



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
EDUCACIÓN**

**La intención emprendedora en estudiantes de administración y
contabilidad de dos universidades de Lima-2021**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTORA EN EDUCACIÓN**

AUTORA:

Ramos Martínez, Alexandra Shirley (ORCID: 0000-0001-5031-2086)

ASESORA:

Dra. Garro Aburto, Luzmila Lourdes (ORCID: 0000-0002-9453-9810)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Evaluación y Aprendizaje

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por su infinito amor y por ser la luz que guía mi camino, a mis padres que están presentes en mi corazón, y a mis amigos de toda la vida que son mi soporte.

Agradecimiento

A mi asesora y docente revisor por su apoyo constante en ésta investigación.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES	41
VIII. PROPUESTA	42
REFERENCIAS	45
ANEXOS	55

Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Validez de contenido mediante juicio de expertos	20
Tabla 2	Confiabilidad Alfa de Cronbach del instrumento	21
Tabla 3	Prueba de normalidad Kolgomorov Smirnov	27
Tabla 4	Resultados estadísticos de la prueba de hipótesis general	28
Tabla 5	Resultados estadísticos de la prueba de la primera hipótesis específica	29
Tabla 6	Resultados estadísticos de la prueba de la segunda hipótesis específica	30
Tabla 7	Resultados estadísticos de la prueba de la tercera hipótesis específica	31

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Niveles de intención emprendedora según universidad	23
Figura 2 Niveles de actitud hacia el emprendimiento según universidad	24
Figura 3 Niveles de normas subjetivas según universidad	25
Figura 4 Niveles de autoeficacia emprendedora según universidad	26

Resumen

Esta investigación titulada “La intención emprendedora en estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima-2021” se planteó con el objetivo de determinar si existe diferencias significativas en la intención emprendedora en estudiantes de dos universidades de Lima.

Y para tal fin, la investigación se llevó a cabo según el paradigma positivista en concordancia con el enfoque cuantitativo basado en diseños no experimentales y de nivel descriptivo comparativo con una muestra conformada por 245 y 54 estudiantes de dos universidades privadas de Lima, y cuyos resultados se basan en la prueba U Mann de Whitney a través del cual se ha obtenido un valor igual a 5467 con una aproximación de distribución normal de $-2,764 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.006 (Sig. < 0.05) dando motivo a aceptar la hipótesis alterna concluyendo que existen diferencias en la intención emprendedora en estudiantes de ambas universidades.

Palabras clave: actitud, creatividad, empresario, proyecto del alumno

Abstract

This research entitled "Entrepreneurial intention in administration and accounting students from two universities in Lima-2021" was proposed with the objective of determining if there are significant differences in entrepreneurial intention in students from two universities in Lima.

And for this purpose, the research It was carried out according to the positivist paradigm in accordance with the quantitative approach based on non-experimental designs and comparative descriptive level with a sample made up of 245 and 54 students from two private universities in Lima, and whose results are based on the U Mann test. of Whitney through which a value equal to 5467 has been obtained with an approximation of normal distribution of $-2.764 < -1.96$ and with a significance equal to 0.006 (Sig. < 0.05) giving reason to accept the alternative hypothesis concluding that there are differences in the entrepreneurial intention in students of both universities.

Keywords: attitude, creativity, entrepreneur, student project

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo está marcado por desafíos motivados por las iniciativas empresariales en las que las intenciones emprendedoras resultan ser el agente clave (Barbero y Portillo, 2020); así, la educación para el emprendimiento se ha convertido en un tema de gran relevancia en las políticas públicas de los países (Goyanes y Serra, 2016); debido a que el emprendimiento tiene un impacto reconocido sobre la economía de un país (Goyanes y Serra, 2016) y su desarrollo social (Tarapuez et al., 2019).

A nivel mundial, se ha detectado que si bien las personas tienen o presentan niveles adecuados en las intenciones emprendedoras existe un bajo nivel en la incidencia de las actitudes conductuales que son la base de las intenciones emprendedoras (Diez y Guevara, 2020). De acuerdo con el observatorio mundial de Emprendedurismo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Extremadura - España, el 48.6% de las personas tienen miedo al fracaso y lo perciben como un obstáculo para emprender (Hernández et al., 2020), en México en un porcentaje similar del 47.96% también está de manifiesto el miedo al fracaso al emprendimiento (Quezada et al., 2020).; así también la falta de experiencia para emprender, y, la falta de financiamiento (Sánchez et al., 2021). En Estados Unidos se hace referencia a la incertidumbre a emprender que llega al 27%, y en España llega al 50% (Díaz et al., 2021).

Si bien en Latinoamérica existe mayor prevalencia de emprendimientos de entre 18% y 30% de la población activa, en comparación con emprendimientos de países desarrollados como Estados Unidos y países de la Unión Europea que llegan al 10% y 6% de la población activa respectivamente cuya diferencia radica en las motivaciones para emprender; en países latinoamericanos se generan más por necesidad que por oportunidad que son marcadas por la productividad e innovación (Querejazu, 2020). De acuerdo a las cifras del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para Latinoamérica, se afirma que existe una gran cantidad de emprendimientos, sin embargo, estos no llegan a concretarse, y tan solo se quedan en ideas, por tanto, el emprendimiento es limitado (Valdivia et al., 2021). A todo esto, la problemática se acrecienta porque cada vez hay más jóvenes

latinoamericanos que tienen dificultades para insertarse en el mundo laboral, lo que crea un clima para emprendimientos por necesidad (Tarapuez et al., 2018).

En una investigación realizada en México, se ha reportado que la percepción de intencionalidad emprendedora es diferente en universidades públicas y privadas; los porcentajes de las universidades privadas son más favorables que el de las universidades públicas (Astudillo et al., 2021). En universidades de España, el problema es similar debido a que no existe una cultura empresarial fomentada desde la educación (Goyanes y Serra, 2016). En Uruguay, la Actividad Emprendedora Total – TEA de las mujeres, llega al 9.9% de los cuales un 63.5% son realizados por oportunidad y el restante se han iniciado por necesidad; así también, la intención emprendedora en las mujeres es del 25.5% (Krauss et al., 2020); en Colombia, estudiantes del sexo femenino son quienes tienen más bajos índices de intencionalidad al emprendimiento que los de sexo masculino, sumado a factores como su pertenecía a la Facultad de Administración con mejores índices respecto de otras (Tarapuez et al., 2019).

El emprendimiento en el Perú, es considerado como el motor de crecimiento y generación de empleo y se estima que la intención de emprender de los peruanos en los próximos tres años es del 39.7%, por otro lado, las motivaciones que lleva a un peruano a emprender el 23.1% lo hace por necesidad. De acuerdo con la Asociación Peruana de Capital Semilla & Emprendedor durante la pandemia Covid 19, varios sectores económicos se han visto desfavorecidos por no haber oportunidad de emprendimiento, un 30% desfavorecido en el sector Agritech, un 20% en Foodtech y, entre los principales desafíos que le espera al emprendedor peruano durante los siguientes años es el limitado capital para nuevos emprendimientos, el complejo contexto político, económico y social, diversas barreras democráticas, entre otras razones (PECAP, 2021).

En este estudio se analizó nivel de intención emprendedora que tiene los estudiantes, debido a que muchos estudiantes carecen de experiencia laboral y otros no tienen un título profesional o técnico que los respalde para conseguir un empleo digno para cubrir sus gastos personales y de estudio, en consecuencia dependiendo de sus padres o familiares y para aquellos que no tienen la oportunidad de tener apoyo económico, pero desean seguir estudiando optaron

por trabajar en empresas sea de manera formal contratados en planilla gozando de todos los derechos laborales otros con menos suerte de manera informal es decir sin estar planilla sin gozar de los derechos laborales, los que no lograron conseguir empleo decidieron emprender un negocio propio, sea de ambulante o en venta por redes sociales, de manera informal, creciendo esta última opción en los últimos dos años producto de la pandemia mundial Covid 19 en donde muchos estudiantes perdieron su trabajo y muchos dejaron de estudiar en el 2020 al no contar con ingresos ni ellos ni sus familiares además de los gastos médicos que tuvieron que asumir por contagio de Covid 19 de ellos o algún familiar o de toda la familia , el 2020 fue un año crítico para todos.

Para mejorar la intención emprendedora en estudiantes universitarios es necesario que se promuevan el desarrollo de competencias de emprendimiento dado que hay estudios que confirman la incidencia de la formación de Emprendedurismo en la intención y el emprendimiento (Galleguillos et al., 2019; Tassara, 2021); y para esto, debe incluirse en el currículo universitario, ya que beneficiaria en la formación de competencias transversales (García et al., 2020); y debido principalmente hay que hay un vínculo muy fuerte en la educación en emprendimiento y el emprendimiento (Araya, 2021); en este orden de propuestas y reforzando las ideas anteriores, con la educación crece la oportunidad de que los estudiantes lleguen a crear sus propias oportunidades laborales (Contreras et al., 2020).

En virtud de lo señalado se ha formulado el problema general: ¿Qué diferencia existe en los niveles de intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021?; así mismo se plantearon los problemas específicos: ¿Qué diferencia existe en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima – 2021?; ¿Qué diferencia existe en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021?; y, ¿Qué diferencia existe en los niveles de autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021?.

La Justificación teórica se sustentan sobre las teorías de acción razonada cuyas siglas es el TAR, de esta teoría nace la teoría del comportamiento planificado cuyas siglas llamadas TCP; la TCP de Ajzen de 1991 explica relaciones entre las actitudes, normas subjetivas y control con las iniciativas de emprendimiento (Leyva et al., 2021); esta teoría también tiene fuertes argumentos con la rama de la psicología del comportamiento, así se explica la actitud, la ambición, la constancia y otras, como características de un emprendedor (Salcedo et al., 2018). Por otro lado, esta teoría goza de prestigio en diversas investigaciones de emprendimiento en estudiantes universitarios (Hernández et al., 2021).

En cuanto a la justificación práctica, esta investigación busca mejorar el emprendimiento empresarial de los estudiantes a través del desarrollo de la intención emprendedora, brindando mayores oportunidades de crear su propio negocio sin tener miedo a empezar un emprendimiento; pero, sobre todo, con la posibilidad de generar empleo y contribuir al desarrollo económico (Hernández et al., 2018). Por otro lado, se justifica metodológicamente que se tiene como instrumento el cuestionario de intención emprendedora creada y validada para evaluar la intención de emprendimiento; su validación ha sido efectuada mediante un panel de juicio de expertos quienes valoraron el instrumento y esto es un aval para la investigación.

En el planteamiento de los objetivos, el objetivo general ha sido formulado para: Determinar si existe diferencia en los niveles de intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021; así mismo se plantearon los objetivos específicos: Determinar si existe diferencia en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima – 2021; Determinar si existe diferencia en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021; y, Determinar si existe diferencia en los niveles de autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021.

Para cumplir con los objetivos se formuló la hipótesis general bajo la premisa de que: existe diferencia en los niveles de la intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021; de igual forma, se formularon las hipótesis específicas: existe diferencia en los niveles

de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021; existe diferencia en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021; y, existe diferencia en los niveles de la autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, se reportan los siguientes trabajos académicos que abordan la intención emprendedora en estudiantes universitarios: Valdivia et al. (2021) desarrollaron un estudio en México en el que se plantearon como objetivo identificar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de una universidad. Esta investigación se desarrolló según el enfoque cuantitativo de diseño transversal y descriptivo con una muestra conformada por 522 estudiantes. Esta investigación concluye señalando que la intención de emprendimiento de los estudiantes es de nivel alto.

Issa y Tesfaye (2020) realizaron un estudio en Etiopía con la finalidad de identificar el nivel de intención emprendedora y su asociación con factores sociodemográficos bajo el desarrollo de un estudio cuantitativo, transversal, descriptivo y con un tamaño muestral igual a 357 estudiantes con un 71.2% y 28.8% de participación de estudiantes universitarios y de institutos superiores respectivamente; y, según los resultados descriptivos revelan que un 48.1% de estos alumnos se encuentran en un nivel bajo de intención de emprendimiento y, mediante la prueba t determinó diferencias significativas con el nivel de educación superior (Sig. = 0.004), cursar un taller de emprendimiento (Sig. = 0.037), y experiencia laboral (Sig. = 0.038).

Astudillo et al. (2021) desarrollaron una investigación en el Ecuador planteándose como objetivo determinar el nivel de intención de emprendimiento en dos instituciones de educación superior y con ese propósito la investigación se desarrolló metodológicamente según el enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo comparativo con una muestra compuesta por 1507 estudiantes. Por lo que respecta a los resultados producto del análisis descriptivo e inferencial, los autores han señalado que existe diferencia significativa entre una universidad pública (88.4%) y otra privada (93.7%) en relación al deseo de crear su propia empresa; de igual forma, existe diferencias en cuanto a la factibilidad de crear empresa porque un 59.6% de estudiantes de la universidad pública consideran que es más difícil crear una empresa, respecto del 54.3% de estudiantes de una universidad privada.

Aguilera et al. (2021) en su investigación realizada en Colombia, se plantearon como objetivo analizar la intención emprendedora en estudiantes

universitarios, por lo que esta investigación se desarrolló según el enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y con una muestra compuesta por 293 estudiantes; y en cuanto a los resultados reportados, el 70% de estudiantes manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con iniciar una empresa, de igual forma para el 73% de los estudiantes mostraron una intención positiva en el emprendimiento, un 73% de estudiantes manifestaron también que perciben el emprendimiento como un tipo de reto que desean lograr.

Colichi et al. (2020) desarrollaron un estudio a fin de conocer si existen diferencias de la intención emprendedora en estudiantes de universidades de Brasil y Chile, desarrollando metodológicamente desde el enfoque cuantitativo, transversal, descriptivo comparativo y con un tamaño de muestra equivalente a 889 estudiantes y entre los resultados más relevantes, resalta que un 49.1% de estudiantes brasileños encuestados ya estaban insertados en el mercado laboral, en comparación con estudiantes chilenos. Así, también, un 6% de estos estudiantes manifestaron su intención de crear un negocio, y el resto, priorizar sus estudios de formación y conseguir un trabajo en una organización.

También, Rodríguez et al. (2020) realizaron una investigación realizada en Ecuador, con la finalidad de investigar los factores psicológicos e institucionales de la intención emprendedora en estudiantes universitarios ecuatorianos, así la investigación se desarrolló bajo la perspectiva cuantitativa y con la participación de 740 estudiantes y cuyos resultados han revelado que las dimensiones representan el 21.8% de la varianza de la intención emprendedora.

De igual manera, Saavedra y Camarena (2020) en su investigación realizada en México, se plantearon determinar la intención emprendedora de estudiantes mexicanos y para lograr ello los investigadores realizaron una investigación correlacional tomando como muestra a 420 estudiantes y cuyos resultados obtenidos revelaron que existe un 97% de estudiantes que manifestaron iniciativas de emprendimiento, sin embargo, apenas un 14% manifestó tener intenciones de emprender en menos de un año; de igual manera, se reveló que estos estudiantes consideran muy importante la opinión de la familia y de las amistades.

Así mismo, Zanabazar y Jigjiddorj (2019) desarrollaron una investigación con la finalidad de identificar los factores predictores en la intención de emprendimiento

de estudiantes universitarios para lo cual, abordaron el estudio desde el enfoque cuantitativo, transversal de alcance explicativo, con un tamaño muestral igual a 384 estudiantes universitarios y cuyos resultados han revelado que la intención emprendedora es explicada por un 54.6% por sus factores determinantes de la actitud, la norma subjetiva y el control; de igual forma, determinó en base a las significancias obtenidas que fueron menores a 0.05 el impacto positivo de cada uno de los factores sobre la intención de emprendimiento.

Así también, Gilmartin et al. (2019) desarrollaron una investigación a fin de encontrar diferencias en la intención de emprendimiento en estudiantes de pregrado de las facultades de ingeniería y las facultades de negocio, explorando además diferencias sobre los predictores individuales y contextuales, desarrollando una investigación cuantitativa, transversal y descriptiva con una muestra conformada por 518 estudiantes de ingeniería y 471 de los negocios; y los resultados reportados por los investigadores han reportado que en la variable intención emprendedora de estudiantes de ingeniería con una media igual a 2.93 y en estudiantes de negocio con una media igual a 3.54 mostrando una diferencia sustancial que favorece a estudiantes de los negocios.

Krauss et al. (2018) desarrollaron una investigación con el propósito de predecir la intención emprendedora en estudiantes universitarios de ocho países latinoamericanos siguiendo el enfoque cuantitativo de diseño no experimental transversal bajo el modelo de regresión logística ordinal para contrastar sus hipótesis en una muestra conformada por 771 estudiantes. Por otro lado, se busca lograr que desarrollen la intención del emprendimiento en el estudiante con el uso de variables explicativas y la relación con las empresas familiares, su vínculo a través de la innovación, la motivación y la realización de la actitud emprendedora así mismo la investigación se desarrolló dentro del marco de la red latinoamericana para la innovación y el emprendimiento. para educandos que llevaron mínimo un curso sobre emprendimiento en sus estudios universitarios.

En el contexto nacional, se da cuenta de las siguientes investigaciones que refieren a la intención del emprendimiento de estudiantes universitarios: Chambi y Arohuanca (2019) desarrollaron una investigación en Puno, en dos universidades nacionales, realizando la investigación con metodología cuantitativa con un diseño

no experimental y de nivel relacional comparativo con una muestra intencional conformada por 50 estudiantes de ambas universidades y en cuanto a los resultados reportados por los autores, se ha establecido que existen diferencias significativas en la intención de emprendimiento en los estudiantes debido a la obtención de una significancia menor a 0.05 en la prueba t de student en cada dimensión de la intención emprendedora y por otro lado, también se demostró diferencias en las medias promedio, evidenciándose que en la universidad del grupo A tiene mayores índices de emprendimiento que la universidad del grupo B.

De igual forma, Lloja et al. (2021) elaboraron una investigación en el departamento de San Martín con el objetivo de identificar los factores determinantes de la intención emprendedora de estudiantes universitarios bajo el paradigma cuantitativo según el diseño transversal descriptivo y con una muestra conformada por 297 estudiantes de dos universidades, una pública y otra privada. En cuanto a los resultados reportados por los autores, la predominancia de la intención emprendedora resalta el nivel alto en un 33.33% en estudiantes de la universidad privada, respecto de un nivel medio en un 42.4% en estudiantes de la universidad pública y, por lo que respecta a los factores determinantes, los personales resultaron con mayor prevalencia en el nivel alto (68%), seguida de una mayor predominancia en los factores sociales en el nivel medio (54%) y, con mayor porcentaje pero en un nivel bajo (70%) respecto al factor recursos.

De igual forma, Díaz et al. (2021) realizaron un estudio en la región San Martín con el propósito de establecer la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes de tres universidades y con ese fin, esta investigación se enmarco en el enfoque cuantitativo de diseño transversal descriptivo-correlacional con una muestra compuesta por 131 estudiantes universitarios. En cuanto a los resultados reportados, el 65.6% de los estudiantes manifestaron que a menudo poseen una actitud emprendedora, el 26.7% afirmó que siempre tiene actitud emprendedora y apenas un 7.6% solo algunas veces.

También, Escobedo et al. (2020) realizaron una investigación en la Macro región Sur del Perú con el propósito de determinar la relación entre el emprendimiento empresarial y la intención emprendedora en estudiantes

universitarios de universidades públicas y, para conseguir ese propósito, los investigadores se enfocaron en la metodología cuantitativa, basándose en el diseño no experimental de tipo transversal y de alcance descriptivo-correlacional con una muestra compuesta por 295 estudiantes y en cuanto a los resultados obtenidos, se ha reportado un interés moderado en un 37.7% en estudiantes de la UNAM y UNAP, respecto de un interés alto en un 62.23% en la UNAS en cuanto a la actitud de emprender.

De igual manera, Yangali et al. (2019) desarrollaron una investigación en el distrito de Ate con el objetivo de determinar el impacto de la aplicación de un programa de emprendimiento en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de la UCV Ate, y con ese fin, la investigación fue desarrollada según el enfoque cuantitativo de tipo aplicada, de diseño cuasi experimental con una muestra conformada por 43 estudiantes universitarios y cuyos resultados reportados dan cuenta de un 100% de estudiantes con actitud positiva, con un 88.4% de estudiantes que valoran las opiniones de la familia, y amigos respecto al comentario de emprendimientos que quieren realizar los estudiantes, y con un 97.7% de estudiantes que perciben que pueden controlar su conducta de emprendimiento.

En cuanto al constructo teórico de la intención emprendedora, Ajzen (1991) denomina a la intención como la disposición que tiene una persona para lograr hacer un determinado comportamiento. A pesar que es un constructo ampliamente discutido, no existen los estudios suficientes que explican la intención emprendedora en estudiantes universitarios (Räty et al., 2019).

Etimológicamente el término intención tiene su origen en el Latin medieval “intentio” que a su vez es originado de un vocablo árabe “ma‘nā” cuyo significado apela a la palabra pensamiento o acción de pensar (Dias et al., 2020). Y, la palabra emprender proviene del Latin “in” y “prenderere” cuyo significado es tomar (Calzado et al., 2019). Por otro lado, la palabra emprendedor tiene su origen del francés entrepreneur que significa pionero (Ayala et al., 2016); también puede ser entendida como estar listo para algo (Uribe, 2017).

El emprendimiento es un concepto que apareció en el siglo XVIII y desde entonces ha sido estudiado en diversos campos como la economía, la

administración de empresas, las ciencias políticas (Terán y Guerrero, 2020); y, también aplicada a la innovación (Diez y Guevara, 2020). Para 1955 en la obra póstuma de Cantillon el emprendedor era un agente económico “entrepreneurs (arbitragers)” conocido por ser aquel que compra productos en un lugar, los transforma en otros o los vende tal cual en otra plaza asumiendo el riesgo porque no conoce ni la demanda, ni la certeza de la fidelidad de los clientes; más adelante, Marshall (1842-1924) reconocía el carácter innovador del emprendedor considerándolo un factor productivo sujeto a valoración (Querejazu, 2020); y, sobre esta base Shumpeter en 1928 introdujo la teoría neoclásica precisando el concepto de emprendedor como aquella persona que tiene una idea de negocio y pone esta idea en movimiento buscando la rentabilidad de la misma (Ayala et al., 2016).

El emprendimiento es la creación de empresas concebidas como una forma de autoempleo en economías en desarrollo como por ejemplo países de Latinoamérica (Querejazu, 2020); en esa misma línea de ideas, el emprendimiento viene a ser el factor esencial para el crecimiento económico de las sociedades, aporta en el aumento de la competitividad, así como fuente de empleos para las regiones (Azqueta, 2017). El emprendimiento se da inicio cuando una persona ha identificado una oportunidad y para emprender organiza los recursos para poner en marcha esta iniciativa emprendedora (Lascano et al., 2019).

De acuerdo con Cavazos et al. (2021) hay que distinguir en la finalidad al emprendedor comercial del emprendedor social; puesto que el primero se orienta a generar riqueza, el segundo tiene un fin para generar un cambio positivo en la sociedad en base a una problemática por lo que su propósito es no lucrativo.

En el área empresarial, a la intención se la considera como la fase inicial del desarrollo del emprendimiento que nacen como ideas pero que se traduce como una intención, demostrando las ganas de emprender una empresa (Nowiński y Haddoud, 2019). Así, la intención emprendedora refiere al proceso anticipado a la acción y a la actitud favorable crear empresa (Diez y Guevara, 2020); es decir, a la idea o concepción del negocio y, su consolidación empresarial (Echeverri et al., 2018). La intención emprendedora es un estado mental que cada persona posee o desea al crear una empresa (Osorio y Londoño, 2015); o darle mayor valor agregado a la empresa (Querejazu, 2020).

La intención según la psicología viene a ser el antecedente inmediato del comportamiento, porque mientras más intensa sea el comportamiento más fuerte será la intención inmediata de un comportamiento, así mismo si la intención es muy intensa, la posibilidad de que adquiera el comportamiento emprendedor será como el esperado (Ajzen, 1991).

Por lo tanto, la intención emprendedora muestra la línea propensa que tienen los estudiantes de la muestra acerca del emprendimiento sea que provengan de familias emprendedoras, que ellos tengan su propio emprendimiento a raíz de la crisis económica sufrida durante la pandemia, muchos de ellos perdieron su empleo, hacen que su intención de emprender sea motivada.

La intención emprendedora está influenciada por muchos factores, como las características de la personalidad, los factores demográficos; las características ambientales; así también aspectos de tipo cultural, político e incluso religioso (Alvites et al., 2020). Dentro de las características de la personalidad podemos hallar la autoeficacia y la necesidad de logro, En los factores demográficos se encuentra la edad, el género, la educación y la experiencia laboral en la persona (Valencia et al., 2016). Así también, Laguía et al. (2017) exhibe al nivel educativo como un factor que determina mayor probabilidad de emprendimiento, es decir, que a mayor nivel de estudio, mayores tasas de actividad emprendedora. Diversos autores señalan también lo mismo, es decir, que se considera influyente los rasgos de personalidad, sin embargo, estas características personales no son estáticas, puesto que se pueden aprender y desarrollar (Baena et al., 2020).

De acuerdo con Krueger et al., 2000 (citado por Valdivia et al., 2021) existen tres factores importantes que determinan la intención emprendedora: 1) deseo de crear, esto es, uno necesita querer algo para motivar la acción, 2) la viabilidad, que es un factor determinante mediante el cual se establece si es posible continuar con la idea de emprender y, 3) la oportunidad, que refiere a la claridad que uno tienen para comprender o entender esta oportunidad.

En lo que respecta a las teorías del emprendimiento, existen diversas fundamentaciones teóricas que van desde lo emocional y lo cognitivo, con una fuerte valoración sobre la pasión que explica el porqué de los emprendedores

exitosos, porque a pesar de existir barreras y riesgos, su pasión alimenta la intención y favorece el emprendimiento (Hou et al., 2019)

La teoría que explica el comportamiento del emprendedor, resulta de una valoración o juicio que la persona realiza sobre una situación de emprendimiento, que es precedida por una reacción de tipo emocional y que establece el comportamiento (Zhao y Xie, 2020). Así también, se cuenta con la teoría de los rasgos de personalidad, es una postura clásica que afirmaba que los emprendedores se diferenciaban de los no emprendedores por valores en la personalidad, sin embargo, esta teoría ha sido discrepada por Cromie, 2000 y Hisrich, 2000 quienes señalaron que la personalidad no diferencia al emprendedor; pero según la investigación realizada por Sánchez y Yurrebasco, 2005 las características personales si son predictores de la intención emprendedora (Sánchez et al., 2017).

Por su parte, Kong et al. (2020) explican la teoría del emprendimiento, a partir del modelo “Business Role Model and Fear of Failure” en el que consideran al miedo como un factor que determina si un estudiante que tiene intenciones de emprender, finalmente emprende, no obstante, el emprendedor es quien sabe y asume el riesgo que significa un emprendimiento, y aquel que no tiene esta capacidad, desestima emprender y sus intenciones quedan en solo ellas.

Otra postura del emprendimiento es la teoría cognitiva, parte del hecho de que el emprendedor es aquel que utiliza su conocimiento, para hacer juicios y tomar las mejores decisiones sobre las oportunidades de negocio y su gestión en el tiempo. De igual forma, el emprendimiento es explicado por la teoría de la acción razonada, esta teoría concibe la intención como una fase previa a la acción y la acción es la que ejecuta el emprendedor, toda vez que haya realizado un juicio racional sobre lo que quiere emprender en base a la información que tiene y valorando sus implicancias; señalando además que el grado de intención depende de la actitud (valoración de la acción) y de la norma subjetiva (percepción sobre la valoración de otros significantes) (Sánchez et al., 2017).

Complementando las teorías anteriores, la teoría del comportamiento planificado (en adelante TCP), es una teoría que se basa en la teoría de la acción razonada y sobre los argumentos teóricos de Ajzen, 1991 quien añade al modelo

anterior un tercer factor denominándose el control percibido (Sánchez et al., 2017); de esta forma, esta teoría se explicaría sobre la base de tres tipos de percepciones: la primera refiere a las creencias sobre los resultados de la conducta y de las evaluaciones sobre la conducta a la que denomino actitud de la conducta; la segunda refiere a las creencias sobre las expectativas normativas de los demás y de la motivación para cumplir con estas denominándose normas subjetivas; y, las creencias sobre la existencia de factores que pueden favorecer u obstaculizar el desempeño de la conducta (Oliveras et al., 2014).

En su teoría de acción razonada los investigadores Fishbein y Ajzen entre los años 1975 y 1980 propusieron un paradigma conceptual para hacer la explicación, además anticipar cómo será el comportamiento social de un individuo, y refiere que la intención de emprender surge antes que aparezca el comportamiento, esto define que el comportamiento tiene una función de carácter secuencial influenciada por la intención que es la característica previa que aparece antes del comportamiento, está influenciada por la actitud, comportamiento y normas subjetivas que posea el individuo.

En cuanto a la teoría del comportamiento planeado se basa su estudio acerca de cómo puede modificar el comportamiento de una persona. Además, se encuentra comprobada bajo la evidencia empírica. La modificación en diferentes individuos se puede apreciar desde las actitudes que demuestra, su forma de comportarse, sus normas subjetivas que trae y su control que tiene sobre su conducta, nos brinda como resultado final la variación en el comportamiento real; nos demuestra cómo un individuo puede actuar de una forma determinada cuando tiene la intención de crear un negocio o empresa. Los modelos de intención son usados cuando un comportamiento es inusual, difícil de observar o impredecible según sea la influencia de algunos factores, como el comportamiento empresarial, (Sieger y Monsen, 2015).

De acuerdo con Liñán et al. (2013) la intención emprendedora, se puede definir como un estado mental de una persona que consciente y con convicción expresa su voluntad de crear una empresa.

De acuerdo con la teoría del comportamiento planeado, la intención emprendedora se puede explicar en función de tres factores o dimensiones: actitud

hacia la intención, normas sociales y eficacia empresarial percibida (Liñán et al., 2013; Shi et al., 2020).

La actitud hacia el comportamiento, que es la valoración ya sea positiva o negativa que uno mismo realiza al hecho de iniciar un emprendimiento (Saavedra y Camarena, 2020); la actitud está conformada por las creencias que se poseen acerca de su comportamiento así también los resultados obtenidos como por ejemplo si una persona piensa que debe practicar un buen comportamiento y luego lo ejecuta, entonces esta persona está desarrollando una actitud y un comportamiento deseable positivo (Rivera et al., 2018).

La actitud, es la capacidad de crear, innovar, diseñar, en la ejecución de un proyecto logrando un plan de trabajo eficaz, impulsando la cultura empresarial (Reyes e Hidalgo, 2020); esta capacidad desarrolla en el emprendedor el pensamiento crítico y tomar decisiones logrando mejorar la productividad en la organización empresarial. Comprenden también las habilidades, valores y actitudes se logra mayor oportunidad en el mercado (González et al., 2018). La actitud de emprender es más de comportamiento que de rasgo de la personalidad, porque la persona que puede encarar dificultades con toma de decisiones e innova ha aprendido a ser un emprendedor. Estas características se ven en empresarios que empiezan con pequeños negocios que luego van creciendo.

Para promover la actitud emprendedora desde la educación, es necesario primero conocer las habilidades sociales que los alumnos deben desarrollar para ser emprendedores (Rivera et al., 2018). La cultura empresarial dota de habilidades de responsabilidad a una mente positiva para asumir riesgos, esa es la diferencia entre la gente común que vive trabajando para una empresa con la de un emprendedor. La elevada actitud emprendedora en estudiantes universitarios hizo posible el control interno con ganas de conseguir metas y logros planteados al asumir riesgos y tolerancia al fracaso para seguir adelante (Lazo y Melo, 2020). Estas actitudes son las más comunes que se han recogido en las investigaciones sobre actitudes emprendedoras.

Por tanto, cuando un sujeto posee una actitud positiva en su comportamiento, su entorno lo aprueba y acepta, la sociedad compensa las actitudes positivas que favorecen el comportamiento dando señales de confianza y

respeto, características básicas para el emprendimiento la teoría del comportamiento planificado tiene su origen en la teoría de acción razonada, convirtiéndose en una mejor versión que la anterior teoría, el autor Ajzen (1991) de muestra que esta nueva teoría supera a la teoría del comportamiento planificado sobre todo porque es más fácil predecir e influenciar sobre el comportamiento de las personas.

La percepción de las normas sociales o simplemente normas subjetivas, son aquellas que explican que en las decisiones de emprendimiento existe presión social ya sea de la familia, allegados, o amigos cuya opinión es valorada y tomada en cuenta como un referente (Saavedra y Camarena, 2020); estas normas son llevadas como evaluación social viene a ser lo que se percibe del individuo sobre lo que tienen que pasar por la presión social, de hacer o simplemente no hacer un determinado comportamiento peculiar, siendo esto lo que una persona pensaría que hacer hacia otras personas de gran importancia para él (Delfín et al., 2020).

Para el autor Ajzen (1991) las normas representan una gran presión en el entorno del individuo, referente a su conducta, midiendo el grado de influencia que tiene la presión social sobre la forma de cómo llevar su comportamiento, su entorno está conformado por su círculo más cercano como sus familiares, las normas calculan el grado de presión social que siente un sujeto cuando va realizar un comportamiento, mientras que el entorno lo conforman las personas más cercanas al sujeto, así, el sujeto se comporta basándose en lo que pensarían o harían los más cercanos a nosotros si tenemos un comportamiento emprendedor.

En cuanto a normas subjetivas dan respuesta al entorno de influencia social que tienen sobre los individuos como los familiares, amigos y compañeros de trabajo que tiene influencia sobre el desarrollo de su emprendimiento, así como su propia valoración individual de sí mismo, la unión de ambas valoraciones logra dar como resultado al indicador de normas subjetivas. Las normas subjetivas son componentes sociales, siendo los familiares los que tienen cercana influencia sobre los universitarios, si estos provienen de familias emprendedoras, con emprendimientos formados hace que los estudiantes sean influenciados también en emprendimiento para ocuparse laboralmente (Moriano et al., 2006); es por ello

que si tiene familiares emprendedores lo más probable es que tengan la intención del emprendimiento (Delfín et al., 2020).

En cuanto al control del comportamiento percibido, refiere a la dificultad o facilidad de realizar un emprendimiento (Saavedra y Camarena, 2020); aquellas personas que tienen desarrollado a un nivel elevado la autoeficacia sea personas más constantes y perseverantes, posean mayor seguridad de sí mismos, mayor seguridad y mejor trabajo se esfuercen más logrando sus objetivos trazados por ellos. Por ello la autoeficacia es muy importante para desarrollar la intención emprendedora, logrando tener una relación positiva y sobre todo significativa en los universitarios una relación positiva y significativa en los estudiantes (Contreras et al., 2020) además cuando se está en plena crisis económica debido a que la autoeficacia es la base del desarrollo del emprendimiento siendo una característica esencial para crear emprendedores que puedan tomar decisiones y se arriesguen a crear su propia empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Esta investigación pertenece al paradigma positivista, de enfoque cuantitativo, de tipo básica, diseño no experimental transversal y descriptivo comparativo, y de método deductivo sustentándose con las siguientes teorías:

El paradigma de este estudio es positivista porque hace referencia a aquellos postulados de las ciencias naturales en la que el investigador (observador) percibe un fenómeno que se encuentra en el exterior del observador, abarca también la búsqueda de leyes y la verificación de las hipótesis entre otras (Iglesias, 2021).

Las investigaciones de enfoque cuantitativo son las que requieren de cuantificar las observaciones para probar hipótesis que han de ser contrastadas haciendo uso de técnicas estadísticas (Hernández y Mendoza, 2018).

Una investigación es básica, pura o fundamental es aquella que no tiene fines prácticos y que solo se realiza con la finalidad de incrementar el conocimiento (Novío et al., 2016).

Un diseño no experimental refiere de aquellos estudios en los que el investigador no manipula la variable independiente, tan solo observa y mide lo que ocurre una única vez, y a esto último se refiere el término transversal (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Variable y operacionalización

Una variable es definida como una característica que es susceptible de medición ya que presenta diversos valores (Carrasco, 2006).

La operacionalización de la variable es una operación que consiste en descomponer la variable de estudio en dimensiones y cada dimensión en indicadores (Carrasco, 2006).

Variable 1: Intención emprendedora

Definición conceptual. De acuerdo con Liñán et al. (2013) la intención emprendedora, se puede definir como un estado mental de una persona que consciente y con convicción expresa su voluntad de crear una empresa.

Definición operacional La intención emprendedora se evalúa en función de las dimensiones actitud emprendedora, normas subjetivas y autoeficacia emprendedora.

Operacionalización de la variable: ver anexo 2.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: Está conformada por 1000 estudiantes de una universidad privada y 850 de otra universidad privada de la escuela de administración y contabilidad del departamento de Lima en el distrito de Ate.

Criterios de inclusión En esta investigación sólo intervienen los estudiantes matriculados de la sede de Lima.

Criterios de exclusión: No se incluye a estudiantes de otras escuelas académicas.

Muestra: Conformada por 299 estudiantes de dos universidades privadas de Lima de las escuelas de Administración y contabilidad, cuyas edades oscilan entre 17 a 50 años que viven en diferentes distritos de la capital.

Muestreo: El muestreo es no probabilístico.

Unidad de análisis: Intención emprendedora de estudiantes de dos universidades privadas de Lima.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La técnica que se empleó en esta investigación fue la encuesta porque permitió registrar las mediciones de la variable; y, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario que resultó muy útil para recolectar la información acerca del fenómeno de estudio a través de un conjunto de preguntas en base a las dimensiones (Bernal, 2010).

El cuestionario ha sido desarrollado por los investigadores Liñan y Yi-Wen, en el 2011, y se basaron en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen para construir un cuestionario de intención empresarial (EIQ) bajo el análisis de sus propiedades psicométricas. Este cuestionario se probó en una muestra de 519 personas de dos países bastante diversos: España y Taiwán.

Ficha técnica del instrumento

Nombre: Cuestionario que mide la intención emprendedora.

Autor: Liñan y Yi-Wen (2009).

Objetivo: Recoger información relacionada a la intención emprendedora para realizar la medición de la intención del emprendimiento que poseen los educandos.

Lugar de aplicación: dos universidades privadas del departamento de Lima

Forma de aplicación: será realizada a cada individuo.

Duración de la aplicación: 10 a 15 minutos

Descripción del instrumento: Está conformado por 20 preguntas que se divide en tres dimensiones, con alternativas de respuestas para ello utilizaremos las escalas de Likert.

La validez de un instrumento indica que el instrumento mide de forma precisa lo que debe medir (Niño, 2011). Para poder determinar la validez se recurrió a un panel de expertos quienes valoraron el instrumento según la pertinencia, claridad y relevancia.

También otros investigadores utilizaron este cuestionario para sus investigaciones: en España (Rueda et al 2015); en Portugal (Da Fonseca de Oliveira, 2016); también en Colombia (Languia et al. 2017); en Brasil (Dos Santos & Silveira, 2018) en nuestro país tenemos a (Olivera, 2018). En todas las investigadoras el cuestionario mostró su confiabilidad y validez en la medición de la variable intención emprendedora.

Tabla 1

Validez de contenido mediante juicio de expertos

Experto	Nombres y Apellidos	Opinión
1	Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto	Suficiente
2	Dr. Fernando Ysaías Aguilar Padilla.	Suficiente
3	Dr. Zúñiga Fiestas Luis Alfredo	Suficiente

Nota: Certificados de validez de expertos. Ver anexo 5

La confiabilidad o fiabilidad de un instrumento, indica la exactitud del instrumento, por lo que debe medir lo mismo si se repite la misma medición (Niño, 2011). Para evaluar la confiabilidad se realizó una prueba piloto en una población similar a la población objetivo y se probó el instrumento en 40 estudiantes universitarios y los datos fueron analizados mediante el SPSS v.26 que se muestran en la tabla 2.

Tabla 2

Confiabilidad Alfa de Cronbach del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	28

Nota: Base de datos de la prueba piloto. Fuente: Véase anexo 8

3.5. Procedimientos

Se realizaron los siguientes procedimientos:

Se presentó la carta de solicitud de autorización a las autoridades correspondientes para la realización de la investigación.

Se coordinó con el departamento académico de cada institución para la aplicación del instrumento.

Se aplicó el instrumento de forma online, a través de los formularios de Google Form, el mismo que tiene una duración aproximada de 10 a 15 minutos.

3.6. Método de análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos se prosiguió realizando dos tipos de análisis: descriptivo e inferencial.

Debido a la naturaleza descriptiva comparativa de esta investigación se hizo uso de la estadística descriptiva e inferencial. En primer lugar, se realizó el análisis descriptivo para determinar frecuencias relativas en torno a las dimensiones y variable de la intención emprendedora en estudiantes de dos universidades, presentando gráficos de barras categorizados por niveles bajo, medio y alto. En segundo lugar, se realizó el análisis inferencial para probar las hipótesis que consisten en comprobar si hay o no diferencias significativas de la intención

empresarial en ambas universidades y por ello se usó las estadísticas de grupo para ver si hay diferencias entre las medias, luego mediante la prueba de Levene para averiguar si presentan o no varianzas iguales y finalmente la prueba t para determinar si existe o no diferencia significativa en ambas muestras.

3.7. Aspectos éticos

Se tomó el valor del respeto porque los datos sobre la información fueron usados para procesar la información de la investigación, se ha respetado la autoría de los autores investigadores en cuanto a las teorías mencionadas, así como el instrumento que se aplicó

Se aplicó el valor confidencialidad, porque se mantuvo en el anonimato la identidad de cada estudiante integrante de la muestra.

Se tomó en cuenta el principio de autonomía porque la participación de los estudiantes fue voluntaria, previamente informada sobre los objetivos de la investigación.

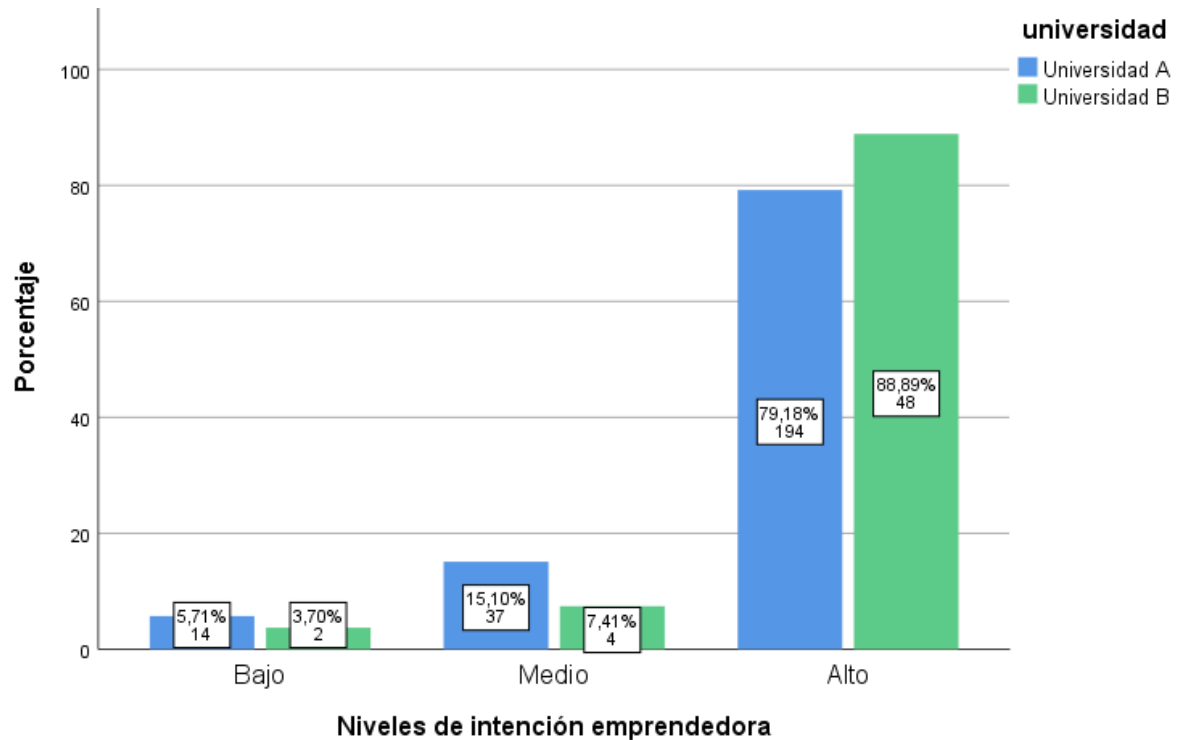
Se desarrolló el principio de justicia porque el trato a todos los participantes fue equitativo y, en todo momento se respetó sus derechos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Figura 1

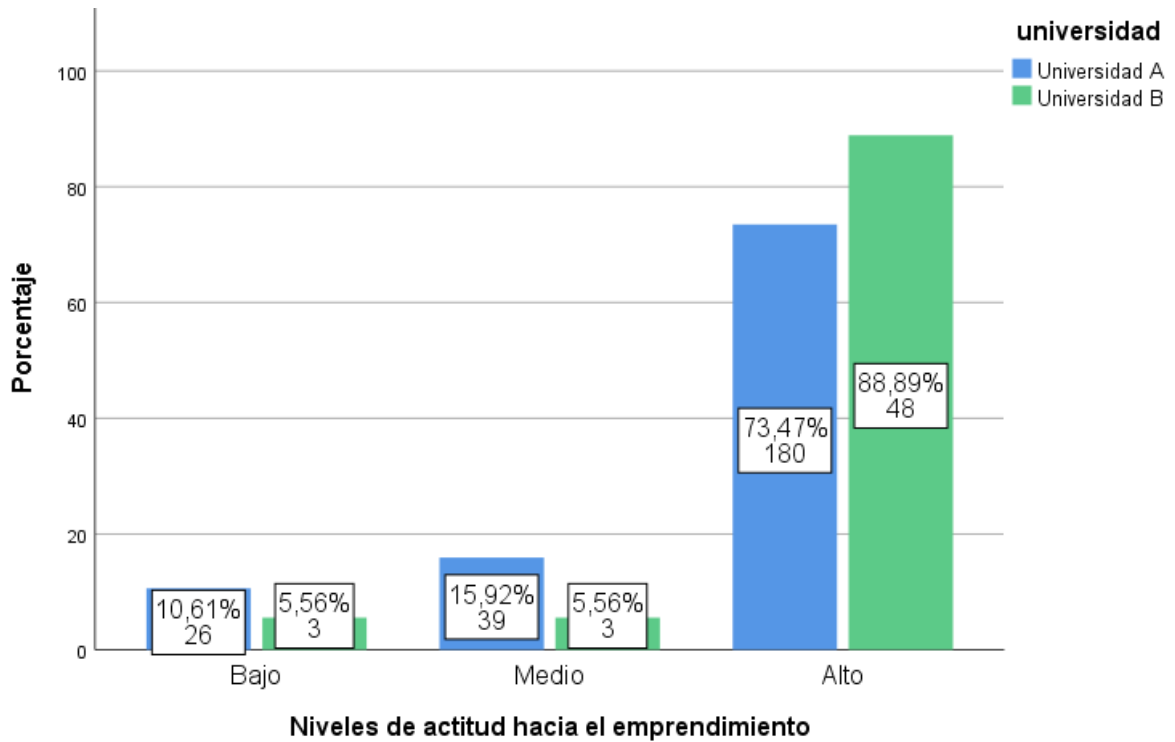
Niveles de intención emprendedora según universidad



En la figura 1, se observa los niveles de intención emprendedora según universidades A y B, con un comportamiento similar, y con predominancia en el nivel alto. Se aprecia, además, que en estudiantes de la universidad A, el nivel de intención emprendedora es alto para el 79.18%, y de similar forma, en estudiantes de la universidad B, el nivel es alto para el 88.89%.

Figura 2

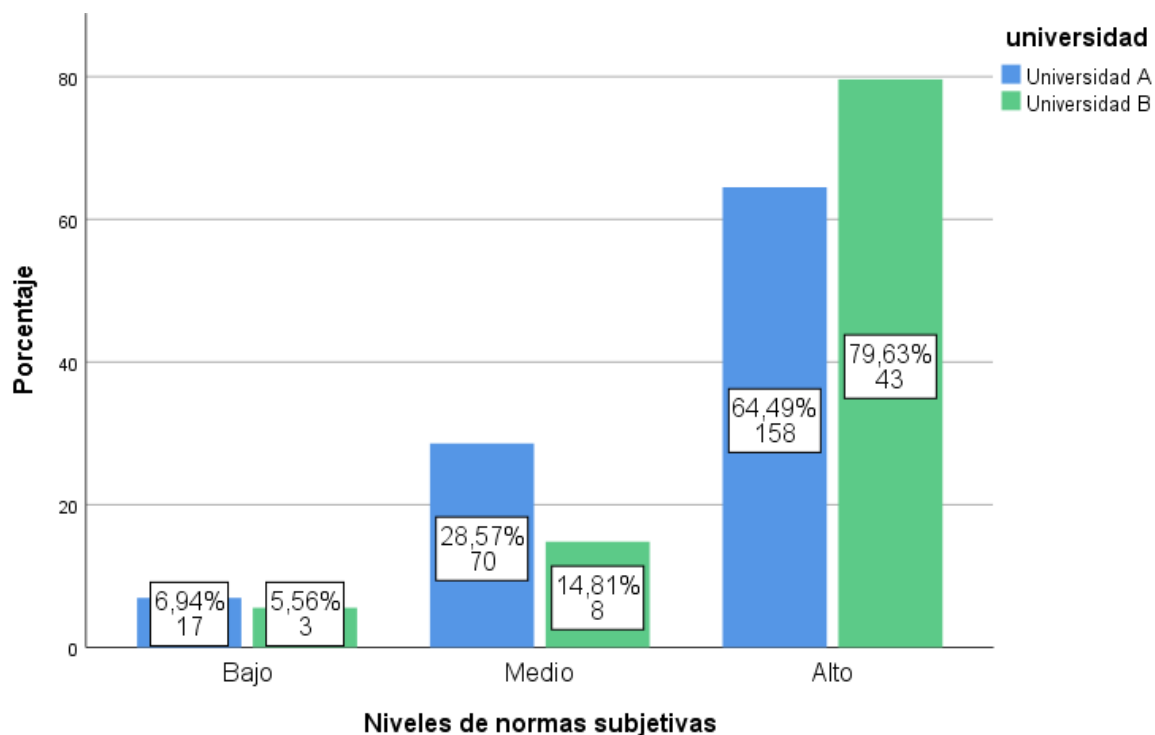
Niveles de actitud hacia el emprendimiento según universidad



En la figura 2, se observa los niveles de actitud hacia el emprendimiento según universidades A y B, con un comportamiento similar, y con predominancia en el nivel alto. En estudiantes de la universidad A el nivel fue alto para el 73.47%, mientras que para estudiantes de la universidad B, el nivel fue alto para el 88.89%.

Figura 3

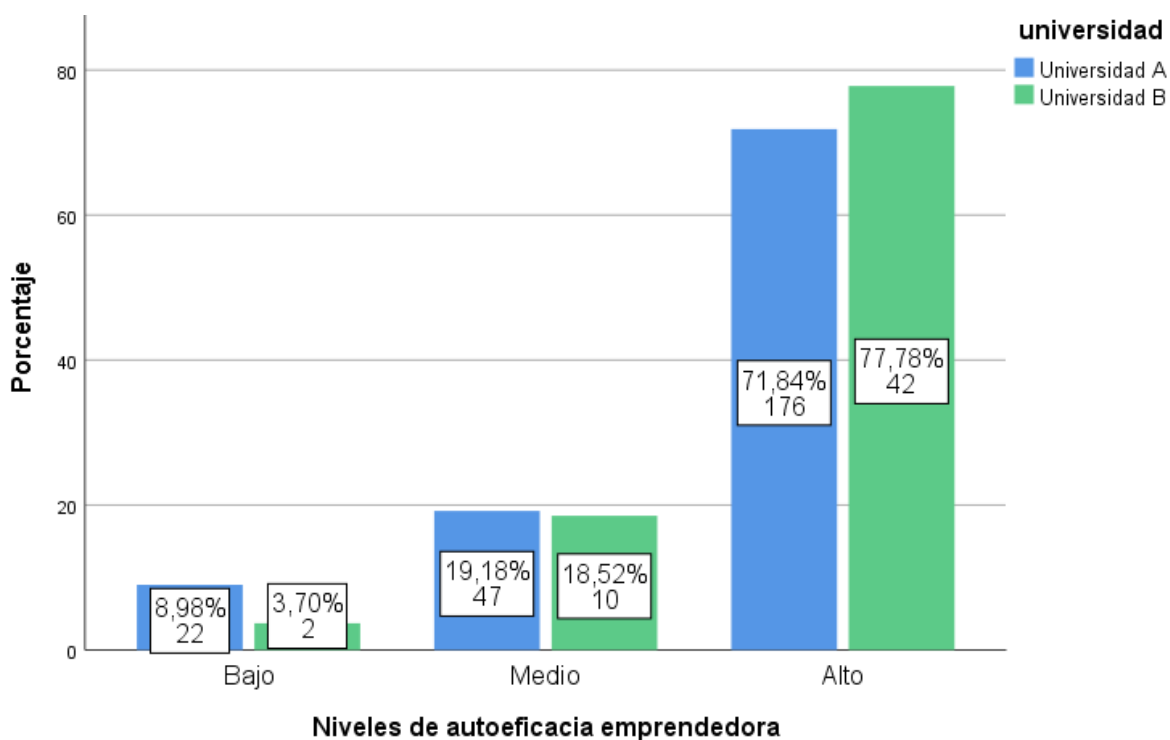
Niveles de normas subjetivas según universidad



En la figura 3, se observa los niveles de normas subjetivas según universidades A y B, con un comportamiento similar, y con predominancia en el nivel alto. En estudiantes de la universidad A, el nivel de normas subjetivas fue alto para el 64.49% mientras que para estudiantes de la universidad B el nivel fue alto para el 79.63%.

Figura 4

Niveles de autoeficacia emprendedora según universidad



En la figura 4, se observa los niveles de autoeficacia emprendedora según universidades A y B, con un comportamiento similar, y con predominancia en el nivel alto. Para estudiantes de la universidad A (71.84%), el nivel de autoeficacia emprendedora fue alto, respecto de estudiantes de la universidad B (77.78%).

4.2 Análisis inferencial

Prueba de Normalidad

Ho: Los datos presentan distribución normal

Ha: Los datos no presentan distribución normal

Tabla 3

Prueba de normalidad Kolmogorov Smirnov

Variables y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Actitud emprendedora	,205	299	,000
Normas subjetivas	,168	299	,000
Autoeficacia emprendedora	,187	299	,000
Intención de emprendimiento	,262	299	,000

Según lo observado en la tabla 3, las significancias de la intención emprendedora y de las dimensiones son menores a 0.05 por lo que se ha rechazado la hipótesis nula y aceptado la hipótesis alterna en cada uno de los casos, lo que significa que la variable y sus dimensiones no poseen distribución normal (Romero, 2016).

Debido al supuesto de normalidad, para realizar la comparación de dos muestras independientes le corresponden las pruebas no paramétricas y uno de los estadísticos a usar es la prueba U Mann de Whitney (Flores et al., 2017; Modesto et al., 2021).

Prueba de la hipótesis general

Ho: No Existe diferencia en los niveles de la intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Ha: Existe diferencia en los niveles de la intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Regla de decisión

Si Sig. > 0.05 entonces se acepta la hipótesis nula

Si Sig. < 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna

Tabla 4

Resultados estadísticos de la prueba de hipótesis general

Variable o dimensiones	Grupo	N	Rangos		Parámetro	
			Rango promedio	Suma de rangos	Prueba	Valor
Intención emprendedora	Universidad A	245	145,31	35602,00	U Mann-Whitney	5467,000
	Universidad B	54	171,26	9248,00	Z	-2,764
	Total	299			Sig. asin(bil)	,006

Los resultados estadísticos de la prueba de hipótesis muestran la comparación de mediana de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia que favorece a B que a A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 5467 con una aproximación de distribución normal de $-2,764 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.006 (Sig. < 0.05), permitiéndonos manifestar que existen diferencias en la intención emprendedora en ambas universidades.

Prueba de la primera hipótesis específica

Ho: No existe diferencia en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Ha: Existe diferencia en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Tabla 5

Resultados estadísticos de la prueba de la primera hipótesis específica

Variable o dimensiones	Grupo	N	Rangos		Parámetro	
			Rango promedio	Suma de rangos	Prueba	Valor
Actitud emprendedora	Universidad A	245	145,92	35749,50	U Mann-Whitney	5614,500
	Universidad B	54	168,53	9100,50	Z	-2,340
	Total	299			Sig. asin(bil)	,019

Con respecto a los resultados inferenciales en la dimensión actitud emprendedora, se muestran la comparación de mediana de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 5614,500 con una aproximación de distribución normal de $-2,340 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.019 (Sig. < 0.05), permitiéndonos manifestar que existen diferencias en la actitud emprendedora en ambas universidades.

Prueba de la segunda hipótesis específica

Ho: No Existe diferencia en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Ha: Existe diferencia en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Tabla 6

Resultados estadísticos de la prueba de la segunda hipótesis específica

Variable o dimensiones	Grupo	N	Rangos		Parámetro	
			Rango promedio	Suma de rangos	Prueba	Valor
Normas subjetivas	Universidad A	245	146,06	35785,50	U Mann-Whitney	5650,500
	Universidad B	54	167,86	9064,50	Z	-2,037
	Total	299			Sig. asin(bil)	,042

Los resultados que se muestran representan las comparaciones en la dimensión normas subjetivas, se muestran la comparación de mediana de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 5650,500 con una aproximación de distribución normal de $-2,037 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.042 (Sig. < 0.05), permitiéndonos manifestar que existen diferencias en las normas subjetivas en ambas universidades.

Prueba de la tercera hipótesis específica

Ho: No Existe diferencia en los niveles de la autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Ha: Existe diferencia en los niveles de la autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021

Tabla 7

Resultados estadísticos de la prueba de la tercera hipótesis específica

Variable o dimensiones	Grupo	N	Rangos		Parámetro	
			Rango promedio	Suma de rangos	Prueba	Valor
Autoeficacia emprendedora	Universidad A	245	148,14	36294,00	U Mann-Whitney	6159,000
	Universidad B	54	158,44	8556,00	Z	-1,019
	Total	299			Sig. asin(bil)	,308

Los resultados que se muestran representan las comparaciones en la dimensión autoeficacia emprendedora, se muestran la comparación de mediana de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 6159,000 con una aproximación de distribución normal de $-1,019 > -1.96$ y con una significancia igual a 0.308 (Sig. < 0.05), permitiéndonos manifestar que no existen diferencias en la autoeficacia emprendedora en ambas universidades.

V. DISCUSIÓN

Esta investigación titulada “La intención emprendedora en estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima-2021” se realizó con el objetivo de determinar si existen diferencias en la intención emprendedora en estudiantes de dos universidades privadas de Lima y en concordancia con los resultados se llegó a las siguientes discusiones:

En cuanto a la hipótesis general se llegó a comprobar que existe diferencias significativas en la intención emprendedora en estudiantes de dos universidades de Lima: primero porque el rango promedio muestran la comparación de medianas de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A (diferencia no concluyente); y segundo, porque en los resultados de la prueba de muestras independientes mediante la prueba U Mann de Whitney representa 5467 con una aproximación de distribución normal de $-2,764 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.006 (Sig. < 0.05), lo que motivó a tomar la decisión de aceptar la hipótesis alterna; esto es, existen diferencias en la intención emprendedora en ambas muestras analizadas. De acuerdo con resultados descriptivos el nivel de intención emprendedora es predominantemente alto (B = 88.9% y A = 79.18%) para estudiantes de ambas universidades, con ligera diferencia en estudiantes de la universidad B, que A.

En concordancia el análisis descriptivo realizado sobre los indicadores de la intención emprendedora, se ha revelado que, en cuanto a la probabilidad de llegar a crear empresas en algún momento de sus vidas, los estudiantes de ambas universidades presentaron diferencias ya que, en ambos casos, las medias obtenidas fueron (Media A = 6.0; y Media B = 6.19) con ligera diferencia en B sobre A; de igual modo, en cuanto a si estarían dispuestos a poner mayor empeño para lograr ser empresario los estudiantes presentaron una diferencia en sus medias (Media A = 6.13; y Media B = 6.46); en cuanto a la pregunta sobre si están dispuestos a crear una empresa en el futuro, los estudiantes de ambas universidades han presentado diferencias en sus medias (Media A = 6.09; y Media B = 6.41); y, respecto a la pregunta si los estudiantes quieren ser empresarios y tampoco se observó diferencias respecto a sus medias (Media A = 6.13; y Media B = 6.37).

De acuerdo con los resultados de una investigación, Issa y Tesfaye (2020) determinaron que en la intención emprendedora apenas un 25% de los estudiantes de una universidad de Etiopía presentaban un nivel alto y que además, solo se encontraron diferencias significativas en la intención de emprender con diferencias a favor de estudiantes de mayor nivel de estudios (universidad) respecto a estudiantes institutos superiores; diferencias que cursan un taller extra de emprendimiento sobre quienes no llevan como parte de su currículo; y, en aquellos alumnos con experiencia en trabajos por cuenta propia presentaron mejor probabilidad de intención de emprendimiento.

Según lo expuesto por Gilmartin et al. (2019) en su investigación, se ha revelado que estudiantes de ingeniería y de negocios no tienen diferencias en su intención emprendedora; en otras palabras, pertenecer a una escuela u otra no presenta mejor intención que otra; pero si hay diferencias en la innovación, ya que los de ingeniería muestran mayor tendencia hacia la innovación respecto a estudiantes de negocios.

En una investigación similar Astudillo et al. (2021) llegó a comprobar que existen diferencias significativas en la intención de emprendimiento de dos universidades cuyas diferencias obtuvo mayor prevalencia en estudiantes de la universidad privada respecto de la universidad pública esto debido a que los estudiantes de la universidad pública piensan que es más difícil crear una empresa que los estudiantes de la universidad privada. De acuerdo con la investigadora, los estudiantes universitarios evaluados pertenecen a la misma área geográfica (Ate Vitarte) y además estudian en universidades privadas, no encontrándose diferencias significativas respecto a estos factores, lo que es avalado con la investigación realizada por Colichi et al. (2020) quienes determinaron en su estudio que no existen diferencias en cuanto a las intenciones emprendedoras ni a las ambiciones profesionales, pero si existen diferencias significativas (estadísticamente) en el perfil de estudiantes de otros países, así como también en las motivaciones personales.

Algunas diferencias de intención podrían ser explicadas a partir de ciertas diferencias de nivel personal, como también de contexto tanto académicos como sociales (Gilmartin et al., 2019); en esa misma línea de fundamentos, Hou et al.

(2019) ha señalado que aún existen divergencias en cuanto a la intención emprendedora en estudiantes universitarios puesto que su explicación tendría razón de ser en las teorías emocionales, las teorías del comportamiento y las cognitivas empresariales; esto es, dependiendo del enfoque como se mire, la intención no es la misma.

De acuerdo con Zhao y Xie (2020) la intención tiene un factor emocional que requiere ser evaluada, puesto que es esta que mueve hacia la acción de emprender cuando las emociones son positivas. Sin embargo, según la Teoría del Comportamiento Planificado, la intención emprendedora se da a partir de la influencia de tres factores: las actitudes, las normas subjetivas y el control; pero intervienen otros factores como por ejemplo el estudiante evalúa si el escenario de emprendimiento resulta ser favorable o no y según ello, manifiesta su intención de emprendimiento (Sánchez et al., 2017).

En relación a la primera hipótesis específica, se llegó a comprobar que existen diferencias significativas en la actitud emprendedora en estudiantes de dos universidades de Lima, debido a que las medianas y la estimación de parámetros de la prueba U Mann de Whitney proporcionó suficiente evidencia debido a la comparación de mediana de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 5614,500 con una aproximación de distribución normal de $-2,340 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.019 (Sig. < 0.05), con lo que se decidió por rechazar la hipótesis nula que dio como resultado la existencia de diferencias en la actitud emprendedora para ambas muestras de estudiantes universitarios. Esto quiere decir, que los estudiantes de la universidad B tienen mejor actitud hacia el emprendimiento que los estudiantes de la universidad A.

Por otro lado, de acuerdo con el análisis descriptivo de los indicadores de la dimensión actitudinal los estudiantes de la universidad B, obtuvieron mejores indicadores en la media respecto a estudiantes en la universidad A, como, por ejemplo: respecto a la pregunta sobre ser creativo e innovar las medias obtenidas fueron (Media de A = 5.44, Media de B=6.35 y, diferencia a favor de B = 0.91); esto quiere decir que los estudiantes de B tienen más actitud hacia la innovación, y la innovación requiere mayor creatividad; de igual forma, respecto a la pregunta sobre

si están muy interesados en generar altos ingresos económicos, se evidencia una diferencia favorable a estudiantes de la universidad B (Media de A = 5.54, Media de B=6.33 y, diferencia a favor de B = 0.79), es decir, que los universitarios de B, tienen en mente innovar para lucrar; así también, respecto de la pregunta, de si quieren ser sus propios jefes, los universitarios de B muestran mejores diferencias (Media de A = 5.69, Media de B=6.41 y, diferencia a favor de B = 0.72).

Estos resultados son similares a los obtenidos por Chambi y Arohuanca (2019) quienes reportaron mediante la prueba t igual a 6.120 una significancia igual a 0.000 ($0.000 < 0.05$) mediante el cual estableció que si existen diferencias significativas entre universitarios del grupo A y grupo B. Los resultados también están en congruencia con los resultados de Lloja et al. (2021) quienes han señalado que la intención emprendedora es influenciada en parte por las actitudes de los estudiantes hacia el emprendimiento, es decir sobre habilidades especiales que permiten a los emprendedores poder identificar oportunidades y tener la capacidad para emprenderlas.

En una investigación realizada en el distrito de Ate, Yangali et al. (2019) ha reportado que el 100% de los estudiantes universitarios manifestaron tener una actitud positiva frente al emprendimiento. Los resultados expuestos coinciden en exponer a la actitud como uno de los abanderados de la intención emprendedora (Hou et al., 2019). En la investigación peruana realizada por Escobedo et al. (2020) los resultados de la intención emprendedora de universitarios de la selva, ha determinado que un 37.77% de estos estudiantes presentan actitudes muy moderadas para emprender, aun cuando estas universidades se encuentren alejadas de las ciudades grandes.

Reforzando la argumentación de los resultados obtenidos, la investigación de Zanabazar y Jigjiddorj (2019) coinciden en señalar que la actitud emprendedora responde positivamente en su influencia sobre la intención de emprendimiento demostrando que los estudiantes universitarios expresan una voluntad de emprender teniendo en consideración los futuros desafíos así como los riesgos de sus implicancias; a todo esto, Kong et al. (2020) postulan que si bien las actitudes favorecen en la intención de emprendimiento, existen factores que detienen o desestiman las iniciativas, como por ejemplo el miedo a emprender.

De acuerdo con la Teoría del comportamiento planeado de Ajzen, la actitud que puede ser positiva o negativa, tiene influencia en la intención emprendedora, por lo que una actitud positiva favorecerá positivamente en la intención, respecto de una actitud negativa que no contribuirá en lo mínimo (Cavazos et al., 2021); sin embargo, no es que la intención de emprender se deba solamente a una actitud positiva espontánea para emprender, sino más bien a las actitudes previas que se van gestando en el tiempo (Rodríguez et al., 2020). La valoración de volverse emprendedor está influenciada por la manera positiva que ha modificado el desarrollo del comportamiento, y muestra que es un factor importante para la intención empresarial en los estudiantes (Krauss et al., 2018).

En correspondencia con la segunda hipótesis específica, se logró comprobar que existen diferencias significativas en las normas subjetivas en estudiantes de dos universidades de Lima, afirmación que se ha basado en resultados inferenciales a través de las cuales se determinó que existen diferencias en las medianas de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 5650,500 con una aproximación de distribución normal de $-2,037 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.042 (Sig. < 0.05) lo que motivó a aceptar la hipótesis alterna, concluyendo que existe diferencias en las normas subjetivas para ambas muestras de estudiantes.

En cuanto a los resultados descriptivos de la dimensión de normas subjetivas, se han observado diferencias en la comparación de sus medias estadísticas como, por ejemplo, en la pregunta respecto a si sus familias estarían de acuerdo con los emprendimientos de los estudiantes, ligeramente se muestra diferencias que favorecen a estudiantes de la universidad de B (Media de A = 5.81, Media de B=6.30 con diferencia a favor de B = 0.49), es decir, que a los universitarios de B, les importa más la opinión de la familia que a los estudiantes de A; de igual manera, respecto al indicador que mide el grado en que los amigos estarían de acuerdo con las iniciativas de emprendimiento las diferencias favorecen ligeramente a B (Media de A = 5.38, Media de B=5.78 con diferencia a favor de B = 0.40) que explica también que los amigos cumplen un rol importante porque son tomados en cuenta para validar las intenciones de emprendimiento; de igual

manera, respecto al indicador que evalúa la importancia sobre las opiniones de los amigos de la universidad no se ha mostrado diferencias visibles (Media de A = 4.76, Media de B=4.80 y, ligera diferencia a favor de B = 0.04) es decir, comparando ambos resultados, las opiniones de amigos y compañeros de clases son importantes en la misma medida o grado.

Estos resultados son comparable con el reportado por Saavedra y Camarena (2020) quienes han manifestado que los estudiantes evaluados en su intención emprendedora, valoran como muy importante la opinión de su familia y toman en cuenta la valoración de los amigos. De forma contraria, en la investigación realizada por Lloja et al. (2021) también se ha puesto en evidencia sobre la base de resultados estadísticos que no existe influencia de las opiniones que tienen los estudiantes de parte de sus compañeros de carpeta, porque no la consideran de importantes. En la investigación realizada por Yangali et al. (2019) los resultados mostrados son congruentes al reportar que un 88.4% de estudiantes consideran muy importante la opinión familiar en los emprendimientos, así también cuenta la opinión de la pareja y de los hermanos; en un 65.1% de estudiantes consideran la opinión de los amigos cercanos y en un porcentaje del 60.5% de estudiantes valoran la opinión de los compañeros de la universidad.

Estos resultados se contraponen a los obtenidos por Chambi y Arohuanca (2019) quienes reportaron mediante la prueba t igual a 4.711 una significancia igual a 0.000 ($0.000 < 0.05$) mediante el cual estableció que si existen diferencias significativas entre universitarios del grupo A y grupo B en las normas subjetivas. Este resultado tiene relación con la motivación que desarrolla el sujeto al alcanzar sus expectativas logrando estar en un ambiente agradable o positivo que contribuye al desarrollo de un comportamiento emprendedor (Laguía et al., 2017).

De acuerdo con Shi et al. (2020) las normas subjetivas inciden positivamente en la intención emprendedora, porque los estudiantes universitarios, requieren de la aprobación de la familia, de los amigos, y compañeros de la universidad; esto, porque a sus decisiones la acompañan lo que otros piensan y sumado a esto, reducen miedos.

Según la TCP de Ajzen, los modelos de referencia son muy importantes y tienen influencia en la intención de Emprendedurismo porque modifica los

comportamientos en base a lo que dicen los familiares y amistades muy cercanas, ya que el emprendedor las toma en cuenta como buscando aprobación o ratificando que coinciden con sus ideas (Araya, 2021). Pero, no solo importa la opinión de la familia, porque el emprendimiento en familias que son emprendedoras también representa un ambiente favorable para el desarrollo de emprendimientos (Delfín et al., 2020).

En relación con la tercera hipótesis específica, se logró comprobar que no existen diferencias significativas en la dimensión autoeficacia emprendedora en estudiantes de dos universidades de Lima, debido a los resultados inferenciales obtenidos primero en la comparación de mediana de los cuales se tienen los rangos con cierta diferencia en B que en A; mientras que el estadístico de diferencias de U Mann-Whitney representa 6159,000 con una aproximación de distribución normal de $-1,019 > -1.96$ y con una significancia igual a 0.308 (Sig. < 0.05), justificándose la aceptación de la hipótesis nula, mediante el cual se estableció que no hay diferencias significativas en ambas muestras.

De acuerdo a resultados de los indicadores de la dimensión autoeficacia emprendedora se presentaron las siguientes comparaciones: en cuanto a la pregunta sobre la capacidad de definición de una idea de negocio o estrategia existe ligera diferencia que favorece a estudiantes universitarios de B (Media de A = 5.73, Media de B=6.20 y, ligera diferencia a favor de B = 0.47) determinando que universitarios de B, tienen mejores capacidades para proponer nuevas ideas y estrategias de negocios; de igual modo, en cuanto al indicador sobre la capacidad para mantener o iniciar relaciones con inversores no hay diferencias sustanciales (Media de A = 5.68, Media de B=5.87 y, ligera diferencia a favor de B = 0.19); de igual manera, respecto a la capacidad para crear y poner en marcha una nueva empresa, la diferencia es mínima que favorece a B (Media de A = 5.79, Media de B=6.20 y, ligera diferencia a favor de B = 0.41).

Estos resultados se contraponen a los obtenidos por Chambi y Arohuanca (2019) quienes reportaron mediante la prueba t igual a 0.678 una significancia igual a 0.000 ($0.000 < 0.05$) mediante el cual estableció que si existen diferencias significativas entre universitarios del grupo A y grupo B respecto al control conductual percibido. Los resultados también concuerdan con lo reportado por

Yangali et al. (2019) quienes han revelado que en un porcentaje cercano al 100% los estudiantes, muestran capacidad de control relacionado con el emprendimiento.

La teoría TCP de Ajzen explica que es la dimensión que está conformada por las creencias del control, manejadas a través de la concepción del individuo según sus capacidades o recursos básicos y las oportunidades existentes que se dan en su entorno, así, si el individuo tiene un nivel alto de autoeficacia tendrá mayor disposición para adquirir el comportamiento planificado y, mientras mayor sea la percepción del individuo acerca de recursos y oportunidades y menor sea los obstáculos que perciba mayor tendrá el control conductual que tendrá (Ajzen, 1991).

VI. CONCLUSIONES

Primera:

Se llegó a comprobar que existe diferencia en la intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima, en base a la prueba U Mann de Whitney cuyo resultado obtenido fue igual a 5467 con una aproximación de distribución normal de $-2,764 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.006 (Sig. < 0.05).

Segunda:

Se llegó a comprobar que si existe diferencia en la actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima en base a la prueba U Mann de Whitney cuyo resultado obtenido fue igual a 5614,500 con una aproximación de distribución normal de $-2,340 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.019 (Sig. < 0.05).

Tercera:

Se determinó que existe diferencia en las normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima, en base a la prueba U Mann de Whitney cuyo resultado obtenido fue igual a 5650,500 con una aproximación de distribución normal de $-2,037 < -1.96$ y con una significancia igual a 0.042 (Sig. < 0.05).

Cuarta:

Se determinó que no existe diferencias en la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de ambas universidades, en base a la prueba U Mann de Whitney cuyo resultado obtenido fue igual a 6159,000 con una aproximación de distribución normal de $-1,019 > -1.96$ y con una significancia igual a 0.308 (Sig. < 0.05).

VII. RECOMENDACIONES

Primera:

Se recomienda a los docentes de las escuelas de administración y contabilidad que dentro de sus actividades académicas deben promover el emprendimiento en la creación de un plan de negocio complementando con casos prácticos Porque en este año de pandemia por Covid 19 aumentó el emprendimiento entre los estudiantes.

Segunda:

Se recomienda a la coordinación de la escuela de administración y contabilidad que, para impulsar la actitud emprendedora, incluir dentro de los ciclos de conferencias temas relacionados a la actitud emprendedora.

Tercera:

Se recomienda a los docentes de la escuela de administración y contabilidad que en cada clase de sus asignaturas deben afianzar las normas subjetivas, que viene a ser aquello que los demás piensan de mí y la motivación de como se espera que debe comportarse para ser aceptado en la sociedad, esto sobre todo en su comportamiento como profesional y emprendedor.

Cuarta:

Se recomienda a la escuela de administración y contabilidad que dentro de las competencias de las experiencias curriculares de especialidad y cursos generales se promueva la auto eficacia, si deseamos a futuro profesionales emprendedores, que confíen en ellos en sus potencialidades y que no duden que pueden lograr todo lo que se propone.

VIII. PROPUESTA

1. Datos de identificación

Título de la propuesta: Capacitación de emprendimiento empresarial.

Nombre del ámbito de atención: dos universidades privadas

Región: Lima

Provincia: Lima

Localidad: Lima

2. Presentación

El taller: capacitación en emprendimiento empresarial como iniciar un negocio formal para crecer. Orientado a los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales, que busca darle información detallada de cómo crear un negocio formal que les proporcione herramientas para el crecimiento de su emprendimiento.

Debido a la pandemia muchos perdieron su empleo teniendo que generar su autoempleo, de manera informal, llegando a un tope que si no se formalizan perderán oportunidades de crecimiento en el negocio a mediano o largo plazo. Según los resultados arrojados en las encuestas la intención emprendedora es motivada por la influencia de sus amigos parientes que están en su entorno y el contexto haciendo de la intención emprendedora el impulso para emprender. Por ello las autoridades universitarias deben reforzar y orientar los conocimientos de emprendimiento adaptado a la realidad.

3. Objetivos

A nivel personal

Potenciar la intención emprendedora del estudiante de la escuela de administración y contabilidad

Afianzar los conocimientos de emprendimiento a través del uso de casos prácticos de emprendedores de éxitos, nacionales y extranjeros.

Fortalecer conocimientos de formalización de empresa como persona natural y jurídica, como micro, pequeña y mediana empresa, en sus derechos y deberes.

A nivel organizacional

Afianzar la visión que tiene las organizaciones universitarias en cuanto a obtener egresados profesionales emprendedores.

Incluir en la programación anual de conferencias académicas capacitaciones en emprendimiento empresarial, formalización empresarial y marketing digital.

A nivel Organizacional

Definir propósitos claros en la dirección estratégica.

Definir las expectativas referentes a la salud a corto, mediano y largo plazo.

4. Contenido

- Día 1** Conferencia sobre conceptos básicos de emprendimiento (Taller)
- Día 2** Análisis de caso práctico de emprendedores de éxito nacionales y extranjeros (Taller)
- Día 3** Conferencia sobre emprender en tiempos difíciles de sanidad y economía (Taller)
- Día 4** Desarrollo de modelo de negocio Canvas (Taller)
- Día 5** Desarrollo de marketing digital por redes sociales (Taller)

6.- Cronograma de actividades

N°	Tema	Meses			
		Abril	Mayo	Junio	Julio
1	Conferencia sobre conceptos básicos de emprendimiento	x			
2	Análisis de caso práctico de emprendedores de éxito nacionales y extranjeros		x		
3	Conferencia sobre emprender en tiempos difíciles de sanidad y economía			x	
4	Desarrollo de modelo de negocio Canvas			x	
5	Desarrollo de marketing digital por redes sociales			x	x

7. Evaluación

La evaluación se realiza cada fin de sesión presentándose un informe con los logros alcanzados según los objetivos propuestos y de conformidad con el calendario de actividades.

REFERENCIAS

- Aguilera-Castro, A., Benavides-Pupiales, L. E., & Ibarra-Jaramillo, F. J. (2021). Intención emprendedora en estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño, Colombia. *Tendencias*, 22(2), 213-238. <https://doi.org/10.22267/rtend.212202.174>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alvites-Huamaní, C. G., López Sinisterra, O., Berra Ruiz, E., & Muñoz Maldonado, S. I. (2020). Factores personales y psicológicos que influyen en la Intención Emprendedora en estudiantes de la Universidad de Panamá. *Lex - Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política*, 18(25). <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v18i25.2112>
- Araya Pizarro, S. C. (2021). Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario. *Revista Educación*, 560-577. <https://doi.org/10.15517/revedu.v45i1.43748>
- Astudillo Durán, S., Bermeo, V., Serrano, A., & Andrade, R. (2021). Intención emprendedora en los estudiantes de una universidad pública y una universidad privada en el Ecuador. *GCG: revista de globalización, competitividad y gobernabilidad*, 15(2), 90-103. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7955056>
- Ayala Riquelme, E., Llanos Ortiz, M., Flores Álvarez, M., & Muñoz Baro, C. (2016). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: Caso práctico Ingeniería Civil Industrial, Universidad Arturo Prat. *Ciencia Amazónica: (Iquitos)*, 6(1), 48-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5608579>
- Azqueta, D. de A. Arantxa. (2017). El concepto de emprendedor: Origen, evolución e introducción. *El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI*, 21-39.
- Baena Luna, P., Pérez Suárez, M., García Río, E., & Sánchez Torné, I. (2020). *La intención emprendedora desde una perspectiva de género. El caso de la*

población universitaria de doctorado. Octaedro.
<https://idus.us.es/handle/11441/104520>

- Barbero, M. C., & Portillo, A. F. (2020). La influencia del contexto universitario y familiar en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *Evaluación e innovación en educación superior e investigación, 2020*, ISBN 978-84-1377-598-2, págs. 814-821, 814-821.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8167752>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. (3.^a ed.). Pearson Educación de Colombia, S.A. de C.V.
- Calzado-Barbero, M., Fernández-Portillo, A., & Almodóvar-González, M. (2019). Educación emprendedora en la universidad. *Journal of Management and Business Education, 2*(2), 127-159. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2019.0011>
- Carrasco Díaz, S. (2006). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. San Marcos.
- Cavazos Carmona, C. C., Zerón Félix, M., & De la Garza Cárdenas, M. H. (2021). Intención de emprender socialmente en estudiantes de universidades públicas de la frontera norte de México. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH, 12*, e1112-e1112.
https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1112
- Chambi, J. A., & Arohuanca-Percca, P. A. (2019). Estudio comparativo de intenciones emprendedoras en estudiantes de administración en la ciudad de Puno. *Global Business Administration Journal, 3*(1), 11-17.
<https://doi.org/10.31381/gbaj.v3i1.2288>
- Colichi, R. M. B., Gómez-Urrutia, V., Jimenez-Figueroa, A. E., Nunes, H. R. de C., & Lima, S. A. M. (2020). Profile and entrepreneurial intention of nursing students: A comparison between Brazil and Chile. *Revista Brasileira De Enfermagem, 73*(6), e20190890. <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2019-0890>
- Contreras Cueva, A. B., González Morales, O., & Macías Álvarez, P. (2020). Intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *IE Revista de*

Investigación Educativa de la REDIECH, 11, e780-e780.
https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v11i0.780

- Delfín-Ruiz, C., Cano-Guzmán, R., & Peña-Valencia, E. J. (2020). Funcionabilidad familiar como estrategia para la generación del emprendimiento social en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 79-91.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29062641007/html/>
- Dias Lopes, L., Takeda Bresciani, S. A., Johann, D., Moura, G., Machado de Almeida, D., & Teixeira, C. (2020). Modeling entrepreneurial intent as a predictor of frugal innovation in university students. *Revista de Administração da UFSM*, 13, 643-663. <https://doi.org/10.5902/1983465943879>
- Díaz Saavedra, R., Chauca, J. R., Meléndez Ruíz, K., & Campos, L. G. (2021). Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas en estudiantes universitarios de San Martín, Perú. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-23.
<https://doi.org/10.47666/summa.3.2.24>
- Diez Farhat, S., & Guevara, R. (2020). Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Contaduría y administración*, 65(2). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.2074>
- Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., & Barrera-Del Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 160-178. <https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10>
- Escobedo, R., Véliz, T., Ballón, J., & Midolo, W. (2020). Entrepreneurship and entrepreneurial intention in Administration students of Public Universities of the Macro region of Southern Peru. *Revista Innova Educación*, 2(1), 177-192. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8054611>
- Flores-Ruiz, E., Miranda-Novales, M. G., & Villasís-Keever, M. Á. (2017). El protocolo de investigación VI: Cómo elegir la prueba estadística adecuada. Estadística inferencial. *Revista alergia México*, 64(3), 364-370.
<https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>

- Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B., & Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictores de la Intención Emprendedora en Alumnos de Pregrado: Un Modelo Basado en Ecuaciones Estructurales. *Formación universitaria*, 12(1), 83-94. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062019000100083>
- García-Hernández, Y., García-Rojas, J. A., Ramírez-Sabino, A. I., & Amador-Martínez, M. de L. (2020). Formación académica e iniciativa emprendedora de los estudiantes de educación superior tecnológica. *Podium*, 38, 123-138. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.8>
- Gilmartin, S., Thompson, M., Morton, E., Jin, Q., Chen, H., Colby, A., & Sheppard, S. (2019). Entrepreneurial intent of engineering and business undergraduate students. *Journal of Engineering Education*, 108. <https://doi.org/10.1002/jee.20283>
- 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), 103-118. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2448-85502018000200103&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Goyanes, M., & Serra, M. (2016). Jouprenneur: An original methodology for raising the entrepreneurial intention among journalism students. *El Profesional de la Información*, 25, 599. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.09>
- Hernández Camacho, G., Favela Rodríguez, J. L., Bustamante Arneros, C. A., Ramos de la Rosa, S. V., & Velasco Rodríguez, G. (2021). Caracterización de la Intención Emprendedora en Proyectos Universitarios con Base a un Evento Académico en Tiempos de COVID-19. *European Scientific Journal*, ESJ, 17(4), 130-130. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p130>
- Hernández Mogollón, R. M., Díaz Casero, J. C., Fernández Portillo, A., Díaz Aunió, Á. M., Rodríguez Preciado, R., Fernández Torres, Y., Sánchez Escobedo, M. de la C., Calzado Barbero, M., & Ramos Vecino, N. (2020). *Un análisis de la actividad emprendedora de Extremadura de los últimos 15 años. Elaborado a partir de los datos del observatorio GEM 2003-2018*. Ed.

Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones.
<https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/11485/1/978-84-09-12122-9.pdf>

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Hernández-López, D. M., Moncada-Toro, J. F., & Henao-Colorado, L. C. (2018). Intención emprendedora de los empleados del sector privado de la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana. *Revista CEA*, 4(8), 13-33. <https://doi.org/10.22430/24223182.1045>
- Hou, F., Su, Y., Lu, M., & Qi, M. (2019). Model of the Entrepreneurial Intention of University Students in the Pearl River Delta of China. *Frontiers in Psychology*, 10, 916. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00916>
- Iglesias, M. E. (2021). *Metodología de la investigación científica: Diseño y elaboración de protocolos y proyectos*.
- Issa, E. H., & Tesfaye, Z. Z. (2020). Entrepreneurial intent among prospective graduates of higher education institution: An exploratory investigation in Kafa, Sheka, and Bench-Maji Zones, SNNPR, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 26. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00137-1>
- Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C.-H. (2020). The Relationship Between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Frontiers in Psychology*, 11, 229. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00229>
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, 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>
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, R. (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 71-80. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>

- Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1). <https://doi.org/10.11144/javeriana.upsy16-1.vcie>
- Lascano Pérez, L. F., Lascano Pérez, M. J., & Santiago Chávez, N. I. (2017). El modelo de emprendimiento universitario y el entorno empresarial en la zona tres de la República del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(12). <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/741>
- Lazo Vera, J. O., & Melo Pezo, X. A. (2020). Actitud emprendedora de médicos especialistas en un hospital de Huancavelica, Perú. *Horizonte Médico (Lima)*, 20(3). <https://doi.org/10.24265/horizmed.2020.v20n3.04>
- Leyva Osuna, B. A., Clark Corral, J., & Carrillo Peñuelas, D. (2021). Impacto de la Educación Emprendedora en Intención de Emprendimiento en Universidades del Noroeste de México. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 36, Article 36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.409>
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de Economía Mundial*, 33, 73-107.
- Liñán, F., & Yi-Wen, C. (2011). Erskine childers—A life dedicated to building a working world community. *Development Dialogue*, 56, 35-39.
- Lloja Rengifo, H., Chugnas Malimba, E. S., Tello Fasanando, Z., & Cruz Tarrillo, J. J. (2021). Intención emprendedora: Percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269-281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>
- Modesto, E. M., Enrique, F. M., & Fabrizio, B. (2021). *Análisis de datos con Stata: (3.ª ed.)*. CIS- Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Moriano León, J. A., Palaci Descals, F. J., & Morales Domínguez, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.

- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación. Diseño e Investigación*. Ediciones de la U.
- Novío Mallón, S., Núñez Iglesias, M. J., & Freire-Garabal Núñez, M. (2016). *Investigación en ciencias de la salud: Metodología básica*. Universidade de Santiago de Compostela.
- Oliveras, G., Vigier, H. P., & Porras, J. A. (2014). Analizando la influencia de la educación universitaria en el perfil emprendedor de los estudiantes. *Escritos Contables y de Administración*, 5(2), 15-47. http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1853-20552014002200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: Extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51). <https://www.redalyc.org/pdf/205/20543851004.pdf>
- PECAP. (2021). *Reporte. Percepción y perspectivas del ecosistema y capital emprendedor en Perú 2021*. https://16b4b2e1-5518-44c9-afd7-596f76c777cc.filesusr.com/ugd/71bb4f_3bad297569ce4a848e23360ce751ab41.pdf
- Querejazu Vidovic, C. V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: teoría y práctica*, 52, 69-97. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/querejazu>
- Quezada Díaz, J. R., González del Castillo, E. O., Reyes, A. L., Pérez Vázquez, L. F., & Martínez de Castro, A. L. T. (2020). *El emprendimiento en el estado de Guanajuato: Global Entrepreneurship Monitor 2019—2020*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50510>
- Räty, H., Komulainen, K., Hytti, U., Kasanen, K., Siivonen, P., & Kozlinska, I. (2019). University students' perceptions of their abilities relate to their entrepreneurial intent. *Journal of Applied Research in Higher Education, ahead-of-print*. <https://doi.org/10.1108/JARHE-07-2018-0119>

- Reyes Santamaria, J. R., & Hidalgo Avila, A. A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *Digital Publisher CEIT*, 5(5).
<https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326>
- Rivera Lozada de Bonilla, O., Rivera Lozada, I. C., & Bonilla Asalde, C. A. (2018). Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de una Institución Educativa Peruana. *UCV-Scientia*, 10(2), 131-135.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39852?locale-attribute=es>
- Rodriguez-Gutierrez, P., Cabeza-Ramírez, L. J., & Muñoz-Fernández, G. A. (2020). University Students' Behaviour towards Entrepreneurial Intention in Ecuador: Testing for the Influence of Gender. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), E8475.
<https://doi.org/10.3390/ijerph17228475>
- Romero Saldaña, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Enfermería del Trabajo*, 6(3), 105-114.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5633043.pdf>
- Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 85-98.
<https://www.redalyc.org/journal/5608/560861700004/html/>
- Salcedo-Muñoz, V., Arias Montero, V., Núñez Guale, L., Robalino Rivadeneira, A., Nugra Betancourth, M., & Salcedo Muñoz, R. (2018). El emprendimiento de los estudiantes universitarios en Ecuador: Caso Universidad Técnica de Machala. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1(33).
<https://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/969>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Entrepreneurship Education: State of the Art. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473.
<https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

- Sánchez Sulú, N. V., Pérez Fernández, A., & Pulido Hernández, L. F. (2021). Una visión sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios: El caso de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 3325-3340. http://dx.doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.534
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Sieger, P., & Monsen, E. (2015). Founder, Academic, or Employee? A Nuanced Study of Career Choice Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53, 30-57. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12181>
- Tarapuez, E., Guzmán, B., & Parra, R. (2018). Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina. *Suma de Negocios*, 9(19), 56-67. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2018.v9.n19.a7>
- Tarapuez-Chamorro, E., Flórez-Laiseca, A. M., & Giraldo-Correa, M. P. (2019). Intención emprendedora en Colombia: El caso de los estudiantes de Maestría en Administración. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 86, 93-113. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2292>
- Tassara Salviati, C. F. J. (2021). ¿Qué factores son clave para generar un ecosistema emprendedor universitario? *Gestión en el Tercer Milenio*, 24(47), 145-150. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i47.19763>
- Terán-Yépez, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Uribe-Macías, M. E. (2017). El emprendimiento: Algunas reflexiones desde un enfoque de revisión. *Clío América*, 11(22), Article 22. <https://doi.org/10.21676/23897848.2443>
- Valdivia-Velasco, M., Martínez-Bautista, H., Coronado-Guzmán, G., & Aguilera-Dávila, A. (2021). Estudio de la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México. *Revista Latinoamericana de*

Estudios Educativos, 51(1), 13-36.
<https://doi.org/10.48102/rlee.2021.51.1.336>

Yangali Vicente, J., Calla Vásquez, K., & Rodríguez López, J. (2019). Aplicación del programa de intención emprendedora en el Distrito de Ate. *INNOVA Research Journal*. : <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.1004>

Zanabazar, A., & Jigjiddorj, S. (2019). *The factors effecting entrepreneurial intention of university students: Case of Mongolia*. 73, 01034.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20207301034>

Zhao, Y., & Xie, B. (2020). Cognitive Bias, Entrepreneurial Emotion, and Entrepreneurship Intention. *Frontiers in Psychology*, 11, 625.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00625>

Anexo 1. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	DISEÑO METODOLÓGICO
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Qué diferencia existe en los niveles de la intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021?	Determinar si existe diferencia en los niveles de intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima – 2021.	Existe diferencia en los niveles de la intención emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021.	Variable: Intención emprendedora Dimensiones: Actitud emprendedora Normas subjetivas Autoeficacia emprendedora	Paradigma: Positivista Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Diseño: No experimental transversal Nivel: Descriptivo comparativo
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Qué diferencia existe en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021?	Determinar si existe diferencia en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima – 2021	Existe diferencia en los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021.		
¿Qué diferencia existe en los niveles de normas subjetivas emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021?	Determinar si existe diferencia en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021	Existe diferencia en los niveles de normas subjetivas en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021.		
¿Qué diferencia existe en los niveles de autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021?	Determinar si existe diferencia en los niveles de autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades de Lima - 2021.	Existe diferencia en los niveles de la autoeficacia emprendedora en los estudiantes de administración y contabilidad de dos universidades Lima-2021.		

Anexo 2. Matriz de operacionalización de la intención emprendedora

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Intención emprendedora	De acuerdo con Liñán et al. (2013) la intención emprendedora, se puede definir como un estado mental de una persona que consciente y con convicción expresa su voluntad de crear una empresa.	La intención emprendedora se evalúa en función 3 dimensiones: actitud, normas subjetivas y autoeficacia medidas en escala de 7 categorías donde 1 significa no interesado y 7 totalmente interesado.	Actitud emprendedora	Interés por nuevos retos	1	ORDINAL Bajo Medio Alto
				Interés por crear empleo	2	
				Interés por innovar	3	
				Interés por tener altos ingresos	4	
				Interés a asumir riesgos	5	
				Interés a ser el propio jefe	6	
				Deseo por nuevos retos	7	
				Deseo por crear empleo	8	
				Deseo por innovar	9	
				Deseo por tener altos ingresos	10	
				Deseo a asumir riesgos	11	
				Deseo a ser el propio jefe	12	
			Normas subjetivas	Aprobación de la familia	13	
				Aprobación de los amigos	14	
				Aprobación de compañeros	15	
				Opinión sobre la familia	16	
				Opinión sobre los amigos	17	
			Autoeficacia emprendedora	Opinión sobre los compañeros	18	
				Define idea de negocio y la estrategia	19	
				Controla proceso de creación	20	
				Negocia y mantiene relaciones favorables	21	

				Reconoce oportunidades de mercado	22	
				Se relaciona con personas clave	23	
				Crea y pone en funcionamiento una nueva empresa	24	
			Intención emprendedora	Probabilidad de crear empresa	25	
				Esforzarse para crear empresa	26	
				Decidido a crear empresa	27	
				Objetivo de ser empresario	28	

Anexo 3. Ficha técnica del instrumento

Nombre: Cuestionario que mide la intención emprendedora.

Autor: Liñan y Yi-Wen (2009).

Objetivo: Recoger información relacionada a la intención emprendedora para realizar la medición de la intención del emprendimiento que poseen los educandos.

Lugar de aplicación: dos universidades privadas del departamento de Lima

Forma de aplicación: será realizada a cada individuo.

Duración de la aplicación: 10 a 15 minutos

Descripción del instrumento: Está conformado por 20 preguntas que se divide en tres dimensiones, con alternativas de respuestas para ello utilizaremos las escalas de Likert.

Anexo 4. Instrumento

Cuestionario de Intención Emprendedora

Edad: _____ Sexo: _____ Fecha: _____

Universidad: _____

Instrucciones: Estimado (a) estudiante, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la intención emprendedora, para lo cual solicitamos tu colaboración, respondiendo todas las preguntas. Marque con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso,

dónde: 1 = No interesado 7 = Totalmente interesado

ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO								
	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a?	1	2	3	4	5	6	7
1	enfrentarme a nuevos retos							
2	enfrentarme a crear empleo a otras personas							
3	a enfrentarme a ser creativo e innovar							
4	enfrentarme a tener altos ingresos económicos							
5	enfrentarme a asumir riesgos calculados							
6	enfrentarme a ser mi propio jefe							
7	Crear una nueva empresa supone enfrentarme a nuevos retos							
8	Crear una nueva empresa supone crear empleo para otras personas							
9	Crear una nueva empresa supone ser creativo e innovador							
10	Crear una nueva empresa supone tener altos ingresos económicos							
11	Crear una nueva empresa supone asumir riesgos calculados							
12	Crear una nueva empresa supone ser mi propio jefe							
NORMAS SUBJETIVAS								
	¿En qué medida?							
13	mi familia directa estaría de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa							
14	mis amigos íntimos o muy cercanos estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa							

15	mis compañeros o colegas estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa								
	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto?								
16	Mi familia directa								
17	Mis amigos íntimos o muy cercanos								
18	Mis compañeros o colegas								
	AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA								
	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas?								
19	Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa								
20	Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa								
21	Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos								
22	Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios								
23	Relacionarme con personas clave para obtener capital para la creación de una nueva empresa								
24	Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa								
	INTENCIÓN EMPRENDEDORA								
	¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones?								
25	Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día								
26	Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario								
27	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro								
28	Mi objetivo profesional es ser empresario								

Anexo 5. Certificados de validez del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ¹		Claridad ¹		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION: ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO								
1	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a nuevos retos?	✓		✓		✓		
2	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a crear empleo a otras personas?	✓		✓		✓		
3	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser creativo e innovar?	✓		✓		✓		
4	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a tener altos ingresos económicos?	✓		✓		✓		
5	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a asumir riesgos calculados?	✓		✓		✓		
6	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser mi propio jefe?	✓		✓		✓		
7	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone enfrentarme a nuevos retos?	✓		✓		✓		
8	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone crear empleo para otras personas?	✓		✓		✓		
9	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser creativo e innovador?	✓		✓		✓		
10	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone tener altos ingresos económicos?	✓		✓		✓		
11	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone asumir riesgos calculados?	✓		✓		✓		
12	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser mi propio jefe?	✓		✓		✓		
DIMENSION: NORMAS SUJETIVAS								
13	¿En qué medida mi familia directa estaría de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	✓		✓		✓		
14	¿En qué medida mis amigos íntimos o muy cercanos estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	✓		✓		✓		
15	¿En qué medida mis compañeros o colegas estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	✓		✓		✓		
16	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mi familia directa	✓		✓		✓		
17	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis amigos íntimos o muy cercanos	✓		✓		✓		
18	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis compañeros o colegas	✓		✓		✓		
DIMENSION: AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA								
19	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	✓		✓		✓		
20	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	✓		✓		✓		
21	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversiones y bancos	✓		✓		✓		
22	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios	✓		✓		✓		
23	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Relacionarme con personas clave para obtener capital para la creación de una nueva empresa	✓		✓		✓		
24	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	✓		✓		✓		

DIMENSION: INTENCIÓN EMPRENDEDORA							
	Si	No	Si	No	Si	No	
25	¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	✓		✓		✓	
26	¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	✓		✓		✓	
27	¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	✓		✓		✓	
28	¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Mi objetivo profesional es ser empresario	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg/ Luzmila Lourdes Garro Aburto DNI: 09469026

11 de noviembre del 2021

Especialidad del validador: Docente investigador de la Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO								
1	¿Qué tan interesada/o te encuentras respecto a enfrentarme a nuevos retos?	X		X		X		
2	¿Qué tan interesada/o te encuentras respecto a enfrentarme a crear empleo a otras personas?	X		X		X		
3	¿Qué tan interesada/o te encuentras respecto a enfrentarme a ser creativo e innovar?	X		X		X		
4	¿Qué tan interesada/o te encuentras respecto a tener altos ingresos económicos?	X		X		X		
5	¿Qué tan interesada/o te encuentras respecto a enfrentarme a asumir riesgos calculados?	X		X		X		
6	¿Qué tan interesada/o te encuentras respecto a enfrentarme a ser mi propio jefe?	X		X		X		
7	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone enfrentarme a nuevos retos?	X		X		X		
8	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone crear empleo para otras personas?	X		X		X		
9	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser creativo e innovador?	X		X		X		
10	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone tener altos ingresos económicos?	X		X		X		
11	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone asumir riesgos calculados?	X		X		X		
12	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser mi propio jefe?	X		X		X		
DIMENSIÓN: NORMAS SUJETNAS								
13	¿En qué medida mi familia directa estaría de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	X		X		X		
14	¿En qué medida mis amigos íntimos o muy cercanos estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	X		X		X		
15	¿En qué medida mis compañeros o colegas estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	X		X		X		
16	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mi familia directa	X		X		X		
17	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis amigos íntimos o muy cercanos	X		X		X		
18	Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis compañeros o colegas	X		X		X		
DIMENSIÓN: AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA								
19	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	X		X		X		
20	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	X		X		X		
21	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	X		X		X		
22	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios	X		X		X		
23	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Relacionarme con personas clave para obtener capital para la creación de una nueva empresa	X		X		X		
24	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	X		X		X		
DIMENSIÓN: INTENCIÓN EMPRENDEDORA								
25	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	X		X		X		
26	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	X		X		X		
27	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	X		X		X		
28	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Mi objetivo profesional es ser empresario	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. **Dr/ Mg: Zúñiga Fiestas Luis Alfredo**

DNI: **07106594**

Especialidad del validador: **Ingeniero Industrial**

27 de diciembre del 2021

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


LUIS ALFREDO ZÚÑIGA FIESTAS
INGENIERO INDUSTRIAL
Reg. CIP N° 140131

Firma del Experto Informante.
Especialidad Ingeniero Industrial

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO								
1	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a nuevos retos?	X		X		X		
2	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a crear empleo a otras personas?	X		X		X		
3	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser creativo e innovar?	X		X		X		
4	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a tener altos ingresos económicos?	X		X		X		
5	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a asumir riesgos calculados?	X		X		X		
6	¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser mi propio jefe?	X		X		X		
7	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone enfrentarme a nuevos retos?	X		X		X		
8	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone crear empleo para otras personas?	X		X		X		
9	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser creativo e innovador?	X		X		X		
10	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone tener altos ingresos económicos?	X		X		X		
11	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone asumir riesgos calculados?	X		X		X		
12	¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser mi propio jefe?	X		X		X		
DIMENSIÓN: NORMAS SUJETIVAS								
13	¿En qué medida mi familia directa estaría de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	X		X		X		
14	¿En qué medida mis amigos íntimos o muy cercanos estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	X		X		X		
15	¿En qué medida mis compañeros o colegas estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	X		X		X		
16	Para ti, ¿qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mi familia directa	X		X		X		
17	Para ti, ¿qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis amigos íntimos o muy cercanos	X		X		X		
18	Para ti, ¿qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis compañeros o colegas	X		X		X		
DIMENSIÓN: AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA								
19	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	X		X		X		
20	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	X		X		X		
21	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	X		X		X		
22	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios	X		X		X		
23	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Relacionarme con personas clave para obtener capital para la creación de una nueva empresa	X		X		X		
24	¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	X		X		X		
DIMENSIÓN: INTENCIÓN EMPRENDEDORA								
25	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	X		X		X		
26	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	X		X		X		
27	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	X		X		X		
28	¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Mi objetivo profesional es ser empresario	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. **Dr. MBA. Fernando Ysaías Aguilar Padilla.**

DNI: 10186815

Especialidad del validador:

11 de noviembre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.
Especialidad

N	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA												NORMAS SUBJETIVAS					AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA						INTENCION					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	
86	7	4	7	6	6	7	7	5	7	7	7	7	4	4	4	5	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
87	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	7	5	6	7	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
88	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
89	4	4	6	5	5	6	4	5	6	6	5	6	7	7	6	7	6	4	5	6	5	6	4	5	5	6	6	6	6
90	7	5	7	5	6	7	7	6	7	5	6	7	7	5	5	7	4	4	7	7	5	7	6	7	7	7	7	7	6
91	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	7	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
92	7	6	6	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	5	5	6	6	5	5	6	7	7	7	7	7
93	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	7	7	7
94	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
95	5	7	5	5	7	6	5	6	5	6	6	5	6	3	7	6	3	3	6	6	3	4	4	4	5	5	5	5	5
96	5	5	7	5	6	6	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7
97	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	4	7	7	7	7	7	7	1	7	7	7	7
98	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	7	6	3	6	7	6	7	6	6	6	7	6	6	6
99	5	3	7	6	2	7	4	2	6	5	5	7	5	3	4	6	3	3	6	4	6	6	7	7	7	5	6	5	5
100	7	7	7	4	5	7	6	7	7	7	6	7	3	3	6	2	2	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
101	4	6	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	5	5	4	4	4	5	6	4	6	5	7	5	6	6	6	7
102	7	5	7	7	6	7	7	5	7	7	5	7	7	7	6	7	6	6	7	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7
103	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
104	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
105	7	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	6	7	6	7	6
106	6	6	7	7	5	7	6	7	7	7	5	7	7	6	6	7	6	5	7	6	7	6	7	6	7	7	7	7	7
107	5	5	6	7	6	7	7	7	7	5	7	7	7	6	5	7	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
108	6	6	7	7	6	6	5	7	6	7	5	3	7	7	7	7	7	4	6	4	4	6	5	5	5	7	5	6	6
109	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	6	6	7	6	7	7	7	6	7	6	7	6
110	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	1	6	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
111	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	4	3	3	4	4	4	6	7	6	6	7	6	4	5	6	6	6
112	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
113	6	4	5	3	4	4	5	5	6	3	5	5	5	6	5	7	6	5	5	5	5	5	5	6	5	7	7	7	7
114	2	4	7	7	4	7	2	4	7	7	4	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
115	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
116	3	3	3	2	2	3	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	5	5	5	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6
117	6	7	7	7	6	7	6	7	7	7	6	7	7	6	6	7	5	4	6	6	7	6	6	6	7	7	7	7	7
118	6	7	7	7	6	7	6	7	7	6	7	7	6	6	6	7	5	5	6	6	6	6	6	6	7	6	7	7	7
119	7	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
120	7	7	5	7	5	7	6	7	5	7	5	7	7	6	6	2	2	2	6	5	6	5	6	6	7	7	6	7	6
121	7	4	7	7	5	7	7	4	7	7	5	7	7	5	6	6	5	5	7	7	5	6	6	7	7	7	7	7	7
122	7	1	6	5	5	2	4	4	6	4	4	2	5	4	3	6	4	2	5	5	5	5	5	5	4	6	5	4	
123	4	7	6	7	5	7	5	7	6	7	6	7	4	4	4	3	3	6	5	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7
124	6	6	4	6	5	6	6	6	4	6	5	6	7	7	6	7	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	7	6
125	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
126	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	3	7	6	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
127	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
128	7	5	6	7	6	7	6	5	6	7	6	7	6	6	6	7	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
129	7	6	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	6	5	7	6	5	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6	7
130	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7
131	1	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
132	5	7	7	7	5	7	6	7	7	7	5	7	7	7	6	7	5	2	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7
133	6	5	7	6	7	7	6	5	7	6	7	7	7	6	7	7	6	7	6	6	7	7	7	6	7	6	7	6	7
134	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
135	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	7	5	7
136	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
137	5	5	6	7	5	7	4	6	5	7	4	7	7	7	7	3	3	5	4	3	3	3	4	4	6	7	6	7	7
138	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	4	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7
139	6	3	6	5	5	6	7	4	7	7	7	7	7	7	4	6	6	3	7	7	5	7	6	7	7	7	7	7	7
140	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
141	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
142	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
143	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
144	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5
145	4	4	4	5	4	5	7	5	5	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
146	5	6	5	6	6	5	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	6	6	7	6	6	7	6	6	7	6	7	6	7
147	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
148	4	5	4	4	5	5	7	5	7	7	7	7	7	5	3	7	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	7	6
149	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6	6	7	7	3	2	3	3	3	3	7	7	7	7	7	7
150	6	5	6	6	5	6	7	7	7	7	7	4	4	3	3	7	6												

N	ACTITUD EMPRENDEDORA												NORMAS SUBJETIVAS					AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA						INTENCION					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	
171	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	5	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7
172	6	7	7	7	5	7	5	7	7	4	4	7	7	7	5	7	7	5	7	7	7	5	5	5	6	6	6	6	6
173	4	4	5	4	6	7	7	6	7	7	6	7	7	6	6	6	6	6	7	6	7	7	7	7	6	7	6	6	7
174	6	6	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7
175	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	6	4	5	7	6	3	6	7	7	6	6	7	6	6	7	6	6
176	7	7	4	7	2	7	6	6	7	5	5	7	3	4	4	4	4	4	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7
177	6	7	5	6	5	7	6	5	6	7	6	7	3	6	7	7	7	5	5	5	6	6	5	6	6	5	6	5	6
178	7	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	7	5	4	7	5	4	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7
179	7	2	4	6	5	4	7	3	4	7	6	4	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	4	5	6	6	6	7
180	7	7	6	7	6	7	6	7	6	7	7	7	7	6	6	7	5	4	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7
181	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	7	6	6	7	5	4	5	6	6	7	7	7	6	7	6	7	6
182	5	6	5	6	4	7	5	6	5	7	4	7	7	5	5	7	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
183	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	5	7	4	6	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7
184	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	7	7	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6
185	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
186	7	5	7	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	3	3	7	5	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
187	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	7	7	4	6	6	6	5	6	6	6	6
188	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
189	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
190	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	7
191	7	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6	7	7	4	4	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7
192	4	6	7	5	6	7	7	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	7	7	7
193	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
195	7	6	7	7	4	7	5	6	7	7	4	7	7	7	7	6	5	5	5	5	4	5	4	5	2	7	7	7	7
196	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	6	4	4	4	7	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
197	6	5	7	6	6	7	6	5	6	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7
198	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
199	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	3	3	6	3	3	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
200	6	7	6	7	5	7	6	7	6	7	5	6	7	7	7	7	6	5	5	6	4	5	5	4	5	5	4	5	4
201	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	4	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4
202	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7	6	3	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7
203	4	3	4	5	4	4	5	4	5	6	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	6	5	5	5	6	5	5	5	6
204	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
205	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
206	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
207	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
208	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
209	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5
210	4	4	4	5	4	5	7	5	5	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
211	5	6	5	6	6	5	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	6	6	7	6	7	7	6	7	6
212	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
213	4	5	4	4	5	5	7	5	7	7	7	7	7	5	3	7	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6
214	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6	6	7	7	7	3	2	3	3	3	3	7	7	7	7	7
215	6	5	6	6	5	6	7	7	7	7	7	4	3	3	7	6	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	7	7	7
216	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
217	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
218	6	4	6	4	5	6	7	7	7	7	7	7	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
219	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	2	2	5	2	2	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
220	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	5	5	1	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
221	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	5	5	7	5	5	6	5	6	6	6	6	6	7	7	7	7
222	5	6	5	6	5	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	5	7	6	6	7	6	7	6	7	7	7	7
223	6	5	6	6	6	6	7	5	7	7	7	7	7	7	7	5	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
224	2	2	2	2	2	2	7	7	7	7	7	7	4	4	4	3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7
225	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	6	7	7	6	7	7	6	5	7	6	7	7	7	7
226	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
227	7	7	6	6	6	6	7	5	7	6	7	7	6	5	7	7	5	5	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	7
228	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	7	6	7	6	7	7	6
229	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	1	1	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
230	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	7	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7
231	4	4	5	5	6	6	5	6	6	6	7	7	7	6	7	7	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
232	6	6	5	5	5	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7
233	5	5	5	5	4	5	7	7	7	7	4	4	7	7	7	7	6	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
234	2	2	4	5	4	5	7	7	7	7	7	7	4	4	4	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	7	6	7	6
235	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	6	7	4	3															

Anexo 7. Base de datos de la prueba piloto

N	ACTITUD EMPRENDEDORA										NORMAS SUBJETIVAS					AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA					INTENCIÓN								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	
1	6	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
2	6	5	7	7	5	7	5	4	7	7	6	7	6	4	3	7	6	5	7	6	6	6	7	6	6	7	6	6	
3	7	6	7	4	5	7	6	6	7	7	6	7	3	3	6	2	2	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	
5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	
6	6	3	6	5	5	6	7	4	7	7	6	7	7	7	4	6	6	3	7	7	5	7	6	7	7	7	7	7	
7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	7	6	7	7	4	4	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	
8	4	4	4	5	4	5	7	5	5	7	7	7	5	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	
10	4	5	4	4	5	5	7	5	7	7	7	7	7	5	4	7	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	7	6	
11	4	2	3	4	2	4	3	1	3	3	1	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
12	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
13	6	7	7	7	5	7	5	7	7	4	4	7	7	7	5	7	7	4	7	7	7	5	5	5	6	6	6	6	
14	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	
15	6	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	7	7	3	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	
16	4	6	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	5	5	4	4	4	5	6	3	6	5	7	5	6	6	7	
17	5	6	5	6	6	5	6	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	6	6	5	7	6	7	7	6	7
18	1	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	
19	6	6	5	5	5	6	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	7	6	7	6	7	7	
20	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	5	7	7	4	6	7	6	6	6	6	7	6	7	7	
21	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
22	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	7	6	3	6	7	6	7	6	6	6	7	6	7	
23	5	7	7	7	5	7	6	7	7	6	5	7	7	7	6	7	5	2	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	
24	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	7	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6	6	
25	7	6	6	7	7	7	6	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	5	5	6	6	5	5	6	7	7	7	7	
26	4	3	4	5	4	4	5	4	5	6	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	6	5	5	5	6	5	5	6	
27	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	
28	5	6	5	6	4	7	5	6	5	7	4	7	6	5	5	7	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	
29	6	5	7	6	6	7	6	5	6	7	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	
30	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	6	4	5	7	6	3	6	7	7	6	6	7	6	6	7	6	
31	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	4	2	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	
32	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
33	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	
34	4	4	5	4	6	7	7	6	7	7	6	7	7	6	6	6	6	6	7	6	7	7	6	6	7	6	6	7	
35	5	7	6	6	6	7	7	7	6	6	6	7	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	
36	7	5	7	7	5	7	7	5	7	7	6	7	7	7	6	7	7	6	6	5	5	6	6	7	7	7	7	7	
37	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
38	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	7	7	7	6	7	7	7	7	7	
39	7	7	6	6	6	6	7	5	7	6	7	7	6	5	7	7	5	5	7	6	7	7	6	6	6	7	6	6	
40	6	6	5	6	4	7	5	6	5	7	4	7	7	5	5	7	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	

Anexo 8. Prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach del instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,979	28

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a nuevos retos?	152,80	1038,113	,730	,979
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a crear empleo a otras personas?	152,75	1032,705	,742	,979
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser creativo e innovar?	152,68	1028,379	,759	,979
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a tener altos ingresos económicos?	152,70	1031,600	,759	,979
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a asumir riesgos calculados?	153,03	1024,384	,846	,978
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser mi propio jefe?	152,43	1025,174	,779	,979

¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone enfrentarme a nuevos retos?	152,28	1027,384	,869	,978
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone crear empleo para otras personas?	152,65	1024,285	,815	,978
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser creativo e innovador?	152,23	1022,794	,884	,978
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone tener altos ingresos económicos?	152,13	1029,856	,826	,978
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone asumir riesgos calculados?	152,55	1016,972	,846	,978
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser mi propio jefe?	152,03	1019,307	,889	,978
¿En qué medida mi familia directa estaría de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	152,35	1021,310	,821	,978
¿En qué medida mis amigos íntimos o muy cercanos estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	152,70	1033,344	,805	,979
¿En qué medida mis compañeros o colegas estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	152,83	1037,533	,757	,979
Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mi familia directa	152,18	1029,892	,748	,979
Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis amigos íntimos o muy cercanos	152,75	1030,808	,709	,979
Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis compañeros o colegas	153,48	1048,820	,555	,980

¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	152,38	1050,856	,759	,979
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	152,45	1048,818	,703	,979
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	152,43	1045,738	,720	,979
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios	152,30	1047,241	,789	,979
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Relacionarme con personas clave para obtener capital para la creación de una nueva empresa	152,33	1049,815	,780	,979
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	152,20	1042,728	,798	,979
¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	152,05	1038,510	,861	,978
¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	152,05	1032,869	,890	,978

¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	152,05	1040,459	,851	,978
¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes afirmaciones? Mi objetivo profesional es ser empresario	151,98	1033,820	,875	,978

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
158,10	1111,221	33,335	28

Anexo 9. Análisis descriptivo de variables socio demográficas

Tabla

Análisis descriptivo de variables socio demográficas

Variable		Universidad A		Universidad B		Total
		N	%	n	%	
SEXO	Masculino	75	25.1%	13	4.3%	88
	Femenino	170	56.9%	41	13.7%	211
						299
Grupo etario	18 – 28 años	52	17.4%	47	15.7%	99
	29 - 39 años	170	56.9%	6	2.0%	176
	40 – 50 años	23	7.7%	1	0.3%	24
						299
Facultad	Administración	74	24.7%	51	17.1%	125
	Contabilidad	171	57.2%	3	1.0%	174
						299
Trabaja actualmente	Si	204	68.2%	23	7.7%	227
	No	41	13.7%	31	10.4%	72
						299
Experiencia de emprendimiento	Si	187	62.5%	40	13.4%	227
	No	58	19.4%	14	4.7%	72
						299
Familiar emprendedor	Si	205	68.6%	49	16.4%	254
	No	40	13.4%	5	1.7%	45
						299

Nota: Base de datos procesados en SPSS v.26

Se observa que hay un mayor porcentaje de estudiantes de sexo femenino que masculino; de igual modo se visualiza un mayor porcentaje estudiantes que se encuentran en edades entre los 29 y 39 años de edad, así mismo, se aprecia que,

del total de encuestados, un 68.2% de estudiantes de la universidad A trabaja respecto al 7.7% de la universidad B. De igual manera se puede observar que hay un porcentaje mayor del 62.5% de estudiantes de la universidad A que manifestaron tener experiencia de emprendimiento, frente a un 13.4% de estudiantes de la universidad B que también afirmaron poseer experiencia de emprendurismo. De similar modo, en un porcentaje alto, el 68.6% de estudiantes de la universidad A manifestaron que tienen familia emprendedora, al contrario de estudiantes de la universidad B, quienes en un 16.4% manifestaron que sus familias son emprendedoras.

Tabla

Comparación de medias según la universidad

	Universidad		Diferencia
	A	B	
	Media	Media	
ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO			
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a nuevos retos?	5.46	5.96	-0.5
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a crear empleo a otras personas?	5.37	5.7	-0.33
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser creativo e innovar?	5.44	6.35	-0.91
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a tener altos ingresos económicos?	5.54	6.33	-0.79
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a asumir riesgos calculados?	5.27	5.81	-0.54
¿Qué tan interesado/a te encuentras respecto a enfrentarme a ser mi propio jefe?	5.69	6.41	-0.72
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone enfrentarme a nuevos retos?	5.93	6.06	-0.13
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone crear empleo para otras personas?	5.73	6	-0.27
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser creativo e innovador?	5.88	6.41	-0.53
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone tener altos ingresos económicos?	5.94	6.48	-0.54
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone asumir riesgos calculados?	5.75	5.96	-0.21
¿Qué tan deseables son para ti, crear una nueva empresa supone ser mi propio jefe?	6.03	6.44	-0.41

NORMAS SUBJETIVAS

¿En qué medida mi familia directa estaría de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	5.81	6.3	-0.49
¿En qué medida mis amigos íntimos o muy cercanos estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	5.38	5.78	-0.4
¿En qué medida mis compañeros o colegas estarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	5.37	5.65	-0.28
Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mi familia directa	5.9	6.3	-0.4
Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis amigos íntimos o muy cercanos	5.16	5.39	-0.23
Para ti, ¿Qué tan importante es la opinión de estas personas al respecto? Mis compañeros o colegas	4.76	4.8	-0.04

AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	5.73	6.2	-0.47
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	5.7	6.09	-0.39
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	5.68	5.87	-0.19
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios	5.75	6.15	-0.4
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Relacionarme con personas clave para obtener capital para la creación de una nueva empresa	5.72	6.11	-0.39
¿Qué tan capaz te sientes para desempeñar eficazmente las siguientes tareas? Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	5.79	6.2	-0.41

INTENCIÓN EMPRENDEDORA

¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	6	6.19	-0.19
¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	6.13	6.46	-0.33
¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	6.09	6.41	-0.32
¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Mi objetivo profesional es ser empresario	6.13	6.37	-0.24

Nota: Base de datos procesados en SPSS v.26

Se observa que existe una diferencia de 0.9 que favorece a la universidad B respecto de la universidad que hace referencia a que tan interesado se encuentra el estudiante respecto al hecho de enfrentarse a la creatividad e innovación; de igual manera en una diferencia de 0.79 puntos, los estudiantes de la universidad B, están más interesados que los estudiantes de la universidad A respecto a tener

altos ingresos económicos; también se visualiza una diferencia de 0.72 de los estudiantes de la universidad B respecto a estudiantes de la universidad A que da cuenta que se encuentran más interesados en ser sus propios jefes.