



La cultura emprendedora en el fortalecimiento de la visión empresarial, en estudiantes de la Escuela de Negocios Internacionales de una Universidad Privada, Chiclayo 2022

Cesar Ricardo Rocero Salazar^{1*}

¹ Escuela de Posgrado. Universidad César Vallejo. Perú.

*Autor para correspondencia: Cesar Ricardo Rocero Salazar, Crrocero@uss.edu.pe

(Recibido: 01-02-2024. Publicado: 20-02-2024.)

DOI: 10.59427/rcli/2024/v24cs.1155-1166

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la cultura emprendedora en el fortalecimiento de la visión emprendedora en los estudiantes de la escuela de negocios internacionales de una universidad privada, Chiclayo 2022. Fue un estudio aplicado con un diseño no experimental (causal correlacional). La muestra estuvo conformada por 105 estudiantes. Para su estimación se utilizó un método de muestreo no probabilístico por conveniencia. Se aplicó una encuesta a los alumnos de la escuela profesional de negocios internacionales. Tuvo un enfoque cuantitativo y se utilizó el modelo de Regresión Logística Ordinal para medir el nivel de incidencia entre las variables. También la prueba de Nagelkerke que corrigió la escala del estadístico, coeficiente de Spearman que midió la fuerza y dirección de incidencia entre las variables para encontrar el nivel de variación entre las variables $Rho = 0.327$ ($p < 0.01$). Para el procesamiento se utilizó (SPSS) - versión 25. Con esta consistencia procedimental, el principal resultado fue demostrar con Nagelkerke que la cultura emprendedora tiene un impacto directo y significativo del 11% en la visión emprendedora de los estudiantes de negocios internacionales de una universidad privada, logrando así el propósito.

Palabras claves: Cultura emprendedora, visión emprendedora, estudiantes universitarios, negocios.

Abstract

The objective of this research was to determine the influence of entrepreneurial culture in strengthening the entrepreneurial vision in students of international business school of a private university, Chiclayo 2022. It was an applied study with a non-experimental design (causal correlational). The sample was made up of 105 students. A non-probabilistic convenience sampling method was used for its estimation. A survey was applied to students of professional school of international business. It had a quantitative approach and the Ordinal Logistic Regression model was used to measure the level of incidence between the variables. Also the Nagelkerke test that corrected the scale of the statistic, Spearman coefficient that measured the strength and direction of incidence between the variables to find level of variation between the variables $Rho = 0.327$ ($p < 0.01$). For processing, SPSS - version 25 was used. With this procedural consistency, the main result was to demonstrate with Nagelkerke that entrepreneurial culture has a direct and significant impact of 11% on the entrepreneurial vision of international business students at a university. private, thus achieving the purpose.

Keywords: Entrepreneurial culture, entrepreneurial vision, university students, business.

1. Introducción

En la actualidad la formación universitaria es muy importante, dado a que puede abrir diversas puertas en el ámbito profesional, laboral, sin embargo, muchas universidades solo forman al estudiante con las competencias básicas de su carrera, con la finalidad de conseguir un empleo y ser dependientes. Tomando en cuenta algunas Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2020) también conocidas como ODS por sus siglas, vamos a considerar las siguientes: ODS 4 Educación de Calidad, en donde se hace imperativo asegurar una educación que sea inclusiva, equitativa y de alta calidad, ofreciendo oportunidades de aprendizaje a lo largo de toda la vida para todos. Se reconoce que la educación es un factor crucial para el progreso socioeconómico, siendo fundamental para superar la pobreza. A continuación, se encuentra el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8, referido al Trabajo Decente y Crecimiento Económico. Este objetivo tiene como finalidad fomentar un crecimiento económico más equitativo y la creación de empleo digno para todos, con el propósito de avanzar en el desarrollo y proporcionar oportunidades laborales adecuadas para mejorar los niveles de vida. Dichos objetivos, tienen relación la presente investigación, ya que nos permite ver la importancia de la educación como un eje importante para promover la mejora socioeconómica de las personas, así mismo resalta la importancia de tener un trabajo decente y un crecimiento económico, de esta manera impulsar el progreso en las personas, viendo esto podemos ver que las universidades pueden cumplir con ambos objetivos de la ODS, en tal sentido vemos la importancia que desde el ámbito internacional se da a la educación y al emprendimiento.

(Santiago Rodríguez, 2021), en su Taller en CEPAL, nos habla sobre el emprendimiento innovador en el contexto de los ODS en donde nos dice que se debe tener en cuenta 2 aspectos importantes, uno es la innovación, que es la forma en como damos solución o mejoramos para poder dar satisfacción a un problema, el otro es el emprendimiento, que es identificar, evaluar e implementar oportunidades comerciales, y que estos 2 en las condiciones adecuadas pueden contribuir a la creación de empleo, crecimiento económico, permitiendo la reducción de la pobreza. En Scopus, podemos ver algunos artículos relacionados como: (Colther, Fecci, Cayun, & Rojas, 2020) En el artículo se buscó compartir la experiencia de una facultad universitaria en Chile que implementó un programa orientado a fomentar el emprendimiento y cultivar habilidades empresariales en sus estudiantes de pregrado. El programa empleó métodos reconocidos en entornos universitarios, creando asignaturas que facilitaban el desarrollo de proyectos empresariales con un enfoque social, colaborativo e interdisciplinario. Como resultado, se iniciaron 39 proyectos estudiantiles durante el período evaluado. Se concluye que las universidades en Chile enfrentan un gran desafío al promover el emprendimiento entre sus alumnos, así como en el desarrollo de las habilidades y competencias necesarias para ello. La problemática no es muy diferente en otros países, esto se puede apreciar en otras investigaciones a nivel internacional, por ejemplo, “La cultura emprendedora en la universidad nicaragüense” (Dávila Flores, 2019). En dicha investigación se dieron algunas definiciones, como ejemplo El concepto de emprendimiento se vincula comúnmente con transformaciones en la mentalidad y las acciones, buscando contribuir a mejorar tanto la calidad de vida individual como la del entorno. Además, se reconoce que el emprendimiento no se limita únicamente a actividades económicas, sino que también implica la identificación de valores fundamentales para que una universidad sea considerada emprendedora, tales como la empatía, la colaboración, la ética y la responsabilidad social. Se destaca que la innovación y la perspectiva global se consideraron menos relevantes en este contexto.

El alumno puede apoyar y/o ser el soporte de sus familias; así mismo cabe la posibilidad de que los alumnos se puedan enfocar en el desarrollo de los negocios familiares debido a que son muy importantes, y permiten el desarrollo social y económico de las familias y de una comunidad a través del empleo que estas generan ya que son parte del dinamismo económico en un país. (De los Angeles, et al. 2023) en su publicación realizada en Scopus, nos habla sobre su investigación de Emprendimientos entre En una investigación sobre jóvenes de 18 a 30 años durante la pandemia en el norte del Perú, el objetivo fue evaluar el nivel emprendedor en este grupo durante ese período. Se empleó un diseño de estudio transversal no experimental, encuestando a 300 jóvenes emprendedores en esa franja de edad y ubicación geográfica. Se utilizó una encuesta con un cuestionario de 23 preguntas para recopilar los datos, que fueron procesados en Excel para abordar los objetivos planteados. El resultado principal mostró que el nivel de emprendimiento en este grupo durante la pandemia osciló entre muy alto y medio, representando conjuntamente un 85.3%. Esto sugiere que el espíritu emprendedor se mantuvo entre los jóvenes, ya que algunos pudieron aprovechar las oportunidades a pesar de las dificultades planteadas por la crisis. Además, el 33% de los participantes indicó que el área con mayor actividad emprendedora fue la venta de ropa, de un total de 25 áreas consideradas. En la Investigación Alvarez Tello, (2018) Se llevó a cabo un análisis sobre la habilidad emprendedora de los estudiantes, lo que reveló que esta habilidad se compone de capacidades, competencias, habilidades y destrezas necesarias para iniciar negocios. Además, se identificaron limitaciones en la formación profesional de los estudiantes. Para abordar esto, se creó un Programa de Formación Empresarial con el objetivo de potenciar la capacidad emprendedora. (Alvarez Tello, 2018, p. 97). En la tesis: desarrollada por (Morales Fernández & Pariona Tineo, 2018) Nos dice que, a través de las capacitaciones, y el cambio de pensar a crecido en los alumnos el espíritu emprendedor, e incluso se observa una mejora en la valoración del riesgo por parte de los estudiantes, no solo en su comprensión del entorno, sino también en el empleo de herramientas numéricas para proyecciones.

Esto impulsa el desarrollo de la proactividad, llevándolos a desempeñar un papel más activo en la reorganización de sus empresas. Participan en la optimización de procesos, aplicando estrategias de planificación para enfrentar la competencia. (Morales Fernández & Pariona Tineo, 2018, p. 63). En la tesis: (Peralta Latorre, 2018) Tras analizar la investigación, se concluyó que hay una conexión significativa y directa entre la Cultura Emprendedora y la elaboración de Planes de Negocio, la cual es positiva y sólida. Además, se confirma la hipótesis de que a medida que la Cultura Emprendedora aumenta, también lo hace la creación de Planes de Negocio. (Peralta Latorre, 2018, p. 45). En la Investigación de (Rodríguez Alvarado & Sanchez Torres, 2018). En este estudio se evaluó la cultura emprendedora de los estudiantes, encontrando que es significativamente elevada. Esta predisposición les permite generar ideas frescas y colaborar con la universidad para acceder a recursos que respalden la implementación de sus propuestas innovadoras. Esto fomenta un ambiente que valora y estimula tanto la experimentación como la creatividad, lo que, a su vez, puede impulsar la generación de nuevas oportunidades. (Rodríguez Alvarado & Sanchez Torres, 2018). En la Investigación de (Benavides Camarillo, 2018) En este estudio se compara la cultura emprendedora entre México y Perú, revelando un fenómeno en desarrollo desde hace tiempo en ambos países. Personas con visión, actitud, creatividad y dedicación buscan mejorar sus ingresos mediante la oferta de bienes que satisfacen necesidades específicas del mercado. El principal objetivo de estos emprendedores es establecer negocios que, con el tiempo, se conviertan en proyectos de vida, generando ingresos y apoyando a sus colaboradores para que también se conviertan en emprendedores. Este proceso podría resultar en una red sólida de profesionales expertos en la gestión de micro y pequeñas empresas. (Benavides Camarillo, 2018, p. 8). A nivel local también encontramos investigaciones que resaltan la importancia del desarrollo de una Cultura Emprendedora. En la Investigación de (Mundaca, 2018) Según la investigación, enfatiza la importancia de que la universidad fomente el emprendimiento en todas sus formas y niveles. Las investigaciones deben centrarse en generar progreso en torno a los ejes estratégicos para la Región Lambayeque y el CDE en general.

El modelo educativo debe enfocarse en la formación desde una perspectiva sistémica y compleja, promoviendo la cultura de la investigación. Además, la universidad debe estimular el emprendimiento mediante la colaboración con otros actores, como el estado y el sector privado. (Mundaca, 2018, p. 129). También indica que el “El Modelo Conceptual de Desarrollo que se emplee debe comenzar desde un punto inicial para impulsar el progreso, evitando ser estático o seguir una línea fija, sino que ha de ser adaptable y flexible, ajustándose a las particularidades del empresario o grupo específico que se está interviniendo.” (Mundaca, 2018, p. 129). En la investigación: de (García Campoverde, 2018). En esta investigación se detectó que los alumnos del instituto no desarrollaban habilidades emprendedoras con visión empresarial, esto es debido a que el proceso de enseñanza no es el más adecuado, para mejorar todo ello se le explicara casos de emprendimiento desde todos sus contextos tomando todos sus componentes para dar una explicación más convincente y clara. (García Campoverde, 2018, p. 70). En la Investigación de (Alvarez Tello, 2018) En el estudio, se evaluó la capacidad emprendedora de los estudiantes, identificando que esta capacidad se compone de capacidades, competencias, habilidades y destrezas necesarias para emprender negocios. Además, se detectaron limitaciones en la formación profesional de los estudiantes. Para abordar este problema, se creó un Programa de Formación Empresarial con el fin de potenciar la capacidad emprendedora. (Alvarez Tello, 2018, p. 97). Dentro del marco conceptual, se considera que la cultura emprendedora es el contexto cultural que promueve el desarrollo de iniciativas emprendedoras, las cuales pueden ser la creación de actividades, proyectos o empresas, ya sea con fines económicos, sociales o políticos, incluyendo la reestructuración de procesos existentes. Este trabajo se enfoca en investigar la cultura asociada con actividades empresariales, por lo que resulta crucial el estudio del emprendedor empresarial, quien es aquel individuo que identifica oportunidades de negocio y coordina los recursos necesarios para llevarlas a cabo. (Hidalgo Proaño, 2014, p.1). El desarrollo de una cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios a nivel mundial ha cobrado mucha importancia, ya que comprenden que de esta manera se puede generar el desarrollo de un país, a través de la creación de empleo, y esto lo podemos ver en las siguientes investigaciones.

En la tesis de (González-García et al., 2018) Nos dice que el Fomentar y cultivar la cultura emprendedora en las universidades es un desafío crucial para el futuro óptimo de los jóvenes graduados. Además, para que surjan emprendedores, es esencial tener la oportunidad y la motivación adecuadas. Por tanto, las intervenciones que se centran en desarrollar habilidades y competencias durante los estudios superiores pueden resultar efectivas para motivar y respaldar el espíritu emprendedor. Por último, se sugiere que el compromiso (engagement) sea evaluado en las acciones dirigidas hacia la formación emprendedora y las competencias laborales, con el propósito de atraer y retener a estudiantes comprometidos con sus metas. (González-García et al., 2018, p. 13). En la tesis de González-García et al., (2018) El autor dice que el impulsar y desarrollar una cultura emprendedora en las universidades es de gran importancia, la cual se deberían de hacerse cargo, ya que de esta manera se podría dar un mejor futuro a los jóvenes egresados, e incluso, para que un emprendedor surja se necesitan oportunidad e intención, para ello las actividades a realizar deben estar centradas en desarrollar habilidades y competencias en el transcurso de sus estudios superiores, esto puede ser útil ya que permite incentivar y apoyar el emprendimiento. (González-García et al., 2018, p. 13). En la investigación de (Dávila Flores, 2019) Permite realizar algunas definiciones: “El concepto de emprendimiento se vincula con la transformación de la mentalidad y las acciones, buscando contribuir a mejorar tanto la calidad de vida individual como la del entorno.” (Dávila Flores, 2019, p. 16), así mismo también nos refiere que emprendimiento no solo es una actividad económica.

También permite la identificación de “Los valores fundamentales para una universidad emprendedora incluyen la humanidad, la colaboración en equipo, la honestidad y la responsabilidad social. Por otro lado, la innovación y la perspectiva global se consideraron menos relevantes en comparación.” (Dávila Flores, 2019, p. 16). En la Investigación de (Borrayo Rodríguez et al., 2019) Expone su perspectiva sobre el ser humano, describiéndolo como un ser innatamente emprendedor, ya que su capacidad para emprender le ha permitido edificar grandes proyectos y convertir muchos de sus sueños en realidad. (Borrayo Rodríguez et al., 2019, p. 85). También considera que es importante generar una adecuada transición Desde el emprendimiento académico hasta el emprendimiento empresarial, sorteando diversos desafíos, la institución se enfrenta al desafío de promover la mentalidad emprendedora empresarial en todos sus niveles educativos y áreas profesionales. También se debe involucrar activamente en la creación y fortalecimiento de un entorno emprendedor que facilite la transición hacia roles emprendedores. Además, se considera crucial no solo tener buenas ideas, formación y conocimientos en el campo del emprendimiento, sino también poseer el coraje y la visión necesarios para iniciar y persistir incansablemente en el desarrollo y consolidación de un negocio. (Borrayo Rodríguez et al., 2019, p. 85). En la Investigación de (Gómez Roldán & García Norato, 2018) Nos dice que se debe trabajar muy fino sobre los conceptos La incertidumbre y el riesgo son aspectos que generan descontento entre los estudiantes, siendo condiciones inherentes al trabajo empresarial y a la creación de compañías. Estos conceptos están intrínsecamente relacionados con el riesgo, pero también se valora la importancia de la competitividad, la dedicación y la atención a los detalles al momento de decidir iniciar un negocio. Además, se destaca la necesidad de trabajar en la confianza personal de los estudiantes, ya que muchos de ellos se sienten inseguros frente a personas exitosas. (Gómez Roldán & García Norato, 2018, p. 163). También se puede hablar sobre la cultura corporativa, que algunos expertos describen como un conjunto de reglas, valores y mentalidades que definen el modo de actuar de los emprendedores. Esto afecta la estructura organizativa y la percepción pública de la empresa. La cultura corporativa se manifiesta a menudo a través de símbolos, ceremonias, restricciones y leyendas, reflejando una jerarquía de valores. Martínez, afirma. “Un conjunto de principios, habilidades y conocimientos personales que motivan a individuos a llevar a cabo ideas y proyectos que aporten un valor positivo a la sociedad” (2009, p.114).

Cosme, afirma: “Emprender implica materializar una idea o pensamiento que surge en nuestra mente, a veces como una intuición sin origen aparente, y en otras ocasiones como una visión derivada de conectar experiencias y conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra vida.” (2017, p. 02). Según Hellriegel, Jackson y Slocum, citados por Gonzales y Gonzales: “El término .emprendedor” se refiere a aquel que inicia una actividad empresarial o comercial en la economía. Esto ocurre frecuentemente al establecer una empresa, pero también al introducir nuevas actividades comerciales, lanzar un producto o expandir un mercado.” (2019, p. 21). En lo que respecta a la visión empresarial, se define como la imagen o meta hacia la que aspiramos, cómo nos visualizamos en un punto futuro específico. Así, la visión empresarial se refiere a la proyección que una persona tiene sobre sí misma como empresario, con un negocio consolidado y exitoso en el futuro. Esta percepción probablemente se origina en la visualización de un empresario cuya empresa ha sido establecida y ha crecido en el mercado. (Trias, 2007). Resulta crucial fomentar la mentalidad emprendedora entre los estudiantes universitarios con el objetivo de inspirar en ellos una perspectiva empresarial que les proporcione las habilidades necesarias para tomar decisiones al considerar la posibilidad de iniciar un negocio, asegurándose de su sostenibilidad a largo plazo. (Hernández Rodríguez & Arano Chávez, 2015). La visión es una de las herramientas más poderosas y que mueven a las organizaciones (Belausteguigoitia, 2012, p. 112) y puede ser considerada como el principal objetivo al que aspiran las empresas a largo plazo, siendo una meta que motive a sus integrantes y oriente sus acciones. Aquellas compañías que no establecen un nivel de ambición se limitan a mantenerse y defender su posición actual, aprovechando las oportunidades y evitando los riesgos. (Francés, 2006, p. 47).

Por un lado, en el marco teórico tenemos ah, Carlos, Contreras, Silva & Liquidano en su investigación: El espíritu emprendedor y su desarrollo temprano están influenciados por un elemento clave: la cultura emprendedora. Al referirse a la cultura, se hace alusión a un conjunto de actitudes, valores compartidos, metas y prácticas que identifican a un grupo u organización. En el contexto del emprendimiento, esta cultura abraza y respalda el espíritu emprendedor y sus valores. En una cultura emprendedora, se valora la actividad emprendedora. En resumen, para cultivar el espíritu emprendedor no es suficiente que los individuos tengan ciertas características de personalidad, sino que se requiere una cultura que lo promueva activamente. (2015, p. 47). Salinas, en su libro: Empresa e iniciativa emprendedora, nos indica el escenario en la cual se forja una Debido a los significativos cambios sociales y económicos en curso en nuestra sociedad, el establecimiento de nuevas empresas se posiciona como uno de los principales impulsores para la creación de empleo. (2013, p. 9). Los empleos convencionales, como aquellos en el sector público o como dependientes, están enfrentando desafíos debido a la situación actual, lo que está resultando en altos índices de desempleo en ciertos sectores. Además, la subcontratación está siendo cada vez más común en grandes empresas. Todo esto enfatiza la necesidad de promover las iniciativas empresariales, incluyendo el autoempleo, como un elemento fundamental para el crecimiento económico. Es crucial considerar que el autoempleo no solo representa una forma de ingresar al mercado laboral, sino que también contribuye al mejoramiento de la economía en su conjunto.

La creación y formalización de una empresa propia no repercute únicamente en los propios emprendedores, además de su impacto en la formación de empresas, este fenómeno también incide en el entramado empresarial, la economía (mediante la generación de ganancias, el cumplimiento tributario y las contribuciones a la Seguridad Social) y la generación de nuevas oportunidades laborales. (Salinas, 2013, p. 9).

Para lograr esto, es fundamental fomentar en la sociedad la mentalidad empresarial y la cultura emprendedora mediante:

- Estimular el desarrollo de habilidades personales asociadas con el espíritu emprendedor, como la creatividad, la disposición para asumir riesgos y la responsabilidad.
- Sensibilizar a las personas sobre la opción del autoempleo como una alternativa profesional válida: se puede ser empresario además de ser empleado.
- Proporcionar la formación y capacitación empresarial esenciales para iniciar un nuevo negocio.

Es importante considerar que "la mentalidad emprendedora es esencial para iniciar cualquier tipo de negocio, proyecto o empresa; sin embargo, hay personas que trabajan para otros y muestran más mentalidad emprendedora que algunas que son dueñas de sus propios negocios" (Chavarría, 2019, p. 14). Para Chavarría. Ser emprendedor no se limita a tener una empresa; emprender abarca mucho más. Implica una determinación, un deseo fundamentado, una mentalidad. Por ello, preferimos referirnos a la mentalidad emprendedora. En realidad, esta mentalidad no debería ser exclusiva de ciertas personas. Debería ser algo que se promueva desde el seno familiar, por parte de los educadores y en toda la sociedad en general. Por consiguiente, deberíamos enfocarnos en la cultura emprendedora, la cual, con su enfoque innovador y dinámico, impulsa el avance tanto social como económico. (Chavarría, 2019, p. 14). En resumen, una visión efectiva es aquella que da sentido a los cambios, evoca una imagen clara y positiva del porvenir, genera orgullo y vitalidad, es memorable, inspiradora, y se alinea con la historia y la cultura de la organización. Establece estándares basados en ideales elevados, aclara metas y la dirección, incita el entusiasmo y promueve el compromiso. Refleja la singularidad de la organización, es ambiciosa, atrae y focaliza la atención, dirige las actividades cotidianas, filtra lo no esencial y energiza a los individuos. Otorga sentido y significado a las tareas diarias, construye un vínculo entre el presente y el futuro, y motiva a la acción. (Carrión, 2015, p. 59).

Hoy en día, la visión juega un papel fundamental en el liderazgo proactivo al centrar nuestra atención en un objetivo específico y alcanzable. Esto nos impulsa a dirigir todas nuestras energías, recursos, talento y tiempo hacia ese fin, comprometiéndonos plenamente, trabajando arduamente y esforzándonos para estar siempre listos y dispuestos a contribuir al equipo exitoso. (Prieto, 2016, p. 35). Dentro del marco normativo contamos principalmente con la Constitución Política del Perú, quien nos dice sobre el rol económico del estado en el Artículo 59: "El Gobierno fomenta la generación de riqueza y asegura la libertad para trabajar, emprender negocios, comerciar e industrialarse. También impulsa el desarrollo de pequeñas empresas en todas sus formas." (1993, p.14), en la misma Constitución también nos hace referencia sobre el pluralismo, en el Artículo 60: "La base de la economía del país reside en la convivencia de distintos tipos de propiedad y empresas." (1993, p.15). Así mismo como la constitución que es el marco normativo principal en el país, tenemos la creación de leyes, como la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, y esto lo podemos ver en el Objetivo de la Ley Artículo 1: El objetivo de esta legislación es promover la competitividad, formalización y avance de las micro y pequeñas empresas para impulsar la generación de empleos estables, aumentar su eficiencia y rentabilidad, elevar su contribución al Producto Bruto Interno, ampliar sus alcances en mercados nacionales e internacionales, y fortalecer la recaudación de impuestos. (2003, p.1). En esta misma ley en su Título II, tenemos el Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización, se puede apreciar los lineamientos sobre la Política Estatal en el Artículo 4:

El gobierno, promueve un ambiente propicio para que las micro y pequeñas empresas (MYPE) se establezcan, crezcan, se formalicen y sean competitivas. Para ello, crea un marco legal e impulsa la inversión privada, facilitando servicios empresariales que buscan mejorar la organización, gestión, modernización y conexión tanto en la producción como en el comercio de las MYPE. Además, establece políticas que fomentan la organización y asociación de empresas para propiciar el crecimiento económico sostenido con la creación de empleo. (2003, p.2). De esta manera podemos denotar que el estado peruano promueve y apoya la creación de empresa (MYPE), a través de un conjunto de políticas que permiten el crecimiento económico con un empleo sostenido, es así como da inicio al desarrollo de una cultura emprendedora, para poder aprovechar todas estas ventajas normativas. Existen muchas teorías filosóficas que pueden tomarse en cuenta para la presente investigación, e incluso algunos autores creen que se podría considerar al emprendedurismo como una filosofía, forma de vida o de pensar, esto debido que el emprendedor o emprendedora, puede tener un idealismo, un sueño en mente, el cual puede ser positivo, racional, e incluso esta idea de negocio puede generarse de la observación, de una problemática o necesidad, sin

embargo para los racionalistas, esto no puede darse de manera empírica, si no por lo contrario debe de ir acompañado de una teoría así sea básica; de esta manera podemos darnos cuenta que existen muchas maneras o formas de pensar sobre el emprendimiento, algunas se apoyan entre sí, y otras opuestas, sin embargo todas estas tributan a la formación de una misma idea, de lo cual se tomará en cuenta 2 teorías que tiene relevancia para la presente investigación:

En este primer punto mencionaremos un análisis realizado a la postura del filósofo Georg Wilhelm Friedrich Hegel: De La obra de Hegel según Gutiérrez, nos dice que “Le otorga a la filosofía la labor de reflexionar sobre la vida como una totalidad histórica en la que el ser humano y el espíritu evolucionan hacia su máximo desarrollo.” (2003, p. 2). Para poder relacionar este punto con la investigación, podríamos tomar en consideración la teoría de la jerarquía de las necesidades humanas (pirámide de Maslow) en donde tenemos al psicólogo Abraham Maslow, quien en su pirámide describe las necesidades humanas, desde las más básicas como las fisiológicas, pasando por la seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización, en este último podríamos centrarnos, ya que la realización es lo que busca alcanzar el ser humano, sin embargo este lo busca por sí solo, por tal motivo se considerada como autorrealización. También Gutiérrez, nos muestra como Hegel: Aborda el desafío fundamental de toda filosofía metafísica (contemplar la totalidad) y, con su estilo característico, altera significativamente la forma de abordar esta problemática, logrando fusionar esta innovación con toda la tradición previa como etapas de un proceso único y complejo.. (2003, p. 3). Gutiérrez, en su investigación también nos permite ver como Hegel considera el inicio del proceso lógico, el cual parte desde lo más absoluto, el concepto “el ser”, hasta su plena realización del concepto en la idea, “Esto representa un punto fundamental en la concepción hegeliana del Absoluto, entendido como una entidad tanto sustancial como sujeto, es decir, un absoluto en evolución que adquiere gradualmente conciencia de su propia existencia.” (2003, p. 4). Para Gutiérrez, Hegel (2003, p. 8) . . . La correspondencia entre el pensamiento y la realidad se observa en todas las etapas históricas, según Hegel, ya que cada período genera su forma específica de percepción, moldeada por él. En esta línea, los pensamientos limitados reflejan un desarrollo incompleto de la realidad en términos del progreso del espíritu. (Gutierrez, 2003, p. 8). En este segundo punto mencionaremos un análisis realizado a la postura del filósofo Karl Popper: Para Popper, según el análisis de Enrique, “es cierto que sólo la observación puede proporcionarnos un conocimiento acerca de los hechos, pero esto no justifica la verdad de los enunciados de manera concluyente e indubitable” (2011, p. 26).

Popper, “considera que para que una afirmación o proposición sea científica debe ser refutable, en otras palabras, que de poder imaginarse una situación que se produjera, esta podría ser refutada” (2011, p. 26). Para Popper no existe el empirismo o conseguir información por la observación, experiencia, muy por lo contrario, indica que la recopilación de datos, parte por la base de un conocimiento básico o previo, del cual podemos recabar información, y estos conocimientos sirven como guía. Enrique, nos dice del análisis de la postura de Popper que: “Los enunciados básicos son convencionales, se aceptan como resultado de una decisión acordada, siguiendo un proceder guiado por reglas” (2011, p. 29). Según Popper, solo se aceptan de este modo enunciados básicos ligados lógicamente a ciertas teorías, y no enunciados sueltos. El empirista ingenuo e inductivista, cree que hay que empezar por recopilar datos por la experiencia y después ordenarlos, recogiendo primero las cláusulas protocolarias, ascendiendo así por la escalera de la ciencia haciendo generalizaciones. (Enrique, 2011, p. 29). Para Popper, la ciencia no comienza con la observación para después ir a la teoría. Al contrario, se va a observar presuponiendo una teoría, por rudimentaria y poco elaborada que sea, por ello que considera que las teorías científicas, van más allá de lo simplemente observable. (Enrique, 2011, p. 29). Para Enrique, Popper considera “que es imposible comenzar con observaciones puras: toda observación implica una teoría previa” (2011, p. 38). . . . toda Observación es selectiva, se observa seleccionando bajo la guía de presupuestos teóricos. No es posible decirle a alguien “observa lo que se ve”, ya que ello depende de nuestro objetivo, interés, punto de vista o problema planteado. (Enrique, 2011, p. 38). Dice Popper: Solo se puede derivar la refutación de una teoría a partir de datos observacionales, siendo esta derivación completamente deductiva, dado que esos datos previamente fueron inferidos de manera deductiva a partir de la teoría. (Enrique, 2011, p. 43).

El pragmatismo y el emprendimiento pueden entrelazarse desde diversas ópticas. El pragmatismo, como corriente filosófica, defiende que el conocimiento es válido cuando tiene aplicaciones prácticas y que la verdad se establece según sus resultados. El emprendimiento, por su parte, representa la mentalidad y habilidad para iniciar nuevos proyectos, innovar y generar valor. Desde una perspectiva psicológica, el emprendimiento puede ser visto como una forma de adaptación al entorno, que requiere de atributos personales, interacción con el contexto y desarrollo de la carrera. El pragmatismo puede aportar a esta visión una orientación hacia los resultados, la satisfacción de las necesidades y la resolución de problemas. Desde una perspectiva empresarial, el emprendimiento puede ser visto como una manera de reestructurar el trabajo autónomo y una alternativa frente a la escasez de oportunidades laborales dentro de los cambios actuales en el ámbito laboral. El pragmatismo puede aportar a esta visión una flexibilidad, una creatividad y una capacidad de aprendizaje. Desde una perspectiva filosófica, el emprendimiento puede ser visto como una expresión de la libertad, la autonomía y la responsabilidad del individuo. El pragmatismo puede aportar a esta visión una crítica al dogmatismo, al esencialismo y al absolutismo, y una defensa del pluralismo, el relativismo y el experimentalismo.

2. Metodología

Tipo de investigación

La presente investigación según su conocimiento científico fue de tipo Aplicada, puesto que estas investigaciones tienen como propósito la utilización del conocimiento científico en la comprensión y solución de problemas, se aplicó las teorías existentes en un problema específico.

Diseño de Investigación

Según su alcance, la investigación es de carácter descriptivo, ya que busca explicar o narrar las razones detrás de ciertos sucesos. El diseño es no experimental, pues no hubo manipulación deliberada de las variables; en lugar de construir situaciones, se observaron eventos ya existentes. Además, el enfoque del estudio fue transversal al analizar las variables en un único momento. (Hernández Sampieri et al., 2014).

Nivel de Investigación

Teniendo en cuenta sus características presentadas, se considera descriptiva - explicativa, dado que inicialmente se recolectó información descriptiva de ambas variables analizadas, para posteriormente analizar la relación entre ellas. (Hernández Sampieri et al., 2018).

Enfoque de la investigación

El enfoque será cuantitativo, según Hernández, et al. (2014), ya que mediante la recolección de datos pondrá a prueba la hipótesis con base en la escala numérica y el análisis estadístico para determinar la teoría de la investigación. (p.4).

Población

López (2004) define a la población como un universo o total de seres humanos u objetos con características similares o comunes de los cuales se desea saber o realizar una investigación en un determinado lugar o escenario.

La población estuvo constituida por los estudiantes de la escuela profesional de negocios Internacionales, teniendo como referencia el número de alumnos registrados en el periodo 2022-II. La población total asciende a 230 estudiantes, comprendidos en los diversos ciclos que la escuela tiene.

Muestra:

Carrillo (2015), define la muestra como un subconjunto que se obtiene del total de la población o universo a estudiar, elegidos al azar, considerándose representativos del grupo de estudio.

Para la presente investigación se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, siendo un total de 105 alumnos. Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Inclusión:

1. Los alumnos registrados en el 6to, 8vo y 10mo ciclo.
2. Las fechas del 17 al 21 de octubre del 2022.

Exclusión:

1. Los alumnos registrados en ciclos inferiores al 6to ciclo.
2. Los alumnos registrados que no llenaron la encuesta en las fechas del 17 al 21 de octubre del 2022.

3. Resultados y discusión

En esta parte de nuestra investigación se presentan los datos que fueron recogidos teniendo en cuenta el objetivo de la investigación, que es determinar la influencia de la cultura emprendedora y el fortalecimiento de la visión empresarial, en alumnos de una universidad privada.

En la tabla 1 se observa que un 55.2% (58 alumnos) consideran estar de acuerdo en que una cultura emprendedora es necesaria en su formación profesional, el 35.2% (37 alumnos) consideran que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mostrándose un poco indiferentes si es necesario o no una cultura emprendedora en su formación, y un 9.5% (10 alumnos) indican estar totalmente de acuerdo que es necesario una formación en cultura emprendedora

durante su formación profesional, así mismo podemos apreciar que un 49.5% (52 alumnos) están de acuerdo que necesitan tener una visión empresarial, un 45.7% (48 alumnos) están totalmente de acuerdo que es necesario tener una formación en visión empresarial, y un 4.8% (5 alumnos) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mostrándose un poco indiferente sobre si es necesario tener una visión empresarial.

Tabla 1: Nivel de la cultura emprendedora en el fortalecimiento de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

Niveles	Cultura Emprendedora		Visión Empresarial	
	N°	%	N°	%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	35.2	5	4.8
De acuerdo	58	55.2	52	49.5
Totalmente de acuerdo	10	9.5	48	45.7
Total	105	100.0	105	100.0

Comparando ambas variables, se denota que tanto, cultura emprendedora prevaleció el nivel de acuerdo – ni de acuerdo ni desacuerdo y la visión empresarial prevaleció el nivel de acuerdo – totalmente de acuerdo, lo cual quiere decir que los alumnos si consideran importante tener una formación sobre cultura emprendedora, así mismo creen que es importante tener una visión empresarial.

En la Tabla 2 se observó que, al aplicar la prueba de Kolmogorov-Smirnov en muestras de más de 50 ($n \geq 50$) para examinar la normalidad de los datos de las variables estudiadas, se obtuvieron niveles de significancia por debajo del 5% ($p < 0.05$), indicando así una distribución no normal de los datos. Por tanto, se decidió utilizar la prueba de correlación de Spearman y la regresión logística ordinal para investigar la relación entre las variables de cultura emprendedora y visión empresarial.

Tabla 2: Prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov de la cultura emprendedora en el fortalecimiento de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

PRUEBA DE NORMALIDAD			
VARIABLES / DIMENSIONES	Kolmogorov Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura de Emprendimiento	.106	105	,005c
Liderazgo	.180	105	,000c
Productividad	.199	105	,000c
Trabajo en Equipo	.169	105	,000c
Innovación	.202	105	,000c
Creatividad	.172	105	,000c
Capacitaciones	.121	105	,001c
Proceso de Gestión	.146	105	,000c
Visión Empresarial	.126	105	,000c
Motivación	.152	105	,000c
Mejora de Vida	.444	105	,000c
Riesgo	.172	105	,000c
Financiamiento	.165	105	,000c
Mercado	.297	105	,000c

En la Tabla 3 se observó que el 30.5% de los alumnos obtuvieron un nivel de acuerdo sobre la cultura de emprendimiento y nivel de acuerdo sobre la visión empresarial, el 22.9% de los alumnos obtuvieron un nivel de acuerdo sobre la cultura de emprendimiento y nivel de totalmente de acuerdo sobre la visión empresarial, el 18.1% de los alumnos obtuvieron un nivel de ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre la cultura de emprendimiento y nivel de acuerdo sobre visión empresarial, el 14.3% de los alumnos obtuvieron un nivel de ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre la cultura de emprendimiento y nivel de totalmente de acuerdo. Así mismo también se denoto que el coeficiente de correlación Spearman es $Rho = 0.327$ con nivel de significancia menos al 1% ($p < 0.01$), lo cual indica que la cultura de emprendimiento se relaciona significativamente, pero baja con la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

Tabla 3: La cultura emprendedora y su incidencia con la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

Visión Empresarial (agrupado)	Cultura de Emprendimiento (agrupado)						Total	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	2.9%	2	1.9%	0	0.0%	5	4.8%
De acuerdo	19	18.1%	32	30.5%	1	1.0%	52	49.5%
Totalmente de acuerdo	15	14.3%	24	22.9%	9	8.6%	48	45.7%
Total	37	35.2%	58	55.2%	10	9.5%	105	100.0%

En la Tabla 4 se evidenció una influencia detectada mediante la prueba de ajuste de modelo, con un valor de Nagelkerke de 0.110. Esto indica que el nivel de cultura emprendedora tuvo un impacto del 11% en la visión empresarial de los estudiantes de la Escuela de Negocios Internacionales en una universidad privada en Chiclayo en 2022. Esta relación fue altamente significativa, según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado ($p < 0.01$).

Tabla 4: Información de ajuste del modelo de regresión.

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo interceptación	26.627			
Final	16.771	9.857	2	.007
Pseudo R cuadrado				
Cox y Snell	.090			
Nagelkerke	.110			
McFadden	.055			

En las Tabla 5 se observó que el Rho de Spearman arrojó los siguientes resultados: referente a la productividad vemos que existe una correlación significativa positiva p-valor ($.001 < 0.01$) y un coeficiente de correlación Rho de ,315 lo cual nos indica que existe una correlación muy baja, en la creatividad vemos que existe una relación significativa positiva p-valor ($.000 < 0.01$) y un coeficiente de correlación Rho de ,592 lo cual indica que existe una correlación moderada, en la capacitación vemos que existe una relación significativa positiva p-valor ($.001 < 0.01$) y un coeficiente de correlación Rho de ,309 lo cual indica que existe una correlación baja, en el liderazgo vemos que no existe una correlación significativa p-valor ($.522 > 0.01$), en el trabajo en equipo vemos que no existe una correlación significativa p-valor ($.475 > 0.01$), en el proceso de gestión vemos que no existe una correlación significativa p-valor ($.264 > 0.01$) en la innovación vemos que existe una correlación pero esta no es significativa p-valor ($.093 > 0.01$).

Tabla 5: La cultura emprendedora y su relación con las dimensiones de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)
Liderazgo	.063	.522
Productividad	,315**	.001
Trabajo en Equipo	.070	.475
Innovación	.165	.093
Creatividad	,592**	.000
Capacitaciones	,309**	.001
Proceso de Gestión	.110	.264

En la Tabla 6 se observó que existió influencia de acuerdo con los resultados de la prueba de ajuste de modelo, en las siguientes dimensiones: liderazgo con un valor de Nagelkerke 0.109, es decir el nivel liderazgo influyó en 10.9% en nivel de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022, siendo ello según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado significativo p ,007 ($p < 0.01$), en el trabajo en equipo con un valor de Nagelkerke 0.157, es decir el nivel de trabajo en equipo influyó en 15.7% en nivel de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022, siendo ello según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado altamente significativo p ,001 ($p < 0.01$), en la productividad con un valor de Nagelkerke 0.237, es decir el nivel de productividad influyó en 23.7% en nivel de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada,

Chiclayo 2022, siendo ello según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado altamente significativo $p < .000$ ($p < 0.01$), en la creatividad con un valor de Nagelkerke 0.515 es decir el nivel de productividad influyó en 51.5 % en nivel de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022, siendo ello según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado altamente significativo $p < .000$ ($p < 0.01$), en los que respecta a innovación, capacitaciones, procesos de gestión, podemos apreciar que genera una influencia con la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022, sin embargo la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado nos indicó que no es significativo.

Tabla 6: Información de ajuste del modelo de regresión. La cultura emprendedora y su relación con las dimensiones de la visión empresarial en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

Dimensiones		Liderazgo	Productividad	Trabajo en equipo	Innovación	Creatividad	Capacitaciones	Procesos de gestión
Información de ajuste de los modelos								
Logaritmo de la verosimilitud -2	Sólo interceptación	29.673	48.367	27.742	36.341	68.350	29.487	34.575
	Final	19.860	25.719	13.337	27.211	10.930	21.689	27.243
Chi-cuadrado		9.813	22.648	14.405	9.130	57.420	7.798	7.331
gl		2	2	2	4	2	3	4
Sig.		.007	.000	.001	.058	.000	.050	.119
Pseudo R cuadrado								
Cox y Snell		.089	.194	.128	.083	.421	.072	.067
Nagelkerke		.109	.237	.157	.102	.515	.088	.082
McFadden		.055	.127	.081	.051	.321	.044	.041

En las Tabla 7 se observó que el Rho de Spearman arrojó los siguientes resultados: referente al riesgo vemos que existe una relación significativa positiva p-valor ($.002 < 0.01$) y un coeficiente de correlación Rho de ,301 lo cual indica que existe una correlación baja, en el financiamiento vemos que existe una correlación significativa positiva p-valor ($.010 < 0.05$) y un coeficiente de correlación Rho de ,250 lo cual nos indica que existe una correlación muy baja, en la mejora de vida vemos que existe una relación significativa positiva p-valor ($.018 < 0.05$) y un coeficiente de correlación Rho de ,230 lo cual indica que existe una correlación baja, en la motivación vemos que existe una relación positiva p-valor ($.038 < 0.05$) y un coeficiente de correlación Rho de ,203 lo cual indica que existe una correlación baja, en el mercado vemos que no existe una correlación significativa p-valor ($.152 > 0.01$).

Tabla 7: La visión empresarial y su relación con las dimensiones de la cultura de emprendimiento en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)
Motivación	,203*	.038
Mejora de Vida	,230*	.018
Riesgo	,301**	.002
Financiamiento	,250*	.010
Mercado	.141	.152

En la Tabla 8 se observó que existió influencia de acuerdo con los resultados de la prueba de ajuste de modelo, en las siguientes dimensiones: riesgo con un valor de Nagelkerke 0.103, es decir el nivel riesgo influyó en 10.3 % en nivel de la cultura de emprendimiento en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022, siendo ello según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado significativo $p < .009$ ($p < 0.01$), en los que respecta a motivación, mejora de vida, financiamiento, mercado, podemos apreciar que genera una influencia con la cultura de emprendimiento en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022, sin embargo la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado nos indicó que no es significativo.

Tabla 8: Información de ajuste del modelo de regresión. La visión empresarial y su relación con las dimensiones de la cultura de emprendimiento en alumnos de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada, Chiclayo 2022.

Dimensiones		Motivación	Mejora de vida	Riesgo	Financiamiento	Mercado
Información de ajuste de los modelos						
Logaritmo de la verosimilitud -2	Sólo interceptación	23.853	20.286	27.635	29.053	27.234
	Final	21.861	17.504	18.105	26.396	21.600
Chi-cuadrado		1.992	2.783	9.529	2.657	5.634
gl		2	2	2	3	3
Sig.		.369	.249	.009	.448	.131
Pseudo R cuadrado						
Cox y Snell		.019	.026	.087	.025	.052
Nagelkerke		.022	.031	.103	.030	.062
McFadden		.010	.014	.049	.014	.029

4. Conclusiones

Se destaca que el nivel de cultura emprendedora tiene una influencia significativa del 11 % en la visión empresarial de los estudiantes de la escuela de negocios internacionales en una universidad privada en Chiclayo en 2022, según los resultados obtenidos con un valor de $Rho = 0.327$ y una prueba de ajuste de modelo con un valor de Nagelkerke de 0.110. En relación al primer objetivo específico, se resalta que las dimensiones de liderazgo, productividad, trabajo en equipo, creatividad y capacitación presentan niveles significativos de acuerdo entre los alumnos, lo cual debe ser considerado en la toma de decisiones respecto al nivel de cultura emprendedora. En cuanto al segundo objetivo específico, se observa que las dimensiones de motivación, mejora de vida, riesgo y mercado tienen un alto nivel de acuerdo entre los alumnos en relación a su visión empresarial, lo cual también debe ser considerado para la toma de decisiones. El tercer objetivo específico revela que las dimensiones de liderazgo, trabajo en equipo, productividad y creatividad tienen una influencia significativa en la visión empresarial, con porcentajes que van desde el 10.9 % hasta el 51.5 %, según los valores de Nagelkerke y las pruebas de verosimilitud de la Chi cuadrado. Por último, el cuarto objetivo específico destaca que el nivel de riesgo influye en un 10.3 % en la cultura emprendedora de los alumnos, mientras que las dimensiones de motivación, mejora de vida, financiamiento y mercado no muestran una influencia significativa según la prueba de verosimilitud de la Chi cuadrado.

5. Referencias bibliográficas

- Alvarez Tello, G. A. (2018). Programa de formación empresarial para desarrollar la capacidad emprendedora de los estudiantes de la carrera de Comercio y Negocios Internacionales de la Faceac - Unprg - Lambayeque - 2018. 1-26.
- Benavides Camarillo, A. (2018). La Nueva Forma de hacer Negocios, un Comparativo de la Cultura del Emprendimiento entre México y Perú. 5(1), 90-97.
- Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista De Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87.
- Carrillo, A. (2015). POBLACIÓN Y MUESTRA. *Umbral Científico*, 10, 01-35.
- Colther, C., Fecci, E., Cayun, G., & Rojas, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. *Scopus*, 10.
- Dávila Flores, S. del C. (2019). La cultura emprendedora en la universidad nicaragüense. *Revista Torreón Universitario*, 8(22), 48-66.
- De los Angeles, M., Terrones, M., Aguilar, N., Cedron, C., & Calvanapon, F. (2023). Emprendimiento entre jóvenes de 18 a 30 años en tiempos de pandemia en el norte del Perú. *Scopus*, 8. Econ, D. (2018). En la mira de la ocde.
- García Campoverde, Y. N. (2018). ESTRATEGIAS SOCIALES PARA DESARROLLAR HABILIDADES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO "PASCUAL SACO Y OLIVEROS" – LAMBAYEQUE. 2015. 1-81.
- Gómez Roldán, I., & García Norato, O. M. (2018). Cultura emprendedora empresarial en la Universidad de Cundinamarca – Colombia . Caso: Estudiantes Seccional Ubaté y Extensión Chía.
- González-García, G., Becerril Carbajal, M. L., & Fonseca Munguía, A. (2018). El engagement como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios. *IE Revista de Investigación Educativa de La REDIECH*, 9(17), 103.
- Gutiérrez, G. (2003). Metafísica y ética en el pensamiento de Hegel. *Utopía y Praxis Latinoamericana: Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 21(21), 7-31.
- Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M. (2015). EL DESARROLLO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA VISIÓN EMPRESARIAL (The development of entrepreneurial culture in college students to strengthen business culture). *Ciencia Administrativa*, 2015-1.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. In McGRAW-HILL Interamericana Editores S.A. de C.V.

Hernández Sampieri, R., Fernández Colado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *Metodología de La Investigación*, 2–23.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México D.F: McGRAW W - HILL / Interamericana Editores S.A.

Hidalgo Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas*, 15(1), 46–50.

La Industria, E. (2018). Emprendedores marca chichayo. Martes 02 de Octubre Del 2018.

López, P. (2004). Población Muestra Y Muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69–74. Morales Fernández, N. M., & Pariona Tineo, I. S. (2018). El desarrollo de la cultura emprendedora en los egresados y estudiantes del séptimo al décimo ciclo de la carrera de Administración y Gerencia del Emprendimiento modalidad EPE de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y su influencia en la vis. In *Director* (Vol. 15 Morales, Issue 2).

Mundaca, J. A. (2018). Modelo Conceptual de Desarrollo empresarial para las MYPES de la Región Lambayeque: caso centro de desarrollo Empresarial. 233.

ONU. (Setiembre de 2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenibles*.

Peralta Latorre, J. R. (2018). Influencia de la cultura emprendedora en la creación de planes de negocio. I. E. Experimental agropecuario. Chota 2018. *Normas Tributarias*, 44.

RODRIGUEZ ALVARADO, G. F., & SANCHEZ TORRES, W. C. (2018). EL NIVEL DE CULTURA EMPRENDEDORA EN LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO SEDE PIURA AÑO 2018.

Santiago Rodriguez, F. (Abril de 2021). Comisión Económica para América Latina y el Caribe.