiantes que, optó por participar a la vez, en ambas iniciativas, siendo el 7.4% del total de participantes del presente estudio.

Al consultar el destino de los ingresos de los estudiantes que optaron por participar con el IDEC, el 17.3%, han logrado obtener ingresos que les permitieron, conseguir su permanencia en la Universidad Peruana Unión. Al revisar los resultados de esta pregunta, también se observa que, un 13.6% (37), del total de participantes en el estudio, destinó el dinero para cubrir tanto sus gastos personales como el pago de pensiones, 3.7% (10) solo el pago de pensiones y un 5.9% (16) solo gastos personales. Con ello, podemos deducir que las iniciativas impulsadas por el IDEC constituyen en una herramienta que da oportunidad de reafirmar su fe, y conseguir recursos para asegurar la permanencia universitaria en los estudiantes.

En segundo lugar, al consultar el destino de los ingresos generados por las iniciativas del centro de aplicación Unión, el 13.2% (36), del total de los encuestados, destina los ingresos para cubrir sus gastos personales, de ellos, el 8.8% (24), del total de estudiantes destina en los ingresos a solo cubrir los gastos personales, y el 4.4% (12) utiliza los ingresos para cubrir los pagos de las pensiones universitarias y los gastos personales; y, finalmente, solo un 1.5% (4) destina el ingreso solo al pago de pensiones. Con ello, podemos afirmar que la iniciativa del centro de aplicación Unión es la fuente de financiamiento, para los gastos personales vinculados a la permanencia universitaria de los estudiantes.

Al desarrollar las entrevistas con los responsables de ambas áreas, se pudo comprobar que la información de los estudiantes aún se maneja de manera separada, y que existen iniciativas que promueven la asociatividad entre los estudiantes. También se puede evidenciar la consolidación de la cultura de auto financiamiento con el uso de estas dos iniciativas entre los miembros de la comunidad universitaria.

4.2 Resultados descriptivos de la variable Intención emprendedora

La presente investigación toma como base la teoría del comportamiento planificado planteada por Ajzen (1991), en la que se asume tres variables predictoras de la intención: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido (Autoeficacia). A continuación, se analizarán los resultados descriptivos de dichas variables predictoras.

Tabla 8

Resultados descriptivos la dimensión “Actitud hacia la conducta”

Dimensión	Ítems Cód.	Distribuciones de frecuencia							Análisis descriptivo		Análisis de Normalidad	
		Total. Impro	Impro	Parcial Impob	Moder Prob	Parcial Prob	Altam. Prob	Total Prob	Med.	Des. Est	Asim	Curt.
Actitud hacia la conducta	A1	0.0%	1.1%	1.5%	9.6%	13.6%	30.1%	44.1%	5.03	1.13	-1.17	0.95
	A2	0.0%	1.1%	2.2%	8.8%	19.9%	32.4%	35.7%	4.87	1.13	-0.96	0.62
	A3	0.0%	0.7%	0.7%	5.1%	16.5%	34.9%	41.9%	5.10	0.98	-1.18	1.64
	A4	0.0%	1.8%	4.4%	12.1%	21.3%	33.5%	26.8%	4.61	1.23	-0.79	0.12
	A5	0.0%	2.2%	1.8%	16.2%	25.4%	30.5%	23.9%	4.52	1.20	-0.62	0.05
	A6	0.0%	1.1%	1.1%	7.0%	17.6%	26.1%	47.1%	5.08	1.10	-1.19	1.18
	B1	0.0%	0.4%	2.6%	8.1%	18.0%	38.2%	32.7%	4.89	1.06	-0.92	0.52
	B2	0.0%	1.5%	0.0%	7.4%	21.0%	35.3%	34.9%	4.93	1.04	-1.05	1.44
	B3	0.0%	0.7%	1.5%	6.3%	18.0%	39.0%	34.6%	4.97	1.01	-1.07	1.28
	B4	0.0%	0.0%	2.9%	9.6%	21.3%	34.2%	32.0%	4.83	1.07	-0.69	-0.22
	B5	0.0%	0.4%	3.3%	10.3%	27.6%	34.9%	23.5%	4.64	1.07	-0.57	-0.06
	B6	0.0%	0.7%	1.5%	5.1%	15.1%	32.4%	45.2%	5.13	1.02	-1.29	1.73

Esta dimensión mide la valoración positiva o negativa que los estudiantes desarrollan hacia la conducta emprendedora, dado que las actitudes se desarrollan a partir de las creencias, que son construidas por el aprendizaje a lo largo del tiempo y la influencia de la cultura a la que estuvo expuesta el individuo. Además, asume de igual forma la evaluación personal, que desarrolla sobre las mencionadas creencias.

En la Tabla 8, se aprecian los resultados descriptivos de la dimensión “Actitud hacia la conducta”. Esta dimensión tuvo 12 ítems; como se puede observar, existe una tendencia marcada en las respuestas entre las categorías “Altamente probable” y “Totalmente probable” dado que la mayor parte de las respuesta fluctúa entre 5 y 6. El promedio total de las respuestas fue de 4.88 para toda la dimensión; por otra parte se evidencia una desviación estándar menor a 1.3. Además, se puede observar una asimetría negativa ubicando las respuestas a la derecha de la distribución; asimismo, evidencia ser una distribución Leptocúrtica, pues los resultados de la curtosis son positivos y mayores a cero.

Al analizar los resultados descriptivos, podemos inferir que: existe una valoración positiva hacia la conducta emprendedora por parte de los estudiantes universitarios, como se puede apreciar. En las respuestas el ítem A6 – “Ser mi propio jefe” obtuvo un 47.1% de las respuestas en el rango “Total probable”, siendo una de las creencias de mayor valoración, al consultar las implicancias que tiene el crear una nueva empresa. Por otro lado, resalta el ítem B1 - “Creatividad e innovación” el que obtuvo un 39% de las respuestas en el rango “Altamente probable”, de manera que es una de las consecuencias del emprender y el uso constante de las habilidades de creatividad y la innovación.

Tabla 9

Resultados descriptivos la dimensión, “Norma Subjetiva”

Dimensión	Ítems Cód.	Distribuciones de frecuencia							Análisis descriptivo		Análisis de Normalidad	
		Total. Sin Import	Sin Import	Parcial sin Impor	Moder Import.	Parcial import.	Altam. Import.	Total Import.	Med.	Des. Est	Asim	Curt.
Norma subjetiva	C1	0.0%	0.7%	3.7%	11.8%	16.5%	30.1%	37.1%	4.83	1.20	-0.87	-0.01
	C2	0.0%	0.7%	1.5%	16.5%	19.1%	33.5%	28.7%	4.69	1.14	-0.59	-0.37
	C3	0.0%	0.0%	0.7%	13.2%	23.5%	35.3%	27.2%	4.75	1.02	-0.40	-0.77
	D1	0.0%	0.7%	1.8%	10.7%	13.2%	27.2%	46.3%	5.03	1.14	-1.09	0.49
	D2	0.0%	0.7%	5.5%	12.5%	27.2%	30.1%	23.9%	4.52	1.18	-0.54	-0.31
	D3	0.0%	1.8%	9.2%	17.3%	22.1%	28.7%	21.0%	4.29	1.32	-0.44	-0.68

Esta dimensión, mide la presión social que perciben tener los estudiantes al evaluar su deseo de desarrollar la conducta emprendedora. En esta parte, se solicitó a cada participante, valorar si las personas a las cuales aprecia, respetan y ama tienen una opinión favorable respecto a su deseo de ser emprendedor como su opción de carrera. Se ubican entonces, las percepciones que tiene el estudiante sobre la aceptación que tienen sus grupos sociales a los que pertenecen, como familia, amigos, colegas entre otros.

En la Tabla 9, se presentan los resultados de la dimensión “Norma Subjetiva” . Esta dimensión agrupó 6 ítems, donde se evidencia una tendencia de las respuestas entre las categorías “Altamente probable” y “Totalmente probable”, dado que el promedio de las respuestas fue 4.69, comprobando que las respuestas se ubican entre 5 y 6 , con una variabilidad menor a 1.33. En cuanto a la asimetría, los resultados son negativos demostrando una tendencia hacia la derecha; por otro lado, se observa resultados menores a cero, en el análisis de la curtosis, evidenciando tener una distribución platicúrtica.

Al analizar los resultados, podemos inferir que, existe alta valoración en el grado en que se mostrarían de acuerdo los familiares y amigos más cercanos, si los estudiantes desean emprender, siendo una condición bastante favorable para la intención emprendedora.

Se identifica en el ítem D1 – “valoración de la opinión de la familia directa considerando a los padres y hermanos”, que un 46.3% de los estudiantes encuestados, considera muy importante la opinión de la familia. Además, como se analizó anteriormente, un 61.8% de los participantes están expuestos a la influencia de un familiar directo que desarrolla emprendimiento, en ellos se evidencia mejor predisposición para aceptar al emprendimiento como una opción de carrera.

Tabla 10

Resultados descriptivos la dimensión, “Control conductual percibido”

Dimensión	Ítems Cód.	Distribuciones de frecuencia							Análisis descriptivo		Análisis de Normalidad	
		Total. No eficaz	No eficaz	Parcial No eficaz	Moder eficaz	Parcial Eficaz	Altam. Eficaz	Total Eficaz	Med.	Des. Est	Asim	Curt.
	E1	0.0%	1.8%	1.5%	8.5%	23.9%	40.1%	24.3%	4.72	1.08	-0.98	1.29
	E2	0.0%	0.0%	2.2%	11.0%	27.6%	41.9%	17.3%	4.61	0.97	-0.47	-0.18
Control conductual percibido	E3	0.0%	0.7%	2.9%	12.9%	27.2%	36.0%	20.2%	4.56	1.09	-0.56	0.00
	E4	0.0%	0.0%	1.8%	9.6%	26.1%	39.0%	23.5%	4.73	0.99	-0.50	-0.26
	E5	0.0%	0.4%	3.3%	10.3%	22.4%	40.1%	23.5%	4.69	1.07	-0.72	0.15
	E6	0.0%	0.4%	2.2%	9.6%	21.7%	40.4%	25.7%	4.77	1.03	-0.74	0.27

Esta dimensión se refiere al control que percibe tener el estudiante, sobre el emprender, analizando la factibilidad o dificultad de ser emprendedor. Esta variable evalúa si los estudiantes perciben ser eficaces para fundar, impulsar y desarrollar una empresa.

En la Tabla 10, se presentan los resultados de la dimensión “Control Conductual Percibido”, este agrupamiento tuvo 6 ítems, como se puede apreciar, evidencia tener una

tendencia a las respuestas “parcialmente probable” y “altamente probable”, el promedio de todas las respuestas de la dimensión es 4.68, a diferencia de las dimensiones anteriores, la mayor parte de las respuestas fluctúa entre 4 y 5 con una desviación estándar menor a 1.1. Además; se evidencia una asimetría negativa, presentando que las respuestas se ubican a la derecha, por otro lado, se evidencia ser una distribución mesocúrtica, dado que la mayoría de los resultados de la curtosis son positivos y mayores a cero.

Al analizar los resultados descriptivos, podemos inferir que, existe una valoración positiva en cuanto a la viabilidad de fundar una empresa por parte de los estudiantes. Como se puede apreciar en ítem E2- “capaz de mantenerse bajo control en el proceso de crear una empresa” obtuvo un 41.90 % de las respuestas en el rango de “Altamente probable”, reflejando que percibe tener talentos, habilidades, experiencia y recursos, que le da la posibilidad de mantenerse bajo control al desarrollar la gesta emprendedora.

Además, en el ítem E3 – “ser capaz de Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos” obtuvo un 27.20% en la escala de “parcialmente probable”, los que denota ser, la segunda habilidad emprendedora mejor valorada y una capacidad de desarrollar redes enfocadas a conseguir recursos para el desarrollo de la gesta emprendedora.

Tabla 11

Comparación de la dimensión de la “Actitud hacia la conducta” por modalidad de estudio

Actitud hacia la conducta	UPeU	FCE - Presencial	FIA- presencial	FCE -Semi presencial
A1. Enfrentarme a nuevos retos	74.3%	76.10%	72.90%	72.90%
A2. Crear empleo para otras personas	68.0%	70.70%	64.50%	69.50%
A3. Ser creativo e innovar	76.8%	73.90%	75.70%	79.70%
A4. Tener altos ingresos económicos	60.3%	70.70%	48.60%	62.70%
A5. Asumir riesgos calculados	54.4%	56.50%	47.70%	62.70%
A6. Ser mi propio jefe (independencia)	73.2%	76.10%	68.20%	76.30%
B1. Enfrentarte a nuevos retos	71.0%	73.90%	65.40%	71.20%
B2. La creación de empleo para otras personas	70.2%	78.30%	59.80%	74.60%
B3. La creatividad y la innovación	73.5%	72.80%	73.80%	72.90%
B4. Altos ingresos económicos	66.2%	67.40%	59.80%	76.30%
B5. Asumir riesgos calculados	58.5%	65.20%	50.50%	62.70%
B6. Ser independiente (ser tu propio jefe)	77.6%	82.60%	72.00%	79.70%

En la Tabla 11, se puede observar los resultados obtenidos en la dimensión “Actitud hacia la conducta”, para ello, se han sumado los porcentajes obtenidos en las categorías “Altamente probable y “totalmente probable” con el fin de analizar el comportamiento por modalidad, Facultad a la que pertenecen los estudiantes y la media de la Universidad Peruana Unión; cabe señalar que, actualmente, la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE) cuenta con la modalidad presencial y semipresencial y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA) solo con la modalidad presencial.

Se puede apreciar que, existe una mejor valoración de los estudiantes de la modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Empresariales, al considerar ser emprendedores. Por otro lado, el ítem B3- “creatividad e innovación” fue el ítem mejor valorado por la Facultad de Ingeniería, lo que denota las habilidades adquiridas en las ramas de la ingeniería, en

cuanto la innovación de procesos y productos, lo que es una actitud favorable a la creación de empresa. Así también, el ítem B6- “Ser independiente” alcanzó un 80.6% en los estudiantes de la modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Empresariales, valoración más alta entre las modalidades estudiadas. Evidenciando que la consecuencia principal del emprendimiento conduce a una independencia laboral y por consiguiente a ser su propio jefe. Es importante señalar que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE) recibieron asignaturas de emprendimiento y por consiguiente el desarrollo de competencias de liderazgo y gestión de empresas que forman en ellos una idea más cercana de la gesta emprendedora.

Tabla 12

Comparación de la dimensión “Norma Subjetiva” por modalidad de estudio

Norma subjetiva	UPeU	FCE - Presencial	FIA - Presencial	FCE - Semi presencial
C1. Mi familia directa (padres y hermanos)	67.3%	64.10%	64.50%	74.60%
C2. Mis amigos íntimos	62.1%	67.40%	62.60%	52.50%
C3. Mis compañeros o colegas	62.5%	57.60%	66.40%	62.70%
D1. Mi familia directa (padres y hermanos)	73.5%	78.30%	71.00%	72.90%
D2. La de mis amigos íntimos	54.0%	64.10%	43.90%	57.60%
D3. La de mis amistades, compañeros o colegas	49.6%	55.40%	42.10%	54.20%

En la Tabla 12, se puede apreciar los resultados de la dimensión Norma Subjetiva, de los participantes de la investigación, se han sumado porcentajes obtenidos de las categorías “Altamente probable” y totalmente probable” con el fin de tener las respuestas de más alta tendencia a la conducta emprendedora y así comparar los resultados entre la universidad y las modalidades de estudio de la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE) y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA) .

El ítem mejor evaluado es D1 – “Valoración de la opinión de las Familia y amigos”, que alcanzó un puntaje a nivel de universidad de 73.5%, lo que significa que la opinión del núcleo familiar es de mucha importancia para los estudiantes; cuando consideran fundar una empresa, este ítem también alcanzó un porcentaje elevado (78.30%) en la modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE).

Así también, el ítem C1 – presenta el grado en que la familia directa está de acuerdo con la decisión de emprender, se puede observar que la modalidad semipresencial de la FCE, alcanzó el porcentaje del 74.6%, siete puntos porcentuales por encima de la media de la universidad, lo que pone en evidencia la cultura emprendedora que tienen las familias de los estudiantes de dicha modalidad.

Finalmente en la Facultad de Ingeniería Y Arquitectura (FIA) resalta el ítem C3, que explica el grado en que los compañeros o colegas están de acuerdo con la decisión de emprender, donde un 66.4% del total de estudiantes, tres puntos porcentuales por encima de la media universitaria, considera que la opinión de sus compañeros influye en su decisión de fundar y gestionar un emprendimiento, evidenciado de esta manera la necesidad de pertenencia y aceptación por su grupo de referencia y que importa mucho las aspiraciones marcadas por el mencionado grupo.

Tabla 13

Comparación de la dimensión “Control Conductual Percibido” por modalidad de estudio

Control conductual percibido	UPeU	FCE - Presencial	FIA	Semi presencial
E1. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresas	64,3%	64.10%	64.50%	62.70%
E2. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	59,2%	69.60%	51.40%	55.90%
E3. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.	56,3%	62.00%	53.30%	50.80%
E4. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.	62,5%	72.80%	55.10%	61.00%
E5. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa.	63,6%	70.70%	59.80%	59.30%
E6. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa.	66,2%	71.70%	63.60%	62.70%

En la Tabla 13, se puede apreciar los resultados de la dimensión “Control Conductual Percibido” de los participantes de la presente investigación, para ello se sumó los resultado de las categorías “Altamente probable” y “Totalmente probable” con el objetivo de comparar los resultados a nivel de la Universidad y las modalidades de estudio de la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE) y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA) .

El ítem mejor evaluado fue E6, lo que significa que el 66.2% de los estudiantes a nivel de la universidad se consideran capaces de crear y poner en funcionamiento una empresa. De igual forma, este ítem fue el mejor evaluado en la modalidad presencial de la Facultad De Ciencias Empresariales (FCE) donde 71.70% de personas considera ser capaces de crear y poner en funcionamiento una nueva empresa.

Así también, el ítem E1 - fue el mejor evaluado (64.50%) por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, lo que significa que el 64.50% del total de los

estudiantes considera ser capaz de definir su idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa. A pesar que en los planes curriculares de dicha facultad no se consideran cursos de emprendimiento los estudiantes perciben ser eficaces en dichas tareas relacionadas con la intención de emprender.

Tabla 14

Comparación de la dimensión “Intención de emprender” por las modalidades de estudio

Intención emprendedora	UPEU	FCE - Presencial	FIA	Semi presencial
F1. Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día.	73,5%	76.10%	72.00%	74.60%
F2. Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario.	78,7%	78.30%	78.50%	78.00%
F3. Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa.	48,5%	57.60%	36.40%	57.60%
F4. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	77,2%	84.80%	72.00%	78.00%
F5. Mi objetivo profesional es ser empresario.	69,9%	76.10%	59.80%	81.40%

Esta dimensión mide la intención emprendedora de los participantes de la presente investigación; para ello, se sumó los resultado de las categorías “Altamente probable” y “Totalmente probable” con el objetivo de comparar los resultados a nivel de la universidad y las modalidad de estudio de la Facultad de Ciencias Empresariales (FCE) y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA) .

El ítem F4 fue el mejor evaluado por la modalidad presencial de la Facultad De Ciencias Empresariales, siendo un 84.8% del total de los estudiantes entrevistados que están decididos a crear una empresa en el futuro.

Así también, el ítem F2 obtuvo la mejor evaluación en la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, donde un 78.50% del total de los estudiantes encuestados percibe estar dispuesto a esforzarse para lograr se empresario.

Finalmente, el ítem F5 alcanzó la mayor valoración en la modalidad semipresencial, donde un 81.40% del total de estudiantes considera como objetivo profesional el ser empresario, esto debido a que en dicha modalidad la mayor cantidad de personas trabajan o tiene un negocio y han decidido ser profesionales cuando ya trabajaban o eran empresarios.



Figura 24. Comparativo de promedios en los ítems del cuestionario de intención (IE) emprendedora de los participantes de estudio la Universidad Peruana Unión Lima.

A continuación, se presenta los resultados de la Figura 24, donde se evidencian los promedios obtenidos de los ítems del cuestionario de intención emprendedora (IE) elaborado por Jaén & Liñán (2013).

Al analizar los resultados de la modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Empresariales, se puede observar que tienen la más alta puntuación en la dimensión control conductual percibido, siendo aún superiores con respecto al promedio de la universidad, poniendo de manifiesto que presenta una mayor percepción sobre sus talentos, habilidades y trayectoria para crear, y poner en funcionamiento una empresa. Y se corrobora con la alta valoración del ítem F4, donde expresan su deseo de crear una empresa en el futuro.

Por otro lado, los resultados de la modalidad semipresencial de la Facultad de Ciencias Empresariales son superiores al promedio, solo en la dimensión Actitud hacia la conducta, donde se evidencia una valoración personal positiva a ser emprendedor.

De manera semejante, al analizar los resultados obtenidos por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, se evidencia estar por debajo de la media en la universidad, alcanzando a la media solo en los ítems E1, donde revelan su capacidad para desarrollar la idea y estrategia de una nueva empresa y F1, donde expresan la alta probabilidad de algún día tener una empresa. Además, el ítem como menor puntuación alcanzada fue el A4, referente a asumir riesgos calculados.

Para finalizar, es importante mencionar que, después de analizar los resultados descriptivos del instrumento, se puede evidenciar que los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, tienen valoraciones positivas en cuanto a la intención de emprender; además, perciben de manera positiva la idea de crear una empresa; en segundo lugar la presión social, percibida por los estudiantes en su mayoría está vinculada las opiniones del núcleo familiar; y finalmente en cuanto a la intención de emprender, perciben que tienen las condiciones necesarias para desarrollar y poner en funcionamiento una empresa.

4.3 Resultados descriptivos la variable Características emprendedoras personales.

Tabla 15

Resultados descriptivos de la dimensión “Logro”

Dimensión	Ítems Código	Distribuciones de frecuencia					Análisis descriptivos		Análisis de normalidad		
		NUN	RV	AV	CS	SIE	Med.	Desv. Est	Asim	Curt	
Logro	Búsqueda de oportunidades y Tener Iniciativa	CEP_1	0.0%	1.5%	23.9%	54.0%	20.6%	3.94	0.71	-0.16	-0.37
		CEP_12	0.4%	3.3%	18.4%	54.0%	23.9%	3.98	0.77	-0.60	0.58
		CEP_23	0.4%	1.1%	12.9%	45.2%	40.4%	4.24	0.74	-0.80	0.74
		CEP_34	1.5%	2.9%	24.3%	52.6%	18.8%	3.84	0.81	-0.71	1.14
		CEP_45	1.1%	1.5%	26.8%	51.5%	19.1%	3.86	0.77	-0.52	0.91
	Ser persistente	CEP_2	0.7%	4.4%	23.9%	50.4%	20.6%	3.86	0.82	-0.54	0.39
		CEP_13	4.4%	11.8%	32.7%	37.9%	13.2%	3.55	2.06	-0.18	1.56
		CEP_24	1.1%	2.6%	16.2%	52.2%	27.9%	4.03	0.80	-0.88	1.42
		CEP_35	3.3%	15.8%	30.5%	36.4%	14.0%	3.42	1.02	-0.30	-0.48
		CEP_46	0.4%	1.5%	23.9%	52.9%	21.3%	3.93	0.74	-0.34	0.24
	Fiel al Cumplimiento del trabajo	CEP_3	0.4%	1.5%	15.1%	54.8%	28.3%	4.09	0.72	-0.62	0.87
		CEP_14	0.7%	1.8%	13.2%	44.9%	39.3%	4.20	0.79	-0.96	1.25
		CEP_25	1.8%	5.9%	25.0%	35.3%	32.0%	3.90	0.98	-0.64	-0.06
		CEP_36	0.7%	1.8%	16.2%	52.6%	28.7%	4.07	0.77	-0.76	1.19
		CEP_47	2.6%	11.0%	28.7%	33.8%	23.9%	3.65	1.04	-0.42	-0.46
	Exigir eficiencia y calidad	CEP_4	1.1%	5.9%	27.6%	39.3%	26.1%	3.83	0.92	-0.47	-0.18
		CEP_15	0.4%	2.2%	25.4%	54.4%	17.6%	3.87	0.73	-0.36	0.36
		CEP_26	3.7%	6.3%	28.7%	44.5%	16.9%	3.65	0.96	-0.69	0.50
		CEP_37	0.4%	5.5%	31.6%	39.3%	23.2%	3.79	0.87	-0.22	-0.54
		CEP_48	0.4%	3.7%	23.2%	49.3%	23.5%	3.92	0.80	-0.46	0.08
Correr riesgos	CEP_5	0.7%	4.0%	19.1%	51.8%	24.3%	3.95	0.81	-0.69	0.69	
	CEP_16	1.5%	13.2%	26.5%	40.4%	18.4%	3.61	0.98	-0.38	-0.48	
	CEP_27	0.0%	3.7%	25.4%	46.3%	24.6%	3.92	0.80	-0.29	-0.51	
	CEP_38	0.7%	8.8%	34.9%	44.1%	11.4%	3.57	0.83	-0.27	-0.11	
	CEP_49	1.1%	6.6%	28.3%	45.2%	18.8%	3.74	0.88	-0.46	0.06	

En la Tabla 15, se presenta los resultados descriptivos de la dimensión Logro de la variables “Características Emprendedoras Personales” CEPs, basado en los aportes de McClelland (1961).

Como se puede apreciar, se presentan los resultados por cada característica, el porcentaje obtenido de cada categoría, las medidas de tendencia central y el análisis de normalidad. Los resultados presentan que la mayor parte de las respuestas se ubican en las categorías “A veces” y “Casi siempre”, siendo 3.86 el promedio de respuesta en el total de la dimensión, además de observa, que las respuestas se fluctúan entre 3 y 4, con una desviación estándar menor a 1.05.

En cuanto a los resultados de la asimetría, se puede observar que la mayoría de los resultados son negativos, lo que implica que la mayor parte de los datos se ubican a la derecha de la distribución. El análisis de la curtosis presenta una mayor cantidad de resultados positivos con datos muy concentrados a la media, lo que evidencia ser una distribución Leptocúrtica.

La dimensión del Logro agrupa a cinco características emprendedoras personales: (a) búsqueda de oportunidades e iniciativa (b) ser persistente (c) fiel al cumplimiento de los compromisos (e) exigencia de calidad y eficiencia, (f) asumir riesgos. Esta es la dimensión, según McClelland (1961), que más está vinculada la intención de emprender.

La característica que obtuvo mayor puntuación fue: “Fiel al cumplimiento del contrato” con 3.98 puntos en promedio, seguido de “Buscar oportunidades y tener iniciativa” con 3.97 puntos en promedio y en tercer lugar exigir “Eficiencia y calidad” con 3.81 en promedio. Con resultados similares en los trabajos de investigación presentados por Arroyo (2015) donde se evidencia resultados similares en esta dimensión en el contexto de estudiantes de administración.

Tabla 16

Resultados descriptivos de la dimensión, “Planificación”

Dimensión	Ítems Código	Distribuciones de frecuencia					Análisis descriptivos		Análisis de normalidad		
		NUN	RV	AV	CS	SIE	Med.	Desv. Est	Asim	Curt	
<i>Planificación</i>	Fijar metas	CEP_6	1.1%	0.7%	13.2%	34.6%	50.4%	4.32	0.81	-1.24	1.82
		CEP_17	29.4%	16.9%	16.5%	22.4%	14.7%	2.76	1.45	0.13	-1.39
		CEP_28	0.4%	1.5%	20.2%	47.4%	30.5%	4.06	0.77	-0.49	0.08
		CEP_39	1.8%	4.8%	21.0%	46.0%	26.5%	3.90	0.91	-0.79	0.67
		CEP_50	0.4%	5.5%	23.9%	43.4%	26.8%	3.91	0.87	-0.47	-0.27
	Conseguir información	CEP_7	0.7%	1.5%	18.8%	46.3%	32.7%	4.09	0.80	-0.69	0.63
		CEP_18	0.0%	4.4%	17.6%	43.0%	34.9%	4.08	0.84	-0.62	-0.24
		CEP_29	5.9%	11.4%	30.5%	31.6%	20.6%	3.50	1.12	-0.43	-0.43
		CEP_40	0.4%	1.8%	16.5%	54.0%	27.2%	4.06	0.74	-0.60	0.71
		CEP_51	0.0%	1.5%	19.5%	47.8%	31.3%	4.09	0.75	-0.36	-0.52
	Planificar y hacer seguimiento	CEP_8	0.4%	4.0%	29.0%	44.9%	21.7%	3.83	0.82	-0.28	-0.27
		CEP_19	1.5%	0.4%	20.2%	58.5%	19.5%	3.94	0.74	-0.86	2.39
		CEP_30	0.4%	2.9%	21.3%	54.8%	20.6%	3.92	0.75	-0.50	0.50
		CEP_41	1.1%	6.6%	33.5%	41.9%	16.9%	3.67	0.87	-0.31	-0.06
		CEP_52	0.7%	4.8%	33.8%	39.0%	21.7%	3.76	0.87	-0.23	-0.33

En la Tabla 16, se presentan los resultados descriptivos de la dimensión Planificación de la variable “Características Emprendedoras Personales”, donde se aprecia el porcentaje de cada categoría de respuesta, las principales medidas de tendencia central y el análisis de normalidad. Se puede observar que las respuestas de los estudiantes se ubican en las

categorías “A veces” y “Casi siempre”, con un promedio de 3.86 en toda la dimensión, siendo que las respuestas fluctúan entre 3 y 4.

En cuanto a los resultados de la asimetría, la mayor parte de ellos son negativos lo que evidencia que la mayor parte de datos se ubica a la derecha de la distribución. El análisis de la curtosis, evidencia ser una distribución platicúrtica, al tener resultados en su mayoría menores a cero.

Esta dimensión, contempla la pertenencia a un equipo o grupo social, con el que interactúa en búsqueda de conceso en cuanto a la administración del tiempo. Agrupa tres características: (a) fijar metas, (b) conseguir información (c) Planificar y hacer seguimiento.

Tabla 17

Resultados descriptivos de la dimensión, “Poder”

Dimensión	Ítems Código	Distribuciones de frecuencia					Análisis descriptivos		Análisis de normalidad		
		NUN	RV	AV	CS	SIE	Med.	Desv. Est	Asim	Curt	
Poder	<i>Ser persuasivo y crear redes</i>	CEP_9	0.4%	2.6%	23.5%	54.4%	19.1%	3.89	0.74	-0.42	0.40
		CEP_20	2.6%	15.4%	34.2%	39.7%	8.1%	3.35	0.93	-0.34	-0.27
		CEP_31	3.7%	9.2%	25.0%	42.3%	19.9%	3.65	1.02	-0.65	0.07
		CEP_42	0.4%	0.7%	20.2%	54.4%	24.3%	4.01	0.71	-0.39	0.40
		CEP_53	2.6%	6.3%	31.3%	39.0%	21.0%	3.69	0.96	-0.50	0.11
	<i>Tener autoconfianza</i>	CEP_10	0.4%	2.2%	18.4%	49.6%	29.4%	4.06	0.77	-0.58	0.34
		CEP_21	4.8%	16.5%	34.6%	27.9%	16.2%	3.34	1.08	-0.17	-0.60
		CEP_32	1.8%	5.1%	23.5%	49.3%	20.2%	3.81	0.88	-0.73	0.73
		CEP_43	0.4%	1.5%	18.4%	57.0%	22.8%	4.00	0.71	-0.50	0.77
		CEP_54	0.7%	3.3%	27.6%	43.4%	25.0%	3.89	0.84	-0.41	-0.05

En la Tabla 17, se presentan los resultados descriptivos de la dimensión, Poder de la variable Características emprendedoras personales, donde se aprecia el porcentaje de cada categoría de respuesta, las principales medidas de tendencia central, y el análisis de normalidad. Los resultados demuestran que la mayor parte de las respuestas de los estudiantes se ubican en las categorías “A veces” y “casi siempre”, con un 3.77 de promedio en toda la dimensión, siendo que, la mayor parte de las respuestas fluctúan entre 3 y 4.

En cuanto a los resultados de la asimetría, la mayor parte de ellos son negativos, lo que evidencia que la mayor parte de datos se ubica a la derecha de la distribución. El análisis de la curtosis, evidencia ser una distribución Leptocúrtica, al tener resultados en su mayoría mayores a cero.

Esta dimensión contempla dos características emprendedoras personales: (a) el tener autoconfianza y (b) el ser persuasivo y crear redes. Además, pone en evidencia el reconocimiento social propio de los emprendedores y la capacidad de influir en las personas y de controlar la situación como principales determinantes para entablar relaciones con posibles inversores o colaboradores en busca de desarrollar los objetivos planteados.

Tabla 18

Resumen de los puntajes alcanzados en las características emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión

Dimensión		Media	Mediana	Moda	Desv. Est.	Var.
Logro	Buscar oportunidades y tener iniciativa	18,12	18,00	19,00	1,99	3,96
	Ser persistente	17,90	18,00	17,00	2,83	8,00
	Fiel al cumplimiento del contrato de trabajo	18,47	18,00	17,00	2,11	4,43
	Exigir eficiencia y calidad	17,22	17,00	18,00	2,17	4,69
	Correr riesgos	11,56	12,00	13,00	2,03	4,14
Panificar	Fijar metas	19,41	19,00	18,00	3,73	13,91
	Conseguir información	12,82	13,00	13,00	2,37	5,60

Poder	Planificar y hacer seguimiento	17,76	18,00	19,00	1,99	3,95
	Ser persuasivo y crear redes	17,90	18,00	18,00	2,23	4,99
	Autoconfianza	18,31	18,00	18,00	2,25	5,08

En la Tabla 18, se puede apreciar el resultado final de los puntajes por cada característica emprendedora personal (CEPs), dichos resultados descriptivos, además de las medidas de tendencia central. Para el cálculo de los resultados se siguió el protocolo y las instrucciones del cuestionario de auto evaluación de características emprendedoras personales; y se aplicó el factor de corrección en los casos según el protocolo, que se acompaña en el Anexo 3.

Se puede apreciar que las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, se ubican sobre la media de las puntuaciones siendo el rango de 5 a 25, con excepción de las características “conseguir información” y “correr riesgos”.

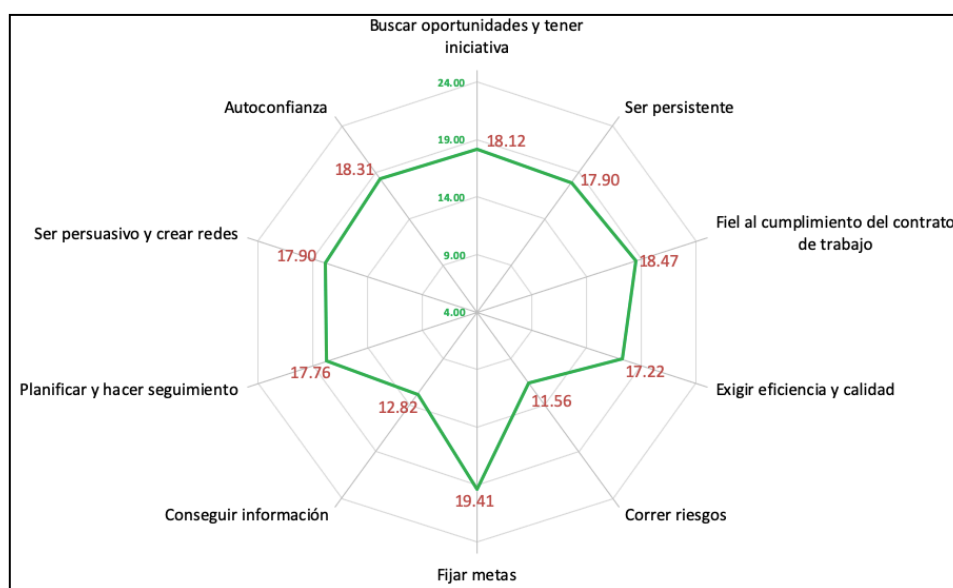


Figura 25. Perfil del emprendedor, resumen de las puntuaciones las características emprendedoras personales de la Universidad Peruana Unión.

Como podemos observar en la Figura 25, las características que obtuvieron mejor puntuación fueron: “Fijarse metas” con un puntaje de 19.41 puntos en la escala; el ser “Fiel al

cumplimiento del contrato de trabajo”, con 18.47 puntos en la escala; y la “Auto confianza”, con 18.31 puntos en la escala.

Tabla 19

Comparación de perfil emprendedor a nivel de universidad y por la modalidad de estudio

Dimensión	Media UPEU	Media FCE	Media FIA	Media FCE - Semi Presencial	
Logro	Buscar oportunidades y tener iniciativa	18.12	18.67	17.50	18.36
	Ser persistente	17.90	18.46	17.40	18.00
	Fiel al cumplimiento del contrato de trabajo	18.47	19.05	17.96	18.73
	Exigir eficiencia y calidad	17.22	17.32	16.97	17.78
	Correr riesgos	11.56	12.07	11.21	11.41
Panificar	Fijar metas	19.41	19.80	19.40	18.88
	Conseguir información	12.82	13.20	12.49	13.07
	Planificar y hacer seguimiento	17.76	18.13	17.21	18.12
Poder	Ser persuasivo y crear redes	17.90	18.49	17.13	18.47
	Autoconfianza	18.31	18.40	18.06	18.64

En la Tabla 19 , se presentan los resultados del perfil emprendedor a nivel de la universidad, y a la vez se compara las modalidades de estudio por Facultades.

En cuanto a la modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Empresariales, se observa que es el perfil con las mejores puntuaciones, todas ellas se encuentran sobre el promedio a nivel de la investigación. Las características emprendedoras personales (CEPs) con mejor puntuación fueron (a) Fijarse metas con 19.80 puntos, (b) ser fiel al cumplimiento del contrato de trabajo con 19.05 puntos, y (c) buscar oportunidades y tener iniciativa con 18.67

puntos. También se evidencia que la dimensión “Poder” es la dimensión con mejor evaluación de las tres para esta modalidad.

En segundo lugar, al analizar las puntuaciones del perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA), se puede observar que es el Perfil con las menores puntuaciones, pues todas se encuentran por debajo del promedio en el estudio en la universidad. Las características emprendedoras personales (CEPs) con mejor puntaje fueron: (a) Fijarse metas con 19.80 puntos, (b) Auto confianza con 18.06 puntos, (c) ser fiel al cumplimiento del contrato de trabajo con 17.96 puntos. Así mismo, la dimensión Poder es la que mejores promedios han registrado en comparación de las demás, los resultados son similares a la tendencia del perfil a nivel de la población de estudio en la universidad.

Al analizar las puntuaciones de la modalidad semipresencial de la Facultad de Ciencias Empresariales, se puede observar que ocho de las CEPs son evaluadas por encima del promedio . Las CEPs mejor evaluadas fueron: (a) Fijar metas con 18.88 puntos, (b) ser fiel al cumplimiento del contrato de trabajo con 18.73 puntos, y autoconfianza con 18.64 puntos. La dimensión de Logro es la dimensión mejor evaluada entre las tres.

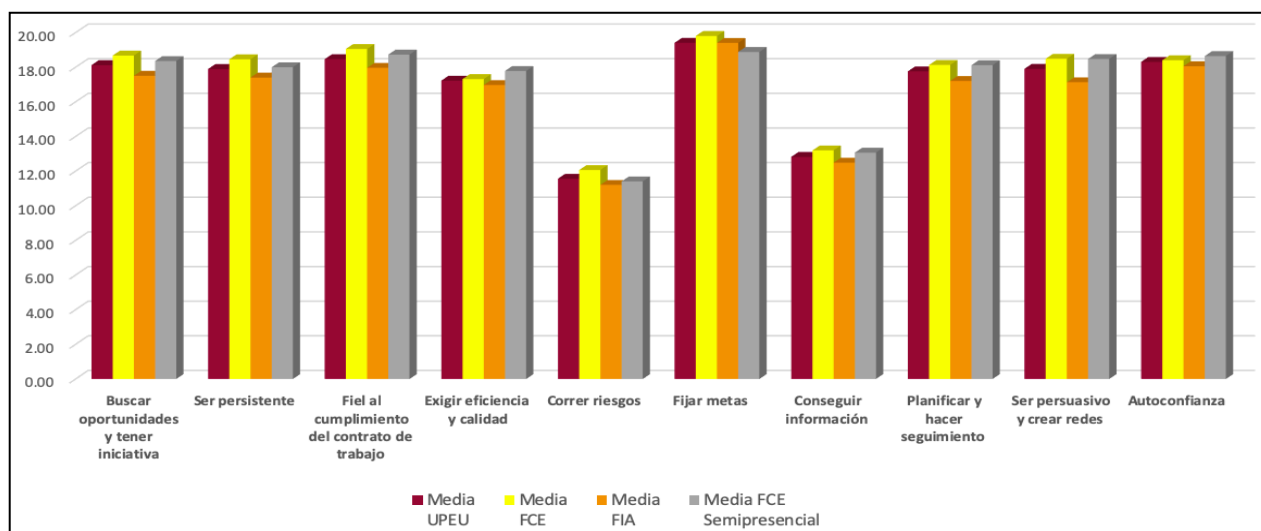


Figura 26. Comparación de las características emprendedoras personales por facultades y el programa semipresencial

Como se puede observar en la Figura 26 las puntuaciones de las características emprendedoras personales, evidencian que “Correr riesgos” y “Conseguir información” son las CEPs, que tienen menor puntuación. Lo que denota la necesidad en el ecosistema emprendedor, de articular esfuerzos y desarrollar talleres que ayuden a los estudiantes a buscar la información, el análisis en prospectiva para la toma de riesgos calculados.

4.4 Confiabilidad de las escalas de medición

4.4.1 Confiabilidad de la escala de Intención emprendedora

Tabla 20

Confiabilidad de la variable Intención emprendedora y sus dimensiones

Prueba de Fiabilidad, Alpha de Cronbach		
Confiabilidad de la variable intención emprendedora (CIE)	Alpha = 0.944	
Dimensiones	N de ítems	Alpha
Actitud hacia la conducta	12	0.905
Norma Subjetiva	6	0.826
Control Conductual percibido	6	0.912
Intención de emprender	4	0.886

En primer lugar, se realizó la validez de contenido por medio de juicio de expertos con un total de cinco (05) profesionales afines a la temática o metodología de estudio. Luego de que cada uno de los jueces realizó el análisis de ambos instrumentos, se levantaron las observaciones hechas por ellos.

En segundo lugar, se realizó el análisis de fiabilidad por medio del coeficiente Alpha de Cronbach, como se puede apreciar en la Tabla 20. El coeficiente del instrumento cuestionario de intención emprendedora (IE) de 28 ítems, es de 0,944; lo que indica que el instrumento tiene alto nivel de confiabilidad.

Por otra parte se observa que los puntajes de fiabilidad para cada dimensión son aceptables al ser sus valores mayores a 0.8. Este resultado permite aceptar la consistencia del constructo intención emprendedora y sus dimensiones.

Tabla 21

Confiabilidad de la dimensión Actitud hacia la conducta

Dimensión	Cód.	Ítems	Análisis descriptivo	
			Media	Desv. Estándar
(CIE)		Alpha = 0,944		
<i>Actitud hacia la conducta</i>	A1	Enfrentarme a nuevos retos	5.03	1.13
	A2	Crear empleo para otras personas	4.87	1.13
	A3	Ser creativo e innovar	5.10	0.98
	A4	Tener altos ingresos económicos	4.61	1.23
	A5	Asumir riesgos calculados	4.52	1.20
	A6	Ser mi propio jefe (independencia)	5.08	1.10
	B1	Enfrentarte a nuevos retos	4.89	1.06
	B2	La creación de empleo para otras personas	4.93	1.04
	B3	La creatividad y la innovación	4.97	1.01
	B4	Altos ingresos económicos	4.83	1.07
	B5	Asumir riesgos calculados	4.64	1.07
	B6	Ser independiente (ser tu propio jefe)	5.13	1.02

En la Tabla 21, se observan los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la “Actitud hacia la conducta”. El resultado de la dimensión es 0.905; esto indica que tiene un alto nivel de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). Por consiguiente, el resultado permite, aceptar la consistencia interna del constructo “Actitud hacia la conducta”, y la fuerte interrelación entre los 12 ítems estudiados. Por otro lado, la media de los ítems va en el rango de 4.52 a 5.13 y la desviación estándar más alta fue 1.20 y la más baja 0.98, lo que indica una leve dispersión con respecto a la escala de Likert de 0 a 6 puntos.

Tabla 22

Confiabilidad de la dimensión Norma subjetiva

Dimensión	Cód.	Ítems	Análisis descriptivo	
			Media	Desv. Estándar
(CIE)		Alpha = 0,944		
Norma subjetiva Alpha = 0.826	C1	Mi familia directa (padres y hermanos)	4.83	1.20
	C2	Mis amigos íntimos	4.69	1.14
	C3	Mis compañeros o colegas	4.75	1.02
	D1	Mi familia directa (padres y hermanos)	5.03	1.14
	D2	La de mis amigos íntimos	4.52	1.18
	D3	La de mis amistades, compañeros o colegas	4.29	1.32

En la

Tabla 22, se observa los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la dimensión “Norma subjetiva”. El resultado del coeficiente Alpha de Cronbach fue de 0.826 para toda la dimensión, esto indica que tiene un nivel aceptable de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). Por consiguiente, el resultado permite, aceptar la consistencia interna del constructo “Norma subjetiva”, y la interrelación entre los 6 ítems estudiados. Por otro lado, el promedio por ítems va en el rango de 4.29 a 5.03 y la desviación estándar más alta fue 1.32 y la más baja 1.02, lo que indica una pequeña variación con respecto a la escala de Likert de 0 a 6 puntos.

Tabla 23

Confiabilidad de la dimensión Control Conductual Percibido

Dimensión	Cód.	Ítems	Análisis descriptivo	
			Media	Desv. Estándar
(CIE)		Alpha =,944		
Control conductual percibido	E1	Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresas	4.72	1.08
	E2	Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	4.61	0.97
	E3	Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.	4.56	1.09
	E4	Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.	4.73	0.99
	E5	Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa.	4.69	1.07
	E6	Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa.	4.77	1.03

En la Tabla 23, se observan los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la dimensión “Control conductual Percibido”. El resultado del coeficiente Alpha de Cronbach fue de 0.912 para toda la dimensión, esto indica que tiene un nivel aceptable de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). Por consiguiente, el resultado permite, aceptar la consistencia interna del constructo “Control conductual Percibido”, y la fuerte interrelación entre los 6 ítems estudiados. Por otro lado, el promedio por ítems va en el rango de 4.29 a 5.03 y la desviación estándar más alta fue 1.09 y la más baja 1.03, lo que indica una pequeña variación con respecto a la escala de Likert de 0 a 6 puntos.

Tabla 24

Confiabilidad de la dimensión intención emprendedora, de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión

Dimensión	Cód.	Ítems	Análisis descriptivo	
			Media	Desv. Estándar
(CIE)		Alpha = 0,944		
Intención de emprender Alpha = 0.886	F1	Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día.	5.03	1.08
	F2	Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario.	5.17	1.01
	F4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	5.11	1.06
	F5	Mi objetivo profesional es ser empresario.	4.88	1.28

En la Tabla 24. se observan los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la dimensión “Intención de emprender”, el resultado del coeficiente Alpha de Cronbach fue de 0.886 para toda la dimensión; esto indica que tiene un nivel aceptable de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). Por consiguiente, el resultado permite, aceptar la consistencia interna del constructo “Intención de emprender”, y la fuerte interrelación entre los 4 Ítems estudiados. Es meritorio mencionar que a esta dimensión se eliminó un ítem F3; después de analizar la tabla de componentes rotados, para lograr mayor puntaje en el coeficiente Alpha de Cronbach. Por otro lado, el promedio por ítems va en el rango de 4.29 a 5.03 y la desviación estándar más alta fue 1.28 y la más baja 1.01, lo que indica una variación con respecto a la escala de Likert de 0 a 6 puntos.

4.4.2 Confiabilidad de las escalas de Características emprendedoras personales

Tabla 25

Confiabilidad del constructo características emprendedoras personales

Prueba de Fiabilidad Alpha de Cronbach		
instrumento Características emprendedoras personales CEPs	Alpha = 0.926	
Dimensiones	N de ítems	Alpha
Logro	25	0.905
Planificación	15	0.826
Poder	10	0.912

La Tabla 25, presenta el análisis de fiabilidad, donde se observa que el coeficiente Alpha de Cronbach, es de 0,926 , lo que indica que el instrumento tiene alto nivel de confiabilidad. Por otro lado el cuestionario de autoevaluación de las características emprendedoras personales (CEPs) de 55 ítems. Se divide en 50 ítems que pertenecen a las dimensiones y 5 ítems pertenecen al factor de corrección; por otra parte, se observa que los puntajes de fiabilidad para cada dimensión son aceptables al ser sus valores mayores a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). Este resultado permite aceptar la consistencia del constructo, características emprendedoras personales y sus dimensiones. A continuación, se revisa el resultado por cada dimensión.

Tabla 26

Confiabilidad de la dimensión "Logro"

Dimensión (CEPs)	Ítems	Descriptivos.			
		Med	D.Est.		
Logro - Alpha = 0.905	Alpha = 0.926				
	<i>Tener Iniciativa</i>	CEP_1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse.	3.94	0.71
		CEP_12	Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga.	3.98	0.77
		CEP_23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades.	4.24	0.74
		CEP_34	Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro	3.84	0.81
		CEP_45	Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado.	3.86	0.77
	<i>Ser persistente</i>	CEP_2	Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrar una solución.	3.86	0.82
		CEP_13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero que hagan.	3.55	0.21
		CEP_24	Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto en mi cometido.	4.03	0.80
		CEP_35	Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente me desplazo hacia otras actividades	3.42	1.02
		CEP_46	Trato diversas formas para superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas	3.93	0.74
	<i>Fiel al Cumplimiento del trabajo</i>	CEP_3	Termino mi trabajo a tiempo.	4.09	0.72
		CEP_14	Soy fiel a las promesas que hago.	4.20	0.79
		CEP_25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo.	3.90	0.98
		CEP_36	Cuando estoy en un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial para lograr que quede satisfecha con el trabajo.	4.07	0.77
		CEP_47	Mi familia y vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajo que yo mismo determino.	3.65	1.04
	<i>Exigir eficiencia y calidad</i>	CEP_4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente.	3.83	0.92
		CEP_15	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo.	3.87	0.73
		CEP_26	Me molesta cuando pierdo tiempo.	3.65	0.96
		CEP_37	Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas; siempre considero que hay una mejor manera de hacerlo.	3.79	0.87
		CEP_48	Me doy formas para determinar labores en forma rápida, en el trabajo tanto como en el hogar.	3.92	0.80
	<i>Correr riesgos</i>	CEP_5	Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado.	3.95	0.81
		CEP_16	No me involucro en algo nuevo a menos que tenga la certeza que tendré éxito	3.61	0.98
		CEP_27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.	3.92	0.80
		CEP_38	Llevo a cabo tareas arriesgadas.	3.57	0.83
		CEP_49	Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.	3.74	0.88

En la Tabla 26, se observa el análisis de Fiabilidad para la dimensión “Logro”, con los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la dimensión, el resultado del coeficiente Alpha de Cronbach fue de 0,905 para toda la dimensión, esto indica que tiene un nivel aceptable de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). De manera que el resultado permite, aceptar la consistencia interna del constructo: “Logro”.

Por otro lado, el promedio por ítems va en el rango de 3.42 a 4.24 y la desviación estándar más alta fue 1.04 y la más baja 0.21, lo que indica una mínima variación con respecto a la escala de Likert de 5 puntos.

Tabla 27

Confiabilidad de la dimensión “Planificación”

Dimensión	Ítems	Descriptivos			
		Med.	D. Est		
CEPs	Alpha = 0.926				
Planificación Alpha = 0.846	<i>Fijar metas</i>	CEP_6	Me gusta pensar sobre el futuro.	4.32	0.81
		CEP_17	Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida.	2.76	1.45
		CEP_28	Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores son mis ideas.	4.06	0.77
		CEP_39	Cuento con un plan claro de mi vida.	3.90	0.91
		CEP_50	Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.	3.91	0.87
	<i>Conseguir información</i>	CEP_7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, reúno toda la información posible antes de darle curso.	4.09	0.80
		CEP_18	Busco el consejo de personas que son especialistas en las ramas en que yo me estoy desempeñando.	4.08	0.84
		CEP_29	Tomo acción sin perder tiempo buscando información.	3.50	1.12
		CEP_40	Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo ..	4.06	0.74
		CEP_51	Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos.	4.09	0.75
	<i>Planificar y hacer seguimiento</i>	CEP_8	Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura.	3.83	0.82
		CEP_19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea	3.94	0.74
		CEP_30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitan.	3.92	0.75
		CEP_41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos.	3.67	0.87
		CEP_52	Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, discurro a otro.	3.76	0.87

En la

Tabla 27, se observan los resultados del análisis de fiabilidad, para la dimensión Planificación, con los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la dimensión. El resultado del coeficiente Alpha de Cronbach fue de 0,846 para toda la dimensión; esto indica que tiene un nivel aceptable de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). De manera que el resultado, permite aceptar la consistencia interna del constructo: “Planificación”. Por otro lado, el promedio por ítems va en el rango de 2.76 a 4.09 y la desviación estándar más alta fue 1.45 y la más baja 0.74, lo que indica ligera una variación con respecto a la escala de Likert de 5 puntos.

Tabla 28

Confiabilidad de la dimensión “Poder”

Dimensión	Ítems	Descriptivos		
		Media	Desv Est.	
CEPs	Alpha = 0.926			
Poder <i>Alpha=0.810</i>	<i>Ser persuasivo y crear redes</i>	CEP_9 Logro que otros apoyen mis recomendaciones.	3.89	0.74
		CEP_20 No invierto mucho tiempo en pensar cómo puedo influenciar a otras personas.	3.35	0.93
		CEP_31 Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas.	3.65	1.02
		CEP_42 A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que benefician a todas las personas involucradas en un problema	4.01	0.71
		CEP_53 Puedo lograr que personas con firmes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar.	3.69	0.96
	<i>Tener autoconfianza</i>	CEP_10 Me siento confiado que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar.	4.06	0.77
		CEP_21 Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista.	3.34	1.08
		CEP_32 Cuando estoy desempeñándome en algo difícil o desafiante, me siento confiado en mí triunfo.	3.81	0.88
		CEP_43 El trabajo que rindo es excelente.	4.00	0.71
		Me mantengo firme en mis decisiones, aun cuando otras personas me contradigan	3.89	0.84

En la

Tabla 28, se observan los resultados del análisis de fiabilidad, para la dimensión Poder , con los resultados del coeficiente Alpha de Cronbach (α) y los estadísticos descriptivos para la dimensión. El resultado del coeficiente Alpha de Cronbach fue de 0,810 para toda la dimensión; esto indica que tiene un nivel aceptable de confiabilidad, dado que el valor del coeficiente es mayor a 0.8 (Bagozzi & Yi, 1988; Carmines & Zeller, 1979). De manera que el resultado permite aceptar la consistencia interna del constructo: “Poder”.

Por otro lado, el promedio por ítems va en el rango de 3.34 a 4.06 y la desviación estándar más alta fue 1.08 y la más baja 0.71, lo que indica, una ligera variación con respecto a la escala de Likert de 5 puntos.

4.4.3 Validez de las variables de estudio.

Tabla 29

Validez de la variables Intención emprendedora y Características emprendedoras personales

Prueba de KMO y Bartlett			
Variables		Intención emprendedora	Características emprendedoras personales
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.917	0.916
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	5027.186	7301.635
	Gl	406	1485
	Sig.	0.000	0.000

En la Tabla 29 , se presenta la validación de los dos instrumentos del estudio, al analizar el coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) encontramos que los resultados son 0.917 para el cuestionario de intención emprendedora (IE) y 0.916 para el Cuestionario de autoevaluación

de capacidades emprendedoras personales (CEPs); ambos resultados son superiores a 0.7. Por lo tanto, se puede concluir que los dos instrumentos de medición, son válidos estadísticamente y pueden ser aplicados en poblaciones similares

4.4.4. Validez de los constructos teóricos a través del análisis factorial confirmatorio

4.4.4.1 Intención emprendedora

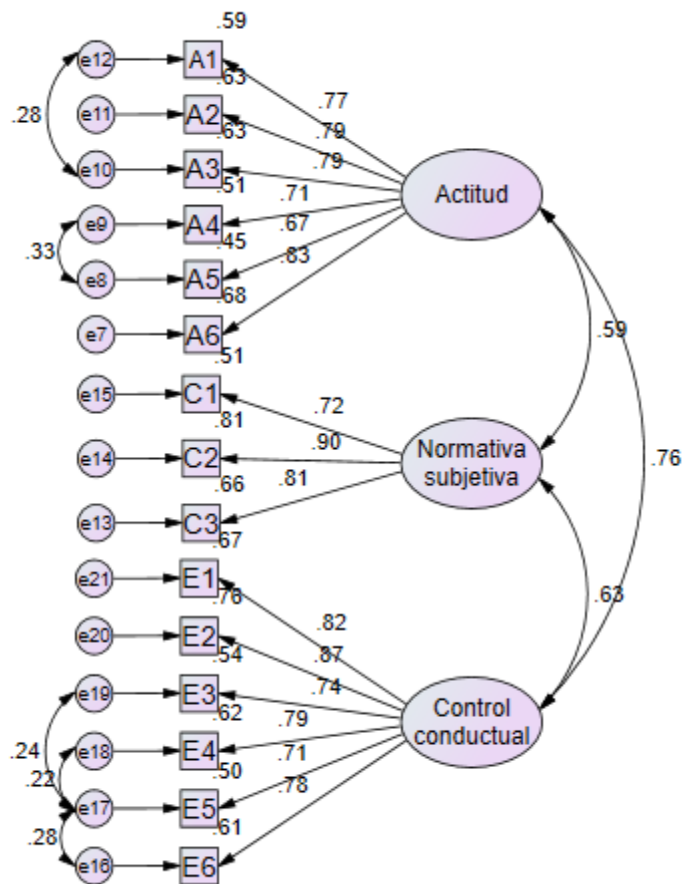


Figura 27. Dimensiones de la intención emprendedora.

En la Figura 27, se observa el análisis factorial confirmatorio, del constructo de la variable “Intención emprendedora”, donde interactúan las variables Actitud a la conducta, Norma subjetiva y Control conductual percibido, donde los índices de ajuste, ha logrado

niveles aceptables. El Chi cuadrado es de 157.954, el valor del GFI es igual 0.927, el valor del CFI es 0.971 y el valor del RMSE es de 0.058.

Tabla 30

Resultados de los Coeficientes de regresión de las variables de intención emprendedora

Dirección de la influencia			Estimado	p valor
AB6	<---	Actitud	0.826	***
AB5	<---	Actitud	0.671	***
AB4	<---	Actitud	0.715	***
AB3	<---	Actitud	0.792	***
AB2	<---	Actitud	0.794	***
AB1	<---	Actitud	0.769	***
CD3	<---	Norma	0.811	***
CD2	<---	Norma	0.900	***
CD1	<---	Norma	0.715	***
E6	<---	Autoeficacia	0.782	***
E5	<---	Autoeficacia	0.707	***
E4	<---	Autoeficacia	0.787	***
E3	<---	Autoeficacia	0.736	***
E2	<---	Autoeficacia	0.872	***
E1	<---	Autoeficacia	0.820	***

Los valores de la Tabla 30 se ajustan a las especificaciones de modelo adecuado; en la que se observan los coeficientes estandarizados, los cuales son altamente significativos con respecto a cada variable latente.

4.4.4.2 Características emprendedoras personales

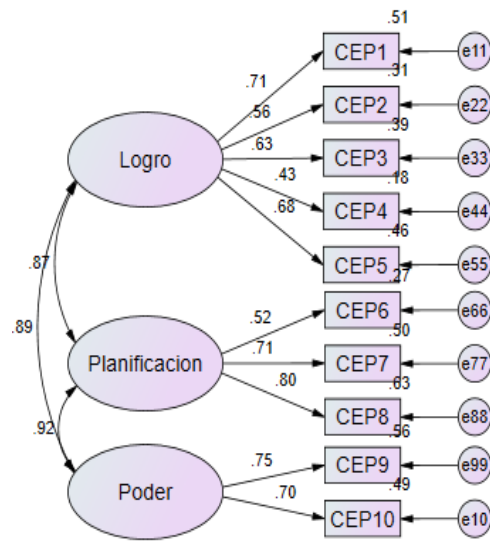


Figura 28. Dimensiones de las características emprendedoras personales (CEPs)

En la Figura 28 , se observa el Análisis Factorial Confirmatorio del constructo de la variable Capacidades Emprendedoras Personales (CEPs), donde los índices de ajuste logrado son los siguientes: el Chi cuadrado es de 46.57, el valor del GFI es igual 0.964, el valor del CFI es 0.983 y el valor del RMSE es de 0.041. Los valores se ajustan de manera satisfactoria a las especificaciones de un modelo fiable.

Tabla 31

Resultados de los Coeficientes de regresión de la CEPs

Dirección de la influencia	Estimado	p valor
Iniciativa_c <--- Logro	0.712	***
Persistente_c <--- Logro	0.556	***
Fiel_c <--- Logro	0.627	***
Efici_cal_c <--- Logro	0.428	***
Riesgos_c <--- Logro	0.681	***
Fi_metas_c <--- Planificación	0.516	***
Con_info_c <--- Planificación	0.705	***
Plani_c <--- Planificación	0.795	***
Per_redes_c <--- Poder	0.749	***
Autocon_cc <--- Poder	0.701	***

En los valores de la Tabla 31, se observan los coeficientes estandarizados, los cuales son altamente significativos ($p < 0.001$) con respecto a cada variable latente; lo que implica que existe fiabilidad y validez estadística en el constructo de las características emprendedora personales.

4.5 Resultados de la contrastación de las hipótesis

4.5.1 Hipótesis general

A continuación, se describe la contratación de la hipótesis general de estudio; para ello, se utilizó la técnica del análisis multivariante de ecuaciones estructurales para la modelación y contraste de hipótesis.

4.5.1.1 Modelo de ecuaciones estructurales.

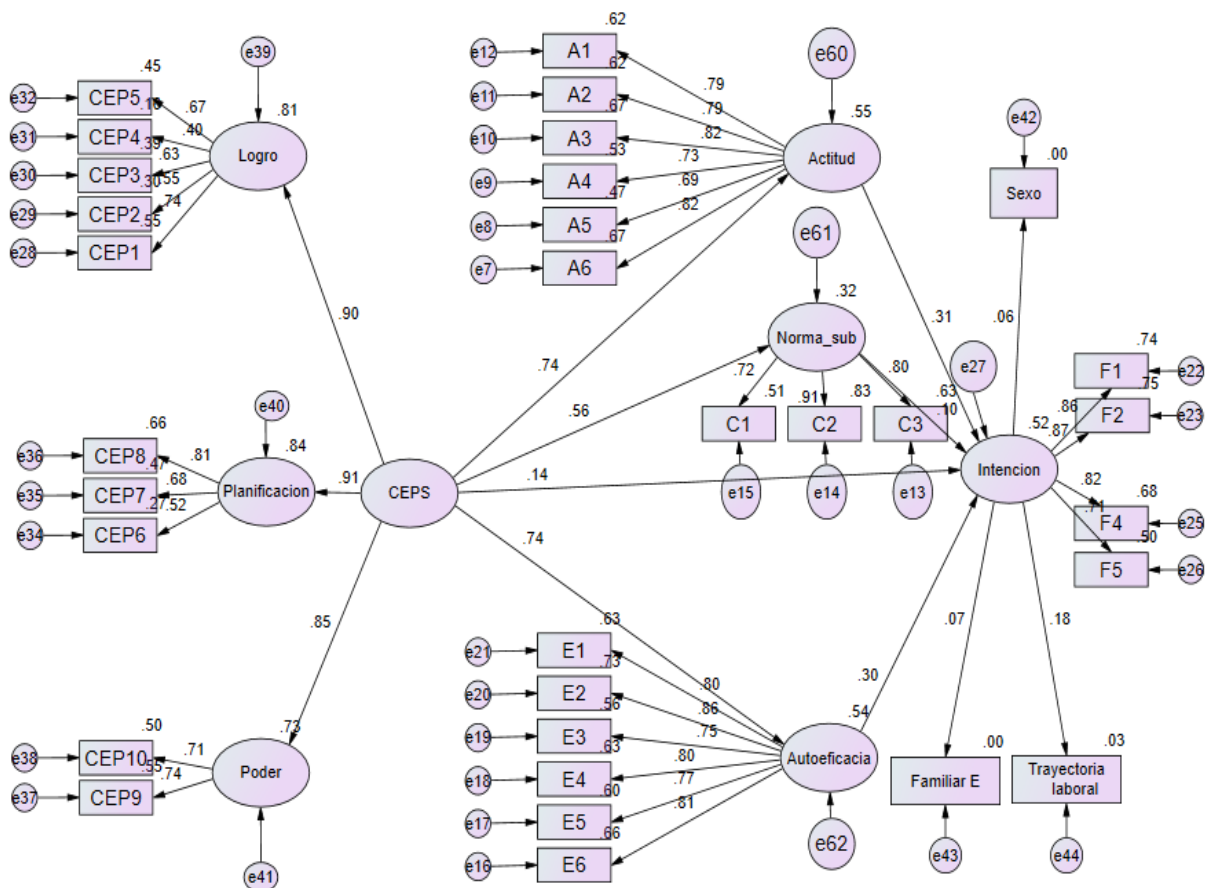


Figura 29. Modelo inicial de ecuaciones estructurales de los factores de intención emprendedora.

En la Figura 29, se presenta el modelo estructural de análisis de los datos de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se aprecia en el gráfico de senderos, la teoría de los factores motivacionales de McClelland (1961) con las dimensiones Logro, Planificación y poder, a su vez, el modelo de intención emprendedora basado en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) con las variables: Actitud a la conducta, Norma subjetiva, Control conductual o Autoeficacia y la variables sociodemográficas, sexo, Experiencia laboral y Familiar empresario.

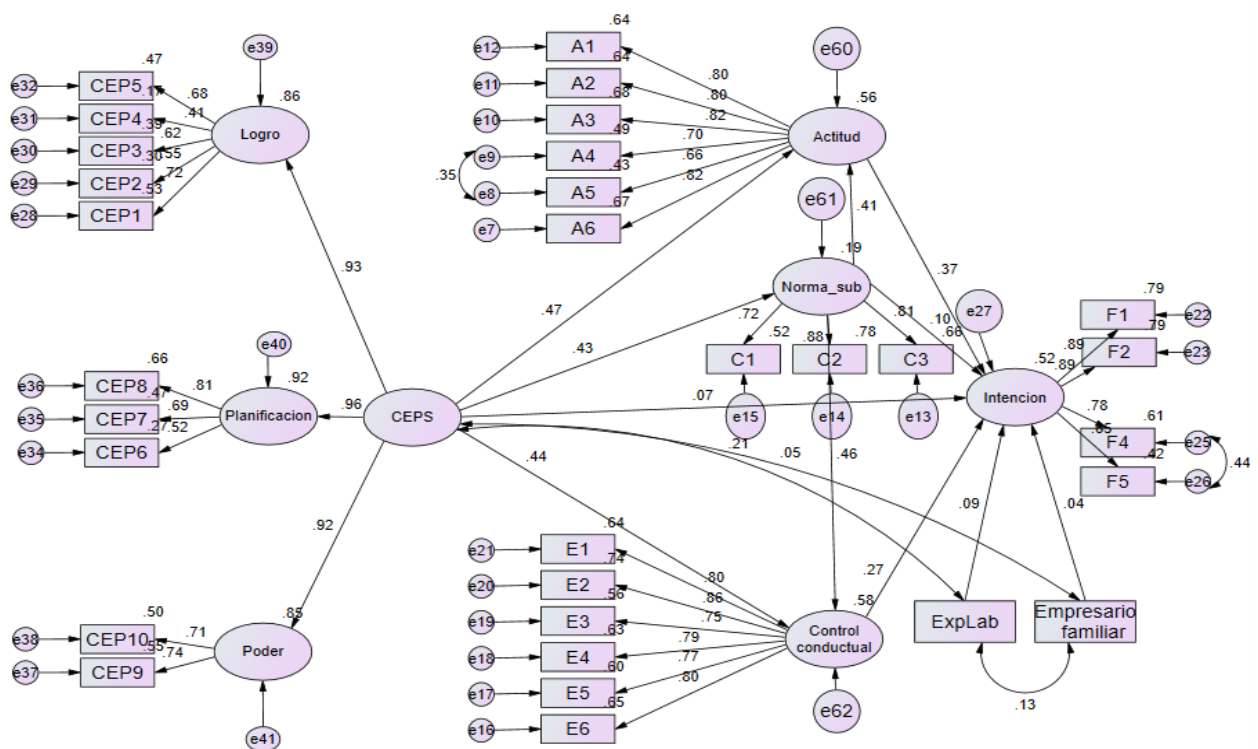


Figura 30. Modelo ajustado de ecuaciones estructurales de los factores de intención emprendedora.

En la Figura 30, se puede apreciar, el modelo ajustado de ecuaciones estructurales, con tres cambios que permitieron mejorar ajuste del modelo, primero se eliminó del modelo la variable sexo, por su baja influencia en esta población sobre la intención de emprender.

En segundo lugar, permitió evidenciar la relación entre las variables experiencia laboral y familiar empresario ambas asociadas en a las características demográficas del emprendedor, variables que no presentaron relación significativa con la intención de emprender. En tercer

lugar, se ponen de manifiesto, la relación de las variables experiencia laboral (0.09; $p > 0.05$) y familiar emprendedor (0.04; $p > 0.05$) con las características emprendedoras personales; estas relaciones guardan estrechos resultados con la literatura consultada (Granados, 2014; Gutiérrez, 2011; Moreno & Egusquiza, 2017; Oliveira et al., 2016; Paredes Juárez, 2015; F. Rodríguez, 2015).

Tabla 32

Índices de Bondad de ajuste comparativo en el modelo inicial y el modelo ajustado

Modelos comparados	Chi cuadrado	Chi cuadrado/gl	GFI	CFI	RMSE
Modelo Inicial	1010.221	2.225	0.803	0.882	0.067
Modelo Ajustado	807.658	1.937	0.837	0.917	0.059

En la

Tabla 32, se presenta los resultados de la Bondad de ajuste de los dos modelos diseñados, el primero de ellos, es el modelo inicial el cual obtuvo un Chi cuadrado de 1010.221 y un Chi cuadrado /gl igual a 2.225, el valor de GFI de 0,803, el valor de CFI de 0.882 y un RMSE de 0.06, que hacen que el modelo tenga mejoras; en torno a eso, el modelo ajustado tuvo una adición de regresiones y covarianzas, lo que generó que el nuevo modelo tenga un Chi cuadrado de 807.658, un Chi cuadrado /gl igual a 1.937. El valor del GFI es de 0.837, el valor del CFI es de 0.917 y el RMSE es de 0.059.

Finalmente, se asumió el criterio de Akaike – AIC (Akaike, 1974) para la comparación de modelos, una vez que se obtuvo el AIC para cada uno de los modelos, se eligió el que tuvo el resultado mínimo del AIC.

En ese sentido, el valor del AIC para el modelo inicial, es de 1158.221 mientras que para el modelo ajustado el valor del AIC es 965.658. Este resultado confirmó que el segundo modelo tiene un menor AIC, y por lo tanto, mejor estabilidad para contrastar las hipótesis planteadas.

Tabla 33

Resultados de la influencia de los coeficientes estandarizados para el modelo de Intención emprendedora

Influencia a la variable Intención emprendedora [r cuadrado = 0.52]			Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<---	Actitud	0.369	0.107	4.275	***
Intención	<---	Control Conductual	0.273	0.101	3.132	*
Intención	<---	ExpLab	0.086	0.067	1.758	0.079
Intención	<---	CEPS	0.073	0.063	0.834	0.404
Intención	<---	Familiar_Empr	0.043	.094	.896	0.370
Intención	<---	Norma_sub	0.103	.103	1.241	0.215

Nota: Coeficientes Estructurales Estandarizados , * p valor < 0.05 y *** p valor < 0.001

Al analizar el modelo estructural y los resultados de la Tabla 33, se concluye que el 52% de la variabilidad de la Intención emprendedora es explicada por estas 6 variables, donde la Actitud y la Autoeficacia son las más importantes por ser altamente significativas.

Tabla 34

Resultado de la influencia de los coeficientes estandarizados para Actitud

Influencia al indicador Actitud [r cuadrado = 0.56]			Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Actitud	<---	CEPS	0.469	0.041	6.669	***

En la

Tabla 34, se presenta la influencia de los CEPS hacia la actitud, donde el 56% de la variabilidad de la Actitud hacia la conducta es explicado por la variable Capacidades Emprendedoras Personales – CEPS, lo que significa una influencia considerable, dado que la actitud viene a ser un indicador determinante para la Actitud emprendedora.

Tabla 35

Resultado de la influencia de los coeficientes estandarizados para el control

Influencia al indicador control [r cuadrado = 0.58]			Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Control C	<---	CEPS	0.441	0.042	6.537	***

Así mismo, en la

Tabla 35, se presenta la influencia de las (CEPs) hacia el control conductual, donde el 58% de la variabilidad del control es explicado o influenciado por la variable Capacidades emprendedoras personales (CEPs).

4.5.1.2 Contraste de hipótesis general.

Existe influencia significativa de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

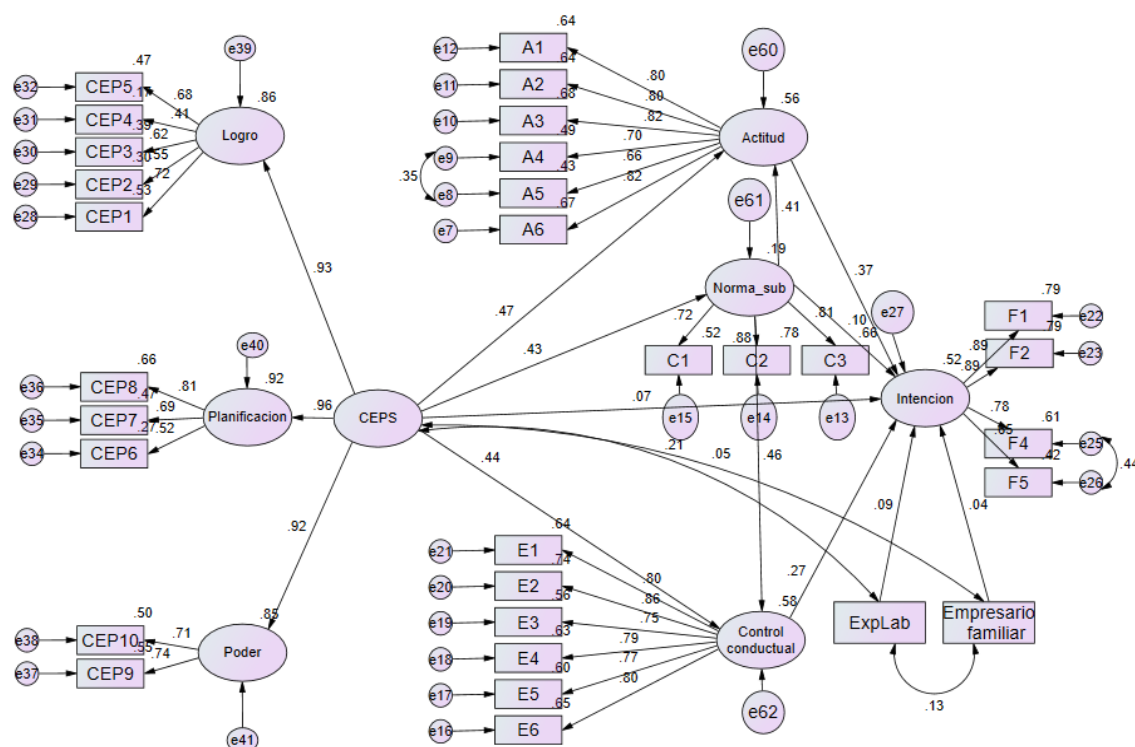


Figura 31. Modelo de ecuaciones estructurales de los factores de intención emprendedora.

En la Figura 31, se presenta el modelo final de ecuaciones estructurales para el análisis de los datos de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se aprecia en el gráfico de senderos, con las dimensiones del constructo de las características emprendedoras personales

y el modelo de intención emprendedora y las variables, experiencia laboral y familiar empresario.

Tabla 36

Índices de bondad de ajuste del modelo de intención emprendedora

Chi cuadrado	Chi cuadrado/gl	GFI	CFI	RMSE
807.658	1.937	0.837	0.917	0.059

En la Tabla 36, se observan los resultados de Bondad de ajuste que permite calificar al modelo como aceptable, donde el Chi cuadrado es de 807.658, el GFI igual a 0.837, el CFI igual a 0.917 y el RMSE igual a 0.59 cumpliendo con los parámetros mínimos de fiabilidad del modelo.

Tabla 37

Resultados de coeficientes de regresión del modelo de intención emprendedora y las características emprendedoras personales

	Variables		Estimate	S.E.	C.R.	p valor	
	Norma_sub	<---	CEPS	0.249	0.043	5.798	***
	Actitud	<---	CEPS	0.272	0.041	6.669	***
	Control_C	<---	CEPS	0.274	0.042	6.522	***
	Control_C	<---	Norma_sub	0.498	0.069	7.259	***
	Actitud	<---	Norma_sub	0.415	0.064	6.445	***
	Intención	<---	Actitud	0.456	0.107	4.275	***
	Intención	<---	Control_C	0.316	0.101	3.132	0.002
	Logro	<---	CEPS	1			
	Planificación	<---	CEPS	1.378	0.188	7.319	***
	Poder	<---	CEPS	1.145	0.118	9.729	***
	Intención	<---	ExpLab	0.117	0.067	1.758	0.079
	Intención	<---	CEPS	0.052	0.063	0.834	0.404
	Intención	<---	CIE_H1	0.084	0.094	0.896	0.37
	Intención	<---	Norma_sub	0.128	0.103	1.241	0.215
	AB6	<---	Actitud	1			
	AB5	<---	Actitud	0.834	0.073	11.492	***
	AB4	<---	Actitud	0.904	0.073	12.407	***

AB3	<---	Actitud	0.918	0.059	15.457	***
AB2	<---	Actitud	0.962	0.065	14.806	***
AB1	<---	Actitud	0.912	0.062	14.804	***
CD3	<---	Norma_sub	1			
CD2	<---	Norma_sub	1.127	0.074	15.163	***
CD1	<---	Norma_sub	0.964	0.078	12.441	***
E6	<---	Control_C	1			
E5	<---	Control_C	0.993	0.07	14.099	***
E4	<---	Control_C	0.945	0.065	14.63	***
E3	<---	Control_C	0.981	0.072	13.569	***
E2	<---	Control_C	1.004	0.062	16.277	***
E1	<---	Control_C	1.046	0.071	14.82	***
F1	<---	Intención	1			
F5	<---	Intención	0.864	0.073	11.911	***
Iniciativa_c	<---	Logro	1			
Persistente_c	<---	Logro	1.074	0.13	8.247	***
Fiel_c	<---	Logro	0.911	0.097	9.365	***
Efici_cal_c	<---	Logro	0.614	0.099	6.181	***
Riesgos_c	<---	Logro	0.966	0.094	10.236	***
Fi_metas_c	<---	Planificación	1			
Con_info_c	<---	Planificación	0.849	0.111	7.638	***
Plani_c	<---	Planificación	0.838	0.102	8.203	***
Per_redes_c	<---	Poder	1			
Autocon_cc	<---	Poder	0.964	0.093	10.343	***
F2	<---	Intención	0.933	0.048	19.437	***
F4	<---	Intención	0.862	0.054	15.932	***

En la

Tabla 37, se observan los resultados de los coeficientes estandarizados, donde algunos toman auto valores de 1, y los demás valores menores a 1, lo que hace que se tome una referencia, de las 43 influencias que se contienen en el modelo.

Se evidenció que cuatro de ellas no tienen relación significativa directa con la intención emprendedora: la “Experiencia laboral”, CEPs, “Familiar emprendedor”, y, por último, la Norma Subjetiva”. Todas las demás fueron altamente significativas, las cuales confirman el modelo realizado en la investigación.

Dado que existe un efecto no significativo entre los constructos de las CEPs y la intención emprendedora, no evidenciando relación de influencia o dependencia directa entre ambas variables (J. F. Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Se procedió a desarrollar los análisis de efectos, indirectos y globales, con la finalidad de estimar en que medida existe influencia entre ambas variables en el modelo estructural, el análisis de efectos necesita un análisis más amplio para determinar si son aplicables los efectos a una relación de dependencia entre las variables.

En este sentido, siguiendo a Bollen (1989) para determinar la influencia global, evidenciamos que las características emprendedoras personales afectan a la intención emprendedora (0.2934, $p < 0.01$) a través de la actitud a la conducta (0.469 x 0.369) y a su vez, mediante el control conductual percibido (0.441 x 0.273).

Tabla 38

Coefficientes de regresión estandarizados del modelo de intención emprendedora

Variables	Estimate	p valor
Norma_sub <--- CEPS	0.433	***
Actitud <--- CEPS	0.469	***
Control_C <--- CEPS	0.441	***
Control_C <--- Norma_sub	0.460	***
Actitud <--- Norma_sub	0.411	***
Intención <--- Actitud	0.369	***
Intención <--- Control_C	0.273	**
Intención <--- CEPS	0.073	0.404
Intención <--- Norma_sub	0.103	0.215

Nota: *** $p < 0.001$; ** $p < 0,01$

La influencia global de las características emprendedoras personales sobre la intención emprendedora es, 0.366 (0.073 + 0.293), con un p valor < 0.01 ; considerando los coeficientes estandarizados de la actitud a la conducta hacia la intención emprendedora y del control conductual hacia la Intención emprendedora. Estos resultados sugieren que las características

empendedoras de los estudiantes influyen la intención de emprender, dado que al desarrollar competencias gerenciales impactan favorablemente sobre la actitud de llevar a cabo el emprendimiento, considerándola un hecho deseable, y por otro lado los rasgos emprendedores favorecen la percepción de control sobre el fundar una nueva organización.

4.5.2 Hipótesis específica 1

Tabla 39

Influencia de las Características Empendedoras Personales sobre la Intención emprendedora

	Variab		Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<---	CEPS	0.073	0.063	0.834	0.404

La primera hipótesis específica, implicó contrastar la influencia de las Características Empendedoras Personales sobre la Intención emprendedora como se aprecia en la

Tabla 39, tuvo como resultado un coeficiente estandarizado de 0.073 ; $p > 0.05$, lo que indica una influencia positiva y directa en los estudiantes de décimo ciclo de las facultades de Ciencias Empresariales y de Ingeniería y Arquitectura; sin embargo, esta influencia no fue significativa, por lo que no se puede generalizar en poblaciones similares.

4.5.3 Hipótesis específica 2

Tabla 40

Influencia de las variables sociodemográficas sobre la Intención emprendedora

	Variab		Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<---	ExpLab	0.086	0.067	1.7580	0.079
Intención	<---	Familiar_Emp	0.043	0.094	0.896	0.370

La segunda hipótesis específica, implicó contrastar el efecto o influencia de las Variables sociodemográficas sobre la Intención emprendedora como se aprecia en la

Tabla 40.

El resultado obtenido fue a través de dos cualidades sociodemográficas, en la primera de ellas, que es la Experiencia laboral presentó una influencia en la intención emprendedora, muy bajo, siendo que el coeficiente estandarizado de 0.086 ; $p>0.05$, lo que indica que la influencia no es significativa para esta población; sin embargo, es importante para el modelo general. La segunda característica demográfica es el vínculo a un familiar emprendedor, por lo que la influencia de este indicador en la intención emprendedora es de un coeficiente estandarizado 0.043 ($p>0.05$), lo que indica que la influencia de la característica demográfica: familiar empresario no fue significativa. Finalmente, se puede concluir que las dos características demográficas están asociadas entre sí, con un coeficiente de 0.129 ($p>0.05$), evidenciando para esta población no ser variables predictivas de la intención de emprender.

4.5.4 Hipótesis específica 3

Tabla 41

Resultado de la influencia de la Actitud sobre la Intención emprendedora

	VARIABLES	ESTIMADO	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<--- Actitud	0.369	0.107	4.275	***

La tercera hipótesis específica, implicó contrastar la influencia de la Actitud hacia la conducta sobre la Intención emprendedora como se aprecia en la

Tabla 41.

En esta hipótesis, se encontró una influencia positiva y directa de la, Actitud hacia la conducta, sobre la Intención emprendedora, con un resultado de un coeficiente estandarizado de 0.369 ; $p<0.01$, por lo que se puede considerar que, la Actitud hacia la conducta es un factor sumamente importante para la Intención emprendedora, para los estudiantes del décimo ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura. Cabe resaltar que la Actitud hacia la conducta, como variable latente, generada

por 6 indicadores, con coeficientes estandarizados mayores a 0.66. Finalmente, este resultado se puede generalizar en poblaciones similares, dado que es altamente significativo.

4.5.5 Hipótesis específica 4

Tabla 42

Resultado de la influencia de la Norma subjetiva hacia la Intención emprendedora

Variables		Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<--- Norma_sub	0.103	0.103	1.241	0.215

La cuarta hipótesis específica, implicó contrastar la influencia de la Norma subjetiva sobre la Intención emprendedora. como se aprecia en la

Tabla 42

En esta hipótesis, se encontró una influencia positiva y directa de la Norma subjetiva, sobre la Intención emprendedora, con un resultado de un coeficiente estandarizado de 0.103 ($p > 0.05$), por lo que se puede considerar que la Norma subjetiva no tiene una influencia directa en la Intención emprendedora, de los estudiantes del décimo ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura. La dimensión norma subjetiva, como variable latente, consta de 3 indicadores los cuales tienen coeficientes estandarizados mayores a la puntuación estandarizada de 0.52. Finalmente, este resultado no se puede generalizar en poblaciones similares.

Al calcular la influencia indirecta, siguiendo a Bollen (1989), la Norma subjetiva sí ejerce una influencia indirecta sobre la intención de emprender; puesto que en el modelo, la norma subjetiva (0.103; $p > 0.05$) usa como variables mediadoras, a la Actitud hacia el comportamiento (0.411 x 0.369; $p < 0.001$) y el Control conductual percibido((0.460 x 0.273; $p < 0.01$) sobre la intención de emprender. Como resultado del análisis, la influencia global de

la Norma subjetiva sobre la intención es positiva y significativa de 0.380 (0.103 + 0.278) y un $p < 0.01$, véase los estadísticos estandarizados en la Tabla 38.

4.5.6 Hipótesis específica 5

Tabla 43

Influencia del Control conductual sobre la Intención emprendedora

	Variab		Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<--- Control C		0.273	0.101	3.132	0.002**

La quinta hipótesis específica, implicó contrastar la influencia del Control conductual sobre la Intención emprendedora como se aprecia en la Tabla 43.

El resultado de esta hipótesis presenta que existe una influencia positiva y directa del Control conductual sobre la Intención emprendedora; se evidencia como resultado un coeficiente estandarizado de 0.273 ($p < 0.01$), por lo que se puede considerar que el Control conductual es otro factor importante para la Intención emprendedora, en los estudiantes del décimo ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura. La variable Control conductual, al ser latente, es generada por 6 indicadores, los cuales tienen coeficientes estandarizados mayores a 0.75. Finalmente, este resultado se puede generalizar en poblaciones similares, dado que es altamente significativo.

4.5.7 Hipótesis específica 6

Tabla 44

Resultado de la influencia de las Características Emprendedoras Personales en la Actitud hacia la conducta

	Variab		Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Actitud	<--- CEPS		0.469	0.041	6.669	***

La sexta hipótesis específica, implicó contrastar la influencia de las Características Emprendedoras Personales sobre la Actitud hacia la conducta como se aprecia en la Tabla 44.

El hallazgo, en esta hipótesis, es que las Características Emprendedoras Personales influyen de manera positiva y directa en la Actitud hacia la conducta, con un coeficiente estandarizado de 0.469 ; $p < 0.01$, por lo que se concluye que las CEPs, influyen en la construcción de las creencias de la Actitud hacia la conducta. Son estas creencias las que forman una valoración positiva o negativa de la intención emprendedora de los estudiantes.

Las características emprendedoras personales son generadas por las dimensiones Logro, Planificación y Poder, las cuales superan el coeficiente estandarizado de 0.90, lo que hace que este resultado se pueda generalizar en poblaciones similares.

4.5.8 Hipótesis específica 7

Tabla 45

Resultado de la influencia de las Características Emprendedoras Personales en la Norma subjetiva

	Variab		Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Norma_sub	<---	CEPS	0.433	0.043	5.798	***

La séptima hipótesis implicó, contrastar la influencia de las Características Emprendedoras Personales sobre la Norma subjetiva como se evidencia en la

Tabla 45.

Lo que se encontró, en esta hipótesis, es un coeficiente estandarizado de 0.433 ; $p < 0.01$, que indica que las Características Emprendedoras Personales influyen de manera directa y positiva en la Norma subjetiva, dicho resultado demuestra que las características emprendedoras personales tienen influencia en la valoración que realiza el estudiante sobre las opiniones de familiares y amigos, sobre su decisión de ser emprendedor. Clarificando y moderando de mejor manera la información percibida y la presión social de su entorno.

Puesto que el asumir riesgos, y la creación de redes de apoyo, son dos características que podrían estar asociadas a este hecho.

4.5.9 Hipótesis específica 8

Tabla 46

Resultado de la influencia de las Características Emprendedoras Personales en el Control conductual

Variables		Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Control C	<--- CEPS	0.441	0.042	6.522	***

La octava hipótesis implicó, contrastar la influencia de las Características Emprendedoras Personales sobre el Control conductual como se aprecia en la

Tabla 46.

Existe un coeficiente estandarizado de 0.441 ; $p < 0.01$, lo que indica que las Características Emprendedoras Personales influyen de manera directa y positiva en el Control conductual, siendo que se evalúa la viabilidad de iniciar o no un emprendimiento.

El estudiante toma en cuenta todas las habilidades, conocimientos, recursos que tiene y ha aprendido para evaluar, si le es factible tomar el control y llevar adelante el comportamiento emprendedor. Este resultado demuestra que, las características emprendedoras personales están asociadas a la percepción de factibilidad de iniciar un nuevo emprendimiento y mejoran el control conductual, en los estudiantes de las Facultades que participaron en el estudio.

4.5.10 Hipótesis específica 9

Tabla 47

Resultado de la influencia de la Norma subjetiva en la Actitud hacia la conducta

Variables		Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Actitud	<--- Norma_sub	0.411	0.064	6.445	***

La novena hipótesis específica implicó, contrastar la influencia de la Norma subjetiva en la Actitud hacia la conducta. Como se evidencia en la Tabla 47.

Se puede apreciar la influencia de dos dimensiones de una misma variable, presentando que mejoran la explicación del modelo, el resultado de esta relación es el coeficiente estandarizado de 0.411 ; $p < 0.01$, lo que explica que existe una influencia de la Norma subjetiva sobre la Actitud hacia la conducta. En ese sentido, se prevé que la Actitud hacia la conducta, recibe influencia de la presión social del entorno cercano ya sea de la familia o de los amigos de los estudiantes. Por otro lado, la variable Actitud hacia la conducta funcionado como una variable mediadora entre la norma subjetiva y la intención de emprender.

4.5.11 Hipótesis específica 10

Tabla 48

Resultado de la influencia de la Norma subjetiva en el Control conductual

	Variab	Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Control C	<--- Norma_sub	0.460	0.069	7.259	***

La décima Hipótesis específica, es la influencia de dos dimensiones de una misma variable, esta relación de influencia mejora la explicación del modelo estructural, y tiene como resultado el coeficiente estandarizado de 0.46 ; $p < 0.01$, lo que explica que existe una influencia de la Norma subjetiva sobre el Control conductual (

Tabla 48) y, significa que la presión social de los familiar y amigos también influye en la factibilidad de llevar o no acabo el comportamiento emprendedor. Por otro lado, la variable control conductual percibido estaría siendo una variable mediadora entre la norma y la intención de emprender.

4.6 Discusión

En esta sección, se sustentan los principales aportes de la investigación sobre la influencia de las características emprendedoras personales y las variables socio demográficas sobre la intención de emprender de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión , habiendo desarrollado los análisis estadísticos a los datos resultantes de la investigación empírica, habiendo corroborado los valores obtenidos en el modelo estadístico que permitieron dar respuesta a las preguntas de investigación y de esta manera cumplir los objetivos propuestos.

En primer lugar, partimos de reconocer que esta investigación corrobora la capacidad predictiva del modelo de intención emprendedora, planteado por la teoría del comportamiento planificado (TPB) de Ajzen (1991).

Los resultados obtenidos evidenciaron la influencia de las variables “Actitud hacia la conducta” (0.369 y $p < 0.01$) y “Control conductual percibido” (0.273; $p < 0.01$) sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión; dichos resultados están acorde con los hallazgos previos consultados en la presente investigación (Da Fonseca, 2015; Eyal & Vatanserver Durmaz, 2019b; Jaén, 2014; Jaén & Liñán, 2013; Rueda et al., 2015; Schlaegel & Koenig, 2014; Yurtkoru et al., 2014).

Al analizar la relación entre Actitud hacia la conducta y la Intención de emprender se evidencia una relación positiva y significativa (0.369 y $p < 0.01$). Los estudios empíricos consultados (Ajzen, 1991; Alonso, 2012; Da Fonseca, 2015; Delai, 2019; Fayolle & Liñán, 2014; Laguía et al., 2016; F. Liñán, 2004; F. Liñán & Chen, 2006; Montes, 2018; F. Rodríguez, 2015) respaldan la relación positiva y significativa entre estas variables, siendo esta relación, la más fuerte en el modelo. En ese sentido, el presente modelo evidencia que: sí existe una actitud favorable hacia el emprender, en algún momento futuro el estudiante forme o participe activamente en la creación de una empresa. En nuestra población, el llegar a ser independiente, ser creativo e innovar son las actitudes mejor valoradas , son las principales implicancias del ser emprendedor.

Por otro lado nuestros resultados apoyan los postulados clásicos (Ajzen, 1991; Davidsson & Honig, 2003; N. F. Krueger & Brazeal, 1994; Shapero & Sokol, 1982) donde la Actitud esta determinada por las creencias que la personas tiene sobre el objeto (organización, persona o comportamiento) por ende una valoración favorable sobre el emprendimiento podría incrementar la deseabilidad del comportamiento (Ajzen & Fisbbein, 1974), evidenciando en la persona los rasgos de creatividad e innovación haciendo altamente probable una conducta emprendedora (Barral et al., 2018; Karimi et al., 2013; Romero-Martínez & Milone, 2016).

En cuanto al papel de la variable control conductual percibido, se evidenció una relación positiva y significativa (0.273; $p < 0.01$) sobre en la intención de emprender. Este resultado también es corroborada en otros estudios relacionados a la intención (Bueckmann, 2014; Karimi et al., 2013; Medina Brito et al., 2014) donde confirman la relación entre el control conductual percibido y la intención de emprender. Además, al igual que en nuestro modelo esta variable se ubica en el segundo lugar de importancia después de la Actitud hacia la conducta relacionada a la intención de emprender (Ajzen, 1991; Karimi et al., 2013; Liza Rios de Morante, 2018; Medina Brito et al., 2014; Yurtkoru et al., 2014). En consecuencia existe consenso entre los investigadores consultados, en afirmar que la percepción del control de los recursos; el confiar en las habilidades para la toma de decisiones y el control de situaciones de incertidumbre pueden potenciar o estancar la intención de emprender (Laguía et al., 2017; Nabi, LiñáN, Fayolle, Krueger, & Walmsley, 2017; Robinson et al., 1991; Torres-Coronas & Vidal-Blasco, 2019; Usaci, 2015).

En esa línea de pensamiento, las características emprendedoras personales que están relacionadas con el control conductual , (Barba, 2013; González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011; Marulanda & Montoya, 2014), son los rasgos del constructo Logro, los que evidencian

una conducta de control como rasgo resaltante en un emprendedor. Finalmente, la habilidad de reconocer la oportunidades de mercado para nuevos productos y el crear y proponer en funcionamiento una nueva empresa, evidencian ser las características mejor evaluadas por la población de estudio.

Por otro lado, los resultados también revelan que la norma subjetiva presentó una relación positiva directa (0.103; $p > 0.05$) poco significativa sobre la intención emprendedora, como lo refrendan Liñán & Chen (2009) poniendo en evidencia el débil papel proyectivo de la Norma subjetiva sobre la intención emprendedora, hecho que se corrobora en la literatura consultada (Alonso, 2012; Bueckmann, 2014; Kaltenecker et al., 2015; Montes, 2018; Paul et al., 2017; F. Rodríguez, 2015).

Partiendo de la premisa que la presión social que reciben las personas influya en la conducta emprendedora, en la población del presente estudio evidencian mayor atención a la opinión del núcleo familiar y en menor impacto al grupo de referencian y aspiraciones. Con lo que se asume que la decisión de emprender depende únicamente de las características emprendedoras personales de cada individuo y no de la influencia de las opiniones de otras personas.

Así mismo, el modelo corroboró que existe influencia indirecta de la Norma subjetiva sobre la intención de emprender, registrando tener una influencia global positiva y significativa (0.380; $p < 0.01$) mediante las variables Actitud hacia la conducta y control conductual percibido. Hecho similar, se ha registrado en las investigación de Montes (2018), donde el bajo poder predictivo de la norma no presentó influencia significativa sobre la intención de emprender recurriendo al análisis de influencia indirecta, y demostrando que las dos variables son mediadoras entre la norma y la intención de emprender como se evidencia en las investigaciones consultadas (Bueckmann, 2014; Francisco Liñán & Fernandez-

Serrano, 2014; Paul et al., 2017). En consecuencia, la presente investigación refrenda que las variables de la TPB son predictores confiables de la intención emprendedora (Jaén & Liñán, 2013; Francisco Liñán, Moriano, & Jaén, 2016; J. Moriano, Palací, & Morales, 2006; Rueda et al., 2015)

En cuanto a la relación entre las características emprendedoras personales y la intención emprendedora, los resultados obtenidos muestran que existe relación directa pero poco significativa (0.073 ; $p < 0.05$) entre ambos constructos. Corroborando que la presencia de las características emprendedoras por sí solas no son determinantes de la intención de emprender pues tienen bajo poder predictivo (Ajzen, 1991; Davidsson, 1995a; N. Krueger, 1993; N. F. Krueger & Brazeal, 1994; F. Liñán & Chen, 2006). Sin embargo, el aporte de McClelland (1961) al identificar a la dimensión de logro como la dimensión que está más asociada a la gesta emprendedora (Gutiérrez, 2011; Marulanda & Montoya, 2014; Moreno & Egusquiza, 2017; Paredes, 2009) presenta una vía para afirmar que ambas teorías son complementarias.

Al analizar el modelo de forma integral, se evidencia que existe influencia indirecta sobre la intención emprendedora. Lo que significa que la Actitud hacia el comportamiento, la Norma subjetiva, el Control conductual percibido actúan como variables moderadoras de las características emprendedoras personales.

Así, la decisión de emprender se verá potenciada, si se reafirman y promueven en los estudiantes la práctica de las características o habilidades emprendedoras personales; de esta manera, se refuerzan las creencias que afectan positivamente en su actitud hacia la conducta y el control conductual percibido y por ende la intención de emprender.

La influencia indirecta global de las características emprendedoras personales sobre la intención emprendedora es significativa (0.366 ; $p < 0.01$); en ese sentido, los estudiantes que evidencien un mayor grado de dominio en las características emprendedoras personales

reforzarán de manera positiva sus percepciones de ser emprendedor y por ende una mayor tendencia a desarrollar una intención emprendedora. Y, por otro lado, los estudiantes que evidencien un mayor grado de dominio en las características emprendedoras personales tendrán una mejor percepción la factibilidad de llevar a cabo la conducta emprendedora.

Finalmente, no se encontró relación directa ni indirecta entre las variables sociodemográficas y la intención de emprender, si partimos de que existe una relación entre la exposición a un modelo emprendedor ya sea un familiar o amigo y la intención de emprender según los estudios consultados (Cardozo, 2010; Julca, 2011; Nowińska & Haddoud, 2019; Pérez, 2015), la presente investigación confirma que, el rol emprendedor no es decisivo ni tiene poder predictivo sobre la intención emprendedora de los estudiantes, esto explica que la influencia del tipo de trabajo actual de los padres o al exposición al modelo emprendedor del núcleo familiar no son variables determinantes de la intención emprendedora en la población de estudio.

CAPÍTULO V

Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo, se presentan las conclusiones de la investigación, a las que se arribaron buscando cumplir el objetivo general planteado, que fue: Determinar la influencia de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

Tomado como base los datos recolectados de los estudiantes y los análisis desarrollados de cada objetivo específico, se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones.

5.1 Conclusiones

La presente investigación empírica se ha desarrollado en el sector de educación superior, que imparte la Universidad Peruana Unión campus Lima. Es mérito, en primer lugar, destacar que para la realización de la investigación se tuvo el total apoyo de las autoridades de la Universidad; la recolección de la información fue posible gracias a la colaboración y autorización de las diferentes autoridades de la Universidad Peruana Unión campus Lima.

En segundo lugar, la investigación analizó los factores de intención emprendedora de los estudiantes de la universidad, analizando la influencia de las características emprendedoras personales (CEPs), sus características sociodemográficas sobre la intención emprendedora

con el fin de poder plantear un modelo de intención emprendedora para las instituciones de educación superior de la promotora de la Universidad Peruana Unión, para ello se corrobora en el presente modelo que la teoría del comportamiento planificado de Ajzen, (1991) y la teoría de los tres factores motivacionales McClelland (1961) no son excluyentes entre si y que las características emprendedoras personales están relacionadas a las determinantes del modelo de intención emprendedora.

Una aspecto a destacar en la investigación empírica; fue el proceso de la recolección de información, para ello, fueron utilizados dos cuestionarios que miden los constructos de las variables anteriormente descritas, permitiendo tener un control de las respuestas de los encuestados, instrumentos que pasaron por juicio de expertos, y los análisis de confiabilidad y valides estadística con indicadores de ajuste aceptable como se pudo constatar en el capítulo IV.

Con relación al análisis de resultados obtenidos en el trabajo empírico, se desprenden las siguientes conclusiones derivadas del estudio; en primer término y de manera general, se evidenció en el análisis descriptivo que:

La Universidad Peruana Unión , tiene iniciativas de auto financiamiento, que ayudan a la permanencia universitaria de los estudiantes participantes. Siendo las iniciativas de IDEC, que estan más relacionadas con el cubrir los costos de las pensiones y las iniciativas del centro de aplicación Unión, percibidas como, iniciativas que ayudan a cubrir los gastos personales de la permanencia universitaria.

Por otro lado, el 60% del total de la población de estudiantes ha tenido experiencia laboral, 38% como trabajador dependiente y el 7% como empresario hasta la actualidad, lo que corrobora que la educación industrial, propuesta en el modelo educativo de la universidad, ya es habitual en el accionar de los estudiantes.

Al analizar los resultados de las características emprendedoras personales, de los diez rasgos emprendedores, los mejores evaluados fueron el fijarse metas con una puntuación promedio de 19.37 puntos de una escala de 25, en segundo lugar el ser fiel al compromiso de trabajo con 18.55 puntos de una escala de 25. Por otro lado las puntuaciones mas bajas las obtuvieron los rasgos : conseguir información con 12.89 de 25 puntos y Correr riesgo con un puntaje de 11.56 de 25 puntos.

Es meritorio destacar que, la modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Empresariales obtuvo las mas altas puntuaciones en los dos instrumentos aplicados reconociendo que, sus estudiantes ostentan con mayor grado, el ser futuros empresarios como elección de carrera deseable.

El modelo teórico, nos ha permitido responder a los objetivos de investigación y contrastar diez hipótesis llegando a las siguientes conclusiones:

1. Es importante mencionar, con relación al modelo resultante que permitió contestar a la hipótesis general del presente trabajo, se evidencia el accionar, la Actitud hacia la conducta y el Control conductual percibido sobre la intención de emprender. Por otro lado, se pone de manifiesto a la comunidad científica que las características emprendedoras ejercen una influencia global e indirecta sobre la intención de emprender utilizando como variables mediadoras a las antes mencionadas. Los resultados del análisis multivariado de ecuaciones estructurales para el modelo planteado presentó los valores de bondad de ajuste donde: el coeficiente Chi cuadrado asciende a 807.658, chi cuadrado/ gl de 1.937, el GFI igual a 0.837, el CFI igual a 0.917 y el RMSE igual a 0.059; siendo 10 las relaciones de tipo causal significativas (p valor < 0.05), de donde se infiere que el modelo posee validez empírica para explicar la influencia de las características emprendedoras personales sobre los determinantes de la intención emprendedora. Por lo que se puede afirmar que las

características emprendedoras personales influyen en las determinantes de la intención de emprender, sin embargo, no se ha encontrado relación alguna entre las variables sociodemográficas y la intención de emprender.

2. Los resultados asociados al primer objetivo de investigación en determinar la Influencia de las Características emprendedoras personales sobre la intención emprendedora, se observa que, no existe una relación significativa directa, como se observa en el resultado del coeficiente estandarizado de 0.073 ($p > 0.05$) de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

Sin embargo, existe influencia indirecta, de las capacidades emprendedoras personales sobre la intención de emprender, siendo la influencia global 0.366 (p valor < 0.001); considerando como variables mediadoras a la Actitud hacia la conducta (0.469×0.369 ; $p < 0,001$), y el Control conductual percibido (0.441×0.273 ; $p < 0.01$). de lo que se concluye que existe relativa influencia subyacente de los factores analizados.

3. Los resultados asociados al segundo objetivo de investigación, que buscó determinar en que medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora; se observa que existe una relación directa, poco significativa. Al hacer el análisis por separado de cada una de las variables, se evidencia que la variable experiencia laboral obtuvo el coeficiente estandarizado de 0.086 ($p > 0.05$), y la variable Vínculo a un familiar emprendedor un coeficiente estandarizado de 0.043 ($p > 0.05$), por lo que ambos resultados no presentan efectos significativos para predecir la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.

4. En cuanto al tercer objetivo de investigación, que buscó determinar en qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se concluye que la actitud hacia la conducta evidenció tener una influencia positiva y significativa sobre la intención emprendedora de los estudiantes, siendo el coeficiente estandarizado de 0.369 ($p < 0.01$). Si bien, la actitud hacia la conducta implica desarrollar una evaluación previa; sobre convertirse en emprendedor. Esta evaluación previa, de los estudiantes, tiene una influencia positiva y significativa sobre la intención emprendedora. Sí, se logra un incremento de 1 punto en la percepción de la actitud hacia la conducta. La percepción sobre la intención emprendedora se incrementará en un 37%.
5. Por otro lado, el cuarto objetivo de investigación buscó determinar en qué medida la norma subjetiva influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se evidencia que la norma subjetiva mostró una influencia positiva pero poco significativa sobre la intención emprendedora de los estudiantes, siendo el coeficiente estandarizado de 0.103 ($p > 0.05$). Lo que implica que, la presión social percibida por los estudiantes no es un determinante directo en su decisión de convertirse en emprendedor. Sin embargo, amerita resaltar, que Sí, presenta influencia indirecta sobre la intención emprendedora con un coeficiente estandarizado de 0.380; ($p < 0.01$). Se puede apreciar que, la Norma subjetiva utiliza como variables mediadoras a la Actitud al comportamiento (0.411×0.369 ; $p < 0.001$) y el control conductual percibido (0.460×0.273 ; $p < 0.01$), por lo que se concluye que; existe relativa influencia subyacente de los factores analizados.
6. El quinto objetivo de investigación buscó determinar en qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Teniendo como resultado que el control conductual

percibido presentó tener una relación directa y significativa sobre la intención emprendedora de los estudiantes, con un coeficiente estandarizado de 0.273 ($p < 0.01$), por lo tanto, las percepciones que tienen los estudiantes sobre sus habilidades, competencias y la viabilidad de llevar a cabo la gesta emprendedora influyen en la decisión de emprender. Sí, se logra un incremento de 1 punto en la percepción del control conductual percibido, entonces, la percepción de la intención emprendedora se incrementará en un 27%.

7. El sexto objetivo de investigación implicó, determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se puede afirmar que las características emprendedoras personales, presentaron una relación directa y significativa sobre la Actitud hacia el comportamiento, con un coeficiente estandarizado de 0.469 ($p < 0.01$).

Siendo que las características emprendedoras personales reúnen los rasgos más resaltantes de un empresario de éxito. Estas características demostraron tener influencia directa significativa sobre actitud al comportamiento, lo que se concluye que los rasgos emprendedores influyen en la valoración personal sobre el hecho de ser emprendedor. Sí, se logra un incremento de 1 punto en la percepción en las características emprendedoras personales, entonces, la percepción de la Actitud a la conducta se incrementará en un 47%.

8. Así mismo, el séptimo objetivo tuvo a bien determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se puede afirmar, que las características emprendedoras personales, influyen positiva y significativamente sobre la norma subjetiva y presentan un coeficiente estandarizado de 0.433 ($p < 0.01$).

Siendo que las características emprendedoras presuponen la existencia de un conjunto de rasgos esperados, en un modelo de emprendedor exitoso. Se evidencia que las CEPs influyen en la presión social, que perciben los estudiantes al momento de evaluar ser emprendedores o gestar un emprendimiento. Sí se logra un incremento de 1 punto en la percepción en las características emprendedoras personales, entonces, la percepción de la Norma subjetiva se incrementará en un 43%.

9. De igual manera, el octavo objetivo cumplió con determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. La investigación confirma que las CEPs evidencian influir sobre a las creencias de factibilidad de llevar a cabo, un emprendimiento. Al analizar los resultados de la investigación empírica se confirmó que las características emprendedoras personales influyen positiva y significativamente en el control conductual percibido y presentan un coeficiente estandarizado aceptable de 0.441 ($p < 0.01$). Sí, se logra un incremento de un punto en la percepción de las características emprendedoras personales, entonces, la percepción del control conductual percibido incrementa en un 44%.
10. Así también, el noveno objetivo buscó determinar en qué media la norma subjetiva influye en la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Se pone de manifiesto que la presión social percibida, por los familiares, amigos y de los estudiantes influye sobre la autoevaluación que los estudiantes realizan para de ser, o no, emprendedor. Al contrastar los resultados de la investigación empírica se evidenció; que la Norma subjetiva influye sobre la actitud al comportamiento de los estudiantes, de manera significativa con un coeficiente estandarizado de 0.411 ($p < 0.01$). con lo que se puede inferir que, Sí, se logra un

incremento de 1 punto en la percepción en Norma subjetiva , entonces, la percepción de la actitud al comportamiento se incrementara en un 41%.

11. Finalmente, el décimo objetivo buscó determinar en qué medida la Norma subjetiva influye en el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. En síntesis, la investigación pone en evidencia que, la presión social influye en las creencias personales, de percibir facilidad o dificultad el desarrollar un emprendimiento. Al contrastar los resultados de la información empírica la Norma subjetiva influye sobre el control conductual percibido de los estudiantes de manera significativa con un coeficiente estandarizado de 0.460 ($p < 0.01$) como lo que se puede inferir que, Sí, se logra un incremento de 1 punto en la percepción en Norma subjetiva , entonces, la percepción de control conductual percibido se incrementará en un 46 %.

5.2 Recomendaciones

Al analizar los hallazgos de la presente investigación, los resultados obtenidos en la construcción del modelo, a partir de la información recolectada, se presenta las siguientes recomendaciones a fin de promover el emprendimiento y mejorar el currículo universitario de la Universidad Peruana Unión.

Al Vicerrectorado Académico:

1. Se recomienda, incluir en la propuesta curricular 2022, de manera transversal, el curso de emprendimiento en las escuelas profesionales vinculadas a la innovación y al emprendimiento (Facultad de Ingeniería Arquitectura y Facultad de Ciencias Empresariales), para fortalecer las características emprendedoras personales en la comunidad universitaria, y así se potencie como viable el impulso del auto empleo al finalizar los años de estudio, siendo esta decisión trascendental para afirmar la intención emprendedora en la Universidad Peruana Unión en sus tres campus.

2. Incluir en los sílabos de las materias denominadas “Talleres para la vida”, tópicos básicos para el desarrollo de un plan de negocio, en concordancia con la concepción de la educación industrial parte de la filosofía de la educación adventista.

A la Facultad de Ciencias Empresariales y la Dirección General de

Investigación:

3. Reactivar la incubadora empresarial, denominada INCUBEN, en la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo que, es uno de los estándares mínimos de calidad exigida por el gobierno en la universidades licenciadas. El contar con una incubadora de negocios permitirá promover la innovación y transferencia tecnológica. Siendo el INCUBEN el espacio adecuado para desarrollar el espíritu emprendedor, monitorear la intención emprendedora y brindar soporte técnico para la incubación de ideas de negocios con equipos multidisciplinarios.
4. Al INCUBEN, se recomienda monitorear las iniciativas emprendedoras, de manera que se unifique la información del IDEC y centro de producción Unión a fin de promover la asociatividad de los emprendedores, para alcanzar mejores oportunidades productivas, desarrollar las características emprendedoras personales en los estudiantes que participan en las iniciativas, mejorar el acceso al crédito en ambos centros de aplicación, así como brindar soporte técnico para el desarrollo de su emprendimiento.
5. Incluir en los tipos de tesis de aceptados en pregrado, la tesis por proyecto en marcha o plan de negocios, la gesta y puesta en marcha de una unidad productiva formal del Bachiller , para optar por el título profesional de administrador, de esta manera se reafirma al emprendimiento y se logra desarrolla la intención emprendedora.

A la Escuela Profesional de Administración:

6. Orientar las ferias emprendedoras desarrolladas por la EP Administración, a la presentación de emprendimientos que involucren equipos multidisciplinarios e ideas con alto grado de innovación, por sobre los emprendimientos de comercialización de productos.
7. Promover en la comunidad universitaria, las actividades extracurriculares que refuercen el control conductual percibido y la actitud al comportamiento, como la disertación de emprendedores exitosos, capacitaciones en técnicas de desarrollo emprendedor, mesas de trabajo, prácticas con emprendedores de la zona.

Referencias

- Acs, Z. (1992). Small business economics: A global perspective. *Challenge*, 35(6), 38–44.
- Aeeni, Z., Motavaseli, M., Sakhdari, K., & Dehkordi, A. M. (2019). Baumol's theory of entrepreneurial allocation: A systematic review and research agenda. *European Research on Management and Business Economics*, 25(1), 30–37.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2018.09.001>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1974). Factors influencing intentions and the intention-behavior relation. *Human Relations*, 27(1), 1–15. Recuperado de <https://id.elsevier.com/as/INcqq/resume/as/authorization.ping>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social. *Behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Akaike, H. (1974). A New Look at the Statistical Model Identification. *IEEE Transactions on Automatic Control*, 19(6), 716–723. <https://doi.org/10.1109/TAC.1974.1100705>
- Al-Jubari, I., Hassan, A., & Liñán, F. (2018). Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*.
<https://doi.org/10.1007/s11365-018-0529-0>
- Alcaraz, R. (2006). *El Emprendedor de Éxito*, Tercera edición, Ed. McGraw-Hill Interamericana, México.
- Alonso, P. (2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. un enfoque de género*. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA. Recuperado de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/96916/TesisPEAG.pdf?sequence=1>
- Amésquita, F. (2017). *Motivaciones , características y determinantes del emprendedor informal*. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/25504>
- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., & Mas Tur, A. (2013). El emprendedor social – una explicación intercultural. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública*, 78, 37–52.
- Aponte García, M. (2002, noviembre). Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: un enfoque institucional. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado

de <http://www.tdx.cat/handle/10803/3946>

- Aponte, M., & Venciana, J. M. (2005). *FACTORES CONDICIONANTES DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN PUERTO RICO: UN ENFOQUE INSTITUCIONAL*.
- Aragón, A., & Baixauli, S. (2014). *Intención Emprendedora de los estudiantes de Bachillerato y Ciclos Formativos en la Región de Murcia*. Recuperado de goo.gl/pbuz9g
- Arias, F. (2014). *Metodología de la investigación*. (7ma edición). México DF.: Trillas.
- Arroyo, M. M. (2015). Emprendimiento y perfil de emprendedor en la escuela profesional de ciencias administrativas de la universidad nacional de san Antonio abad del cusco, periodo 2014 -2015. *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*, 230. Recuperado de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/2874/253T20171097.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Asensio, E., & Vázquez, B. (2012). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Editorial Paraninfo.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75361-4>
- Barba, D. (2013). Características Emprendedoras Personales (CEP). *Revista Ciencia UNEMI*, (1390–4272), 62–68. Recuperado de [file:///C:/Users/Lizbeth Suarez/Downloads/Dialnet-CaracteristicasEmprendedorasPersonalesCEPDeHombres-5210347.pdf](file:///C:/Users/Lizbeth%20Suarez/Downloads/Dialnet-CaracteristicasEmprendedorasPersonalesCEPDeHombres-5210347.pdf)
- Barral, M. R., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *The American economic review*, 58(2), 64–71.
- Beraza Garmendia, J. M., & Rodríguez Castellanos, A. (2011). Los programas de apoyo a la creación de spin-offs en las universidades españolas: una comparación internacional. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(2), 89–117. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60054-9](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60054-9)
- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación* (4ta edición). Pearson,.
- Berrios, J., & Espina, M. (2014). Factores Determinantes para el Desarrollo de la Actividad Emprendedora: Un Estudio Correlacional. *Esic Market Economics and Business Journal*, 45(1), 161–1714. <https://doi.org/10.7200/esicm.147.0451.4e>

- Bioincuba. (s/f). Bioincuba | Empresa. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de <https://www.bioincuba.com/empresa/>
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables* Wiley. *New York*.
- Bollen, K., & Long, J. S. (1993). *Testing structural equation models* (Vol. 154). Sage.
- Bueckmann, R. (2014). Análisis de las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios mexicanos: un enfoque basado en variables personales y del programa educativo. Recuperado de <http://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/5846>
- Camacho, J. L., Aramendía, S., & Messina, M. (2013). *Análisis de los factores que impactan en el logro de los objetivos de los emprendedores*. Recuperado de [http://www.ccee.edu.uy/jacad/2012/x_area_y_mesa/CONTABILIDAD-ADMINISTRACION/5 - Emprendedurismo/2-Analisis de los factores que impactan en el logro de los objetivos de los emprendedores..pdf](http://www.ccee.edu.uy/jacad/2012/x_area_y_mesa/CONTABILIDAD-ADMINISTRACION/5_-_Emprendedurismo/2-Analisis_de_los_factores_que_impactan_en_el_logro_de_los_objetivos_de_los_emprendedores..pdf)
- Camayo, W., Vásquez, C., & Zavaleta, L. E. (2017). *Análisis del ecosistema emprendedor latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621422>
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261–277. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>
- Camino, J. R. (2014). *Cómo escribir y publicar una tesis doctoral*. ESIC editorial.
- Campos, T., & Martínez, G. (2011). *Intención emprendedora en estudiantes universitarios, el caso de la Universidad de Deusto*. Bizkai-Lab. Recuperado de https://www.academia.edu/7138706/Emprendimiento_e_innovacion_universitaria
- Cardozo, A. P. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo&dsID=Documento.pdf>
- Carlo Martínez, C. C. (2017). *La Intención Emprendedora: Un Estudio Transcultural entre República Dominicana y España*. UNIVERSIDAD DE MURCIA. Recuperado de <http://nadir.uc3m.es/alejandro/phd/thesisFinal.pdf%5Cnhttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Universidad+de+murcia#0>
- Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (1979). *Reliability and validity assessment* (Vol. 17). Sage publications.

- Casero, J. C. D., Mogollón, R. H., & Pulido, D. U. (2007). Teoría económica institucional y creación de empresas. En *El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM* (p. 43). Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*, 21.
- Chamorro, E. T., & Villa, J. J. B. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Some Neoclassists' Contributions to the Entrepreneur Theory.*, 20(34), 39–63. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=31584078&lang=es&site=ehost-live>
- Charaja, F. (2011). El MAPIC en la Metodología de la Investigación. *EDITORIAL: Sagitario Impresores Puno Perú*.
- Chi6n, S., & Charles, V. (2016). *Analítica de datos para la modelación estructural* (1era edici6n). Lima - Perú: Pearson.
- Churchill, G. (2003). *Investigaci6n de mercados* (4ta Edici6n). M6xico DF: Thomson.
- Collazos, A. (2018). El crowdfunding en el Per6. Cronología de una regulaci6n pendiente. *Forseti: Revista de Derecho*, (9), 32–38. <https://doi.org/10.21678/forseti.v0i9.1059>
- Cornejo, R. (2019). *Programa Nacional de Innovaci6n para la Competitividad y Productividad –Innovate Per6*. Lima - Perú. Recuperado de http://innovacion.concytec.gob.pe/wp-content/uploads/2019/07/expositora_2-rosmary-cornejo-valdivia.pdf
- Correa, C. I. O. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & Gest6n*, 27, 235–252.
- Cort6s, E., & Montoro, M. . (2014). *Impacto de la educaci6n en emprendimiento en la Auto-Eficacia emprendedora, las intenciones emprendedoras, capital social y los emprendedores naci6ntes: Eviden*Cort6s, E., & Montoro, M. . (2014). *Impacto de la educaci6n en emprendimiento en la Auto-Eficac*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/28055/1/T35597.pdf>
- Corti, E., & Riviezzo, A. (1998). Hacia la universidad emprendedora: un análisis del compromiso de las universidades italianas con el desarrollo econ6mico y social. *RevistaEconomiaIndustrial*, 21, 113–124.
- Costa Aponte, F., Sánchez Aguilar, A., Morn Flores, G., Arias Chumpitaz Director Ejecutivo, A., Panuera Moreno Heidy Grecia Achahui Quispe Gianella Greta Grijalva

- Barrantes, M., & Joel Zanabria Urdánegui Diseño de carátula Marco Montero Khang, D. (2017). *Perú: Estructura Empresarial, 2017*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1586/libro.pdf
- Cromie, S., & Johns, S. (1983). Irish entrepreneurs: Some personal characteristics. *Journal of Occupational Behaviour, 4*(4), 317–324.
- Cruz, T. (2005). El autoempleo: una opción laboral al finalizar la educación obligatoria. *Junta de Andalucía, 15*.
- Da Fonseca, B. (2015). *Estudio de la intención emprendedora en Portugal desde la perspectiva de los valores y del género*.
- Davidsson, P. (1995a). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development, 7*(1), 41–62.
- Davidsson, P. (1995b). Determinants Of Entrepreneurial Intentions. *RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, 29*(4), 293–296.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing, 18*(3), 301–331.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- De Jorge, J. (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Caracciolos, 1*(1), 1–12.
- Delai, J. (2019). *Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios . El papel moderador del entorno*. universidad de la rioja.
- Díaz-Casero, J. C., Hernandez -Mogollón, R., & Urbano, D. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 11*(3), 1135–1225. Recuperado de [/citations?view_op=view_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Des%26start%3D30%26as_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation_for_view=9I-KfOIAAAAJ:aqlVkmm33-oC&hl=es&oi=p](https://scilib.com/citations?view_op=view_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Des%26start%3D30%26as_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation_for_view=9I-KfOIAAAAJ:aqlVkmm33-oC&hl=es&oi=p)
- Doanh, D. C., & Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science, 159*, 2447–2460.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.420>
- Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 16*(4), 329–348.

<https://doi.org/10.1108/13552551011054516>

- Druker, P. (2004). La disciplina de la innovación. *Harvard Business Review*, 82(8), 93–98.
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320–340. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>
- Edwards, A. L. (1957). Techniques of Attitude Scale Construction (New York: Appleton-Century-Crofts, 1957). *Edwards Techniques of Attitude Scale Construction 1957*.
- EmprendeUP. (s/f). ¿Qué es Emprende UP? | Emprende UP. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de <https://emprendeup.pe/nosotros/>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172–182.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Eyel, C. Ş., & Vatansever Durmaz, İ. B. (2019a). Entrepreneurial Intentions of Generation-Z: Compare of Social Sciences and Natural Sciences Undergraduate Students at Bahçeşehir University. *Procedia Computer Science*, 158, 861–868.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.124>
- Eyel, C. Ş., & Vatansever Durmaz, İ. B. (2019b). Entrepreneurial Intentions of Generation-Z: Compare of Social Sciences and Natural Sciences Undergraduate Students at Bahçeşehir University. *Procedia Computer Science*, 158, 861–868.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.124>
- Falcón, C. Á. (2010). *Crecimiento, innovación y sostenibilidad en países latinoamericanos: el caso del Perú*. UPC.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Fernández, I., Castro, E., & Conesa, F. (2000). Las relaciones universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional. *Revista Espacios*, 21(2). Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a00v21n02/60002102.html#inicio>. Consultado el 10/07/2011.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. (Taylor & Francis, Ed.). Psychology press. Recuperado de www.taylorandfrancis.com

- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Bueno Aires, Argentina*. Recuperado de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship - An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437–496. <https://doi.org/10.1561/03000000028>
- Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B., & Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictors of entrepreneurial intention in undergraduate students: A model based on structural equations. *Formacion Universitaria*, 12(1), 83–94. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062019000100083>
- Gamboa, M., Guerra, O., & Utrilla, H. (2017). *Importancia de los actores clave para desarrollar una startup en Perú*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621952>
- García-Pérez de Lema, D., Gálvez-Albarracín, E. J., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- Giordano, K. (2015). *Influencia de las Incubadoras de Empresas Universitarias en el Proceso Emprendedor : una Aplicación para el Tecnológico de Monterrey*.
- González Ortiz, R., & Zúñiga Álvarez, A. (2011). Método CEPCES para la Evaluación del Potencial Emprendedor. *Journal of technology management & innovation*, 6(1), 77–99.
- Granados, I. (2014). *Características emprendedoras como estrategia de promoción del empleo juvenil independiente en alumnos del Senati CFP Huancayo*. Universidad nacional del centro. Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2994/GranadosContreras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Green, B. F. (1954). Attitude measurement. *Handbook of social psychology*, 1, 335–369.
- Guasch, J. L., Kuznetsov, Y. N., & Sanchez, S. M. (2002). Small and medium sized enterprises in Argentina: A potential engine for economic growth and employment. *World Bank Sector Rep*, (22803-AR).
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35–50.

- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A., Ruiz-Navarro, J., Neira, I., & Fernández-Laviada, A. (2016). *Perfil Emprendedor del Estudiante Universitario*. Recuperado de <http://www.cise.es/gem/Informe-Observatorio-Emprendimiento-Universitario.pdf>
- Gutiérrez, G. (2011). Educación emprendedora en la universidad: Educando para el futuro. *Retos, 1*(2), 135–154. <https://doi.org/10.17163/ret.n2.2011.05>
- Hair, J., Bush, R. P., & Ortinau, Da. j. (2010). *Investigación de mercados, en un ambiente de informacion digital* (4ta Edició). México DF: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th* Pearson Prentice Hall. *Upper Saddle River, NJ*.
- Hernández Carrión, C. (2011). Redes de relaciones, capital social y competitividad empresarial, 322.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación: Definición del tipo de investigación a realizar. *México: MacGraw*.
- Hidalgo, A. L. (2016). Una mirada sociodemográfica a los emprendedores de la Economía Social y Solidaria en San Luis. Reflexiones sobre el perfil de los sujetos de derecho vinculados al Programa Nacional de Microcrédito. *+E, (5.Ene-Dic)*, 204–211. <https://doi.org/10.14409/extension.v5i5.5174>
- Idrovo, F. K. (2018). *Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas Recuperado de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28462/1/017_GMC.pdf
- INEI. (2019a). *indicadores de educación por departamento*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- INEI. (2019b). Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana, 80. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_mercado-laboral-dic2017-ene-feb2018.pdf
- Jaén, I. (2014). *Estudio de los valores y la intención emprendedora de los titulados universitarios en España*.
- Jaén, I., & Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: The role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower, 34*(8), 939–960. <https://doi.org/10.1108/IJM-07-2013-0166>
- Jensen, T. L., Leth-Petersen, S., & Nanda, R. (2014). *Housing collateral, credit constraints and entrepreneurship-evidence from a mortgage reform*. National Bureau of Economic Research.
- Julca, E. (2011). *EVALUACIÓN DE FACTORES BÁSICOS DE COMPETENCIA DE EN*

LOS ESTUDIANTES DE TURISMO: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú). universidad de salamanca.

- Kadir, M. B. A., Salim, M., & Kamarudin, H. (2012a). The Relationship Between Educational Support and Entrepreneurial Intentions in Malaysian Higher Learning Institution. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 69, 2164–2173.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.182>
- Kadir, M. B. A., Salim, M., & Kamarudin, H. (2012b). The Relationship Between Educational Support and Entrepreneurial Intentions in Malaysian Higher Learning Institution. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 69(0), 2164–2173.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.182>
- Kaltenecker, N., Hoerndlein, C., & Hess, T. (2015). The drivers of entrepreneurial intentions - an empirical study among information systems and computer science students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(2), 39–52. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=111483017&lang=es&site=ehost-live>
- Kantis, H. ;, Federico, J. Y., & Menéndez, C. (2012). *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en américa latina: tendencias y desafíos.*
- Kantis, H., Federico, J., & Menendez, C. (2012). *Políticas De Fomento Al Emprendimiento Dinámico En América Latina : Tendencias Y Desafíos. Caf.* Recuperado de <http://www.caf.com/media/4233/politicas-emprendimiento-dinamico-america-latina.pdf>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M., & Mahdei, K. N. (2013). Understanding role Models and Gender Influences on Entrepreneurial Intentions Among College Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93(0), 204–214.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.09.179>
- Kirzner, I. (1982). The theory of entrepreneurship in economic growth. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 272–276.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing.* Pearson Educación.
- Krauss, C. (2011). Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica del uruguay. *Dimens. empres*, 1, 28–40.
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of technology management & innovation*, 13(4), 84–93. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242018000400084>

- Krueger Jr., N. F., & Reilly, M. D. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(98), 411. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18*(1), 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice, 18*, 91.
- Kruse, P., Wach, D., Costa, S., & Moriano, J. A. (2019). Values Matter, Don't They?—Combining Theory of Planned Behavior and Personal Values as Predictors of Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship, 10*(1), 55–83. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541003>
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire in a Sample of University Students from Colombia. *Universitas Psychologica, 16*(1), 1–14. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Laguía, A., Moriano, J., Molero, F., & Gámez, J. (2016). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia *. *Universitas Psychologica.*, (1).
- Lederman, D., & Pienknagura, S. Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina Muchas empresas y poca innovación. Banco mundial*. Washington DC. <https://doi.org/10.1787/9789264202320-es>
- Liñan, F. (2004). Intention based models of entrepreneurship Education. *Piccolo Impresa / small Business, 3*, 11–35.
- Liñan, F., & Chen, Y.-W. (2006). *Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample*. Cerdanyola del Vallès, Spain: Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia de l'Empresa.
- Liñan, Francisco. (2004). *Educación empresarial y modelo de intenciones. formación para un empresariado de calidad*. Universidad de Sevilla.
- Liñan, Francisco. (2008). Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal, 4*(3), 257–272. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Liñan, Francisco, & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and*

- practice*, 33(3), 593–617.
- Liñán, Francisco, & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: Different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685–701. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9520-x>
- Liñán, Francisco, Moriano, J. A., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(6), 760–776. <https://doi.org/10.1177/0266242615584646>
- Liñán, Francisco, Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish Entrepreneurial Intentions: A Comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, (33), 73–103. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86626373004>
- Liñán, Francisco, Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- Liza Rios de Morante, I. P. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima*. <https://doi.org/10.19083/tesis/625076>
- López, G. D. C. (2010). *Tesis doctoral: la actitud emprendedora de la universitarios y empresarios de Nayarit*. Universidad de Cantabria.
- López, J., & Ruiz-Ruano, A. M. (2014). Modelado de la intención emprendedora con redes bayesianas. *Revista de Psicología*, 23(2). Recuperado de <https://semanariorepublicano.uchile.cl/index.php/RDP/article/view/36149/37832>
- López, K. A. C. S., Quiroga, M. G., Gómez, F. J. G., & Barrado, C. M. D. (2012). *Metodología para investigaciones de alto impacto en las ciencias sociales* (Vol. 159). Editorial Dikynson.
- López, M. I. C., & Mondragón, A. P. A. (2013). Actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en administración, mediante el uso de modelación de ecuaciones estructurales. *Denarius revista de economía y administración*.
- López, R. (1991). Las relaciones actitud-conducta y otras variables desde la teoría de Fishbein y Ajzen y del modelo Lisrel: estudio empírico. *Anuario de psicología / The UB Journal of psychology*, (50), 19–40.
- Lozano, Á., & Saches, J. (2014). *Características personales y culturales de los emprendedores potenciales y su influencia en el autoempleo*. Recuperado de <https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/125442>

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management review*, 21(1), 135–172.
- Luque Martínez, T., & Barrio García, S. del. (2000). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*.
- Macnaughton, E., Nelson, G., & Goering, P. (2013). Bringing politics and evidence together: policy entrepreneurship and the conception of the At Home/Chez Soi Housing First Initiative for addressing homelessness and mental illness in Canada. *Soc Sci Med*, 82, 100–107. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.01.033>
- Maluk Salem, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. *Compendium*, 1(ISSN 1390-8391), 62 a 85.
- Manosalvas, L. (2017). Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Martes, A. C. B. (2010). Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. *Brazilian Journal of Political Economy*, 30(2), 254–270.
- Martínez-Román, J. A., & Romero, I. (2013). About the determinants of the degree of novelty in small businesses' product innovations. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(4), 655–677. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0269-0>
- Martínez, F. M. (2008). *Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las Escuelas Taller y Casas de Oficios en Andalucía. Primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes*.
- Marulanda, F., & Montoya, I. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (36), 206–238.
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración ISSN: Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225031330010>*
- McClelland, D. (1986). Characteristics of Successful Entrepreneurs *, 21(3), 219–233.
- McClelland, D. (1975). *Power: The inner experience*. New York: Irvington.
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving society*. Simon and Schuster.
- McClelland, D. C. (1971). The achievement motive in economic growth. IN P. Kilby (Eds.) *Entrepreneurship and economic development. The Free*.
- McDaniel, C., & Gates, J. R. (2005). *Investigación de mercados*. (Thomson, Ed.) (Sexta). México DF: Thomson,.

- Medina Brito, P., Bolívar Cruz, A., & Lemes Hernández, A. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2(2), 63–80.
- Menudo, J. M., & O’Kean, J. M. (2005). La recepción de la obra de Jean-Baptiste Say en España: la teoría económica del empresario. *Revista de Historia Económica / Journal of Iberian and Latin American Economic History*, 23(1), 117–142. [https://doi.org/DOI: 10.1017/S0212610900011836](https://doi.org/DOI:10.1017/S0212610900011836)
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, I. (2015). *Introducción a la investigación de mercado.s* (2da Edició). Madrid: Esic Editorial.
- Montes, A. M. (2018). *Competencias emocionales en la analisis de la intension emprendedora del alumnado universitario: Implicaciones para la educación en emprendimiento*. Universidad de Granada. Recuperado de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/53806/29137287.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Morales, K. (2018). *Emprendimiento juvenil en Iberoamérica. Pacto Juventud*.
- Moreno, S., & Egusquiza, C. (2017). Características emprendedoras en alumnos de últimos ciclos de la Carrera de Administración de Empresas de una Universidad privada de Lima, 153. Recuperado de file:///C:/Users/Acer/Downloads/2017_Moreno-Velasquez.pdf
- Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., & Lévy-mangin, A. M. E. J. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor . Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 28(1), 171–179. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesps>
- Moriano, J., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>
- Moriano, J., Palací, F., & Morales, J. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. Adaptation and validation of Entrepreneurial Self-Efficacy scale in Spain. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51–64. <https://doi.org/10.1174/021347406775322223>
- Mueller, S. (2011). Increasing entrepreneurial intention: Effective entrepreneurship course characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 55–74. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040416>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research

- agenda. *Academy of Management Learning and Education*, 16(2), 277–299.
<https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nasar, A., Kamarudin, S., Rizal, A. M., Thi, V., & Ngoc, B. (2019). Short-Term and Long-Term Entrepreneurial Intention Comparison between Pakistan and Vietnam. *Sustainability*, 11(6529), 1–26. <https://doi.org/doi:10.3390/su11236529>
- Nowińska, W., & Haddoud, M. (2019). Factors related to the intention of starting a new business in El Salvador. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 212–222.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.008>
- Nuez, M. J. A., & Górriz, C. G. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones sociales*, (26), 5–44.
- OCDE. (2015a). *Estudios del Centro de Desarrollo Startup América Latina, CONSTRUYENDO UN FUTURO INNOVADOR INFORME DE AVANCE*. México DF. Recuperado de <http://www.oecd.org/dev/americas/ProgressReport.pdf>
- OCDE. (2015b). *Startup América Latina, Promoviendo la innovación en la región*. (O. D. D. CENTRE, Ed.). <https://doi.org/10.1787/9789264202320-es>
- Oliveira, B. M. da F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Soares, V. J. S. (2016). Entrepreneurial intention among university students: Adaptation and validation of a scale (QIE). *Revista Avaliação Psicológica*, 15(2), 187–196.
<https://doi.org/10.15689/ap.2016.1502.07>
- Paredes, A. (2009). *Relación entre competencias personales y calidad de gestión de los micro y pequeños empresarios de chimbote*. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3801/Tesis Maestría - Marco Antonio Macen Moya.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3801/Tesis%20Maestría%20-%20Marco%20Antonio%20Macen%20Moya.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paredes Juárez, M. C. (2015). *Relación entre intención emprendedora, aspiraciones y satisfacción con la vida en universitarios limeños*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/592786>
- Paul, J., Hermel, P., & Srivatava, A. (2017). Entrepreneurial intentions—theory and evidence from Asia, America, and Europe. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 324–351. <https://doi.org/10.1007/s10843-017-0208-1>
- Penrose, E. T. (2006). *A teoria do crescimento da firma*. Editora Unicamp.
- Pérez, C. (2015). La intención emprendedora de los alumnos universitarios de dirección de empresas.
- PeruIncuba. (2019). PeruIncuba. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de http://www.peruincuba.net/portal/index.php?option=com_content&view=section&layout

t=blog&id=1&Itemid=2

- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press. Porter, M.(1991), 'America's Green Strategy', *Scientific American*, April. Porter, M. and C. van der Linde (1995), 'Toward a New Conception of the.
- Promperu. (2012). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2012*. Lima-Perú. Recuperado de <http://www.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/estadistica/anuario/anuario-estadistico-2012.pdf>
- Puga Villarreal, J., & Martínez Cerna, L. (2008). Competencias Directivas En Escenarios Globales. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 87–103. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70054-8](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70054-8)
- Rimington, M., Williams, C., & Morrison, A. (2009). *Entrepreneurship in the hospitality, tourism and leisure industries*. Routledge.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V, Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13–31.
- Rodríguez, F. (2015). *Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público. el caso de las ciencias de la vida en España*. UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA.
- Rodríguez, M., Rodríguez, M., & Rodríguez, J. (2015). C Átedra Prasa De E Mpresa F Amiliar La Familia Empresaria : Capacidad Emprendedora. En *CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN* (Vol. 22, p. 21).
- Rodríguez, R., María, K., Claudia, M., & Mariza, P. (2011). Cooperativismo y Emprendedorismo: Disonancias culturales en la economía social. *PREMIO NACIONAL UCU2011-Economía Social*, 1–52.
- Romani, G., Atienza, M., & Rojas, N. (2016). *Intension emprendedora y actividad de los estudiantes universitarios en Chile*, *GUESSS 2016* (Vol. 66). Santiago de Chile. Recuperado de http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Chile_s.pdf
- Romero-Martínez, A., & Milone, M. (2016). El emprendimiento en España: Intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability/Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad/Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade*, 10(1), 95–109. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511854473005.pdf>

- Rueda, S., Moriano, J., & Liñan, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship*, 3, 60–78. <https://doi.org/10.4337/9781784713584>
- Salhi, B., & Boujelbene, Y. (2013). La formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants suivant des programmes en entrepreneuriat. *La Revue Gestion et Organisation*, 5(1), 40–61. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.rgo.2013.10.004>
- Sánchez Almagro, M. L. (2004). *Perfil psicológico del autoempleado*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Sánchez García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41–52.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2006). Metodología y diseños en la investigación científica.
- Santín, A. (2012). El ADN del emprendedor. (Spanish). *Entrepreneur México*, 20(3), 92–98. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=73826960&lang=es&site=ehost-live>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Schnarch, A. (2013). *Marketing para Pymes: Un Enfoque para Latinoamérica*. Chile: Alfaomega.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Massachusetts. *Harvard Economic Studies Series*, 46.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149–159. <https://doi.org/10.1017/S0022050700054279>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Selltiz, C. (1971). *Métodos de investigación en las relaciones sociales. t I.*
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2017-2018. Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). Lima. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2013). *Global entrepreneurship monitor Perú . GEM*. Lima-Perú: Universidad Esan. Recuperado de

- <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2908>
- Seriida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor*. (A. Ampuero, Ed.). Lima-Perú: Universidad Esan. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/teams/62/peru>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72–90.
- Silva, J. (2008). *Emprendedor: crear su propia empresa*. (S. A. M. Alfaomega Gurpo Edictor, Ed.) (Primera). Alfaomega Gurpo Edictor, S. A. México.
- Soria-barreto, K., Zuñiga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora nueva evidencia. *Interciencia.*, 41(May), 325–329. Recuperado de http://www.interciencia.org/v41_05/325.pdf
- Stevenson, H. H. (2006). A Perspective on Entrepreneurship Increasing Interest in Entrepreneurship For exclusive use at Harvard University , 2015, 1–13.
- Stewart, A. (1990). The Bigman Metaphor for Entrepreneurship: A “Library Tale” with Morals on Alternatives for Further Research. *Organization Science*, 1(2), 143–159. <https://doi.org/10.1287/orsc.1.2.143>
- SUNEDU. (2019). Informe bienal sobre la realidad universitaria peruana. *Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Informe Bienal, 1*, 134. Recuperado de <https://www.sunedu.gob.pe/informe-bienal-sobre-realidad-universitaria/>
- Tarapues, E., Osorio, H., & Parra, R. (2012). BURTON CLARK Y SU CONCEPCIÓN ACERCA DE LA UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA. *Tendencias*, 13(2), 103–118. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4242056>
- Tarapuez Chamorro, E., Zapata Erazo, J. A., & Agreda Montenegro, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83–98. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70033-0](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70033-0)
- Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío. *Innovar*, 28(67), 123–135.
- Toro, J. A. (2012). ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE PROGRAMAS TECNOLOGICOS DE LA INSTITUCIÓN. *Revista Ingenio UFPSO*, 4(1), 9.
- Torres-Coronas, T., & Vidal-Blasco, M. A. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Universidad & Empresa*, 21(37), 108. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6522>
- Torres, C. (2000). *Orientación básica de Metodología de la Investigación Científica*. (H.

- Editores., Ed.) (7ma edición). UNMSM.
- Torres, C. A. B., Salavarrita, D., Amaya, T. S., & Salazar, R. (2000). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Pearson.
- Ubierna, F. (2015). La intención emprendedora y el estudiante universitario de turismo : Analisis comparativo de Grado y Máster. *International Journal of Scientific Management and Tourism, 1*, 235–273. Recuperado de https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=28&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjolOiaoNPKAhVEIB4KHRIHD9o4FBAWCFAwBw&url=http://ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/download/20/19&usg=AFQjCNG6l_PsOvQ5DoH5d64ASGWkRI6LXA&sig2=
- Usaci, D. (2015). Predictors of Professional Entrepreneurial Intention and Behavior in the Educational Field. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 187*, 178–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.034>
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., & Awad, G. (2016). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes Valencia. *Intangible Capital, 12*(4), 881–922. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54947443002.pdf>
- Valera, R. (2005). Forum empresarial. *Forum empresarial, 10*, 70–84.
- Vallmitjana, N. (2014). La Actividad Emprendedora De Los Graduados Iqs. *Universitat Ramon Llull, 392*. Recuperado de [https://www.tdx.cat/handle/10803/145034#page=1%0Ahttp://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis Nuria Vallmitjana Palau.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/handle/10803/145034#page=1%0Ahttp://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1)
- Vara, A. A. (2015). *Los 7 pasos para elaborar una tesis* (Primera ed). Lima-Perú: Editorial MACRO.
- 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”. *Cybertesis.Edu.Pe*. Recuperado de http://www.cybertesis.edu.pe/sisbib/2007/leiva_uj/pdf/leiva_uj.pdf
- Veciana, J. M., & Urbano, D. (2004). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+ D+ I, 35–58*.
- Vieira, R. M. (2010). Teoria da firma e inovação: um enfoque neo-schumpeteriano. *Revista Cadernos de Economia, 14*(27), 36–49.
- Villarán, F. El mundo de la pequeña empresa (2007). Lima - Perú. Recuperado de

- http://www.sase.com.pe/consultores/files/2012/09/El_mundo_de_la_pequeña_empresa-Fernando_Villaran-COPEME-CONFIEP-MINCETUR-Agosto2007-Carat.pdf
- Villarroel, C., Cabrales, F., Fernández, A., & Flores, I. G. (2017). Indicadores de innovación y emprendimiento aplicados a la triple hélice en la región de Arica y Parinacota, Chile. *Interciencia*, 42(11), 719–726. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/339/33953499003.pdf>
- Vives, A. (2013). Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad de Georgetown/Universia*, 7(3).
- White, E. (2004). Joyas de los Testimonios 2. *Asociación Casa Editora Sudamericana*.
- White, E. G. (1970). Consejos sobre Mayordomía Cristiana. *Pacific Press Publishing Association*.
- White, E. G. (1971). Consejos para los Maestros. *Pacific Press Publishing Association*.
- White, E. G. (1975). La Educación Cristiana. *Publicaciones Interamericanas*.
- White, E. G. (2007a). Mente, Carácter y Personalidad Tomo 1. *Asociación Publicadora Interamericana*.
- White, E. G. (2007b). Testimonios para la Iglesia, tomo. 4. *Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana*.
- Yurtkoru, E. S., Kuşcu, Z. K., & Doğanay, A. (2014). Exploring the Antecedents of Entrepreneurial Intention on Turkish University Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150(0), 841–850. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.093>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema		Objetivos	Hipótesis	Variables
GENERAL	PG: ¿Como influye las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OG: Determinar la influencia de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	HG: Existe influencia significativa de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Variables de investigación: I. Dependiente 1. Intención emprendedora <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitud hacia la conducta. ▪ Norma subjetiva ▪ Control conductual percibido II Independientes I. Variables socio demográficas
ESPECÍFICOS	PE1 ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE1 Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	HE1 Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	 II Independientes I. Variables socio demográficas <ul style="list-style-type: none"> ▪ Control ▪ Trayectoria laboral. ▪ Familiar emprendedor II. Características emprendedoras personales. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener Iniciativa ▪ Ser Persistente
	PE2 ¿En qué medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE 2 Determinar en qué medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	HE2 Las variables sociodemográficas influyen significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	
	PE3: ¿ En qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE3: Determinar en qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	HE3: La actitud hacia la conducta influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	

PE4: ¿En qué medida la norma subjetiva influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE4: Determinar en qué medida la norma subjetiva influye sobre intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	HE4: La norma subjetiva influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fiel al Cumplimiento del trabajo ▪ Exigir eficiencia y calidad. ▪ Correr riesgos ▪ Fijar metas ▪ Conseguir información ▪ Planificar y hacer seguimiento ▪ Ser persuasivo y crear redes ▪ Tener Auto confianza
PE5: ¿En qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE5: Determinar en qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	HE5: El control conductual percibido influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	
PE6: ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE6: Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	HE6: Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	
PE7: ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE7: Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	HE7: Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	
PE8: ¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control conductual	OE8: Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control	HE8: Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre el control	

	percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	
	PE 9 ¿En qué medida la norma subjetiva influye sobre la actitud a la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE9 Determinar en medida la norma subjetiva influye sobre la actitud a la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	HE9 La norma subjetiva influye significativamente sobre la actitud a la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	
	PE10 ¿En qué medida la Norma Subjetiva influye sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	OE10 Determinar en que medida la norma subjetiva influye sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	HE10 La norma subjetiva influye significativamente sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	

Anexo 2: Matriz instrumental

Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores/ Ítems	Fuentes de Información
Socio demográficas	Variables generales que observa las características sociales y demográficas de los individuos de la población de estudio	Sexo	Ítems del 1 al 7	Cuestionario de intención emprendedora Sección 1.
		Edad		
		Estado civil		
		Procedencia		
		Religión		
		Carrera profesional		
		Ciclo académico		
		Trayectoria laboral	Ítems 8 al 11	Cuestionario de intención emprendedora Sección III
		Situación laboral actual	Ítem 12	
		Empresario cercano	Ítems H1 al H2 (43 – 44)	
		Escolaridad de los padres	Ítems H3 al H4 (45 – 46)	
		Participación en programas de auto sostén	Ítems I1 al I3.1 (47 AL 54)	
Intención emprendedora	Es el predictor de la conducta emprendedora pues guía la	Actitud hacia la conducta	Ítems A1- B6 (13al 24)	Cuestionario de intención

	atención, las habilidades, competencia, experiencia, recursos y la acción de una persona hacia el desarrollo de un emprendimiento	Norma Subjetiva	Ítems C1- D3 (25 al 30)	emprendedora Sección II
		Control conductual (eficacia)	Ítems E1 - E6 (31 al 36)	
		Intención	Ítems F1- F5 (37 al 41)	
		Proyección laboral	Ítems G (42)	
Capacidades emprendedoras	Cualidades particulares de las personas que desarrollan emprendimientos exitosos.	Tener Iniciativa	Ítems 1, 12, 23, 34, 45	Cuestionario capacidades emprendedoras
		Ser Persistente	Ítems 2, 13, 24 ,35,46	
		Fiel al Cumplimiento del trabajo		
		Exigir eficiencia y calidad	Ítems 4, 15 26, 37, 48	
		Correr riesgos	Ítems 5, 16, 27,38,49	
		Fijar metas	Ítems 6,17,28,39, 50	
		Conseguir información	Ítems 7, 18, 29, 40, 51	
		Planificar y hacer seguimiento	Ítems 8, 19, 30, 41, 52	
		Ser persuasivo y crear redes	Ítems 9, 20, 31,42, 53	
		Tener Auto confianza	Ítems 10, 21, 32 43, 54	

Anexo 3 Instrumentos

A. Cuestionario de intención emprendedora



**CUESTIONARIO
INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

Encuesta							
Encuestador							
Tabulador							

El presente cuestionario: denominado "Intención Emprendedora" tiene por finalidad monitorear la intención de emprender en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión de los programas presenciales y semi presenciales, este instrumento fue desarrollado por Jaén y Liñan (2025), los resultados de la presente investigación tienen fines íntegramente académicos.

Primera sección: Datos demográficos del participante

Por favor, complete los recuadros con la información solicitada y marque con una "X" la opción que represente su situación

Sexo: Hombre (1) Mujer (2) Edad: Años Estado Civil: Soltero (1) Casado (2) Viudo (3) Divorciado (4)

Región de Procedencia: Costa (1) Sierra (2) Tarma (3)

Religión que Profesa: Católica (1) Católica (2) Evangélica (3) Otro (4)

Carrera Profesional que estudia: Ciclo Académico que cursa:

Situación laboral pasada

En los últimos 5 años usted ha laborado como trabajador dependiente: SI (1) NO (2)

En alguna oportunidad Ud. ha sido empresario o emprendedor: SI (1) NO (2)

mes(es) como dependiente mes(es) como emprendedor

Situación Laboral Actual

A Trabajador Dependiente: En una empresa privada (1) En un Organismo del estado (2) En ONG, iglesia, gremio, otro (3)

B Trabajador Independiente: Empresario solo (4) Empresario con socios (5) Emprendedor eventual (6) PRODUCTOS UNION

C No trabaja: Solo estudia (8) Ni estudia ni trabaja (9)

Segunda Sección: Cuestionario de intension emprendedora (CIE)

Por favor, marque con una "x" la opción que Usted considera que representa su opinión

A. Crear una nueva empresa (ser emprendedor) para Ud. supondría...

	Totalmente improbable	Moderadamente probable				Totalmente probable	
A1 Enfrentarme a nuevos retos.	0	1	2	3	4	5	6
A2 Crear empleo para otras personas.	0	1	2	3	4	5	6
A3 Ser creativo e innovar.	0	1	2	3	4	5	6
A4 Tener altos ingresos económicos.	0	1	2	3	4	5	6
A5 Asumir riesgos calculados.	0	1	2	3	4	5	6
A6 Ser mi propio jefe (independencia).	0	1	2	3	4	5	6

B. Ahora debe señalar hasta qué punto son deseables para Ud. en su vida en general...

	Nada deseable	Moderadamente deseable				Totalmente deseable	
B1 Enfrentarte a nuevos retos.	0	1	2	3	4	5	6
B2 La creación de empleo para otras personas.	0	1	2	3	4	5	6
B3 La creatividad y la innovación.	0	1	2	3	4	5	6
B4 Altos ingresos económicos.	0	1	2	3	4	5	6
B5 Asumir riesgos calculados.	0	1	2	3	4	5	6
B6 Ser independiente (ser tu propio jefe).	0	1	2	3	4	5	6

C. Por favor, piense ahora en sus familiares y amigos más cercanos. ¿En qué grado se mostrarían de acuerdo si Usted decide: emprender y crear su propia empresa?

	Nada de acuerdo	Moderadamente de acuerdo				Totalmente de acuerdo	
C1 Mi familia directa (padres y hermanos)	0	1	2	3	4	5	6
C2 Mis Amigos íntimos	0	1	2	3	4	5	6
C3 Mis compañeros o colegas	0	1	2	3	4	5	6

Tercera Sección: Cuestionario de intension emprendedora (CIE)

D. Y, ¿Cómo valora la opinión de estas personas a este respecto?
La considero...

		Nada importante		Moderadamente importante			Muy importante	
D1	La de mi familia directa (padres y hermanos).	0	1	2	3	4	5	6
D2	La de mis amigos íntimos.	0	1	2	3	4	5	6
D3	La de mis amistades, compañeros o colegas	0	1	2	3	4	5	6

E. Por favor, indique hasta qué punto sería Ud. capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

		Nada eficaz		Moderadamente eficaz			Totalmente eficaz	
E1	Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa.	0	1	2	3	4	5	6
E2	Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	0	1	2	3	4	5	6
E3	Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.	0	1	2	3	4	5	6
E4	Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.	0	1	2	3	4	5	6
E5	Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa.	0	1	2	3	4	5	6
E6	Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	0	1	2	3	4	5	6

F. Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones:

		Nada probable		Mediamente probable			Totalmente probable	
F1	Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	0	1	2	3	4	5	6
F2	Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	0	1	2	3	4	5	6
F3	Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa	0	1	2	3	4	5	6
F4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	0	1	2	3	4	5	6
F5	Mi objetivo profesional es ser empresario	0	1	2	3	4	5	6

G. Si finalmente decidiera crear su propia empresa, lo haría principalmente por:

Falta de una alternativa laboral buena 1 2 3 4 5 6 7 Aprovechamiento de una oportunidad de negocio.

Cuarta Sección: Datos de experiencia emprendedora personal y familiar

H1. ¿Existe algún empresario(a) en tu familia? Sí No

H2. ¿Cuál es su parentesco? 1 Padre 2 Madre 3 Hermano(a) 4 Abuelo (a) 5 Tío(a) 6 Otro: _____

H3 Nivel de estudios alcanzado por el Padre 1 Primaria 2 Secundaria 3 Superior técnica 4 Superior universitaria 5 Maestría 6 Doctorado

H4 Nivel de estudios alcanzado por la Madre 1 Primaria 2 Secundaria 3 Superior técnica 4 Superior universitaria 5 Maestría 6 Doctorado

I1. ¿Ha participado de algún programa de Autososten (Ventas) en la UPeU? Sí No

I2. ¿En qué Programa? 1 IDEC 2 Productos Unión

I3. En Productos Unión ¿Qué tipo de Programa? 1 Estudiante Vendedor 2 Vendedor independiente 3 Distribuidor 4 Otro

I4. En IDEC ¿Cuál fue el último puesto que ocupó? 1 Estudiante Colporteur 2 Asistente de colportaje

I4.1. Usted ¿Pagó sus pensiones de la UPeU con los ingresos obtenidos por los programas de IDEC? Sí No

I4.2. Usted ¿Pagó sus gastos personales con los ingresos obtenidos por los programas de IDEC? Sí No

I3.1. Usted ¿Pagó sus pensiones de la UPeU con los ingresos obtenidos por los programas de Productos Unión? Sí No

I3.2. Usted ¿Pagó sus Gastos personales con los ingresos obtenidos por los programas de Productos Unión? Sí No



CUESTIONARIO CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

Encuesta							
Encuestador							
Tabulador							

El presente cuestionario de : denominado "Capacidades emprendedoras personales (CEP5)" tiene por finalidad autoevaluar las capacidades de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión de los programas presenciales y semi presenciales. Este instrumento fue desarrollado por Management Systems International (Washington), los resultados de la presente investigación tienen fines integralmente académicos .

Primera sección: Datos demográficos del participante

Por favor, complete en los recuadros la información solicitada y Marque con una "x" la opción que represente su situación

Sexo	<input type="checkbox"/> Hombres <input type="checkbox"/> Mujeres	Edad	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/>	Años	Carrera Profesional que estudia		Ciclo Académico que cursa:	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/>
------	--	------	---	------	---------------------------------	--	----------------------------	---

Segunda Sección: Cuestionario de Capacidades Emprendedoras(CEP)

(I) Este cuestionario contiene 55 oraciones. Lea cada una y decida cuál lo describe mejor. Sea honesto consigo mismo. El propósito del cuestionario es ayudarlo en su autoevaluación, no es una prueba y no existen respuestas correctas/equivocadas.

Ejm.

48	Llevo a cabo tareas complicadas	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">X</div>	5 <small>SIEMPRE</small>
----	---------------------------------	---------------------------	------------------------------	-----------------------------	--	-----------------------------

(II) Escoja el número asociado con la oración que mejor describe su comportamiento y marque con una "X"

		Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
2	Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrar una solución.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
3	Termino mi trabajo a tiempo.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
5	Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
6	Me gusta pensar sobre el futuro.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, reúno toda la información posible antes de darle curso.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
8	Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
9	Logro que otros apoyen mis recomendaciones.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
10	Me siento confiado (a) que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
11	No importa quién sea mi interlocutor, escucho con atención.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
12	Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero que hagan.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
14	Soy fiel a las promesas que hago.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
15	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
16	No me involucro en algo nuevo a menos que tenga la certeza que tendré éxito.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
17	Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>
18	Busco el consejo de personas que son especialistas en las ramas en que yo me estoy desempeñando.	1 <small>NUNCA</small>	2 <small>RARA VEZ</small>	3 <small>A VECES</small>	4 <small>CASI SIEMPRE</small>	5 <small>SIEMPRE</small>

Segunda Sección: Cuestionario de Capacidades Emprendedoras(CEP)

(III) Escoja el número asociado con la oración que mejor describe su comportamiento y marque con una "X"

		Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre
19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
20	No invierto mucho tiempo en pensar cómo puedo influenciar a otras personas.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
21	Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
22	Me resiento cuando no logro lo que quiero.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
24	Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto en mi cometido.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
26	Me molesta cuando pierdo tiempo.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
28	Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
29	Tomo acción sin perder tiempo buscando información.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitan.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
31	Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
32	Cuando estoy desempeñándome en algo difícil o desafiante, me siento confiado (a) en mi triunfo.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
33	He sufrido fracasos en el pasado	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
34	Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro (a)	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
35	Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente me desplazo hacia otras actividades	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
36	Cuando estoy en un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial para lograr que quede satisfecha con el trabajo	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
37	Nunca quedo totalmente satisfecho (a) con la forma en que se hacen las cosas; siempre considero que hay una mejor manera de hacerlo.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
38	Llevo a cabo tareas arriesgadas	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
39	Cuento con un plan claro de mi vida	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
40	Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
42	A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que benefician a todas las personas involucradas en un problema	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
43	El trabajo que rindo es excelente	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
44	En ciertas ocasiones he sacado ventaja de otras personas	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE

Segunda Sección: Cuestionario de Capacidades Emprendedoras(CEP)

(III) Escoja el número asociado con la oración que mejor describe su comportamiento y marque con una "X"

		Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre
45	Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
46	Trato diversas formas para superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
47	Mi familia y vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajo que yo mismo determino.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
48	Me doy formas para determinar labores en forma rápida, en el trabajo tanto como en el hogar.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
49	Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
50	Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
51	Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
52	Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, discuro a otro.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
53	Puedo lograr que personas con firmes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
54	Me mantengo firme en mis decisiones, aun cuando otras personas me contradigan enérgicamente.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE
55	Cuando no sé algo, no reparo en admitirlo.	1 NUNCA	2 RARA VEZ	3 A VECES	4 CASI SIEMPRE	5 SIEMPRE

ANEXO 4

CUESTIONARIO STANDARD DE AUTOEVALUACION DE LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES
--

INSTRUCCIONES:

1. Anote las cifras que aparecen en el cuestionario de acuerdo con los números entre los paréntesis. Note que los números son consecutivos en las columnas. O sea, la respuesta # 2 se encuentra inmediatamente debajo de la respuesta # 1 y así sucesivamente.
2. Lleve a cabo las sumas o restas que se designan en cada hilera para poder completar la puntuación de cada una de las CEP.
3. Sume todas las puntuaciones de las CEP individuales para determinar la puntuación total.

Evaluación de las Declaraciones	Puntuación	CEP
$\frac{_}{(1)} + \frac{_}{(12)} + \frac{_}{(23)} - \frac{_}{(34)} + \frac{_}{(45)} + 6 =$	—	Buscar oportunidades y tener iniciativa
$\frac{_}{(2)} + \frac{_}{(13)} + \frac{_}{(24)} - \frac{_}{(35)} + \frac{_}{(46)} + 6 =$	—	Ser persistente
$\frac{_}{(3)} + \frac{_}{(14)} + \frac{_}{(25)} + \frac{_}{(36)} - \frac{_}{(47)} + 6 =$	—	Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo
$\frac{_}{(4)} + \frac{_}{(15)} + \frac{_}{(26)} + \frac{_}{(37)} - \frac{_}{(48)} + 6 =$	—	Exigir eficiencia y calidad.
$\frac{_}{(5)} - \frac{_}{(16)} + \frac{_}{(27)} + \frac{_}{(38)} + \frac{_}{(49)} + 6 =$	—	correr riesgos
$\frac{_}{(6)} - \frac{_}{(17)} + \frac{_}{(28)} + \frac{_}{(39)} + \frac{_}{(50)} + 6 =$	—	Fijar metas
$_ + _ - _ + _ + _ + 6 =$	—	Conseguir información

(7) (18) (29) (40) (51)

$$\frac{\text{---}}{(8)} + \frac{\text{---}}{(19)} + \frac{\text{---}}{(30)} - \frac{\text{---}}{(41)} + \frac{\text{---}}{(52)} + 6 = \text{---} \quad \text{Planificar y hacer seguimiento Sistemático}$$

$$\frac{\text{---}}{(9)} - \frac{\text{---}}{(20)} + \frac{\text{---}}{(31)} + \frac{\text{---}}{(42)} + \frac{\text{---}}{(53)} + 6 = \text{---} \quad \text{Ser persuasivo y Crear Redes de apoyo}$$

$$\frac{\text{---}}{(10)} - \frac{\text{---}}{(21)} + \frac{\text{---}}{(32)} + \frac{\text{---}}{(43)} + \frac{\text{---}}{(54)} + 6 = \text{---} \quad \text{Tener Autoconfianza}$$

Puntuación Total de Cada CEP _____

$$\frac{\text{---}}{(11)} - \frac{\text{---}}{(22)} - \frac{\text{---}}{(33)} - \frac{\text{---}}{(44)} + \frac{\text{---}}{(55)} + 18 = \text{---} \quad \text{Factor de corrección}$$

Instrucciones

1. El factor de Corrección (suma del total de las respuestas 11,12,33,44 y 55) se usa para determinar si la persona ha tratado de presentar una imagen altamente favorable de sí misma. Si el total de esta suma es 20 o mayor, entonces el total de la puntuación de las 10 CEP debe corregirse para poder proveer una evaluación más acertada de la puntuación en torno a las CEP del individuo.
2. Empleé los siguientes números para llevar a cabo la corrección del puntaje.


Si el total del Factor de corriente es:	Reste el siguiente número de la puntuación de cada CEP
24 ó 25	7
22 ó 23	5
20 ó 21	3
19 ó menos	0

3. Emplee la pagina siguiente para corregir el puntaje de cada CEP antes de proseguir a la hoja de Perfil.

HOJA DE PUNTUACIÓN CORREGIDA

	Puntuación Original	-	Factor de Corrección	=	Total Corregido
Buscar Oportunidades y Tener Iniciativa	_____	-	_____	=	_____
Ser persistente	_____	-	_____	=	_____
Ser fiel al cumplimiento del contrato de trabajo	_____	-	_____	=	_____
Exige eficiencia y Calidad	_____	-	_____	=	_____
Correr riesgos	_____	-	_____	=	_____
Fijar metas	_____	-	_____	=	_____
Conseguir información	_____	-	_____	=	_____
Planificar y hacer seguimiento sistemático	_____	-	_____	=	_____
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	_____	-	_____	=	_____
Tener autoconfianza	_____	-	_____	=	_____
TOTAL DE LA PUNTUACIÓN CORREGIDA					_____

Anexo 4: Validación de instrumentos

 UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: *Intención emprendedora Liñán (2016)*

INSTRUCCIÓN:
Sírvese encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?

7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 18 / 11 / 2019 Firma: *[Signature]*

Validado por: *Ethel Altez Ortiz*

Grado Académico: *Doctora en Educación*

Institución: *Universidad Peruana Unión* Ciudad/País: *Lima - Perú*



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO

Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Características emprendedoras Washington (2010)

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 12 / 11 / 2019 Firma: Ethel

Validado por: Ethel Altez Ortiz

Grado Académico: Doctora en Educación

Institución: Universidad Peruana Unión Ciudad/País: Lima, Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO

Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: **Características emprendedoras Washington (2010)**

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. *Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*
7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha (d/m/a): 31.11.14 Firma: *Alex D.V.*

Validado por: *Alexander David De La Cruz Vargas*

Grado Académico: *Doctor*

Institución: *UPeU* Ciudad/Pais: *Lima - Perú*



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO

Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: **Intención emprendedora Liñán (2016)**

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 13.11.2019 Firma: *Alex D.V.*

Validado por: *Alexander David De La Cruz Vargas*

Grado Académico: *Doctor*

Institución: *UPEU* Ciudad/País: *Lima - Perú*



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO

Validación del instrumento por Juicio de expertos

Título del instrumento a validar: *Intención emprendedora Liñán (2016)*

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. *Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*
7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha (d/m/a): 11 / 11 / 2019 Firma:

Validado por: Víctor Álvarez Mancipe

Grado Académico: Doctor en Administración

Institución: Universidad Peruana Unión... Ciudad/País: Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO

Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: *Intención emprendedora Liñán (2016)*

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
4. *Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*
7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha (d/m/a): 13/11/19 Firma: [Firma]
Validado por: JUAN C. RIVERA BOLA
Grado Académico: DOCTOR EN ADMINISTRACION
Institución: UPU - Lima Perú Ciudad/País:



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Características emprendedoras Washington (2010)

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 11/11/2019 Firma:

Validado por: Víctor Álvarez Masigra

Grado Académico: Doctor en Administración

Institución: Universidad Peruana Unión Ciudad/País: Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA DE POSGRADO

Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Características emprendedoras Washington (2010)

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 13/11/19 Firma: Julio C. Rosillo Peña

Validado por: Julio C. Rosillo Peña

Grado Académico: POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN

Institución: UPU - LIMA PERÚ Ciudad/País:

Anexo 5: Matriz de coherencia del modelo

Tema	Problema General de Investigación	Objetivo General de investigación	Hipótesis General de investigación	Problemas Específicos	Objetivos específicos	Hipótesis Específicas	Análisis multivariante de Ecuaciones Estructurales SEM en el contraste de hipótesis					Variables del modelo					
				PE1	OE1	HE1	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado					
Intención emprendedora	¿Como influye las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar la influencia de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Existe influencia significativa de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	CEPS → Intención	0.073	0.06	0.83	0.404	Rechazada	Con Influencia Global e indirecta (CEPS) → (IE) 0.366 ; p< 0.01				
				PE2	OE 2	HE2	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	Solo asociadas a las Características Emprendedoras Personales, Sin relación directa en la intención emprendedora				
				¿En qué medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida las variables sociodemográficas influyen sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	Las variables sociodemográficas influyen significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	Experiencia Laboral → Intención	0.086	0.07	1.76	0.079	Rechazada					
								PE3:	OE3:	HE3:	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	Influencia directa y positiva (Actitud) → (IE) 0.369 ; p<0.01
				¿En qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida la actitud hacia la conducta influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	La actitud hacia la conducta influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	Actitud hacia la conducta → Intención	0.369	0.11	4.28	***	Aceptada					
				PE4:	OE4:	HE4:	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	Influencia Global e indirecta (Norma) → (IE) 0.380 ; p < 0.01				
¿En qué medida la norma subjetiva influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida la norma subjetiva influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	La norma subjetiva influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	Norma subjetiva → Intención	0.103	0.1	1.24	0.215	Rechazada									

				PE5:	OE5:	HE5:	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	
Intención emprendedora	¿Como influye las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar la influencia de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Existe influencia significativa de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	¿En qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida el control conductual percibido influye sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	El control conductual percibido influye significativamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Control Conductual Percibido → Intención	0.273	0.1	3.13	**	Aceptada	Influencia directa y positiva (Control) → (IE) 0.273 ; p<0.01
				PE6:	OE6:	HE6	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	
				¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la actitud hacia la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	CEPS → Actitud hacia la conducta	0.469	0.04	6.67	***	Aceptada	Influencia Directa y positiva (CEPS) → (Actitud) 0.469 ; p<0.01
				PE7:	OE7:	HE7:	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	
				¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre la norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	CEPS → Norma subjetiva	0.433	0.04	5.8	***	Aceptada	Influencia Directa y positiva (CEPS) → (Norma) 0.433 ; p<0.01
				PE8:	OE8:	HE8:	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	
				¿En qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en qué medida las características emprendedoras personales influyen sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Las características emprendedoras personales influyen significativamente sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	CEPS → Control Conductual Percibido	0.441	0.04	6.52	***	Aceptada	Influencia Directa y positiva (CEPS) → (Control) 0.441 ; p<0.01

Intención emprendedora	¿Como influye las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar la influencia de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Existe influencia significativa de las características emprendedoras personales y las variables sociodemográficas sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	PE 9	OE9	HE9	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	Influencia Directa y positiva (Norma) → (Actitud) 0.441 ; p<0.01
				¿En qué medida la norma subjetiva influye sobre la actitud a la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en medida la norma subjetiva influye sobre la actitud a la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	La norma subjetiva influye significativamente sobre la actitud a la conducta de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión.	Norma subjetiva → Actitud hacia la conducta	0.411	0.06	6.45	***	Aceptada	
				PE10	OE10	HE10	Variables	Estimado	SE.	CR	p Valor	Resultado	Influencia Directa y positiva (Norma) → (Control) 0.446 ; p<0.01
				¿En qué medida la Norma Subjetiva influye sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión?	Determinar en que medida la norma subjetiva influye sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	La norma subjetiva influye significativamente sobre el control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión	Norma subjetiva → Control Conductual Percibido	0.46	0.07	7.26	***	Aceptada	

Anexo 6: Modelo Resultante

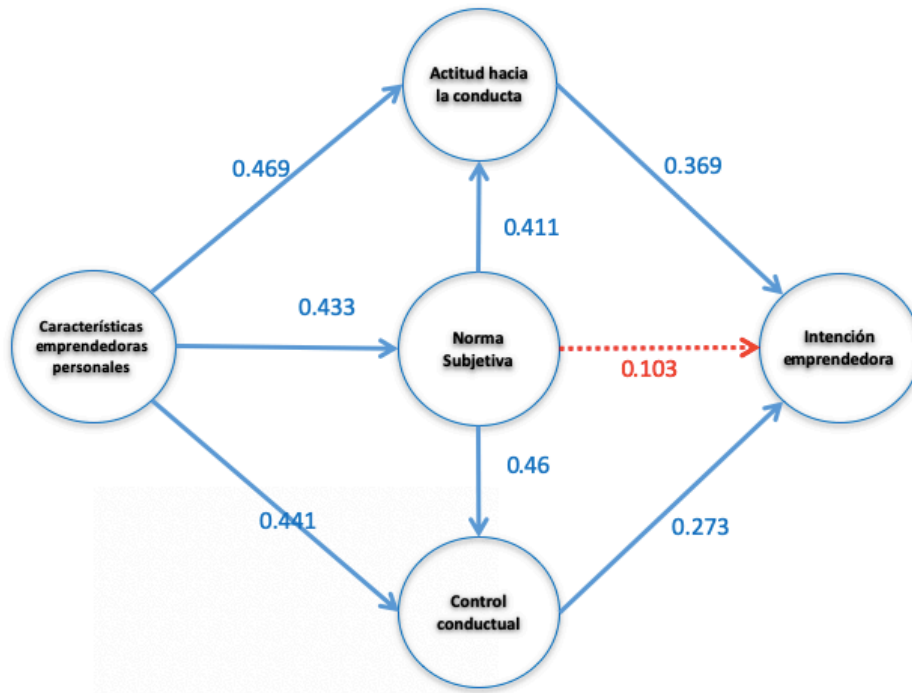


Tabla 33

Resultados de la influencia de los coeficientes estandarizados para el modelo de Intención emprendedora

Influencia a la variable Intención emprendedora [r cuadrado = 0.52]			Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Intención	<---	Actitud	0.369	0.107	4.275	***
Intención	<---	Control Conductual	0.273	0.101	3.132	*
Intención	<---	ExpLab	0.086	0.067	1.758	0.079
Intención	<---	CEPS	0.073	0.063	0.834	0.404
Intención	<---	Familiar_Empr	0.043	.094	.896	0.370
Intención	<---	Norma_sub	0.103	.103	1.241	0.215

Nota: Coeficientes Estructurales Estandarizados , * p valor < 0.05 y *** p valor < 0.001

Tabla 34

Resultado de la influencia de los coeficientes estandarizados para Actitud

Influencia al indicador Actitud [r cuadrado = 0.56]			Estimado	S.E.	C.R.	p valor
Actitud	<---	CEPS	0.469	0.041	6.669	***

Tabla 35

Resultado de la influencia de los coeficientes estandarizados para el control

Influencia al indicador control [r cuadrado = 0.58]			Estimate	S.E.	C.R.	p valor
Control C	<---	CEPS	0.441	0.042	6.537	***

Modelo propuesto, donde el 52% de la varianza de la intención emprendedora es explicada por la actitud hacia la conducta, el control conductual percibido, la norma subjetiva y las características emprendedoras personales (características sociodemográficas (experiencia laboral y familiar emprendedor)).

En el modelo las características emprendedoras personales explican el 56% de la varianza de la actitud hacia la conducta, evidenciando una relación directa y significativa con un coeficiente estandarizado de 0.469 ; $p < 0.01$. De la misma manera las características emprendedoras personales explican el 58% de la varianza del control conductual percibido, evidenciando una relación directa y significativa con un coeficiente estandarizado de 0.441, $p < 0.01$.

