



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA**

**Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia  
Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una  
universidad privada de Lima**

**TESIS**

Para optar el título profesional de Licenciado en Psicología

**AUTOR**

Liza Rios de Morante, Isabel Pamela (0000-0002-9923-9104)

**ASESOR**

Reyes Bossio, Mario Alexander (0000-0003-4655-1927)

**Lima, 03 de diciembre del 2018**

## RESUMEN

Se estudió de manera transversal la relación entre la Intención Emprendedora, la Personalidad Proactiva, la Autoeficacia Emprendedora y la Norma Subjetiva en una muestra de 502 estudiantes universitarios de la Facultad de Negocios y de la Facultad de Administración en Hotelería y Turismo de una universidad Privada de Lima. La muestra estuvo conformada por 189 hombres y 313 mujeres; las edades fluctuaban entre los 16 y 31 años, siendo el promedio de edad de 20.14 años; los ciclos que se abarcaron fueron desde el primero al décimo, obteniendo una mayor cantidad de alumnos en el segundo ciclo ( $N=101$ ) y de menor cantidad en el primero ( $N=2$ ). En relación a la intención emprendedora se evidencia que 486 estudiantes sí tienen la intención de emprender y que 16 estudiantes no tienen la intención de emprender; de los estudiantes que sí tienen la intención de emprender son 299 mujeres y 187 hombres y de los estudiantes que no tienen intención de emprender son 14 mujeres y 2 hombres. Los resultados muestran que la intención emprendedora se relaciona positivamente y significativamente con la personalidad proactiva ( $r=.31^{***}$ ), la autoeficacia emprendedora ( $r=.34^{***}$ ) y la norma subjetiva ( $r=.17^{***}$ ). También, se evidencia que predicen de forma positiva y significativa a la intención emprendedora, las variables autoeficacia emprendedora ( $\beta =.30^{***}$ ) y la personalidad proactiva ( $\beta =.137^*$ ) y por otro lado, la variable de control ciclo la predice de forma negativa y significativa ( $\beta = -.08^*$ ). Finalmente, se discute la importancia de los hallazgos y se hace hincapié en las limitaciones de este estudio.

**Palabras clave:** Emprendimiento; Personalidad Proactiva; Norma Subjetiva; Autoeficacia Emprendedora; Intención Emprendedora.

Relationship between the Entrepreneurial Intent, the Proactive Personality, the Entrepreneurial Self-Efficacy and the Subjective Norm of a Private University of Lima

ABSTRACT

The relationship between the Entrepreneurial Intent, the Proactive Personality, the Entrepreneurial Self-Efficacy and the Subjective Norm was studied in a sample of 502 university students of the Faculty of Business and the Faculty of Administration in Hospitality and Tourism of a Private University of Lima. The sample consisted of 189 men and 313 women; The ages fluctuated between 16 and 31 years old, with an average age of 20.14 years; The cycles that were covered were from the first to the tenth, obtaining a greater number of students in the second cycle (N = 101) and of smaller quantity in the first (N = 2). In relation to the entrepreneurial intention, it is evident that 486 students do have the intention of undertaking and that 16 students do not intend to undertake; of the students who do intend to undertake are 299 women and 187 men and of the students who do not intend to undertake are 14 women and 2 men. The results show that the entrepreneurial intention is positively and significantly related to the proactive personality ( $r = .31 ***$ ), the entrepreneurial self-efficacy ( $r = .34 ***$ ) and the subjective norm ( $r = .17 ***$ ). Also, it is evident that they predict in a positive and significant way the entrepreneurial intention, the entrepreneurial self-efficacy variables ( $\beta = .30 ***$ ) and the proactive personality ( $\beta = .137 *$ ) and, on the other hand, the cycle control variable predicts it negatively and significantly ( $\beta = -.08 *$ ). Finally, the importance of the findings is discussed and the limitations of this study are emphasized.

Keywords: Entrepreneurship; Proactive Personality; Subjective Norm; Entrepreneurial Self-Efficacy; Entrepreneurial Intent.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1	INTENCIÓN EMPRENDEDORA.....	14
1.2	NORMA SUBJETIVA .....	18
1.3	AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA .....	21
1.4	PERSONALIDAD PROACTIVA.....	25
<b>2</b>	<b>MÉTODO</b> .....	<b>33</b>
2.1	PARTICIPANTES.....	33
2.2	MEDIDAS .....	35
2.2.1	Cuestionario Entrepreneurial Intention Questionnaire. EIQ (Liñan & Chen, 2009). .....	35
2.2.1.1	Intención Emprendedora.....	35
2.2.1.2	Norma Subjetiva.....	36
2.2.2	Autoeficacia emprendedora (Moriano et al., 2006a).....	36
2.2.3	Personalidad proactiva. (Sánchez, s.f.).....	37
2.3	PROCEDIMIENTO.....	38
2.4	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	39
<b>3</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>40</b>
3.1	ANÁLISIS PRELIMINAR.....	40
3.1.1	Cuestionario entrepreneurial intention questionnaire, EIQ. ....	40
3.1.2	Autoeficacia Emprendedora.....	41
3.1.3	Personalidad Proactiva .....	45
3.2	ANÁLISIS DESCRIPTIVOS .....	49
3.3	ANÁLISIS PRINCIPALES.....	53
<b>4</b>	<b>DISCUSIÓN</b> .....	<b>60</b>
<b>5</b>	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>72</b>
<b>6</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>89</b>
6.1	ANEXO A .....	89
6.2	ANEXO B.....	90
6.3	ANEXO C .....	91

<b>6.4</b>	<b>ANEXO D</b> .....	<b>96</b>
------------	----------------------	-----------

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cargas factoriales del análisis de componentes principales y del análisis factorial exploratorio (AFE) del Instrumento de Autoeficacia Emprendedora .....	44
Tabla 2 Cargas factoriales del análisis de componentes principales y del análisis factorial exploratorio (AFE) del Instrumento de Personalidad Proactiva.....	47
Tabla 3 Estadísticos Descriptivos de los Componentes de los instrumentos .....	50
Tabla 4 <i>Resultados del análisis de la prueba de Kolmogorov-Smirnov de los componentes de cada variable.</i> ....	51
Tabla 5 <i>Resultados del Análisis de Pruebas No Paramétricas U. de Mann Whitney entre la variable IE y la variable Género con los componentes NSCUL, GRH y TBE.</i> .....	52
Tabla 6 <i>Análisis de Correlación Spearman y Pearson entre las variables de control continuas y las variables de investigación</i> .....	53
Tabla 7 <i>Análisis de Correlación Spearman y Pearson entre las variables de control continuas y los componentes de las variables de investigación.</i> .....	55
Tabla 8 <i>Análisis de regresión múltiple jerárquica entre las variables de investigación</i> ....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Gráfico de sedimentación de Cattell del análisis de componentes principales de la Escala de Personalidad Proactiva .....	45
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

## 1 INTRODUCCIÓN

De acuerdo con los datos del Boletín “Demografía Empresarial en el Perú: II Trimestre 2018”, Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018b), nos muestra que la cantidad total de empresas activas y registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos aumentó a 2 millones 379 mil 445 unidades en comparación al mismo trimestre del año pasado, existiendo una diferencia de 7,4%. Respecto a la creación o altas de nuevas empresas a nivel nacional informa que son 63 mil 748 empresas y se ha evidenciado una mayor cantidad de altas en la actividad de comercio al por menor con 26,3%, comercio al por mayor con 13,3%, otros servicios (comprende las actividades inmobiliarias, administración pública, enseñanza, salud, actividades artísticas, de entretenimiento y otras actividades de servicios personales) con 12,2%, actividades de servicio de comidas y bebidas con 9,4% y servicios prestados a empresas con 9,2%. Por el contrario, las empresas que se dieron de baja son 27 mil 711, resultando una variación neta de 36 mil 37 unidades económicas. En relación a ello, Serida, Guerrero, Alzamora, Borda y Morales (2017) indican que los motivos más relevantes para que se decida discontinuar con una empresa son: las razones personales (40,7%), la identificación de otras oportunidades más atractivas para la persona, que implica tanto nuevas oportunidades de negocio como la reinserción laboral como dependiente (19%) y los problemas para conseguir financiamiento y problemas de rentabilidad (14,8%); el índice en general de discontinuación se encuentra en 6,1%, mostrando una ligera tendencia al descenso. Es significativo mencionar que más de la tercera parte de las razones para discontinuar una empresa en los emprendedores peruanos, esté relacionado a su falta de compromiso, conocimiento o capacidades.

Otro dato importante que conocer es que la edad promedio que se evidencia en los emprendimientos en etapa temprana es de 37 años, el rango es entre 18 y 44 años (75,7%) del total, normalmente suelen ser desarrollados por personas más jóvenes. A diferencia de los emprendedores establecidos cuya edad promedio es de 40 años, el rango de edades es de 25 a 54 años representando el 82,5% del total (Serida et al., 2017) según el en el último informe del *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM.

En el Perú la población en edad de trabajar (PET) corresponde a las personas desde los 14 años a más de las zonas urbanas y rurales, puesto que son considerados como una



fuerza de trabajo potencial. Esta población se divide en Población Económicamente Activa (PEA) y la Población Económicamente no Activa (No PEA). Dentro de ellas, existe el grupo de la población ocupada en el Perú y este se ha incrementado en un 2,9% que es igual a 467 mil 200 personas más con empleo en el trimestre de abril a junio del presente año, este número es similar al del año pasado. Respecto al género, las mujeres evidencian una mayor inserción laboral con un incremento en 4,2% a diferencia de los hombres con empleo que solo creció en 1,9%; del total de la población ocupada del país, el 44,9% son mujeres y el 55,1% son hombres. Con relación a la edad de la población ocupada se manejan tres rangos: menores de 25 años (16,4%), entre 25 y 44 años (48,2%) y de 45 años a más (35,4%). La población ocupada con estudios universitarios solo alcanza el 21,4% de toda la población, siendo la educación secundaria el que tiene más cantidad (40%); en resumen, los índices de la población ocupada respecto a género, edad y nivel de estudios han presentado incrementos en comparación de años anteriores.

Un aspecto que es importante mencionar dentro del ámbito laboral de nuestro país es que existen empleos formales e informales y esto genera un impacto en la sociedad. En la zona urbana son 4 millones 335 mil trabajadores (33,6%) quienes tienen empleo formal considerado en el rango de fecha de Julio 2017 a junio 2018; de ellos el 61,1% es ocupada por hombres y el 38,9% por mujeres; la población de 25 a 44 años disminuyó en 2,3% en tener empleos formales y las personas con estudios universitarios en tener un empleo formal descendió en 1,2% pero tuvo un aumento del 1,5% la población con estudios superiores no universitarios. Acerca de la población ocupada urbana con empleo informal representa el 66,4%, teniendo un incremento de 5,1% al reporte del año pasado. Son las mujeres quienes tienen un indicador más alto de empleo informal (70,9%) a diferencia de los hombres (62,7%); la población menor a 25 años son los más afectados (82,3%) y en el caso de las personas con estudios universitarios solo representa un 39,8% siendo un indicador menor en comparación con los otros niveles de estudio. El ingreso promedio mensual de la población ocupada por trabajo está alrededor de los 1572,50 soles, manifestando un incremento de 32,6 soles (2,1%) en comparación al mismo periodo del año pasado, lo positivo de ello es que este aumento se ha reflejado en todos los rangos de edad de la población ocupada. Por otro lado, la tasa de desempleo en nuestro país según el trimestre de abril a junio del presente año alcanzó un 4,3%, no evidenciando diferencias con el resultado del trimestre del año pasado; en la zona urbana corresponde a un 5,2% y en la zona rural 1,2%. Se registran que las tasas

más altas de desempleo están presentes en los jóvenes (10.3%), mujeres (4,9%) y las personas con educación universitaria (6,6%), (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018a).

Estos datos nos revelan una realidad preocupante en el país, dado que son los jóvenes con algún tipo de estudio superior, una gran parte de la población afectada por el desempleo y que, a causa de ello, tendrían una mayor inclinación por aceptar empleos informales, donde no tienen ningún tipo de beneficio social. Otra razón que refuerza esta problemática del desempleo es la enseñanza insuficiente que se brinda en las instituciones educativas, pues no desarrollan las habilidades que hoy por hoy el mercado laboral exige como son las habilidades socioemocionales, y que lamentablemente es carente en la juventud peruana (Franco & Ñopo, 2018). Además de ello, existe una escasez de empleo disponible para la cada vez más cuantiosa juventud universitaria, ellos presentan problemas para acceder a un puesto de trabajo y muchas veces es ocasionado por el complicado perfil profesional solicitado por las empresas, y que incluso es más complejo que aquel que decide poner en marcha una empresa (Portocarrero, Mayorga & García, 2010; Toledano, 2006; Valera-Loza, 2010).

Respecto a la ciudad de Lima, según el boletín “Situación en el mercado laboral en Lima Metropolitana. Trimestre Móvil: Julio-agosto-Setiembre 2018, Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018c), nos menciona que según el género la PEA femenina representa 2 millones 415 mil 900 personas (46.1%) y el PEA masculino representa 2 millones 823 mil 600 personas (53,9%). Acerca de los rangos de edad se obtiene que la población entre 25 a 44 años ha disminuido en 0.4% (12 mil 100 personas) y su PEA es de 52,3%, seguido del rango de 45 años a más con 27,5% y por último, el rango entre 14 y 24 años con el 20,1%. El PEA con estudios universitarios es de 1,4% (19 mil 300 personas) y el PEA con estudios superiores no universitarios disminuyó en 7,3% (74 mil 200 personas). El ingreso promedio mensual para los ciudadanos de Lima tuvo un incremento de 2,9% (48,4 soles), siendo un total de 1701,6 soles. En dicho trimestre, el indicador de desempleo en la ciudad de Lima alcanzó un 6,2%, es decir el país tiene 323 mil 900 personas que están buscando empleo activamente. Del total de ellas, son hombres 44,4% y mujeres 55,6%. La tasa de desempleo de la mujer es más alta ya que se encuentra en 7,5% a comparación de los hombres que está en 5,1%. En base a todo ello se puede indicar:

De cada 100 personas de la población económicamente activa (PEA), 94 tienen empleo y 6 buscan trabajo activamente (desocupado).

De la población ocupada: 60 cuentan con empleo adecuado y 34 están subempleados: 12 subempleados por horas (visible) y 22 por ingresos (invisible). Asimismo, 6 se encuentran desempleados y buscan trabajo activamente (INEI, 2018c, p. 8).

También, es importante mencionar a la población entre 15 y 24 años que ni estudian ni trabajan llamados “nini”, este grupo de jóvenes está alcanzando un incremento de más de 1 millón 30 mil jóvenes, abarcando el 19,9% de dicha población; este dato evidencia un aumento de 40 mil jóvenes respecto al año 2014. Dentro de sus características, se observa que son mujeres 57,6% y son hombres 42,4% y su nivel de educación en ambos casos tienen solo nivel secundario, 46% u 55,2% respectivamente (Peñaranda, 2016). Esta situación, es otra realidad alarmante para el país, dado que son muchos los jóvenes que no tienen acceso a estudiar una carrera técnica o superior que les permita salir adelante y así obtener un empleo formal.

Es así que incentivar el emprendimiento o el espíritu emprendedor en las personas, ya sean adultos, jóvenes o niños debería ser una acción prioritaria a ejecutar para cualquier país, ya que son muchos los autores quienes opinan que el emprendimiento se ha convertido en una fuente o motor para el desarrollo social y económico de una sociedad, permitiendo alcanzar prosperidad en muchos casos (Hall et al., 2010 como se citó en Gonzáles, Pérez & Rodríguez, 2017; Thurik & Wenneker, 1999 como se citó en Montesinos, Ormeño & Piña, 2018; Ruiz, Fuentes y Ruiz, 2014;). De igual modo en otras investigaciones relacionan al emprendimiento con la posibilidad de creación de empleo y la innovación (Acs & Audretsch, 1988; Drucker, 1985; Kirchoff & Phillips, 1988; Parker, 2004; Wennekers y Thurik, 1999 como se citaron en Azanza & Campos, 2014). También, investigadores como Sánchez, Ward, Hernández y Florez (2017) manifiestan que la creación de nuevas empresas permitiría el desarrollo de la innovación y creatividad, así como ser utilizado como un instrumento para combatir la problemática de desempleo que aqueja a la juventud en diferentes sociedades a nivel mundial.

En el Perú, la conducta emprendedora está capturando el interés en muchos ámbitos tanto a nivel político, económico y social, dado que el emprendimiento está siendo considerada como una opción de desarrollo de los egresados de las universidades, en adición

de los beneficios que conlleva emprender: incremento de riqueza, generación de nuevos empleos y mayor innovación comercial (Espinoza, 2004; Huamán, 2005; Vara-Horna, 2007; Vargas, 2007; Loli, Del Carpio & La Jara, 2009; Vicuña et al., 2009; Valera-Loza, 2010; Portocarrero et al., 2010).

Actualmente, estos cambios de perspectiva hacia el emprendimiento y la importancia que se le brinda por diferentes actores como el gobierno, empresas privadas y la misma sociedad permite fortalecer el ecosistema emprendedor peruano. Hace poco más de una década, toda esta situación era diferente, ya que la dimensión de la actividad emprendedora era insuficiente, la percepción sobre las personas que decidían emprender no era la más adecuada y las propuestas se centraban en las pymes. Además de ello, la ausencia de información y la gran diversidad de fuentes de investigación, no permitía una comparación apropiada con otros países (Serida et al., 2017).

Para Serida, Alzamora, Guerrero, Borda y Morales (2016) según su reporte del Global Entrepreneurship Monitor, el Perú puede ser calificado como uno de los países con mayor emprendimiento en Latinoamérica, lo que conlleva a la existencia de grandiosas oportunidades de desarrollo para los emprendimientos. Es así que los avances en el país permitieron la creación de nuevos y mayor cantidad de emprendimientos, el cual se refleja en la tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA) que se obtuvo de 25.1%, dicho porcentaje nos ubica en la sexta posición a nivel global en temas de iniciativa emprendedoras (Serida et al., 2017).

Por lo tanto, con las características de la sociedad peruana actual llena de incertidumbre y con dificultades para insertarse al mercado laboral, el autoempleo ha comenzado a ser una alternativa más llamativa para las personas, convirtiéndose para muchos de ellos como única opción para sobrevivir, es decir realizar un emprendimiento por necesidad (Sánchez et al., 2017; Ramos, López, Moreno & Galván, 2018).

Para Palací y Moriano (2003) opinan que el autoempleo es el camino para la inserción y crecimiento profesional ya que cada día tiene mayor relevancia y protagonismo para los jóvenes universitarios, por lo cual ellos deben estar atentos y capacitados para generarse su propio empleo y la de otros; además de ser capaces de responder a los retos que esta decisión conlleve.

Y es a causa de la gran cantidad de personas que han tomado la decisión de

autoemplearse en estos últimos años, que ha captado la atención de muchos investigadores y ha originado que se realicen estudios científicos acerca del emprendedor desde diferentes enfoques (Vargas, 2007). Para Valera-Loza (2006) como se citó en Guerrero et al., (2016) refiere que desde la perspectiva psicopedagógica los análisis o investigaciones realizadas respecto a la conducta emprendedora, son recientes y están en crecimiento.

De la misma manera, la relación entre el emprendimiento y la educación está siendo investigada por la literatura internacional desde diferentes enfoques como el educativo y el psicológico. A nivel educativo, existen investigaciones que nos revelan la relación positiva entre la propensión a emprender y el nivel educativo de las personas (Huamán, 2005; Loli et al., 2009; Roth & Lacoa, 2009; Selamé, 1999 como se citó en Sheron, 2012; Vargas, 2007). Otras investigaciones evidencian que la educación universitaria desarrolla significativamente las competencias que un emprendedor debe poseer (Blanco & Alvarado, 2005; Loli et al., 2009; Vara-Horna, 2007; Vargas, 2007). Y a nivel psicológico otros autores como Roth y Lacoa (2009); Vara-Horna (2007) y Vargas (2007) se dedican a estudiar los diversos tipos de emprendedores y sus diferencias entre actitudes y aptitudes.

Ahora partiendo de que el emprendimiento según Peltier y Scovotti (2010) es una especialidad que se puede aprender y se busca a que las instituciones educativas como las universidades tengan las herramientas adecuadas para que la educación en emprendimiento pueda darse, es importante identificar el rol que estos centros educativos superiores tienen en el emprendimiento y los avances o cambios que están teniendo hoy en día.

Según Pérez (2009) la universidad se ha estado centrando en preparar profesionales cuyo único objetivo luego de graduarse es insertarse al mercado laboral como empleado en empresas ya existentes, donde será capaz de administrarlo y estará dispuesto a recibir órdenes; pero se sabe que el trabajo del emprendedor se inicia antes de la creación de la empresa, por esta razón enfatiza que es necesario empezar a formar a jóvenes emprendedores que favorezcan el desarrollo del país.

Favorablemente, en los últimos años se ha detectado un mayor interés y preocupación de la universidad hacia el emprendimiento, por lo que en algunos de ellas se ha implementado dentro de sus planes de estudios cursos electivos sobre creación de empresas (Pablo, Santos & Bueno, 2004 como se citó en Sheron, 2012) y también se evidencia mayor atracción y

participación por parte del gobierno, los empresarios, los investigadores y la sociedad misma en relación a comprender el rol que tienen los centros educativos superiores en el desarrollo económico y social respecto al tema del emprendimiento (Guerrero et al., 2016).

Por ejemplo en Europa, las universidades han incorporado en sus currículos asignaturas de formación en emprendimiento (Vanevenhoven & Liguori, 2013); en Latinoamérica acorde a sus realidades sociales y sistemas políticos también han realizado mejoras en sus currículos para reforzar la cultura de emprendimiento, aunque no todos logrando tener el mismo impacto como es el caso de México o República Dominicana, donde no han conseguido impregnar el valor emprendedor de la misma forma que en Argentina, donde la situación de la educación del emprendimiento es bastante aceptable (Herrera & Yong, 2004). En los países de Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú la educación en emprendimiento empezó a surgir finales de la década de los noventa (Lozano, 2004 como se citó en Sánchez et al., 2017) y es en el Perú donde sus ciudadanos muestran un nivel alto de espíritu emprendedor, no obstante no poseen los fundamentos básicos que establecen el emprendimiento exitoso referente al aspecto educacional adecuado que permita desarrollar las competencias (Villarán de la Puente, 2014).

Existen investigaciones que ayudan a validar la teoría sobre la relación positiva que existe entre el emprendimiento y la educación universitaria. Una de ellas es sobre el estudio “la creación de empresas por titulados universitarios. Una aproximación a los factores de influencia del ámbito de la Universidad” realizada por Mira (2006) en donde revela que las personas con educación universitaria descubren en mayor medida que el resto de la población la existencia de oportunidades de negocio. Asimismo, identifica la relevancia de las actividades, los programas, los planes de estudios, etc. ligadas al emprendimiento que fomenta la misma universidad para producir una influencia positiva en los universitarios. De igual manera, según Vara-Horna (2007) indica que recientes estudios realizados en países de América Latina, evidencian que cerca del 50% de los emprendedores más dinámicos son graduados universitarios, permitiendo así dar señas de la grande influencia de la educación en el avance de la conducta emprendedora (Vara-Horna, 2007; Varela & Bedoya, 2006).

Bajo estas circunstancias para Martínez y Campos (2014) manifiestan que el progreso del emprendimiento desde la universidad es parte de la que ahora ha sido definida como la tercera misión de un centro educativo superior, la cual se refiere de manera global

al aporte en el progreso de la sociedad en la que brinda sus servicios y, de manera más específica, como una contribución al emprendimiento. Y para cumplir dicha misión cada universidad deberá identificar su propio camino para plasmar el modelo emprendedor (Clark, 2001 como se citó en Martínez & Campos, 2014).

Dentro de este contexto, se ha podido evidenciar el rol importante que las universidades tienen para fomentar el desarrollo de nuevos emprendimientos y, por lo cual se considera de vital importancia investigar y conocer las aptitudes y actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios, identificar un perfil común entre ellos y establecer de ser posible, los factores primordiales de influencia en su desarrollo (Sheron, 2012).

Partiendo de lo mencionado anteriormente, a continuación se dará a conocer el perfil del emprendedor peruano a nivel de datos sociodemográficos y sus motivaciones y, de manera general los rasgos de personalidad, actitudes, aptitudes, competencias, etc. que caracteriza a una persona emprendedora según investigaciones pasadas.

Para detallar las características sociodemográficas y motivaciones del emprendedor peruano se ha dado lectura al reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Perú 2016-2017 (Serida et al., 2017) en el cual nos informa lo siguiente: que existiendo dos motivos para que una persona decida emprender, ya sea por necesidad u oportunidad, siendo la primera una opción para la persona que busca crear sus propios ingresos para sobrevivir ante el desempleo existente o por el descontento con las condiciones laborales ofrecidas como dependiente, y la segunda opción para la persona quien ejecuta sus acciones motivada por la identificación de oportunidades de negocio y su interés por emplearlas o por el anhelo de cumplir aspiraciones personales. En base a ello, nos refiere que Perú presenta cuatro veces más emprendedores por oportunidad que emprendedores por necesidad; este progreso permite inferir que el emprendimiento se está direccionando a favor del empleo de oportunidades de manera sostenida. Ahora bien, son los jóvenes, emprendedores en etapa temprana, quienes están más motivados a actuar por oportunidad.

Como ya se había mencionado anteriormente, la edad promedio que se evidencia en los emprendimientos en etapa temprana es de 37 años, el rango es entre 18 y 44 años (75,7%) del total, en contraste con los emprendedores establecidos cuya edad promedio es de 40 años, el rango de edades es de 25 a 54 años representando el 82,5% del total.

Respecto al género, se evidencia que en el Perú no se advierte de una gran diferencia entre el hombre y la mujer al realizar sus emprendimientos en edad temprana, pero sí en relación a las motivaciones que los estimulan a crear empresa. Los hombres están motivados a emprender por oportunidad y las mujeres por necesidad en mayores proporciones y es un indicador que se está manteniendo y creciendo a lo largo del tiempo. Otra diferencia entre ellos, es el sector al cual deciden ofrecer sus servicios, las mujeres tienen mayor presencia en el sector consumidor (72.8%) y el hombre (54%) y por el contrario, el hombre tiene mayor presencia en el sector de transformación (28.3%) y la mujer (17.7%).

Otra característica importante a señalar es que los emprendedores en etapa temprana (46%) suelen alcanzar un nivel de estudios superiores o técnicos mayor a diferencia de los emprendedores establecidos (34.4%). Esta diferencia también se refleja entre los géneros, donde el 50% de los hombres en emprendimientos en edad temprana cuentan con algún estudio superior en comparación al 41.8% para las mujeres; lo señalado podría explicar la mayor cantidad de emprendimientos por necesidad en las mujeres. De igual manera, se muestra que el 28.3% de los emprendedores por necesidad han alcanzado un nivel educativo superior, en cambio se obtiene un 51.8% para los emprendedores por oportunidad. Esto último, definitivamente da muestra de cómo se relaciona la educación con el tipo de emprendimiento que se puede desarrollar en la sociedad, si es que todos los peruanos pudieran tener acceso a ella. Y por último, el 64.4% de los emprendedores en etapa temprana se consideran autoempleados y un 91.1% en los emprendedores establecidos.

Ahora bien, el otro aspecto también importante a considerar son las características a nivel de personalidad, variables psicológicas, competencias, actitudes y aptitudes que permitan complementar el perfil emprendedor, dado que esta información podría ser más compleja de evaluar dado las diversas informaciones que se brindan al respecto, las mismas exigencias que el emprender un negocio establece por las diferentes etapas del proceso emprendedor, las demandas propias de la sociedad que está en constante evolución, entre otros. Es por ello, que se hace una recopilación de las opiniones de diferentes investigadores para brindar un marco general sobre las competencias que se le atribuyen a un emprendedor.

En base a la literatura revisada se encuentran algunas características de personalidad que son más nombradas por diversos autores como la capacidad de innovación que debe tener un emprendedor (Schumpeter, 1928 como se citó en Ayala-Riquelme, Llanos-Ortiz,



Flores- Álvarez & Muñoz-Baro, 2016; Max Weber, 1930 como se citó en Espíritu, 2011; Hernández, Caballero & Monroy, 2014; Valdez, 1988 como se citó en Montesinos et al., 2018; Rothmann & Coetzer, 2003 como se cito en Sánchez, 2017; Sánchez et al., 2017; Schmidt & Bohnenberger, 2009; Selamé, 1999 como se citó en Sheron, 2012); también debe demostrar que es capaz de asumir riesgos (Bautista, 2014; Timmons & Spinell, 1994 como se citó en Buscaglia, Espinoza, Rivera & Zavala, 2017; Guerrero et al., 2016; Krauss, 2011; Valdez, 1988 como se citó en Montesinos et al., 2018; Schmidt & Bohnenberger, 2009; Kreiser, Marino & Weaver, 2002 en Sheron, 2012; Vargas, 2007); ser alguien motivado por alcanzar logros (Timmons & Spinell, 1994 como se citó en Buscaglia et al., 2017; Rothmann & Coetzer, 2003 como se citó en Sánchez, 2017; Sánchez et al., 2017; Selamé, 1999 como se citó en Sheron, 2012; McClelland, 1976 como se citó en Vargas, 2007); ser capaz de planificar sus actividades (Rothmann & Coetzer, 2003 como se citó en Sánchez, 2017; Schmidt & Bohnenberger, 2009; Selamé, 1999 como se citó en Sheron, 2012); demostrar confianza en sí mismo, es decir ser autoconfiado (Timmons & Spinell, 1994 como se citó en Buscaglia et al., 2017; Sánchez et al., 2017; Selamé, 1999 como se citó en Sheron, 2012); debe poseer inteligencia emocional (Hermann, Manfred & Christian 2007 como se citó en Manosalvas, 2017; Mortan, Ripoll, Carvalho & Bernal, 2014; Schmidt & Bohnenberger, 2009); tener capacidad de liderazgo (Timmons & Spinell, 1994 como se citó en Buscaglia et al., 2017; Schmidt & Bohnenberger, 2009) y también locus de control interno (Hatten & Ruhland, 1995 como se citó en Sánchez et al., 2017); entre otros.

Las particularidades de los comportamientos del emprendedor son muchas como se ha podido apreciar, pero las características de la conducta emprendedora en la población de estudiantes no son del todo claras, debido a que se tiende a generalizar las mismas características que se dan en el entorno del empresario, es decir se emplea como supuesto que ellos también lo poseen (Sánchez et al., 2017). Además de ello, algunas de las competencias mencionadas y otras son consideradas necesarias una vez que el emprendedor ha iniciado su empresa y no en la etapa o paso previo a decidir crear una empresa, es decir en el momento en que la persona tiene la intención de emprender.

En consecuencia, la actividad emprendedora es investigada y su abordaje tiene diferentes perspectivas, dando cabida a la intervención de variadas disciplinas que permiten incrementar el entendimiento de este fenómeno. Gracias a ello, la psicología y la sociología

forman una parte de la conducta emprendedora y otra parte, se relaciona con aspectos cognitivos vinculados con la decisión de emprender (Hisrich, Langan-Fox & Grand, 2007).

Souza, Lopez, Bornia y Alves (2013), nos señalan que existe la posibilidad de tener en cuenta la existencia de una inclinación al comportamiento empresarial, el cual compromete particularidades de la persona y el entorno donde se desenvuelve, sus acciones, su percepción del mundo y el modo de modificar la realidad. En este sentido, al evaluar la actitud de las personas, se puede interpretar la conducta empresarial. Y basados en una perspectiva conductual de este fenómeno, las actitudes y el comportamiento de los antecedentes empresariales aparecen en base a las características demográficas y a los rasgos de personalidad.

Para Guerrero et al. (2016) el emprendimiento universitario acostumbra a estar establecido por un estado de alerta que nace del descubrir o generar una oportunidad de negocio; y dicho estado está supeditado por el entorno y algunas características de la persona. En la literatura del emprendimiento, existen diversos modelos conceptuales que intentan medir la propensión de la intención emprendedora, y éstos concuerdan en la influencia directa de elementos motivadores en el plano individual como lo son: la actitud hacia el emprendimiento y la apreciación de sus propias capacidades, competencias y habilidades indispensables tener en el momento de decidir emprender. Determinados modelos incorporan elementos vinculados con el ambiente relacionando a la familia, los amigos y otros conocidos, esta variable también se le denomina norma subjetiva.

Dichos modelos aparecen como solución a la insuficiente capacidad predictiva que las investigaciones sobre la personalidad o rasgos psicológicos, las características demográficas o elementos del entorno han evidenciado sobre la ejecución del comportamiento empresarial. De ahí que estos modelos brindan una información coherente que posibilita describir e interpretar los factores externos que influyen en las intenciones, comportamientos y actitudes, facilitando un mayor entendimiento del proceso empresarial (Medina, Bolívar, & Lemes, 2014).

Conforme lo manifiesta la literatura en psicología, la intención es el fundamento sobresaliente para predecir el comportamiento planeado, en especial cuando éste es complejo dado que es complicado de observar, es extraño y conlleva un lapso impredecible. Todo nuevo emprendimiento o creación de una empresa precisa de una notable planificación y,

por esa razón representa el tipo de comportamiento planeado ideal para conocer e investigar por medio de un modelo de intención (Guerrero et al., 2016). La intención emprendedora se considera como un antecedente de la conducta emprendedora, es decir, esta variable en conjunto con otras, permiten que la persona realice una determinada conducta, en este caso, llevar cabo acciones de emprendimiento y crear una empresa (Bernaes, 2010).

Según Sánchez et al. (2017) algunas de las teorías relacionadas a identificar actitudes emprendedores desde la mirada psicológica son: Teorías de los Rasgos de Personalidad, Teoría Cognitiva, Teoría de la Acción Razonada, Teoría del Comportamiento Planificado, entre otras. Cada una de ellas a permitido profundizar el conocimiento y se ha ido creando un perfil del emprendedor conformado por varios factores que lo influyen, como son la personalidad, la cultura y los valores, el sistema económico y el apoyo social.

Muchas investigaciones confirman la relación planteada por la teoría del comportamiento planificado entre las actitudes emprendedoras, normas subjetivas y el control percibido con la intención emprendedora (Krueger, Reilly & Casrud, 2000; Douglas & Shepherd 2002 como se citaron en Martínez & Campos, 2014; Souitaris, Zerbinati & Al-Laham, 2007). Para Schlaegel y Koenig (2014) la autoeficacia, norma social y actitud relacionan positivamente con la intención emprendedora. Asimismo, hay investigaciones realizadas con estudiantes universitarios que indican que estos tres predictores se relacionan de manera positiva con la intención emprendedora (Jakopec, Miljkovic Krekar & Susanj 2013; Karimi, Biemans, Lants, Chizari & Mulder, 2015) y es relevante mencionar que cada una de estas puede modificarse de acuerdo con la situación (Ajzen, 1991 como se citó en Gonzáles et al., 2017).

También, varios estudiosos han descubierto que características de personalidad como la autoeficacia, proactividad y locus de control interno en niveles altos influyen significativamente en la acción de emprender (Gurel, Altinay, & Daniele 2010; Iakovleva, Kolvereid & Stephan 2011; Mauer, Neergard, & Kirketerp 2009; Koh 1996 como se citó en Sánchez et al., 2017). Según Sesen (2013) el locus de control interno y la autoeficacia tiene relación significativa con la intención emprendedora en estudiantes. Una investigación realizada por Sánchez y Yurrebaso (2005) resultó que las características de la personalidad si actúan como variables predictoras de la intención emprendedora.

A pesar de todas estas investigaciones previas sobre las variables que se relacionan de manera positiva con la intención emprendedora, sigue siendo necesarias realizar más estudios que nos ayuden en identificar los elementos que influyen en la decisión de las personas para iniciar un emprendimiento, es decir, crear su empresa (Liñán, Rodríguez-Cohard & Rueda-Cantuche, 2011). Krueger et al. (2000), defienden que las investigaciones de estas variables se realicen con muestras de estudiantes jóvenes, ya que permiten pronosticar las tendencias emprendedoras que se encuentren a corto plazo en un país, como puede ser en el caso peruano. Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015) resaltan la relevancia de investigar la intención de emprender en estudiantes universitarios, ya que se les considera potenciales emprendedores. Además de ello, los jóvenes emprendedores universitarios peruanos tienen una situación favorecida al poder acceder a estudios superiores, por tanto esto debería facilitarles tener mayor éxito en los emprendimientos que inician, así como lo evidencian algunas investigaciones donde refieren que la educación es un pieza fundamental para el logro emprendedor (Postigo, Iacobucci & Tamborini, 2003 como se citó en Bernal, 2010).

La presente investigación se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planificado dado que ha sido analizado ampliamente y es referente en su tema (Fayolle & Liñán, 2015); además da soporte teórico al proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), cuyo propósito es explorar la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios.

Desde la psicología, se considera relevante estudiar la intención emprendedora y las variables que influyen en ella, ya que la toma de decisión de iniciar un negocio no solo obedece a agentes externos sino de variables psicológicas que intensifican el desarrollo del comportamiento emprendedor (Vargas, 2007). Por ello, para fines de este estudio se ha considerado investigar a las variables de norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva para analizar las relaciones entre las variables con la intención emprendedora. Desde esta mirada, este estudio tiene un enfoque dual, porque incluye en su diseño de medición variables psicológicas del individuo y la influencia del entorno social y la trascendencia de este estudio radica en encontrar respuestas sobre el inicio de un proceso emprendedor desde el análisis de dichas variables psicológicas.

Por último, es de suma importancia conocer más a detalle el perfil del emprendedor universitario peruano y esta investigación lo permitirá gracias a las variables estudiadas y a los resultados obtenidos; los cuales nos facultarán para impulsar y desarrollar el espíritu emprendedor en ellos, ya que como se ha mencionado anteriormente, son un grupo de personas con niveles altos de intención de emprender, cuentan con mejores recursos y competencias que permitirían impactar de manera positiva en el país a través de sus emprendimientos.

### **1.1 Intención Emprendedora**

Son varios los autores que han planteado definiciones o conceptos acerca de esta variable, por lo que se presentarán algunos de ellos para tener una mejor comprensión sobre la intención y la intención de emprender.

Fishbein y Ajzen (1967) como se citó en Vargas (2007), indican que la intención es el factor concluyente y último responsable de la ejecución de una conducta. De manera complementaria, se define a la intencionalidad como “un estado mental que dirige la atención de la persona y por tanto su experiencia y acción hacia un objetivo específico en orden de alcanzar medios” (Bird & Jelinek, 1988, como se citó en Chambi, 2017, p.26).

Autores como Fishbein y Ajzen (1975) como se citó en Vargas (2007) describen que la intención emprendedora concierne a cualquier persona que crea una nueva empresa y para Kolvereid (1997) como se citó en Vargas (2007), esta variable es un predictor de la conducta emprendedora que incorpora la idea que la persona tiene para la formación de la nueva empresa, sin haberla llegado a crear.

También, se conceptualiza a la intención emprendedora como la certeza identificada por una persona respecto a tener la intención de iniciar un negocio o empresa y planificar a conciencia su realización en alguna oportunidad futura. (Bae, Qian, Miao & Fiet, 2014; Thompson, 2009 como se citó en Salazar-Carvajal, Herrera-Sánchez, Rueda-Méndez & León-Rubio, 2014), “(···) el sistema de valores del individuo, cultura, su entorno social, familiar y educativo pueden conforman el deseo de crear o no una empresa propia” (Soria, Zúñiga & Ruiz, 2016, p.26).

Otra definición de esta variable: la intención emprendedora es “como el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, en este caso la creación de una empresa o negocio lo cual tiene cierta influencia en las

acciones a tomar por el individuo para llegar a dicho objetivo” (Prodan & Drnovsek, 2010, como se citó en Valencia, Montoya & Montoya 2016, p. 883).

Por tanto, Swail, Down y Kautonen (2014) consideran a la intención emprendedora como un pilar esencial para comprender y pronosticar el nivel de actividad emprendedora, pues es uno de los antecedentes cruciales en el actuar del emprendimiento que realiza cada persona (Krueger et al., 2000) que capta la percepción que la misma persona tiene sobre su nivel de intención de emprender (Kolvereid & Isaksen, 2006).

Ahora bien, no se puede seguir estudiando la intención emprendedora sin conocer a mayor detalle, los modelos o teorías que impulsan su análisis.

Alrededor de la segunda mitad de la década de los ochenta en adelante surgieron estudios sobre la intención emprendedora, entre las que destacan los modelos de Bird, 1988; Boyd & Vozikis, 1994; Davidson, 1995 y Krueger, 1993 como se citaron en Vargas, 2007. Todas ellas son equivalentes ya que tratan sobre la intención emprendedora y adicionan en sus análisis la relación con elementos ambientales y/o sociales que aportan para argumentar las actitudes e intenciones emprendedoras. Una investigación más actual, también evidencia que el progreso de la intención empresarial necesita de la participación de factores sociales y personales (Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano & Salazar, 2016). Los sustentos de estos modelos están basados en la teoría del comportamiento planificado de Azjen (Vargas, 2007), el cual tiene un papel clave (Ramos et al., 2018).

Pues bien, los modelos de intención que con el pasar de los años han evidenciado mayor trascendencia dentro del ámbito del emprendimiento son el de Shapero y Sokol con su Modelo del Evento Empresarial (1982) y el de Ajzen con su Teoría del Comportamiento Planificado (1991).

El primero modelo de intención emprendedora nos habla sobre que la decisión personal para iniciar un negocio requiere de tres elementos: la percepción de deseabilidad, que trata sobre la percepción que tiene alguien sobre qué pensará su entorno más cercano y las personas importantes para su vida acerca de la oportunidad de crear una empresa, aquí guarda relación las normas sociales o cultura social; la percepción de viabilidad, nos indica que es la habilidad de la persona para ejercer eficazmente una conducta emprendedora, en otras palabras es la autoeficacia percibida por el emprendedor; y la propensión a ejecutar ante nuevas alternativas, nos indica que es el evento o factor precipitador que induce a la

persona a crear una empresa, es decir la variable fundamental que puede producir la ecuación.

El segundo modelo de intención emprendedora es la teoría más estudiada y utilizada, por lo cual su aplicación se ha extendido en investigaciones sobre la conducta emprendedora (Fayolle & Gailly, 2015). Este modelo se sustenta en que todo comportamiento necesita cierto grado de planificación que es capaz de anticipar la intención de realizar dicho comportamiento. Como las intenciones se relacionan con elementos motivacionales que alteran al comportamiento, este último funciona de acuerdo a las creencias que son supuestos relevantes que determinan la actitud, la intención y la conducta de una persona. Entonces, toda actividad emprendedora tiene su origen en un comportamiento que con anticipación ha sido planificado e intencionado (Chambi, 2017).

Según la teoría de Azjen, hay tres actitudes antecedentes de la intención emprendedora: la actitud hacia un determinado comportamiento, en este caso, ser emprendedor; el cual explica la valoración positiva o negativa que realiza una persona sobre el comportamiento a realizar o el resultado a obtener al ejecutarlo; las normas subjetivas, nos indica que es la presión social que percibe una persona para llevar a cabo o no la acción de ser emprendedor, siendo esta afectada por el entorno que lo rodea; y el control de la conducta percibida que trata sobre la facilidad o dificultad percibida para poner en marcha a futuro dicha acción o comportamiento emprendedor (Ramos et al., 2018). Este último antecedente, es similar a la noción de autoeficacia percibida por Bandura, el cual es señalada como la creencia de que se tiene la habilidad para llevar a cabo diferentes tareas o roles vinculadas al emprendimiento (Chen et al., 1998 como se citó en Gonzáles et al., 2017; McGee, Peterson, Mueller & Sequeira, 2009).

Ambos modelos explicados líneas atrás, han sido estudiados empíricamente en muchas oportunidades, Schalaegel y Koenig (2014) son investigadores que han realizado una exhaustiva revisión sobre dichos modelos, es más recientemente han elaborado sus propios modelos, acoplando los elementos de ambas teorías. Y en la revista “Del modelo del evento emprendedor al modelo sistemático de emprendimiento”, Tarrats-Pons, Mussons y Ferrás (2015) nos señalan el crecimiento de los modelos de intención emprendedora.

Según lo manifiesta Ajzen (1974) como se citó en Vargas (2007) las actitudes hacia la conducta, las normas subjetivas y el control percibido intervienen de manera agrupada

sobre las intenciones, los cuales se establecen como los mejores predictores del comportamiento.

Por consiguiente, fundamentar este estudio en base al modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado termina siendo acertado, visto que son muchos los autores e investigaciones que recurren a ella para explicar la importancia de la intención emprendedora como parte del proceso del emprendedor para la creación de una nueva empresa. Es más, según Sánchez, Lanero y Yurrebaso (2005), el primer paso en el proceso de crear una empresa es la intención emprendedora.

A la fecha son varios los estudios que se han realizado sobre la intención emprendedora y muchos de ellos, escogieron como población a los estudiantes universitarios. A continuación, se nombrarán algunas de ellas:

En la investigación realizada por Ramos et al. (2018) que trata sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios y el proceso enseñanza aprendizaje, nos señala que el 40% de estudiantes mexicanos tiene intención de emprender y este número es similar a otros estudios como el de Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015) quien obtuvo el 57% de intención de emprendedora en sus estudiantes y como el de Ubierna (2015) quien alcanzó como resultado el 50% de estudiantes de pregrado piensan en tener una empresa propia, el cual sería un trabajo ideal.

Otro estudio realizado por Ayala-Riquelme et al. (2016), nos reporta que no existen diferencias significativas entre los estudiantes chilenos de primer y último año de la carrera de Ingeniería Civil Industrial respecto a la intención de emprender. Asimismo, el 78% de alumnos del primer año indican su valoración favorable para en un futuro considerar la opción de crear empresa, a diferencia del 65.6% de alumnos de quinto año. Aún así, al revisar las respuestas ítem por ítem se identifica que las afirmaciones con más alta aceptación por los estudiantes de quinto año fueron “Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa (pregunta 6)” y “Estoy decidido a crear una empresa en el futuro (pregunta 13)” obteniendo un 71.9% y 59.4% a diferencia de los alumnos de primer año que obtuvieron un 37.3% y 39.2% respectivamente. El autor explica este resultado indicando que independientemente de que no existan diferencias significativas, se presentan enunciaciones que demuestran el camino del estudiante por la carrera universitaria y una mayor valorización en su intención de emprender.



Chávez y Suárez (2017) realizan una investigación sobre inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, en el cual identifica que entre las variables intención emprendedora e inteligencia emocional existe una correlación positiva y significativa ( $r = .247$ ,  $p < 0.001$ ). Sánchez (2017) investiga la relación entre la intención emprendedora, prácticas de negocios y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios de Lima, en ella nos informa que el nivel de preferencia de los estudiantes por tener su propia empresa y trabajar de manera independiente es de intensidad alta ( $M = 6.45$ ,  $DE = 1.66$ ) a comparación de ser empleado en instituciones públicas o privadas. En sus análisis correlacionales entre la intención emprendedora y las cinco dimensiones de la personalidad, se obtiene que tiene una relación directa e intensidad media con las dimensiones de Apertura a la experiencia ( $r = .31$ ,  $p < 0.1$ ), Conciencia ( $r = .29$ ,  $p < 0.01$ ) y Extraversión ( $r = .29$ ,  $p < 0.01$ ), en cambio tiene una relación con menor intensidad con las dimensiones Estabilidad Emocional ( $r = .22$ ,  $p < 0.05$ ) y Agradabilidad ( $r = .21$ ,  $p < 0.05$ ).

Como se ha demostrado, la variable intención emprendedora es estudiada desde diferentes enfoques e intereses pero todas con el mismo objetivo de poder ampliar el conocimiento de esta variable en la población de universitarios. Más adelante se mencionarán las investigaciones realizadas entre la intención emprendedora con las variables de estudio propuestas en este trabajo.

## **1.2 Norma Subjetiva**

El entorno cultural y social supeditan en un nivel alto las decisiones que nos conducen a realizar determinados comportamientos. En el contexto del emprendimiento, los índices de deseabilidad y viabilidad que una persona perciba de su entorno influirán en las acciones que considere realizar (Fuentes & Sánchez, 2010; Shapero, 1982 como se citó en Sheron, 2012; Toledano, 2006; Veciana & Urbano, 2004).

La deseabilidad guarda relación con la familia, amigos, ambiente educativo y profesional de los empresarios potenciales. Respecto a la familia, son los padres quienes juegan un rol relevante en la consideración de credibilidad y deseabilidad de la actividad empresarial por parte del futuro emprendedor (Shapero, 1982 como se citó en Vargas, 2007).

En base a lo mencionado sobre la Teoría del Comportamiento Planificado de Azjen y sus tres factores: actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido, aquí se le dará relevancia a la norma subjetiva.

Este modelo permite explicar y predecir cómo el ambiente social y cultural interviene en la conducta humana para definir su accionar; por ello, la norma subjetiva será la presión social que percibirá una persona sobre una conducta, en este caso sobre la intención de emprender un negocio (Maluk, 2014). Para Vargas (2007) la norma subjetiva hace referencia al juicio probabilístico que las personas más importantes para el individuo y a quienes respeta, tendrán sobre la realización de un comportamiento específico. Esta norma está conformada por dos aspectos: el primero trata sobre las creencias normativas, es decir los pensamientos de los demás respecto a si se debe realizar o no determinado comportamiento, tener su aprobación; y el segundo, trata sobre las motivaciones que tiene una persona por satisfacer las expectativas que otros tienen sobre uno mismo, en otras palabras, hasta que punto una persona está dispuesta realizar lo que otros pretenden que realice. Ahora bien, cuando decimos “creencias normativas” hacemos referencia a las percepciones sociales o expectativas que se tienen de los padres, amigos o compañeros de estudios, entre otros, todo estos son el grupo de referencia para una persona y cumplen una función importante respecto a la presión social que pueden generar en un individuo para realizar determinada acción. En otras palabras, aplicado a la intención de emprender, se crea un vínculo entre la intención de crear una empresa y la presión, la aprobación y las expectativas por parte del entorno más cercano (Iglesias, Jambrino, Peñafiel & Kokash, 2016). Según Liñán, Rodríguez-Cohard et al. (2011) esta creencia normativa también se le llama norma subjetiva o control de norma percibida.

Finalmente, las normas subjetivas miden la presión que percibe un estudiante de la opinión de su ambiente más cercano (familia, amigos y otros) sobre la decisión de emprender, en otras palabras, hasta qué punto el estudiante se siente presionado, en el momento de tomar la decisión sobre si debe emprender o no, por la evaluación que realiza su grupo de referencia frente a la actividad emprendedora (Ajzen, 2001 como se citó en Medina et al., 2014; Liñán & Chen, 2009). Es importante mencionar que, si la persona cree que los demás aceptarán su decisión, su intención se aumentará y si por el contrario, cree que lo desaprobán, su intención disminuirá (Ajzen, 1987 como se citó en Vargas, 2007).

Relacionando esto con la conducta emprendedora, algunos autores recurren a la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen para explicar que la norma subjetiva, es una variable significativa para predecir la intención de emprender (Krueger et al., 2000; Alexei & Kolvereid, 1999; Autio, Keeley, Klofsten, Parker & Hay, 2001; Kolvereid, 1996 como se citaron en Moriano, Palací & Morales, 2006b).

En relación con investigaciones o estudios que hayan abordado esta variable, se evidencia un estudio que no ha podido determinar una relación directa entre la intención emprendedora y la norma subjetiva (Krueger et al., 2000), en cambio hay otras investigaciones que si establecen la relación positiva entre las variables (Bhandari, 2006; Kolvereid & Isaksen, 2006; Liñán, Nabi & Krueger, 2013; Martinez & Campos, 2014; Moriano et al., 2006b; Vargas, 2007).

Una investigación peruana de Chambi (2017), llamada “un estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de administración UNA-PUNO/ UANCV-PUNO 2016” , se basa en el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado, en el cual resulta que en sus análisis cuantitativo de las diferencias de medias entre ambas universidades, se evidencia que los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) tienen mayor intención de emprender respecto a los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Vásquez (UANCV). En relación a las variables de actitud personal, norma subjetiva y control conductual, son los estudiantes de la UNA quienes obtienen una diferencia evidente en relación a las medias de los estudiantes de la UANCV. El análisis correlacional entre variables arrojó que existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de administración de ambas universidades.

Respecto a la investigación de Moriano et al. (2006b) realizada en España, el autor menciona que la norma subjetiva es una variable que influye en la intención emprendedora, sus resultados arrojan que las familias son quienes influyen con mayor intensidad en la intención de emprender de esa población, encontrándose diferencias con relación al género, ya que son las mujeres quienes le dan mayor importancia a su familia. También, se ha encontrado que el género, la familia, la experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, el apoyo social, la percepción de barreras, los valores individualistas y

colectivistas permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

Investigaciones previas han reconocido la influencia de las personas que integran el entorno social más cercano (familia, amigos, compañeros) (Guerrero, Rialp & Urbano, 2008; Guerrero & Urbano, 2012; Kirby, Guerrero & Urbano, 2011; Liñán, Urbano & Guerrero, 2011; Veciana, Aponte & Urbano, 2005). Dentro de la misma línea una investigación peruana realizada por Ccama (2017) nos señala que la opinión de los miembros de la familia son considerados como lo más importantes al momento de decidir emprender, seguido de la opinión de los amigos íntimos. Concluye indicando que las dimensiones de la intención emprendedora que prevalecen en los estudiantes de la de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son la norma subjetiva y el control conductual percibido. A diferencia de esta última investigación, se tiene el estudio de Guerrero et al. (2016), donde sus resultados arrojan que sus participantes tiene una valoración superior respecto al apoyo que le brinden sus amigos, seguido del apoyo que le otorguen sus familiares.

### **1.3 Autoeficacia Emprendedora**

El término autoeficacia tiene variadas definiciones y es el investigador Albert Bandura quien ha elaborado planteamientos teóricos sobre ella y, que con el pasar de los años el concepto de la autoeficacia ha ido modificándose: la autoeficacia es “la creencia en las propias capacidades para producir determinados niveles de desempeño que ejercitan la influencia sobre eventos que afectan la propia vida del sujeto” (Bandura, 1994 como se citó en Bernales, 2010, p. 56); cinco años después define a esta variable como “ los juicios que cada individuo tiene sobre sus capacidades, en base a los cuales organizará y ejecutará sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado” (Bandura, 1999 como se citó en Vargas, 2007, p.67) y con el pasar del tiempo propone otra definición para la autoeficacia y se define como la creencia de una persona sobre su capacidad para llevar a cabo con éxito determinadas tareas (Bandura, 2001 como se citó en Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015).

La teoría de la autoeficacia propone que los individuos que obtienen resultados positivos y tienen seguridad y certeza de poseer la capacidad necesaria para lograr sus objetivos, trabajarán con más eficacia y serán más perseverantes, logrando niveles de éxitos autosatisfactorios (Vargas, 2007).

Para Salvador y Morales (2009) la autoeficacia es el nivel de confianza que los individuos evidencian en el momento de explorar diversas actividades profesionales y para Ajzen “la autoeficacia se refiere a la percepción de competencia, a la facilidad o dificultad de realizar una conducta, o incluso a la confianza que se tiene de llevarla a cabo” (Ajzen, 2002, como se citó en Guerrero et al., 2016, p20).

Si analizamos las definiciones propuestas, podemos señalar que esta variable hace referencia a la opinión que las personas tienen sobre sí mismas sobre las capacidades que creen tener para realizar ciertas tareas, pero no habla sobre que se tengan realmente tales capacidades para llevarlo a cabo; es entonces que el factor cognitivo, el pensamiento, tiene una gran relevancia.

Ahora bien, el propio Bandura hizo recomendaciones acerca de su propia teoría y es que hasta el momento al hablar de autoeficacia se le consideraba como un rasgo global, pero lo adecuado es medir a esta variable según dominios o ámbitos específicos, para así lograr tener un valor más exacto y predictivo (Durán-Aponte & Arias Gómez, 2015; Vargas, 2007).

Llevando, este término al ámbito del emprendimiento, que es el que interesa dado los objetivos de la investigación, diferentes autores nos mencionan que la autoeficacia actúa como amortiguador ante las situaciones estresantes, como el crear una nueva empresa, es decir, las personas con elevados niveles de autoeficacia tienden a interpretar las demandas y los problemas más como retos que como amenazas. En sí, es importante resaltar que las personas que tienen una percepción de autoeficacia afrontan las amenazas con perseverancia, su nivel de esfuerzo es alto y se sienten totalmente seguros de que las pueden controlar. Estas características se encuentran inmersas en las funciones que normalmente tiene que desempeñar un empresario, demostrando de forma parcial cómo la autoeficacia puede influir en el ejercicio del comportamiento empresarial (Salvador & Morales, 2009).

Para Chambi (2017) la autoeficacia permite que la persona se crea capaz y conocedor de habilidades o capacidades para realizar una actividad y lograr ciertos resultados como consecuencia. La relación con la actividad emprendedora se establece como consecuencia de que la persona se cree capaz de realizar con éxito una nueva empresa y aumentar así sus posibilidades de terminar siendo emprendedor.

Según la investigación sobre “determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor” realizada por Delgado, Gómez, Romero y Vásquez (2008) encuentra que la

variable autoeficacia presenta altos niveles de significación (0.5) para predecir la percepción de posibilidad de creación de un negocio.

De igual forma, la autoeficacia es un componente importante para el comportamiento emprendedor porque puede afectar desde el momento de la toma de decisiones relacionado con el comienzo de la actividad empresarial, hasta el desarrollo del negocio y, finalmente, en el cierre del mismo (Sánchez, 2009).

Asimismo, que ocurre en otras áreas de aplicación de la autoeficacia, en la investigación relacionada a la conducta emprendedora existen dos acercamientos diferentes según la noción de la autoeficacia. Algunos investigadores (Boyd & Vozikis, 1994; Markman, Balkin & Baron, 2002 como se citaron en Moriano, Palací y Morales, 2006a) entienden la autoeficacia en un sentido general, es decir, la creencia general que tiene una persona en su propia habilidad para rendir triunfantemente. Mientras que otros autores (Chen, Green & Crick, 1998; De Noble, Jung & Ehrlich, 1999 como se citaron en Moriano et al., 2006a) se centran en el desarrollo o creación de escalas de autoeficacia específicas al dominio de los emprendedores.

Desde esta segunda perspectiva, las personas podrían estar más inclinadas a trabajar por su cuenta si creen que poseen las habilidades necesarias para conseguir liderar con éxito su propio negocio (Chen et al., 1998; De Noble, Jung & Ehrlich, 1999 como se citaron en Moriano et al., 2006a). Y es esta perspectiva, la que interesa y se va hablar a continuación.

El constructo de autoeficacia emprendedora tiene relación con la definición de control percibido y su base está en la teoría social del aprendizaje (Bandura & Walters, 1977 como se citó en Manosalvas, 2017). Una de las definiciones planteadas es que la autoeficacia emprendedora es "la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de nueva empresa" (De Noble et al., 1999 como se citó en Vargas, 2007, p. 68). Para Mcgee et al. (2009) esta variable se define como la creencia que se tiene sobre las propias capacidades y habilidades para alcanzar con éxitos las metas empresariales y para Durán-Aponte es el "juicio que hacen las personas sobre su capacidad de manejar un negocio, captar fuentes de financiamiento, dirigir empleados y otros, aspectos inherentes al negocio" (2013, p. 60).

Para muchos autores la autoeficacia emprendedora es una de las variables psicológicas que, sumado a las particularidades personales de cada sujeto, han logrado

mostrar la relación positiva que existe con la intención emprendedora (Crant, 1996 como se citó en Manosalvas, 2017; Mortan et al., 2014; Salvador, 2008; Vidal-Suñé & López-Panisello, 2013; Zhao, Siebert & Hills, 2005). Desde un enfoque variado, si se propone objetivos, propuestas y control de creencias, esta variable asumirá un rol importante durante las etapas del desarrollo emprendedor (Drnovsek, Wincent & Cardon, 2009).

Los modelos de intención emprendedora intentan dar a conocer las causas que participan en el desarrollo emprendedor y la autoeficacia emprendedora es uno de los factores que ha logrado resultados importantes sobre la intención de emprender (Bird, 1988; Boyd & Vozikis, 1994 como se citaron en Manosalvas, 2017). En sí, se tiene la creencia que posee un poder predictivo sobre la voluntad de iniciar un negocio, de manera directa e indirecta (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015) y Moriano et al. (2006a) considera que esta variable es efectiva para distinguir entre una persona emprendedora y otra que no lo es.

Dentro de las numerosas investigaciones sobre la intención emprendedora que se han realizado, se puede mencionar que la autoeficacia emprendedora es la que más presencia ha tenido en la literatura sobre el emprendimiento. Por ejemplo, en un estudio realizado en estudiantes de negocios se evidenció que su intención por iniciar un negocio o ser empresarios está influenciada positivamente por la autoeficacia emprendedora (Chen, Greene & Crick, 1998 como se citó en Manosalvas, 2017). En otra investigación también hallaron una correlación positiva y significativa entre ambas variables (Jung, De Noble & Bok, 2001 como se citó en Vargas, 2007). En el trabajo de Lee, Wong, Foo y Leung (2011) la autoeficacia emprendedora se planteó como un antecedente primordial de la intención de emprender y del comportamiento y se demostró que esta variable puede influir en las intenciones empresariales. De igual manera, en otra investigación realizada en Argentina, resultó que la autoeficacia emprendedora tiene una relación directa y positiva con la intención de emprender (Delgado et al., 2008) y con el mismo resultado se encuentra al estudio realizado en estudiantes de una universidad de Deusto (Martinez & Campo, 2014).

En un estudio realizado en estudiantes universitarios de carrera empresariales de dos universidades y una escuela superior de Ecuador, también se demostró la relación positiva y significativa entre ambas variables, además de la correlación positiva entre las seis dimensiones de la escala de autoeficacia emprendedora que se utilizó y la intención emprendedora (Manosalvas, 2017). En Venezuela, también se investigaron estas variables

en población universitaria y sus análisis de correlación indicaron que la intención emprendedora solo tiene correlación positiva y significativa con tres dimensiones de la escala utilizada para medir la autoeficacia emprendedora (desarrollo de productos, liderazgo de recursos claves y crear un entorno emprendedor) y al realizar su análisis de regresión, resulta que la dimensión de liderazgo de recursos claves es la que obtiene mayor contribución en la predicción de la intención emprendedora (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015).

En estudios peruanos se puede mencionar a Vargas (2007) y Bernales (2010) quienes también realizaron un estudio sobre estas variables con la intención emprendedora en una población de estudiantes universitarios. En el caso del estudio de Vargas la investigación se realizó en una universidad del Cusco y ésta permite corroborar la relación positiva y significativa entre ambas variables y su influencia positiva en la intención emprendedora. Y en la investigación de Bernales, realizada en dos universidades de Lima señala que la autoeficacia emprendedora es un determinante de la intención emprendedora.

Otras investigaciones, demuestran que la variable autoeficacia emprendedora tiene un efector mediador entre otras variables como la propensión al riesgo, inteligencia emocional y personalidad proactiva con la intención emprendedora (Miao, 2015) así como la educación formal, la experiencia laboral y la propensión al riesgo muestra una relación significativa con la autoeficacia emprendedora y tiene un efecto en la intención de emprender (Zhao et al., 2005).

#### **1.4 Personalidad Proactiva**

Según Weick (1983, como se citó en Carbajal, 2017) la personalidad proactiva incluye particularidades como tener iniciativa, ser capaz de controlar diferentes circunstancias que impliquen la toma de decisiones importantes, lo cual origina que una persona sea firme, consistente y decisiva.

También, esta variable se define como el rasgo personal de una persona que está presto a actuar con iniciativa y realizar acciones que directamente tengan una influencia positiva en su entorno cercano (Becherer y Mauer, 1999 como se citó en López-Salazar, 2010; Bateman & Crant, 1993 como se citó en Sánchez, 2010).

Para los autores Sánchez et al. (2005), los sujetos con personalidad proactiva son capaces de identificar oportunidades y actuar en base a ellas, tienen iniciativa, toman acción ante lo que se les presente y son perseverante hasta alcanzar un cambio valioso. Al contrario



de las personas que no son proactivas, que tienden a fracasar en la identificación y actuación sobre las oportunidades para generar cambios. Este tipo de personalidad conlleva que una persona tenga la capacidad para anticipar y prevenir situaciones negativas antes que sucedan, demostrando creatividad, persistencia y paciencia al realizar sus acciones de cambio.

Según Covey (2009, como se citó en Gudermann, 2010, p.45) plantea que “la esencia del individuo proactivo es la habilidad de liderar su propia vida”, esto quiere decir que ser proactivo no solo se trata de tener iniciativa, sino que también implica ser responsables y comprometidos en nuestras acciones para que se ejecuten de la manera correcta, logrando que sucedan en el momento exacto y de la forma adecuada, siendo estrategias en su desenvolvimiento (Carbajal, 2017). Además de ello, las personas proactivas entienden la importancia de crear relaciones con individuos que controlan los recursos o los que le permitan progresar en su carrera (Fuller & Marler, 2009; Thompson, 2005).

Respecto al tema del emprendimiento, Crant (1996 como se citó en Sánchez et al., 2005) evidenció que la variable de la personalidad proactiva está positivamente asociada con la intención emprendedora. De igual modo, este hallazgo ha sido referido en las investigaciones de Krueger y Brazeal (1994 como se citó en Sánchez, 2010) como un valioso precursor del potencial emprendedor y de las intenciones.

A razón de los rasgos de las personas con personalidad proactiva que ya se han mencionado líneas atrás, resulta relevante para el desarrollo de proyectos emprendedores, el papel de la personalidad proactiva porque podría tener fuertes implicaciones para la formulación de las intenciones emprendedoras. Son varios los investigadores que han confirmado dicha afirmación (Becherer & Mauer, 1999; Jennings, Cox, & Cooper, 1994 como se citaron en López-Salazar, 2010; Crant, 1996; Krueger & Brazeal, 1994 como se citaron en Sánchez, 2005).

Son variadas las investigaciones realizadas entre las variables de intención emprendedora y personalidad proactiva a continuación se mencionarán algunas de ellas:

En un estudio realizado por Crant (1996 como se citó en Rodríguez, 2013) nos demuestra que existe una asociación positiva entre la intención emprendedora y la personalidad proactiva. En otra investigación ejecutada por Sánchez et al. (2005) denominada “variantes determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario” nos plantea que la autoeficacia se relaciona positivamente con la personalidad

proactiva, es decir que las personas autoeficaces serán más proactivas. También, nos revela que existe una doble vía de interacción entre las variables propensión al riesgo, autoeficacia y personalidad proactiva en la predicción de la intención de emprender. Es decir, por un lado actúa como mediador entre la autoeficacia y la personalidad proactiva, la variable propensión al riesgo obteniendo la predicción de la intención emprendedora y, por otro lado se evidencia una influencia directa de la autoeficacia sobre la variable personalidad proactiva para predecir a la intención de emprender.

Un estudio similar realizó este mismo autor Sánchez (2005) pero esta vez su población fueron 1500 estudiantes de psicología de nacionalidades diferentes como italianos, portugueses y españoles y obtuvo como resultados que las variables estudiadas locus de control interno, personalidad proactiva, autoeficacia emprendedora y propensión al riesgo correlacionaron positivamente entre ellas. Además de ello, señaló que existe una influencia o efecto de las variables de personalidad proactiva y autoeficacia emprendedora sobre la intención de emprender. Dichos resultados son similares a los realizados por (Lanero, Sánchez, Villanueva & D`Almeida, 2007; Crant, 1996; Krueger & Brazeal, 1994 como se citaron en Sánchez, 2005; Zhao et al., 2005).

Una investigación peruana realizada por Bernales (2010), donde estudia la “intención emprendedora y factor de migración en estudiantes universitarios del Perú”, nos revela que la personalidad proactiva resulta ser un determinante de la intención emprendedora, así como la autoeficacia emprendedora.

Finalmente, en adición a todos los autores ya mencionados, también hay otros que en sus trabajos realizados consideran a la personalidad proactiva como una disposición emprendedora (Becherer & Mauer, 1999; Kickul & Zaper, 2000 como se citaron en Rodríguez, 2013) o como una característica del empresario exitoso (López-Salazar, 2010).

Como se ha podido evidenciar, son diversas las variables que se estudian para conocer a más detalle la intención emprendedora. Para Méndez (2010) entre las actitudes más destacadas que se asocian con la intención de emprender se encuentran la tolerancia a la incertidumbre, la independencia, perseverancia, iniciativa, la disposición a asumir riesgos calculados, la necesidad de logro, el locus de control interno, la creatividad, etc. Otros autores nos señalan en sus trabajos que la propensión al riesgo, la personalidad proactiva, la

autoeficacia y el locus de control son rasgos de la personalidad emprendedora (Covin & Slevin, 1989; Cromie, 2000; Fillion, 2003; Vecchio, 2003 como se citaron en Sánchez, 2010).

Pues bien, en base a todo lo mencionado anteriormente sobre la situación actual de Perú donde se evidencian aspectos negativos y positivos; se observa en el primer aspecto, a un país cuya población tiene dificultades para insertarse al mercado laboral, el cual se refleja en los altos índices de desempleo ya mencionados; pero también se señala que las personas que consiguen trabajo suelen ser muchas de ellas en empresas informales, por lo que no tienen ningún beneficio y son poco remunerados y esto no les alcanza. Por otro lado, en el segundo aspecto tenemos a una sociedad que presenta niveles altos de emprendimiento a comparación de otros países de Latinoamérica, según el último reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), donde muchos de estos emprendimientos según ya se ha mencionado, se dan por motivos de necesidad y otros por oportunidad y, el rango de la edad de los emprendimientos en su mayoría se realizan por jóvenes que fluctúan entre los 18 a 44 años de edad.

El fenómeno del emprendimiento es un tema de interés para toda sociedad por el impacto positivo y beneficios que genera a nivel económico y social. Por esta razón, son muchos los autores y estudios a nivel nacional e internacional que se vienen realizando sobre el emprendimiento porque hoy por hoy existe la necesidad de entenderlo de mejor manera.

Sobre las diferentes investigaciones realizadas acerca del emprendimiento, se revelaron análisis completos y variados sobre el proceso de la creación de empresas; es decir, se estudia a la persona una vez ya ha tomado la decisión de hacerlo. Sin embargo, se ha evitado u olvidado el proceso que precede a la toma de decisión; es a razón de esto que es importante investigar y estudiar las variables que preexisten las intenciones, ya que ésta asume un papel trascendental en la decisión de crear una nueva empresa (Azanza & Campos, 2014). Para promover la actividad emprendedora se debe dar el primer paso, que es la intención emprendedora, y éste es crucial para comprender el proceso de emprendimiento (Gartner, Kelly, Gatewood & Katz, 1994; Krueger, 1993 como se citó en Manosalvas, 2017).

En el año 2006, Perú inició la estabilización de las incubadoras de negocios universitarias gracias a la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas (PERUINCUBA) (Vela, 2011). El objetivo de las incubadoras es ser una organización que brinde soporte y apoyo a emprendimientos en etapas iniciales, es decir cuando la persona ya

tomó la decisión de crear empresa y se encuentra en el periodo previo al inicio del negocio o en el periodo en que dirige su propia empresa y paga salarios durante menos de 42 meses (Serida et al., 2017). Las incubadoras le brindarán al emprendedor variados recursos y/o herramientas que le permita crear sinergias para que el negocio pueda perdurar en el largo plazo, logrando así incentivar el ecosistema emprendedor peruano (Valdez, 1988 como se citó en Montesinos et al., 2018; Tocto, 2017).

Es así como lo anteriormente señalado podría implicar que en nuestro país también se estaría obviando analizar el paso previo a la actividad de emprender y con ello la existencia de sugerencias o planes de mejora, como la creación de las incubadoras de negocios en las universidades, para así incrementar en mayor porcentaje el número de emprendimientos a nivel nacional. Esta situación sería preocupante, porque como ya hemos dado a notar, que no solo es importante brindar soporte a las personas cuyas empresas ya están creadas así sea en etapas iniciales y/o establecidas, sino por el contrario, establecer los tipos de apoyo que requieren las personas, en este caso los jóvenes universitarios, que tienen la intención de emprender.

Pero para entender la complejidad del proceso de emprendimiento, es crucial indicar que la decisión para crear una empresa es totalmente personal y a veces suele ser tan obvio, que se olvida o no es tomada en cuenta el proceso subjetivo que surge previamente. Según García-Cabrera, Déniz-Déniz y Cuéllar-Molina (2015) las decisiones que toma el emprendedor se basan en criterios racionales y no racionales; por ende, la conducta para desarrollar el emprendimiento podría estar influenciado por las diferencias psicológicas personales que produce un resultado relevante sobre la actividad emprendedora. A la fecha, los estudios que sustentan que la intención emprendedora cumple un papel vital en la toma de decisión para iniciar un negocio ha ido en aumento. Diferentes investigadores resaltan la necesidad de una perspectiva psicológica en este proceso de crear empresa que involucren diversos aspectos como el cognitivo (Shaver & Scott, 1991 como se citó en Azanza & Campos, 2014), el social y el de personalidad con las actitudes.

Existe una vieja discusión sobre si el emprendedor nace o se hace, y pues la respuesta a ello, está lejos de ser resulta (Vara-Horna, 2007). Por ello, se brindará una explicación que concentre teorías o conceptos que permita identificar de manera conjunta, los factores y/o variables que influyen en la actitud emprendedora en estudiantes universitarios y su

intención en crear un negocio. Hay estudios que explican la actitud emprendedora a partir de elementos sociodemográficos como el sexo, la edad, los antecedentes familiares, la experiencia laboral, entre otros (Azanza & Campos, 2014; Bernales, 2010; Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015; González et al., 2015).

Del mismo modo, otras variables han sido presentadas como predictoras de las intenciones de crear empresa. Según Sánchez et al. (2005), la mayoría de investigaciones sugieren que tanto las variables personales como las situacionales son relevantes en la determinación de las intenciones en el comportamiento emprendedor. Algunas características como las actitudes, los valores, los rasgos de personalidad, las motivaciones y habilidades personales pueden influir a las personas hacia el desarrollo de la intención de emprender. También, otros factores como los económicos, políticos, el contexto social vinculado a las normas subjetivas, apoyo social, percepciones de recursos y oportunidades, etc., igualmente colaboran en el desarrollo de la intención emprendedora.

Dentro de los planteamientos psicológicos relacionados al fenómeno emprendedor, las variables que con más frecuencia se han estudiado respecto a la relación con el comportamiento emprendedor y en otros casos a la intención emprendedora son la autoeficacia, la personalidad proactiva, la norma subjetiva, la propensión al riesgo, el locus de control, los rasgos de personalidad, entre otros; cuyos resultados confirman la relación existente con la intención de emprender y entre ellas mismas (Azanza & Campos, 2014; Bernales, 2010; Delgado et al., 2008; Chambi, 2017; Brockhaus, 1982; Crant, 1996 como se citaron en Sánchez et al., 2005; Vargas, 2007; Zhao et al., 2005).

Hoy en día, existe un desconocimiento y no es posible identificar el perfil psicológico del emprendedor peruano, menos aún el perfil del estudiante universitario emprendedor, las investigaciones realizadas solo nos aportan información sobre ciertas características individuales que no necesariamente son exclusivas de la persona emprendedora, pero si presentes como la propensión al riesgo, la necesidad de logro, etc. (Pereira, 2007). Las características que constituyen el perfil emprendedor son los rasgos de personalidad, conductas, actitudes, capacidades intelectuales, etc. que se relacionan y evolucionan por y mediante componentes genéticos y otros por los procesos de socialización; los cuales son modificables con el paso del tiempo (Sheron, 2012). Este inconveniente causa que los recursos proyectados a apoyar al emprendimiento universitario no sean asignados de manera

eficiente, provocando desperdicios de esfuerzos que podrían crear empresas (Pedraza, Órtiz & Pérez, 2015).

Lo expuesto líneas atrás, es una de las razones por lo cual la población escogida para estudiar las variables de norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva y su relación con la intención emprendedora, son los estudiantes universitarios. Además de ello, porque según Manosalvas (2017) este grupo de personas se encontrarán en un lapso corto de tiempo, en una etapa de culminación de la carrera profesional y esta situación producirá sentimientos de incertidumbre y momentos críticos de decisión al egresar, porque tendrán que optar por buscar un empleo y ser dependientes o crear su propia empresa (Guzmán & Liñán, 2005; Olmos & Castillo, 2008), es entonces cuando la intención emprendedora se vuelve un factor clave de estudiar. Carsrud y Brannback (2011) y Kwong y Thompson (2016) , nos indican que existen dos grupos de estudiantes universitarios respecto a su intención de emprender, por un lado están los jóvenes que crearán su empresa de manera inmediata al estar graduados y por el otro, los emprendedores potenciales que esperarán unos años para aprender y recién crear su negocio; ambos grupos tienen y tendrán diferentes requerimientos que tanto la universidad y el gobierno deberán tener conocimiento para elaborar propuestas acorde a las necesidades y así garantizar el éxito de dichas empresas.

Además, porque esta población de jóvenes universitarios son los posibles emprendedores potenciales al ser comparados con otras poblaciones de estudio (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015).

Y finalmente, porque son escasos los estudios realizados con el objetivo de identificar los factores que incentivan el espíritu emprendedor en los universitarios (Saeed, Yousafzai, Yani & Muffato, 2015). Por este motivo, resulta de vital importancia buscar y encontrar respuestas a la conducta de los estudiantes universitarios que concluyen sus estudios al existir dudas, desconfianza o incertidumbre sobre su futuro laboral (Olmos & Castillo, 2008). Asimismo, es crucial identificar y analizar los factores psicológicos vinculados que anteceden o forman parte del proceso de emprendimiento en los jóvenes, específicamente en la intención emprendedora, para tener una mayor comprensión de la misma (Goyanes, 2015).

Es así que, la presente investigación tiene como objetivo estudiar la relación de la intención emprendedora y la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y la personalidad proactiva en estudiantes peruanos de una universidad privada.

La hipótesis que se plantea es que la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y la personalidad proactiva se relacionan de forma positiva y significativa con la intención emprendedora.

## 2 MÉTODO

### 2.1 Participantes

La muestra estuvo conformada por un total de 502 alumnos de una universidad privada de Lima. Se determinó estudiar a los alumnos de las facultades de Negocios y de Administración en Hotelería y Turismo por tener carreras profesionales relacionadas a la administración de empresas en diferentes áreas o sectores. La facultad de Negocios alcanzó la mayor cantidad de alumnos 412 (82.1%) y la facultad de Administración en Hotelería y Turismo tuvo la menor cantidad 90 (17.9%).

La edad de los participantes fluctuaba entre los 16 y los 31 años. La edad promedio de los participantes fue de 20.14 años ( $DE = 2.34$ ). La edad promedio para las mujeres fue de 19.76 años ( $DE = 2.234$ ) y para los hombres fue de 20.76 años ( $DE = 2.343$ ). Se dividieron en tres rangos: de 16 a 19 años, de 20 a 25 años y de 26 a 31 años, el porcentaje evidenciado en la muestra fue de 42%, 56.4% y el 1.6% respectivamente.

En relación a los ciclos la mayoría de participantes procedían del segundo ciclo ( $N = 101$ , 20.1%) y la menor cantidad de participantes cursan el primer ciclo ( $N = 2$ , 0.4%). Se procedió a dividirlo por rangos, del primer al tercer ciclo, del cuarto al sexto ciclo y del séptimo al décimo ciclo, comprendiendo del total de la muestra el 33.3%, 19.5% y 47.2% respectivamente.

Sobre la variable de tiempo de experiencia laboral en los participantes, los resultados evidencian que el 45.4% de la muestra no poseen experiencia laboral, el 31.5 % tenían experiencia laboral de un mes a seis meses y el 14.1% de 7 meses a 12 meses, siendo el 9% la cantidad de alumnos que tenían experiencia laboral mayor a un año a más. Del total de los participantes se evidencia que el 73.5% de los estudiantes no trabajan actualmente y que la cantidad restante el 26.5% sí se encuentran laborando. Dentro de estos últimos, se encuentra que la mayoría de estudiantes trabajan en una empresa privada (21.1%) y sólo el 4.2% estudiantes trabajan en un negocio propio familiar.

El tipo de empresas con mayor cantidad de participantes trabajando le corresponde a la empresa privada, donde en el rango de 20 a 25 años presenta ( $N = 92$ , 32.5%), seguido del rango de 16 a 19 años con ( $N = 11$ , 5.2%). De igual forma, el tener una empresa propia obtiene mayor cantidad de alumnos entre las edades de 20 a 25 años ( $N = 16$ , 5.7%).



Respecto a la ocupación de los padres de familia de los participantes se observa que las ocupaciones más comunes por las madres son: ama de casa (N= 150, 29.9%), empresarias (N=118, 23.5%), administrativo (N= 55, 11.0%), salud (N= 43, 8.6%) y educación (N= 38, 7.6%) y para el caso de las ocupaciones de los padres se encuentra que mayor cantidad de ellos son: empresarios (N= 189, 37.6%), jefatura (N= 43, 8.6%), ingenieros (N= 38, 7.6%), administrativos (N= 32, 6.4%) y administradores (N= 30, 6.0%); fueron pocos los participantes que no declararon la ocupación de sus padres (N= 17, 3.4%).

La cantidad de madres que trabajan son 313 (62.4%) y de los padres 447 (89.0%) por el contrario, las madres que no trabajan son 189 (37.6%) y de los padres 38 (7.6%). De las madres que trabajan actualmente 112 (22.3%) trabajan en empresas privadas y 112 (22,3%) trabajan en una empresa propia y 76 (15.1%) trabajan en una empresa pública. En el caso de los padres 179 (35.7%) trabajan en una empresa propia, 170 (33.9%) trabajan en una empresa privada y 69 (13.7%) trabajan en una empresa pública.

Por otro lado, la intención emprendedora de los participantes fue evaluada mediante la pregunta ¿ha considerado Ud. alguna vez seriamente convertirse en empresario?, cuyo resultado obtenido fue que 486 (96.8%) alumnos sí tienen la intención de emprender y 16 (3.2%) alumnos no tienen la intención de emprender. Del total de alumnos que sí tienen la intención de emprender 299 (95.5%) son mujeres y 187 (98.9%) son hombres, y del total de alumnos que no tienen intención de emprender 14 (4.5%) son mujeres y 2 (1.1%) son hombres.

El rango de ciclos que obtiene mayor cantidad de alumnos con intención de emprender es el de séptimo a décimo ciclo (N= 228, 96.2%), seguido del rango de primer a tercer ciclo (N= 164, 98.2%) y por último, el rango de cuarto a sexto ciclo (N= 94, 95.9%).

La cantidad de estudiantes que no tienen experiencia laboral y tienen la intención de emprender es mayor (N= 225, 98.7%), a la cantidad de alumnos que no tienen la intención de emprender (N= 3, 1.3%). En el caso de los alumnos que tienen experiencia laboral de un mes a seis meses presentan mayor intención de emprender (N= 150, 94.9 %), seguido del tiempo de experiencia de siete a doce meses (N= 67, 94.4 %). Los rangos restantes al tener poca cantidad de personas obtienen como resultado que el 100% de sus alumnos tienen la intención de emprender, salvo el último rango de tiempo de 37 meses a más que tiene (N=

3,75.0 %) de alumnos con intención de emprender y un alumno (N= 1, 25.0 %) sin intención de emprender.

La cantidad de participantes que trabajan actualmente y tienen la intención de emprender son un total de 127 (95.5 %) menor a la cantidad de alumnos que no trabajan pero sí tienen la intención de emprender (N= 359, 97.3 %). Caso contrario sucede con los alumnos que no trabajan actualmente y no tienen intención de emprender (N= 10, 2.7 %) que es mayor, aunque por poca cantidad, de los alumnos que sí tienen intención de emprender aunque no trabajen actualmente (N= 6, 4.5 %).

Por último, se evidencia que el tipo de empresa donde los alumnos trabajan y que tienen mayor cantidad de personas con intención de emprender es la empresa privada (N= 101, 95.3 %). El tipo de empresa pública y propia presenta la misma cantidad de personas en la intención de emprender y no emprender (N= 1, 50.0 %; N= 1, 50.0%) respectivamente. Y para la empresa pública (N= 2, 100.0%), la empresa propia (N= 21, 100.0%) y la empresa privada y pública (N= 2, 100.0%) se observa el 100% de los alumnos con intención de emprender.

## **2.2 Medidas**

### **2.2.1 Cuestionario Entrepreneurial Intention Questionnaire. EIQ (Liñan & Chen, 2009).**

El instrumento cuenta con 10 subescalas (Formación, Experiencia, Conocimiento Empresarial, Atracción Profesional, Valoración Social “Norma Subjetiva”, Capacidad Empresarial, Intención Empresarial, Objetivo Empresarial, Educación Empresarial, Datos Personales). La evidencia de confiabilidad y validez del instrumento en general son adecuadas según la investigación que se realizó para su validación en España y Taiwán (Liñan & Chen, 2009). En base al análisis factorial exploratorio (AFE) se obtuvo como resultado que la medida de adecuación de la muestra Kaiser-Meyer-Olkin para la suficiencia de la muestra era bastante alta (.912) y la esfericidad de Bartlett prueba sumamente significativo ( $p < .001$ ). En esta investigación se emplearán solo dos de estas subescalas: intención emprendedora y norma subjetiva (nombre en la escala original: valoración social).

#### **2.2.1.1 Intención Emprendedora**

Esta subescala empieza con la pregunta “¿Ha considerado Ud. alguna vez seriamente convertirse en empresario?” y brinda una opción de respuesta dicotómica de Sí o No. Luego,

presenta 6 ítems, los cuales cuentan con una escala de respuesta tipo Likert del 1 al 7, donde 1 corresponde a (*desacuerdo total*) y 7 corresponde a (*acuerdo total*).

En los estudios de validez realizados por Liñan y Chen (2009) se encuentra que la evidencia de confiabilidad general de la intención emprendedora empleando el método de consistencia interna, alcanza un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.94. En relación con la evidencia de la validez de constructo, se realizó un análisis factorial con el método de extracción Oblimin con Kaiser (rotación convergente, después de seis repeticiones). Solo se consideraron los reactivos que tenían cargas factoriales iguales o mayores a 0.40, aquellos reactivos que tuvieron cargas factoriales por debajo de 0.40 no fueron tomados en cuenta. Las cargas factoriales de los reactivos fluctuaron entre de .86 a .65.

### **2.2.1.2 Norma Subjetiva**

Esta subescala cuenta con tres componentes y todos evalúan la presión social que ejerce la familia, amigos y la sociedad para que se ejecute una acción determinada. Se emplea una escala Likert del 1 al 7, donde de acuerdo con cada parte, se utiliza una valoración diferente. La primera parte consta de 3 ítems con una escala Likert de 1 al 7, donde 1 es (*muy por debajo de otras*) y 7 (*muy por encima*). La segunda parte consta de 3 ítems con una escala Likert del 1 al 7, donde 1 es (*desaprobación total*) y 7 (*aprobación total*). La tercera parte consta de 5 ítems con una escala Likert del 1 al 7, donde 1 es (*desacuerdo total*) y 7 (*acuerdo total*). Liñan y Chen (2009) evidencia solo la confiabilidad de la segunda subárea, la cual alcanza un Alfa de Cronbach de 0.77. El análisis factorial con el método Oblimin con Kaiser, (rotación convergente, después de seis repeticiones) muestra cargas factoriales entre 0.48 y 0.99. No se cuenta con información de las otras subáreas por lo cual esta información será presentada en la sección de resultados del presente trabajo.

### **2.2.2 Autoeficacia emprendedora (Moriano et al., 2006a)**

El instrumento para medir la variable autoeficacia emprendedora es la desarrollada por De Noble et al. en el año 1999 *Entrepreneurial Self – Efficacy* ESE, en su versión adaptada en castellano por Moriano et al. (2006a); la cual después de realizar tres análisis de componentes principales y normalización Varimax con Kaiser se obtuvieron cinco factores definitivos que explican el 55.45% de la varianza total, quedando con 19 ítems de 23 según la escala original. El formato de respuesta es tipo Likert de 5 puntos, donde 1 es (*completamente incapaz*) y 5 es (*perfectamente capaz*). Los cinco factores que comprende

son: desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, gestionar los recursos humanos, iniciar relaciones con inversores, construir un entorno innovador y trabajar bajo estrés. Las evidencias de confiabilidad y validez del instrumento son adecuadas.

En relación a la validez, se obtiene que las cargas factoriales alcanzadas para el primer factor oscilan entre .79 y .50; para el segundo factor oscilan entre .72 y .54; para el tercer factor oscilan entre .67 y .50; para el cuarto factor oscilan entre .70 y .44 y por último, el quinto factor con sólo dos ítems obtienen cargas factoriales de .78 y .53. Y la confiabilidad general del instrumento alcanza un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.86, la cual es muy buena (Hutcheson & Sofroniou, 1999 en Field, 2009) e incluso es superior a la escala original .70 y las consistencias internas obtenidas para cada uno de los factores son .75, .68, .72, .65 y .40 respectivamente.

En el Perú, este instrumento ha sido adaptado por Bernales (2010) empleando una versión de 15 ítems con una escala Likert que va del 1 (*Completamente Incapaz*) al 10 (*Completamente Capaz*). Con relación a la validez de constructo, el análisis factorial dio como resultado dos factores (en lugar de cinco de acuerdo con la escala original) con una medida de adecuación muestral de KMO de 0.92 siendo éste un valor excelente (Hutcheson & Sofroniou, 1999 como se citó en Field, 2009). Los dos factores encontrados son orientación a las tareas y orientación a las personas. El alfa de Cronbach obtenido para el primer factor es de 0.88 y el del segundo es de 0.86.

### **2.2.3 Personalidad proactiva. (Sánchez, s.f.)**

Para medir la personalidad proactiva se utiliza el instrumento aplicado en la investigación por Bernales (2010), la cual consta de 35 ítems que miden el grado de personalidad proactiva en la persona. El instrumento utiliza una escala Likert de 0 a 5, donde 0 es (*totalmente en desacuerdo*) y 5 es (*totalmente de acuerdo*) para sus respuestas.

Las evidencias de confiabilidad y validez del instrumento son adecuadas. El estudio realizado por el autor analiza la validez de constructo en base a un análisis factorial exploratorio y se identifican tres factores con una medida de adecuación muestral KMO de 0.88 el cual es un valor muy bueno (Hutcheson & Sofroniou, 1999 en Field, 2009). Los tres factores identificados fueron “innovación” cuyas cargas factoriales oscilaron entre .52 y .72; “resiliencia” y las cargas factoriales obtenidas están entre .51 y .81 y “orientación al cambio” con cargas factoriales entre .49 y .82. Con relación al análisis de la consistencia interna de

cada factor (innovación, resiliencia y orientación al cambio) alcanzan un Alfa de Cronbach de .80, .79. y .76 respectivamente.

### **2.3 Procedimiento**

En primer lugar, se tuvo contacto vía correo electrónico con el Decano de la Facultad de Negocios y se elaboró una presentación donde se le explicaba el tema de investigación, los objetivos y los beneficios del mismo para la institución. Luego, se tuvo una reunión con el director de la Carrera de Administración y Finanzas de la misma facultad para explicarle en forma presencial el tema de investigación.

Posteriormente a ello, se tuvieron dos reuniones más con el director para precisar detalles para el inicio de la aplicación de encuestas en la institución y luego todas las comunicaciones fueron realizadas por correo electrónico. La información brindada por parte de la institución consistió en la lista de los profesores que dan clases a alumnos de los ciclos tercero, séptimo y décimo de la Facultad de Negocios, que corresponden a las clases de Fundamento de la Gerencia ( $N= 20$  salones), Administración de las Operaciones ( $N= 6$  salones) y Dirección Estratégica de Empresas ( $N= 6$  salones) correspondientemente, cada uno con indicación del horario y salón de clases.

En segundo lugar, se elaboró un cronograma para la aplicación de encuestas con la información brindada y se envió por correo electrónico a todos los profesores la posible fecha para asistir a sus clases, sólo se esperó la confirmación de ellos para proceder con la aplicación. Se obtuvo respuesta de la gran mayoría de los profesores y esto permitió que la aplicación de encuestas se realizara en 2 semanas y 3 días.

Como tercer paso, se visitó a cada profesor en el horario y salón de clase indicado. Se realizaron dos breves presentaciones, una por parte del profesor y otra por parte de la investigadora. Esta última presentación explicó el tema de investigación con mayor profundidad, los objetivos y beneficios para ellos como participantes. Luego de esto, se les entregó la encuesta y su consentimiento informado a cada alumno que deseaba participar y se absolvió todas las dudas que surgieron durante ese tiempo. La aplicación se dio durante los primeros 20 minutos de cada clase al que se asistió.

Finalmente, se les ofreció a los alumnos participantes de la investigación, que se les otorgaría un informe sobre sus resultados a nivel individual y grupal y una guía de interpretación de resultados.

Por otro lado, para la utilización de los instrumentos en la presente investigación se obtuvo el permiso respectivo del autor para el cuestionario de personalidad proactiva; para el cuestionario de autoeficacia emprendedora se encontró como uso libre y el cuestionario de intención emprendedora y norma subjetiva, que están ambas en un mismo instrumento, también se encontraron como uso libre pero la versión en inglés y la versión en español fue brindada por otra persona.

#### **2.4 Diseño de investigación**

La investigación es transversal de tipo descriptivo-correlacional. Es descriptiva ya que su propósito es saber cómo se comporta una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada. Además, busca especificar las características, propiedades de la población, objetos o grupos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. Es correlacional, ya que busca identificar las relaciones existentes entre dos o más variables en un contexto en particular (Dankhe, 1989 como se citó en Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

### **3 RESULTADOS**

#### **3.1 Análisis Preliminar**

##### **3.1.1 Cuestionario entrepreneurial intention questionnaire, EIQ.**

Se utilizó de este cuestionario dos subescalas, las cuales son Intención Emprendedora y Valoración Social, denominada también como “Norma Subjetiva” y será el nombre que se utilice en la presente investigación. Asimismo a cada componente que compone dicha subescala, se le asignó un nombre para obtener un mejor análisis: el primer componente se le denominará Intención Emprendedora (IE); el segundo, será Norma Subjetiva de Valoración (NSVAL); el tercero, será Norma Subjetiva de Aprobación (NSAPRO) y el cuarto, será Norma Subjetiva de Cultura (NSCUL). Respecto a los ítems que cada subescala contiene, se manejará con las abreviaturas indicadas entre paréntesis agregando el número del ítem evaluado; así será como se nombrarán en la investigación de aquí en adelante. Para analizar la validez de constructo de este instrumento se procedió a realizar dos Análisis Factoriales Exploratorios (AFE) y se utilizó un análisis de componentes principales con rotación Oblimin Directo de Kaiser, según se indica en la investigación de la elaboración de este instrumento (Liñan & Chen, 2009).

En el primer Análisis Factorial Exploratorio (AFE) se evidencia un KMO de .82, el cual se realiza con todos los ítems originales, del resultado del análisis de componentes principales resultaron 4 componentes con los autovalores mayores a 1 (Eigen) que explican el 64.06% de la varianza total. Dentro de estos resultados se obtiene al ítem NSVAL1 con una carga factorial de .295, siendo menor a lo esperado de .40 según Field (2009), además se encontraba dentro de otro componente diferente al de la escala original; el test de esfericidad de Bartlett fue altamente significativo ( $p < .001$ ). De igual forma, se realizó el análisis de confiabilidad interna Alpha de Cronbach con todos los ítems de la subescala y este ítem obtiene 1.54. Luego, se realiza otro análisis de confiabilidad interna pero sólo del componente NSVAL al que pertenece este ítem y obtiene un alpha de .37 el ítem NSVAL1 y el componente en general una consistencia interna de .65, en ambos casos se obtiene un número menor a lo aceptable de .70 por lo cual se decide eliminar este ítem, ya que al eliminarlo el alpha de Cronbach para su componente aumenta a .778.

Según el segundo Análisis Factorial Exploratorio (AFE) se obtuvo como resultado que la medida de adecuación de la muestra Kayser-Meyer-Olkin (KMO) fue de .82 y el test

de esfericidad de Bartlett fue altamente significativo ( $p<.001$ ), por lo que se continuó con la interpretación y análisis de los resultados.

Del análisis de los componentes principales resultaron nuevamente cuatro componentes iguales a las de la escala original, salvo el tercer componente que como se mencionó anteriormente, se elimina el ítem NSVAL1. Los autovalores obtenidos fueron mayores a 1 (Eigen) que explican el 67.21% de la varianza total. Los ítems que se asignaron a cada uno de los componentes fueron asignados cuando su carga factorial era mayor a .30.

El primer componente obtuvo un autovalor de 4.81 que explica el 30,18% de la varianza adicional, el segundo componente obtuvo un autovalor de 2.77 que explica el 17.31% de la varianza adicional, el tercer componente alcanzó un autovalor de 1.93 que explica el 12.09% de la varianza adicional y, por último, el cuarto componente alcanzó un autovalor de 1.22 y el 7.63% de la varianza adicional. Asimismo, las cargas factoriales obtenidas fueron las adecuadas según Field (2009) ya que indica que para los análisis exploratorios deben ser iguales o mayores a .40. El primer componente con el nombre de Intención emprendedora (IE) obtiene cargas factoriales de .92 a .78; el segundo componente llamado Norma Subjetiva de Cultura (NSCUL) obtiene cargas factoriales de .76 a .61; el tercer componente con el nombre de Norma Subjetiva de Valoración (NSVAL) obtiene cargas factoriales iguales de .86 al ser sólo dos ítems y el cuarto componente, llamado Norma Subjetiva de Aprobación (NSAPRO) obtiene cargas factoriales de .80 a .71.

El análisis de confiabilidad de este instrumento se obtiene analizando la consistencia interna alfa de Cronbach de los ítems de los 4 componentes y su rango de valores de las correlaciones elementos total corregida. Los resultados fueron un alfa de Cronbach de .94 y un rango entre .72 y .87; alfa de Cronbach de .72 y un rango entre .41 y .57; alfa de Cronbach de .78 y sus valores iguales de .64; y un alfa de Cronbach de .74 y un rango entre .39 y .72, respectivamente.

### **3.1.2 Autoeficacia Emprendedora**

La validez de constructo de este instrumento fue analizado mediante el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y se utilizó un análisis de componentes principales con rotación Varimax. El resultado obtiene un KMO de .89 y el test de esfericidad de Bartlett fue altamente significativo ( $p<.001$ ).



En el resultado del análisis de componentes principales se obtuvo cinco componentes como su escala original (versión española) y con autovalores mayores a 1 (Eigen), los cuales explican un 58.84% del total de la varianza. El primer componente obtiene un autovalor de 6.28 explicando el 33.03% de la varianza adicional; el segundo, un autovalor de 1.52 explicando el 8.01% de la varianza adicional; el tercero, un autovalor de 1.24 explicando el 6.53% de la varianza adicional; el cuarto, un autovalor de 1.08 con una varianza adicional de 5.71% y el quinto un autovalor de 1.06 con una varianza adicional de 5.56%, respectivamente.

Asimismo y continuando con el análisis de componentes principales, se debe mencionar que se mantienen los nombres de cada componente de su escala original, con la diferencia que en algunos componentes han sido distribuidos a otros componentes lo cual permite agrupar de mejor manera estos ítems (ver Tabla 1).

Como se podrá observar las cargas factoriales para el primer componente denominado Desarrollar Nuevos Productos u Oportunidades de Mercado (DNP) es el mismo de la escala original (ítems 16, 12, 6 y 8) pero se ha agregado el ítem 3 “reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios”, las cargas factoriales para estos ítems fueron desde 0.40 hasta 0.77, lo cual indica que son adecuados según Field (2009), que indica que para los análisis exploratorios deben ser iguales o mayores a .40. El cuarto componente del instrumento original Construir un Entorno Innovador (CEI) pasa a ser el segundo componente para esta investigación manteniendo el mismo nombre y los ítems (21, 14 y 18), pero eliminando el ítem 11 “tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio” y agregando los ítems 22 “identificar y construir equipos de gestión” y 23 “formar asociaciones o alianzas con otros”; las cargas factoriales para este componente fueron de .61 hasta .73.

El segundo componente de la versión original Gestión de los Recursos Humanos (GRH) termina siendo el tercer componente para la investigación, también mantiene el mismo nombre y mantiene los ítems (9, 4 y 5) y elimina el ítem 3, que ahora pertenece al primer componente. Las cargas factoriales para este componente varían de .66 hasta .76. El cuarto componente está conformado por los mismos ítems (2 y 7) del tercer componente de la escala original, manteniendo su mismo nombre Iniciar Relaciones con los Inversores (IRI), pero se eliminan los ítems 23, 22 que fueron integrados en el segundo componente

resultante de la investigación y el ítem 13 integrado en el primer componente. Las cargas factoriales en este caso varían de .69 hasta .73. Y por último, el quinto componente de esta investigación es la misma de la versión original de la prueba, por lo tanto mantiene el mismo nombre Trabajar Bajo Estrés (TBE) y mantiene los ítems 1 “trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto” y el ítem 15 “persistir frente a la adversidad”, pero agregando el ítem 11 “tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio”; las cargas factoriales de este componente varían de .59 hasta .73.

El análisis de confiabilidad de este instrumento se obtiene analizando la consistencia interna alfa de Cronbach de los ítems de los 5 componentes y los rangos de las correlaciones elementos total corregida. El primero alcanza un alfa de Cronbach de .80 y un rango entre .45 y .61. El segundo, alcanza un alfa de Cronbach de .78 y un rango entre .51 y .60. El tercero alcanza un alfa de Cronbach de .70 y un rango entre .50 y .55. El cuarto alcanza un alfa de Cronbach de .61 y un rango entre .44. Y el quinto alcanza un alfa de Cronbach de .56 y un rango entre .28 y .43, respectivamente. Los coeficientes de consistencia interna Alpha de Cronbach de los componentes obtenidos en esta investigación son mayores a las que se indica en la escala original, salvo el cuarto componente que sí tiene un coeficiente de consistencia interna menor a la de la escala original. Y en relación a la escala en general se obtiene un alfa de Cronbach de .88, siendo superior al de la escala original adaptada que obtiene .86 (Moriano et al., 2006a) y a la prueba versión original de .70 (De Noble et al., 1999 como se citó en Moriano et al., 2006a).

Tabla 1

*Cargas factoriales del análisis de componentes principales y del análisis factorial exploratorio (AFE) del Instrumento de Autoeficacia Emprendedora*

Ítem	Componente				
	1	2	3	4	5
AE16: Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.	.77				
AE12: Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes.	.72				
AE6: Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.	.70				
AE3: Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.	.59				
AE8: Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.	.51				
AE13: Identificar recursos potenciales de financiación.	.40				
AE21: Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.	.73				
AE14: Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.	.67				
AE18: Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas.	.66				
AE22: Identificar y construir equipos de gestión.	.64				
AE23: Formar asociaciones o alianzas con otros.	.61				
AE9: Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa.			.76		
AE4: Reclutar y entrenar a los empleados clave.			.74		
AE5: Establecer la visión y valores de la organización.			.66		
AE2: Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.				.73	
AE7: Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.				.69	
AE1: Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.					.73
AE11: Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio.					.68
AE15: Persistir frente a la adversidad.					.59

### 3.1.3 Personalidad Proactiva

Este instrumento fue analizado mediante el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y se utilizó un análisis de componentes principales con rotación Varimax. Se realizaron 3 análisis factoriales y se obtiene un KMO de .85 y el test de esfericidad de Bartlett fue altamente significativo ( $p < .001$ ).

En el resultado del primer análisis de componentes principales con rotación Varimax y sin especificar una cantidad de componentes específicas, se obtuvieron diez componentes, pero como los ítems no se distribuían de forma adecuada en cada componente y varias de ellas tienen cargas factoriales en más de dos componentes, se decidió hacer un segundo análisis factorial en base a tres componentes según los resultados encontrados en la investigación de Bernal (2010), en el cual le resultan los componentes de Resiliencia, Orientación al Cambio e Innovación, pero los resultados encontrados fueron los mismos que salieron en el primer análisis, en relación a que las cargas factoriales alcanzadas eran aceptables en más de dos componentes. Por ello, se decidió hacer un tercer análisis factorial exploratorio (AFE) con dos componentes, ya que según el gráfico de sedimentación (ver figura 1) en este instrumento sólo existen 2 componentes. Se obtienen autovalores mayores a 1 (Eigen), los cuales explican un 27.12% del total de la varianza. El primer componente obtiene un autovalor de 6.66 explicando el 19.03% de la varianza adicional y el segundo componente obtiene un autovalor de 2.83 explicando el 8.09% de la varianza adicional.

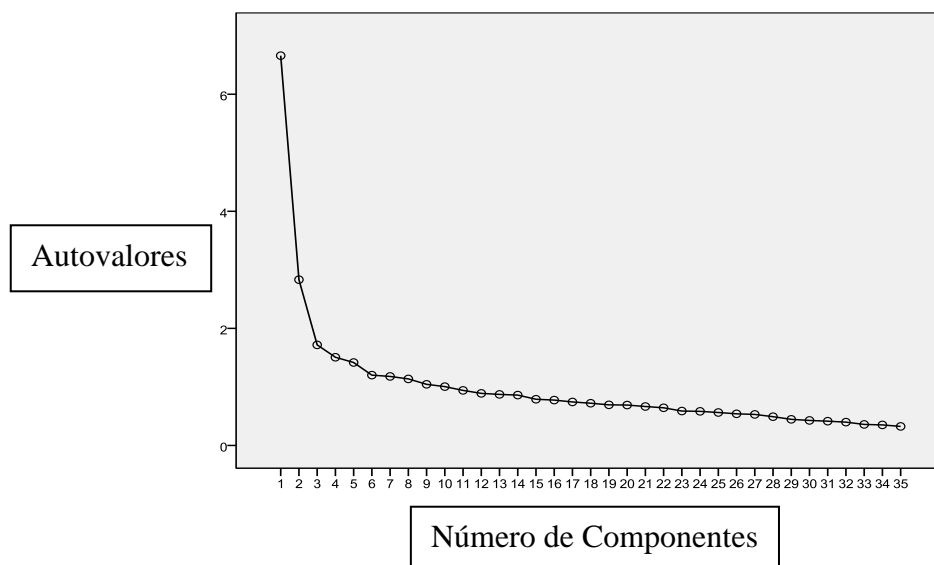


Figura 1 Gráfico de sedimentación de Cattell del análisis de componentes principales de la Escala de Personalidad Proactiva

Continuando con el análisis de componentes principales, se debe mencionar que se cambian los nombres de los componentes de este instrumento y se reduce a dos; asimismo no se eliminan ítems a pesar que los ítems 11, 16, 24, 30 y 35 obtienen cargas factoriales menores a lo aceptable de .40 según Field (2009), pero se mantienen porque se desea respetar todos los ítems de la escala original y se decide mantener todo ítem con una carga factorial igual o mayor a .20 (ver Tabla 2).

Tabla 2

*Cargas factoriales del análisis de componentes principales y del análisis factorial exploratorio (AFE) del Instrumento de Personalidad Proactiva*

Ítem	Componente	
	1	2
PP9: Si creo en una idea, ningún obstáculo me impedirá hacerla realidad.	.67	
PP10: Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros.	.64	
PP7: Destaco identificando oportunidades.	.59	
PP29: Creo que es importante seguir buscando nuevas formas de hacer las cosas en los negocios.	.57	
PP31: Disfruto buscando buenas soluciones para problemas que nadie había considerado todavía.	.56	
PP8: Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.	.55	
PP5: No importa lo que cueste, si creo en algo haré que suceda.	.53	
PP22: El éxito me hace asumir mayores riesgos.	.53	
PP26: Considero que para llegar a tener éxito en los negocios debes estar cada día desarrollando nuevas opciones.	.52	
PP3: Nada es más excitante que ver mis ideas hechas realidad.	.51	
PP23: Me entusiasmo cuando soy capaz de enfocar tareas de forma original.	.50	
PP28: Creo que para llegar a una buena solución de un problema empresarial es importante preguntarse por la definición que se ha hecho del problema.	.50	
PP12: Sigo el lema: "Si no te arriesgas no ganas".	.49	
PP34: Normalmente busco colegas que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas.	.49	
PP2: Donde quiera que haya estado, he sido un importante agente de cambios.	.48	
PP20: Me gustaría actuar por mi cuenta por un tiempo en mi trabajo para demostrar mi capacidad, aunque cometa errores.	.48	
PP1: Estoy constantemente buscando nuevas formas de mejorar mi vida.	.46	

PP4: Si veo algo que no me gusta, lo cambio.	.46
PP27: Normalmente tomo el control en situaciones desestructuradas.	.44
PP14: Si una tarea parece interesante la hago incluso aunque no esté seguro de si conseguiré hacerla.	.44
PP32: Considero que una compañía para tener éxito debe utilizar procedimientos empresariales que puedan parecer inusuales a primera vista.	.42
PP18: Doy mi opinión aunque algunas personas tengan opiniones contrarias.	.42
PP6: Me encanta ser defensor de mis ideas incluso con la oposición de otros.	.42
PP30: Considero que cuando se persiguen metas empresariales el resultado final es mucho más importante que seguir los procedimientos habituales.	.39
PP24: Considero que las organizaciones que no experimentan cambios radicales tarde o temprano tienden a quedarse estancadas en la rutina.	.34
PP16: Incluso cuando sé que mis posibilidades son limitadas "tiendo a la suerte".	.21
PP15R: No me gusta jugármela, prefiero estar seguro.	.74
PP13R: No me gustan demasiado las decisiones arriesgadas.	.64
PP25R: Considero que para obtener éxito uno debe someterse a aceptar los procedimientos empresariales establecidos.	.58
PP17R: En mi trabajo sólo establezco pequeñas metas que puedo conseguir sin dificultad.	.56
PP19R: Mis decisiones siempre las tomo cuidadosamente y con precisión.	.53
PP33R: Considero que las normas están por alguna razón.	.49
PP21R: Tiendo a imaginar los resultados negativos de mis acciones.	.43
PP11R: Soy bastante precavido cuando hago planes y cuando los pongo en marcha.	.42
PP35R: Raramente me planteo el valor de los procedimientos establecidos.	.36

---

Como se podrá observar el primer componente denominado Proactividad (PRO) está conformado por los ítems 1, 2, 3, 4,5 ,6 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32 y 34; las cargas factoriales para estos ítems fueron desde 0.21 hasta 0.67, lo cual indica que son adecuados porque las cargas factoriales en los análisis exploratorios deben ser iguales o mayores a .40 según Field (2009), salvo los ítems 16, 24 y 30. El segundo componente tiene el nombre de Seguridad en las acciones (SA) y está conformado por los ítems 11, 13, 15, 17, 19, 21, 25, 33 y 35; las cargas factoriales están en un rango de .36 a .74, siendo también adecuadas según Field (2009), salvo el ítem 35.

Para el análisis de confiabilidad de este instrumento se realiza un análisis de consistencia interna alfa de Cronbach de los ítems de cada componente. El primer componente alcanza un coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach de .87 y las correlaciones elementos total corregida alcanzaron valores entre .21 y .59 y el segundo componente alcanza un coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach de .70 y las correlaciones elementos total corregida alcanzaron valores entre .24 y .57.

### **3.2 Análisis Descriptivos**

Se realizaron los análisis descriptivos en relación a la media y desviación estándar de las variables y sus componentes que se aplicaron para esta investigación: Intención Emprendedora; Norma Subjetiva y sus tres componentes; Autoeficacia Emprendedora y sus cinco y por último, Personalidad Proactiva y sus dos componentes. Los resultados obtenidos se muestran en la siguiente tabla (Ver tabla 3).



Tabla 3  
*Estadísticos Descriptivos de los Componentes de los instrumentos*

Componente	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
IE	1.00	7.00	6.3350	.90760
NSVAL	1.00	7.00	5.6096	1.01336
NSAPRO	3.00	7.00	6.4920	.64040
NSCUL	1.00	7.00	5.1275	1.16304
DNP	1.17	5.00	3.8622	.61582
CEI	2.00	5.00	4.0299	.60614
GRH	1.00	5.00	4.0691	.65160
IRI	1.00	5.00	4.1325	.68915
TBE	2.00	5.00	3.7344	.63520
PRO	2.58	5.00	3.9582	.41422
SA	.11	3.56	1.8887	.61964

*Nota:* IE=intención emprendedora, NSVAL=norma subjetiva de valoración, NSAPRO=norma subjetiva de aprobación, NSCUL=norma subjetiva de cultura, DNP=desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, EI=construir un entorno innovador, GRH= gestionar los recursos humanos, IRI= iniciar relaciones con los inversores, TBE=trabajar bajo estrés, PRO=proactividad, SA=seguridad en las acciones.

Como se observa en la tabla, los datos que más resaltan y obtienen mayor puntuación son el componente NSAPRO (M=6.49) siendo incluso mayor que la media de la variable IE (M=6.34).

Asimismo, se realizaron los análisis de la distribución de la muestra, a través de la prueba de Kolmogorov - Smirnov de cada variable de investigación y de cada componente de los instrumentos.

En relación con las variables de investigación se evidencia que la variable de intención emprendedora y norma subjetiva son significativas y por ende tienen distribución no normal ( $Z=5.20^{***}$ ,  $p<.001^{***}$ ;  $Z=1.76^{**}$ ,  $p<.01^{**}$ ) respectivamente, por ello para el análisis de correlación de estos componentes se utilizará el coeficiente de correlación de Spearman. Y para el caso de las variables de Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva son no significativas y por ende tienen una distribución normal ( $Z=1.21$ ,

$p < .001^{***}$ ;  $Z = .61$ ,  $p < .01^{**}$ ) respectivamente y para realizar el análisis de correlación de estas variables se utilizará el coeficiente de correlación de Pearson.

Respecto al análisis de distribución de cada componente de las variables estudiadas, como se podrá observar en la tabla 4, las variables y sus componentes Intención Emprendedora, Norma Subjetiva y Autoeficacia Emprendedora son significativas y por ende su distribución no es normal ( $p < .05$ ), por ello para el análisis de correlación de estos componentes se utilizará el coeficiente de correlación de Spearman.

En el caso del instrumento de Personalidad Proactiva y sus componentes son no significativas y por ello su distribución es normal ( $p > .05$ ), por lo cual para el análisis de correlación de sus componentes se utilizará el coeficiente de correlación de Pearson.

Tabla 4

*Resultados del análisis de la prueba de Kolmogorov-Smirnov de los componentes de cada variable.*

Componentes	Z	p
Intención Emprendedora	5.20	.00
Norma Subjetiva de Valoración	3.90	.00
Norma Subjetiva de Aprobación	5.65	.00
Norma Subjetiva de Cultura	1.84	.002
Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado	2.04	.001
Construir un entorno innovador	2.28	.00
Gestionar los recursos humanos	3.16	.00
Iniciar relaciones con los inversores	4.10	.00
Trabajar bajo estrés	2.56	.00
Proactividad	.96	.32
Seguridad en las acciones	1.30	.07

En base a los resultados obtenidos en el análisis anterior, se realizó un nuevo análisis entre la variable intención emprendedora y la variable de control género con los componentes de las variables norma subjetiva y autoeficacia emprendedora para evaluar el grado de diferencias o independencias entre estas mismas, todo ello según la distribución no normal, la cual se analiza mediante la prueba de U. de Mann Whitney.

Como se podrá observar en la tabla 5, los resultados del análisis evidencia que existen diferencias estadísticamente significativas entre la variable de control género y los componentes NSCUL de la variable de norma subjetiva y los componentes GRH y TBE de a variable autoeficacia emprendedora, porque su nivel de significación es  $p < .05$ ; por lo cual nos indica que en el componente NSCUL las mujeres reportan mayor norma subjetiva de cultura que los hombres, lo cual indica que las mujeres sienten mayor presión por parte de la cultura para actuar de una determinada forma a comparación de los hombres; para el componente GRH, las mujeres reportan mayor autoeficacia emprendedora en la gestión de los recursos humanos a comparación de los hombres, y dentro de esta misma variable el componente TBE, los hombres reportan mayor autoeficacia emprendedora en trabajar bajo estrés en comparación de las mujeres.

Y el resultado para el resto de componentes NSVAL y NSAPRO de la variable norma subjetiva y para los componentes DNP, CEI e IRI de la variable autoeficacia emprendedora se obtiene como resultado que no existen diferencias estadísticamente significativas: NSVAL ( $U=28760.00$ ,  $p > .05$ ); NSAPRO ( $U=28484.50$ ,  $p > .05$ ); DNP ( $U=28832.00$ ,  $p > .05$ ); CEI ( $U=28993.50$ ,  $p > .05$ ) e IRI ( $U=28617.00$ ,  $p > .05$ ). Por último, tampoco existen diferencias significativas entre el género y la intención emprendedora ( $U=27699.50$ ,  $p > .05$ ).

Tabla 5

*Resultados del Análisis de Pruebas No Paramétricas U. de Mann Whitney entre la variable IE y la variable Género con los componentes NSCUL, GRH y TBE.*

Componente	Género		
	U (p)	H	M
IE	27699.50 .23	6.67	6.67
NSCUL	26387.50 .04	5.20	5.40
GRH	26519.00 .05	4.00	4.33
TBE	25241.50 .01	4.00	3.67

*Nota:* IE=Intención Emprendedora, NSCUL= Norma Subjetiva de Cultura, GRH=Gestión de Recursos Humanos, TBE= Trabajo Bajo Estrés.

### 3.3 Análisis Principales

Se realizaron dos análisis de correlaciones. En el primero, se realizaron con las variables de investigación en su totalidad y el segundo, con los componentes de cada variable; en ambos casos se incluyen las variables de control continuas: Edad, Ciclo y Tiempo de Experiencia Laboral (TEL).

En la tabla 6, se pueden observar los resultados del primer análisis de correlación Spearman para las variables con distribución no normal y Pearson para las variables con distribución normal.

Tabla 6

*Análisis de Correlación Spearman y Pearson entre las variables de control continuas y las variables de investigación*

	Edad	Ciclo	TEL	IE	AE	NS
Ciclo	.71***					
Tiempo de Experiencia Laboral (TEL)	.59***	.47***				
Intención Emprendedora (IE)	-.05	-.12**	-.07			
Autoeficacia Emprendedora (AE)	.05	-.03	.00	.34***		
Norma Subjetiva (NS)	.05	-.00	-.04	.17***	.22***	
Personalidad Proactiva (PP)	.06	-.07	.10*	.31***	.55*** <sup>a</sup>	.15**

*Nota:* IE= Intención Emprendedora, AE= Autoeficacia Emprendedora, NS=Norma Subjetiva, TEL=Tiempo de experiencia laboral.

\* $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ , a=correlación de Pearson.

Como se observa la intención emprendedora correlaciona de forma positiva y significativa con las variables Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva, lo que quiere decir que a mayor presencia de estas tres variables en un alumno, mayor será su intención de emprender. De igual manera, se observa la correlación positiva y significativa entre las variables Autoeficacia Emprendedora y Norma Subjetiva, entre Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva, entre Norma Subjetiva y Personalidad Proactiva.

Respecto a los análisis de correlación con las variables de control continuas, se observa que la variable Tiempo de Experiencia Laboral correlaciona de manera positiva y significativa con la Personalidad Proactiva, lo que implica que mientras mayor tiempo de experiencia laboral

tengan un alumno, mayor será la personalidad proactiva que demuestre, es decir estará más dispuesto a realizar actos que tengan un impacto en su entorno. También, se evidencia que variable Ciclo correlaciona de manera negativa y significativa con la intención emprendedora, lo que implica que a menor ciclo se encuentre cursando un alumno, mayor será su intención de emprender.

En el segundo análisis, como se mencionó se realizó el análisis de correlaciones de Spearman entre la variable Intención Emprendedora y los componentes de las variables Norma Subjetiva (NSVAL, NSAPRO y NSCUL), Autoeficacia Emprendedora (DNP, GRH, INI, CEI y TBE) y las variables de control continuas Edad, Ciclo y Tiempo de Experiencia Laboral (TEL). Adicionalmente, se realizó otro análisis de correlación de Pearson entre los componentes que tienen distribución normal entre ellas mismas Proactividad (PRO) y Seguridad en las acciones (SA) como se podrá observar en la tabla 7.

Análisis de Correlación Spearman y Pearson entre las variables de control continuas y los componentes de las variables de investigación.

Variables	Edad	Ciclo	TEL	IE	NSVAL	NSAPRO	NSCUL	DNP	EI	GRH	IRI	TBE	PRO
Ciclo	r .71***												
TEL	r .59***	.47***											
IE	r -.05	-.12**	-.07										
NSVAL	r .14**	.12**	.08	.10*									
NSAPRO	r .01	-.09*	-.04	.24***	.32***								
NSCUL	r .01	-.02	-.08	.12**	.13**	.25***							
DNP	r .03	-.05	-.03	.33***	.11*	.17***	.07						
CEI	r .04	.01	-.01	.28***	.14**	.25***	.11*	.49***					
GRH	r .007	-.09	.005	.26***	.12**	.24***	.16***	.46***	.50***				
IRI	r .01	-.05	.05	.25***	.13**	.25***	.10*	.52***	.45***	.40***			
TBE	r .13**	.10*	.12*	.19***	.07	.09*	.11*	.43***	.42***	.31***	.31***		
PRO	r .21	-.08	.07	.36***	.07	.18***	.05	.52***	.53***	.40***	.41***	.40	
SA	r .06	.02	.10*	-.04	.00	.01	.15**	-.06	-.09*	-.13**	.02	.01	-.11*a

Nota: TEL= tiempo de experiencia laboral, IE=intención emprendedora, NSVAL=norma subjetiva de valoración, NSAPRO=norma subjetiva de aprobación, NSCUL=norma subjetiva de cultura, DNP=desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, CEI=construir un entorno innovador, GRH= gestionar los recursos humanos, IRI= iniciar relaciones con los inversores, TBE=trabajar bajo estrés, PRO=proactividad, SA=seguridad en las acciones.

\*p<.05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001, a = correlación de Pearson.

Como se podrá observar la variable de salida Intención Emprendedora correlaciona de forma positiva y significativa con todos los componentes de las variables de investigación Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora. Sin embargo, para la tercera variable de investigación Personalidad Proactiva, sólo se cumple esta correlación con el componente PRO, lo que quiere decir que a mayor proactividad, mayor será la intención de emprender; y el componente SA correlaciona de forma negativa y no significativa con la intención emprendedora. Por otro lado, se evidencia que la Intención Emprendedora correlaciona de forma negativa y significativa con la variable de control ciclo, es decir, a menor ciclo se encuentre una persona, mayor será la intención de emprender.

En relación a la variable de control Edad se evidencia que correlaciona de forma positiva y significativa con el componente NSVAL de la variable Norma Subjetiva, lo cual nos indica que a menor edad, menor será la presión de una persona en relación a como su entorno cercano (familia directa, amigos y compañeros) valorizan la actividad empresarial para actuar de una determinada forma; y por último, correlaciona de forma positiva y significativa con el componente TBE de la variable Autoeficacia Emprendedora, lo cual indica que a mayor edad, mayor será la autoeficacia emprendedora para trabajar bajo estrés.

Para la variable de control Ciclo, se obtiene como resultado que correlaciona de forma negativa y significativa con la variable NSAPRO de la variable Norma Subjetiva, lo que quiere decir, que a mayor ciclo se encuentre cursando una persona, menor será la presión que sienta en relación a si su entorno cercano (familia directa, amigos y compañeros) aprueba la decisión de crear una empresa. Y por el contrario, correlaciona de forma positiva y significativa con el componente NSVAL de la variable Norma Subjetiva, lo cual nos indica que a menor ciclo, menor será la presión que siente una persona en relación a como su entorno cercano (familia directa, amigos y compañeros) valorizan la actividad empresarial para actuar de una determinada forma; y finalmente, correlaciona de forma positiva y significativa con el componente TBE de la variable Autoeficacia Emprendedora, lo que indica que a mayor ciclo, mayor será la autoeficacia emprendedora para trabajar bajo estrés tenga una persona.

Y por último, la variable de control Tiempo de Experiencia Laboral que correlaciona de forma positiva y significativa con el componente TBE de la variable Autoeficacia Emprendedora,

lo que indica que a mayor experiencia laboral tenga una persona, mayor será la autoeficacia emprendedora que tenga para trabajar bajo estrés. Con respecto a las variables de investigación, se encuentra que la variable de NSVAL correlaciona de forma positiva con los componentes DNP, CEI, GRH e IRI de la variable Autoeficacia Emprendedora.

Para el componente NSAPRO arroja como resultado una correlación positiva y significativa con todos los componentes de la variable Autoeficacia Emprendedora y con el componente PRO de la variable Personalidad Proactiva. Los resultados encontrados para el componente NSCUL muestran que existe una correlación positiva y significativa con los componentes de la variable Autoeficacia Emprendedora: CEI, GRH, IRI y TBE.

Para el componente de PRO de la variable Personalidad Proactiva, se evidencia que también correlaciona de forma positiva y significativa con todos los componentes de la variable Autoeficacia Emprendedora y, correlaciona de forma negativa y significativa con el componente SA de la variable Personalidad Proactiva.

Y por último, para el componente de SA de la variable de Personalidad Proactiva, se obtiene como resultado que correlaciona de forma positiva y significativa con la variable de control Tiempo de Experiencia Laboral, lo que quiere decir que a mayor tiempo de experiencia laboral se tenga, mayor será la seguridad que se tenga en las acciones a realizar; y con el componente de NSCUL de la variable de Norma Subjetiva. Por el contrario, resulta una correlación negativa y significativa con los componentes de CEI y GRH de la variable de Autoeficacia Emprendedora.

Y con el objeto de analizar qué variables son realmente predictoras de la intención emprendedora se realizaron dos análisis de regresión jerárquica múltiple; el primero, incluye la variable de control Ciclo y las variables de estudio (ver Tabla 8); y el segundo, también se incluye la variable control Ciclo y los componentes de cada variable de estudio.



## Análisis de regresión múltiple jerárquica entre las variables de investigación

	$R^2$	$\beta$
Paso 1	0.8%	
Ciclo		-.09*
Paso 2	2.3%	
Ciclo		-.09*
Norma Subjetiva		.12**
Paso 3	14.1%	
Ciclo		-.09*
Norma Subjetiva		1.20
Autoeficacia Emprendedora		.35***
Paso 4	14.8%	
Ciclo		-.08*
Norma Subjetiva		.05
Autoeficacia Emprendedora		.30***
Personalidad Proactiva		.137*

Nota:  $R^2$ =R cuadrado,  $\beta$  = Beta Estandarizada.

\* $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Como se observa, las variables que son predictoras de la intención emprendedora, son la variable de control Ciclo que la predice de forma negativa y las variables de investigación Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva que la predice de forma positiva. Si bien en el segundo paso, al incluir la variable de Norma Subjetiva al análisis logra predecir a la intención emprendedora, al agregarle las otras dos variables de Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva, pierde intensidad de predicción por lo que desde el tercer paso de la regresión, la Norma Subjetiva termina siendo no predictiva de la Intención Emprendedora. Al explicar el coeficiente de determinación ( $r^2$ ) solo un 14.8%, se determina que la capacidad predictora es baja.

El segundo análisis de regresión múltiple, también se realizó en cuatro pasos que explicaron un total de 16.4% de la varianza de la intención emprendedora. En el primer paso, se

añadió la variable de control “Ciclo” porque fue la única que correlacionó significativamente con la IE “Intención Emprendedora” como se mencionó anteriormente; este paso explica el 0.8% de la varianza y al hacer el análisis de regresión esta variable de control resultó ser predictora significativa ( $\beta = -.09, p < .05$ ).

En el segundo paso, se añadieron adicionalmente de la variable de control ciclo, los componentes Norma Subjetiva de Valoración, Norma Subjetiva de Aprobación y Norma Subjetiva de Cultura de la variable “Norma Subjetiva”, la cual explicó 4.8% de la varianza total, logrando un incremento de 3.9% de varianza adicional; de estos análisis se obtiene que la variable de control Ciclo ya no predice a la Intención Emprendedora ( $p > .05$ ) y por ende queda fuera del modelo de regresión. Por el contrario, la variable Norma Subjetiva de Aprobación mostró ser un predictor significativo ( $\beta = .19, p < .001$ ) de la intención emprendedora en los alumnos.

En el tercer paso, se añadieron los componentes Desarrollo de nuevos productos y oportunidades de negocio, Construir un entorno innovador, Gestión de recursos humanos, Iniciar relaciones con los inversores y Trabajar bajo estrés de la variable “Autoeficacia Emprendedora”, la cual explicó 15.5% de la varianza total, logrando un incremento de 10.7% de varianza adicional. Este análisis reportó que la variable Norma Subjetiva de Aprobación sigue siendo un predictor significativo de la Intención Emprendedora ( $\beta = .11, p < .05$ ) y adicionalmente, el componente Desarrollo de nuevos productos y oportunidades de negocio también mostró ser un predictor significativo ( $\beta = .22, p < .001$ ) de la intención emprendedora.

Y por último, en el cuarto paso, se añadieron los componentes Proactividad y Seguridad en las acciones de la variable “Personalidad Proactiva”, la cual explica 16.4% de la varianza total, logrando un pequeño incremento de 0.9% de varianza adicional. Los resultados obtenidos nos reportan que el componente Norma Subjetiva de Aprobación sigue siendo un predictor significativo ( $\beta = .11, p < .05$ ) y lo mismo con el componente de Desarrollo de nuevos productos y oportunidades de negocio ( $\beta = .19, p < .01$ ); adicionalmente a ellos, la variable Proactividad mostró ser un predictor significativo ( $\beta = .12, p < .05$ ) de la intención emprendedora, pero al tener un coeficiente de determinación ( $r^2$ ) solo un 16.4%, se determina que la capacidad predictora también es baja.

#### 4 DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como objetivo general comprobar la relación que determinadas variables tienen sobre la intención de emprender, como principal antecedente del comportamiento emprendedor. En concreto, se ha trabajado con variables que en la literatura se han venido señalando como variables cruciales a la hora de explicar el fenómeno del emprendimiento. Estas variables han sido la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y la personalidad proactiva. Por ello, la hipótesis planteada fue que la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y la personalidad proactiva se relacionan de forma positiva y significativa con la intención emprendedora.

El análisis de correlación entre las variables permitió identificar el tipo de relación existente entre ellas, y es así que se demuestra que existe una correlación positiva y significativa entre la intención emprendedora y las variables norma subjetiva, autoeficacia emprendedora, personalidad proactiva, todo ello analizado como la escala en su totalidad, con una puntuación total. A consecuencia de los resultados obtenidos en este estudio, se puede aceptar la hipótesis propuesta sobre la relación positiva y significativa entre la variable de salida Intención Emprendedora y las variables de entrada Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva.

Este tipo de resultados, se obtuvieron en diversos estudios como en la investigación de Sánchez et al. (2005) donde la variable autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva correlacionan de forma positiva con la intención emprendedora. Y este resultado es aceptable, ya que para Salvador y Morales (2009) la autoeficacia emprendedora es tener la capacidad de afrontar las amenazas y sentir la seguridad de poder controlarlos, además de ser perseverante y en el caso de la personalidad proactiva significa según Weick (1983, como se citó en Carbajal, 2017) tener iniciativa, ser capaz de tomar decisiones y controlar las circunstancias. Estos dos puntos mencionados anteriormente sobre la seguridad que debe sentir una persona para tomar decisiones y enfrentar las diferentes situaciones que se le presenten son aspectos comunes entre la autoeficacia emprendedora y la personalidad proactiva, por ello es esperable que existe una relación positiva entre ellas y ambas influyan en la intención de emprender.

De manera análoga, la investigación peruana realizada por Bernal (2010) cuya población participante también fue de estudiantes universitarios arrojó el mismo resultado sobre las variables

de autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva y su relación positiva con la intención emprendedora.

Hay algunas investigaciones donde la variable de personalidad proactiva ha sido estudiada con variables de entrada diferentes a este estudio, pero con el mismo objetivo de conocer la relación con la intención emprendedora. Los resultados alcanzados fueron que existe una correlación positiva y significativa entre ellas (Becherer & Mauer, 1999 como se citó en López-Salazar, 2010; Crant, 1996 como se citó en Rodríguez, 2013; Krueger & Brazcal, 1994 como se citó en Sánchez, 2010). Igualmente, se encuentran trabajos donde solo la variable autoeficacia emprendedora ha sido analizada con otras variables diferentes a este estudio, y también se evidencia la relación positiva con la intención de emprender, es más esta variable es una de las que más investigaciones tiene respecto a su influencia en el comportamiento emprendedor como son los trabajos de Azanza y Campos (2014), Delgado et al. (2008), Lee et al. (2011) y Vargas (2007) por nombrar algunas de ellas.

También, tenemos el trabajo de Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015) realizada en Venezuela, donde la correlación positiva y significativa no solo es con la variable autoeficacia emprendedora en su totalidad, sino también con tres de las cuatro dimensiones que formaban parte del instrumento aplicado: desarrollo de productos nuevos, liderazgo de recursos claves y crear un entorno emprendedor y, con la dimensión de Posicionamiento en el mercado alcanzó una relación positiva pero no significativa. Y otro trabajo es el de Manosalvas (2017) realizado en Ecuador en población de estudiantes universitarios de las carreras de administración, negocios y formación empresarial, donde el resultado obtenido fue la correlación positiva y significativa entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora. También, resultó que las seis dimensiones de la escala de autoeficacia emprendedora utilizada en este trabajo, tiene una relación positiva con la intención de emprender.

De igual modo, la variable de norma subjetiva también tiene investigaciones que demuestran la correlación positiva con la intención emprendedora. Por ejemplo, según el estudio sobre “el perfil psicosocial del emprendedor” de Moriano et al. (2006b) se reporta una correlación positiva y significativa entre la norma subjetiva y la intención de emprender, lo mismo se revela

en la investigación de Azanza y Campos (2014) y el estudio de González et al. (2015) donde indica que el apoyo de la familia termina siendo influyente en el momento de decidir emprender.

Ahora bien, lo reportado de esta variable Norma Subjetiva en esta investigación, es opuesto a lo encontrado en la investigación de Delgado et al. (2008), en donde investiga si el apoyo social (familia y amigos) potencia la intención de emprender y en los resultados encontrados se encuentra que el apoyo social correlaciona de forma negativa a la intención de emprender y la explicación que se da a este resultado, es que los rasgos psicológicos de una persona emprendedora son la autonomía y la independencia como característica relevante en el emprendedor; y es probable, que el resultado obtenido en esta investigación se haya dado de forma positiva porque la población analizada son estudiantes universitarios cuya media de edad es 20.14 años, a diferencia de la muestra de la investigación de Delgado, en la cual son estudiantes de postgrado y su media de edad es 31.21, por ende son personas más adultas y que probablemente no son dependientes de su familia, como los estudiantes de la presente investigación, quienes aún se pueden dejar influenciar por otras personas.

Adicionalmente, se hicieron las correlaciones entre la intención de emprendedora y los componentes de cada variable de investigación: norma subjetiva (NSVAL, NSAPRO y NSCUL), autoeficacia emprendedora (DNP, GRH, IRI, CEI y TBE) y personalidad proactiva (PRO y SA) y en estos resultados se encuentra que para los componentes de la variable de autoeficacia emprendedora y norma subjetiva, todas correlacionan de forma positiva y significativa; en cambio en la variable de personalidad proactiva, sólo se demuestra que uno de sus componentes “PRO” tiene una relación positiva y significativa, y para el otro componente “SA” se evidencia que tiene una relación negativa pero no significativa con la intención emprendedora.

Este hallazgo sobre la relación negativa con la intención emprendedora, se comprende dado que según la teoría las personas proactivas tienen iniciativa y realizan acciones que afecten su entorno (Bateman & Crant, 1993 como se citó en Sánchez, 2010) y también que identifican oportunidades y perseveran; en cambio, las no proactivas, fracasan identificando y actuando sobre las oportunidades, no son capaces de actuar en base a una interpretación creativa a la norma, no persevera y es paciente para hacer cambios y como los ítems que lo conforman hablan sobre ello, era esperable que la relación sea negativa, porque si alguien tiene esas características no podría

tener la intención de emprender, y la otra razón que reporta no significativa, es porque la media de esta variable es 1.90 de una escala de 0 al 5, por lo cual es razonable lo evidenciado en los resultados.

En adición a ese último análisis, también se hicieron las correlaciones entre todas las dimensiones de cada variable y de ello resultó que los componentes de las variables norma subjetiva y autoeficacia emprendedora, casi todas correlacionan de manera positiva y significativa entre ellas; a diferencia de los componentes de la variable personalidad proactiva en donde el componente PRO obtiene correlaciones positivas y significativas con los componentes NSAPRO, DNP, CEI, GRH e IRI y el componente SA obtiene correlaciones negativas y significativas con NSCUL, CEI, GRH y PRO. Esta última correlación mencionada tiene sentido, ya que los ítems que comprenden el componente de SA aplican para personas que son muy pegadas a las normas, son precavidas, inseguras, estrictas, poco creativas y arriesgadas, lo cual es lo contrario a los ítems que corresponden a los otros componentes.

Los resultados de los análisis correlacionales realizadas entre la intención emprendedora y los componentes de cada variable así como las correlaciones entre los mismos componentes de las variables, son un aporte de esta investigación debido a que no existen muchas investigaciones que hayan realizado este tipo de análisis.

Solo en el caso de la variable de autoeficacia emprendedora, si se han realizando investigaciones sobre las correlaciones existentes entre los componentes y la intención emprendedora como las realizadas por De Noble et al. (1999, como se citó en Moriano et al., 2006a). En un primer estudio aplicado a estudiantes universitarios se evidencia que existe correlación positiva y significativa con los componentes DNP, CEI y afrontar cambios inesperados (nombre anterior del componente trabajar bajo estrés), y en un segundo estudio aplicado a estudiantes de un máster de administración de empresas se obtiene que hay correlación positiva entre los componentes DNP y afrontar cambios inesperados. Una gran diferencia y aporte que puede dar esta investigación es como ya se ha mencionado que los cinco componentes que conforman a la variable autoeficacia emprendedora correlacionan de forma positiva y significativa con la intención emprendedora; quizá esto se pueda deber a que la población escogida para esta investigación se llevó a cabo con alumnos que pertenecen a la facultad de negocios y facultad de

Administración en Hotelería y Turismo, cuyas carreras que cursan son todas relacionadas con el ámbito empresarial y la creación de su propia empresa. Este mismo resultado ha sido obtenido en el estudio de la adaptación de esta variable.

Adicionalmente a ello, se demostró que existen diferencias significativas entre la variable control género y los componentes NSCUL de la variable Norma Subjetiva, el componente GRH y TBE de la variable Autoeficacia Emprendedora. La primera diferencia nos reporta que las mujeres sienten mayor presión por parte de la cultura para actuar de una determinada forma a comparación de los hombres; la segunda diferencia nos indica que las mujeres reportan mayor autoeficacia emprendedora en la gestión de los recursos humanos a comparación de los hombres, y por último, la tercera diferencia nos evidencia que los hombres reportan mayor autoeficacia emprendedora en trabajar bajo estrés en comparación de las mujeres. La diferencia encontrada en el primer análisis es similar a la obtenida por Moriano et al. (2006b) donde los diferencias en relación al género, ya que son las mujeres quienes le dan mayor importancia a su familia.

También, se reveló que no existen diferencias significativas entre el género y la intención emprendedora. Este resultado es similar al obtenido por Bernales (2010) porque muestra que no hay diferencias importantes entre la intención emprendedora entre hombres y mujeres, a pesar de existir una ligera mayoría de hombres sobre las mujeres, esta no es estadísticamente significativa.

En relación a los análisis realizados con las variables de control, resulta interesante que la variable de control edad y género, no asuman un rol importante en la intención de emprender. Sin embargo, un hallazgo interesante es la correlación negativa y significativa que existe entre la intención emprendedora y la variable de control ciclo, ya que esto significa que a menor ciclo estén cursando mayor intención emprendedora tendrán los alumnos, y encontrar esta relación en una población de estudiantes universitarios con carreras ligadas a las empresas es un poco preocupante, ya que lo que se espera es que mediante los alumnos avancen en su estudio de la carrera profesional, estos se sientan más preparados para crear una empresa porque cuentan con mayor conocimiento o mayor experiencia, a diferencia que cuando empezaron a estudiar y por esa razón su intención debería incrementar; pero sin embargo, esto no es así. Ahora, un gran factor que puede influir en esta correlación es que los alumnos que cursan los últimos ciclos de la carrera realizan prácticas pre profesionales, y todo ello les permite tener contacto con el mercado laboral y las

empresas; y al egresar empiezan a buscar y recibir ofertas laborales muy atractivas en el aspecto económico y de aprendizaje, lo cual posterga la intención de emprender (Bernales, 2010).

Por una parte, se realizaron dos análisis de regresión múltiple jerárquico: en la primera, se analizan las variables en su totalidad y en la segunda, se analizan los componentes de cada variable. Dentro del primer resultado se obtiene que la variable de control Ciclo predice de forma negativa a la intención emprendedora y esto se explica a más detalle líneas abajo. Así como las variables de autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva, sólo la variable norma subjetiva resulta siendo no predictora de la variable de salida en el último paso, ya que en los primeros dos pasos si lo predice, pero al existir la presencia de las otras dos variables, la norma subjetiva pierde intensidad de predicción quedando fuera del análisis. La capacidad predictora evidenciada en este primer análisis es baja porque su coeficiente de determinación solo explica el 14.8%. Por otro lado, se encuentran algunas investigaciones con resultados parecidos a los obtenidos en el presente trabajo, por ejemplo en el estudio de Medina et al. (2014) se obtuvo en su análisis de regresión que la norma subjetiva no predice a la intención emprendedora y en la investigación de Maluk (2014), la norma subjetiva estuvo muy cerca de salir significativamente explicativa de la intención emprendedora, por ende no existe efecto de regresión directa entre las dos. Respecto a la autoeficacia emprendedora, se alcanza como resultado que en la investigación de Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015), la dimensión Liderazgo de recursos claves perteneciente a la escala de autoeficacia emprendedora utilizada en dicho trabajo, predice a la intención emprendedora.

En la segunda regresión, se obtiene que los componentes de NSAPRO, el componente DNP y el componente de PRO, cada uno correspondiente a las variables de Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva respectivamente, son predictoras de la intención emprendedora aunque la capacidad predictora evidenciada en este segundo análisis también sea baja porque su coeficiente de determinación solo explica el 16.4%. Estos últimos resultados, es información nueva para las investigaciones sobre estas variables, ya que no se encuentran variedad de estudios que hayan analizado las regresiones de los componentes de las variables con la intención emprendedora. Y en general, a pesar de haber obtenido una capacidad predictora baja en ambos análisis, los resultados nos permiten seguir conociendo más sobre estas variables y sus componentes. De todas maneras se sugiere seguir realizando testeos con las



variables para seguir validando el poder de predicción con la intención emprendedora o agregar otras variables que ayuden a mejorar la capacidad predictora de la intención emprendedora.

Por otro lado, se analizaron las propiedades psicométricas de los instrumentos de Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva. Se realizaron los análisis de validez y confiabilidad y se encontró que los instrumentos poseen validez de constructo, validez predictiva y además, han demostrado ser confiables. Es importante mencionar los resultados obtenidos en esta investigación en la escala de Autoeficacia Emprendedora, ya que se alcanza una alta fiabilidad en la prueba en general y en cada uno de sus componentes, siendo estas mayores a la versión adaptada por Moriano et al. (2006a), salvo el cuarto componente “Iniciar Relaciones con los Inversiones” que se obtuvo un alfa de Cronbach menor a la versión original, esto quizá se deba a que se han eliminado tres ítems del componente original y para el resto de componentes se agregaron otros lo que permitió un mejor resultado, por ello la estructura factorial es diferente a la versión original. Sólo se mantuvieron idénticos los nombres de cada componente y para el quinto componente “Trabajar bajo estrés” se obtiene como en la versión original una fiabilidad baja .56, aunque más elevada a la versión original como se menciona anteriormente.

Dentro de las limitaciones encontradas en esta investigación es la que se encuentra en otros estudios (Bernales, 2010; Maluk, 2014; Medina et al., 2014; Moriano et al., 2006a; Sánchez et al., 2005) y se refiere al empleo de una muestra de estudiantes. Si bien este tipo de muestra es muy útil para un estudio como la presente puesto que, como propone Krueger et al. (2000), las muestras de estudiantes son las más adecuadas para el análisis y estudio en materia de intenciones emprendedoras, porque como ya se ha mencionado se considera a los estudiantes como potenciales emprendedores. A pesar de ello, la generalización de los resultados a otros grupos de emprendedores o de no estudiantes requerirá de cierta precaución para la interpretación, ya que el perfil identificado presentará algunas características que los otros no tendrán.

De la mano con lo dicho anteriormente, otra limitación de este estudio es que los participantes solo pertenecen a carreras de facultades orientadas a crear su negocio o a la administración de empresas, es decir no analiza la intención de emprendimiento en estudiantes de otras carreras profesionales. Por ello, sería interesante ampliar este marco de investigación para

así, no sólo tener información sobre una característica en específico en relación a la intención emprendedora sino más bien abarcar otro tipo de público con estudiantes de diferentes disciplinas, Y sumado a ello, que sean estudiantes de universidades públicas y no solo privadas como en el caso de la investigación, que abarquen estudiantes de provincia y no solo Lima y finalmente, que se consideren a los estudiantes de educación superior técnica y así, realizar análisis de diferencias entre ellas.

Respecto a los instrumentos utilizados, se puede mencionar que en la escala de Personalidad Proactiva, el análisis factorial realizado dio como resultado componentes difíciles de interpretar, además la varianza que explica es muy baja y, en la escala de Autoeficacia Emprendedora, el componente TBE obtuvo un coeficiente de confiabilidad bajo, se recomendaría agregar más ítems a dicho componente para que su confiabilidad sea más aceptable.

La importancia de los resultados obtenidos y anteriormente expuestos, y las recomendaciones respectivas, se expondrán a continuación:

Para la sociedad, esta investigación es la primera realizada en el país que analiza el enfoque personal, social y psicológico que comprende lo cognitivo y el rasgo de personalidad, y realiza tres tipos de análisis estadísticos: correlación, diferencias de medias y regresión entre las variables de estudio y las dimensiones de cada una de ellas. En esta línea, la actual situación del país donde tenemos jóvenes profesionales egresados con dificultades para insertarse laboralmente y probablemente a causa a ello, presentan gran interés en crear su propia empresa, es importante conocer los diferentes factores que pueden influir en ellos en el momento de tomar la decisión de emprender con el fin de determinar un perfil del emprendedor universitario peruano más completo. Además, los resultados de relación y predicción obtenidos entre las variables representan un aporte teórico en la línea de investigación sobre el emprendimiento peruano.

También, esta investigación contribuye a favor de una explicación del inicio de la actividad emprendedora basado en variables psicológicas como el cognitivo con la variable autoeficacia emprendedora y cierto rasgo de personalidad como la personalidad proactiva. Siendo esta última, una variable que según varios trabajos mencionados anteriormente

evidencian una relación positiva y significativa con la intención emprendedora, y a pesar de ello en nuestro país existen pocas investigaciones que la utilicen como variable de estudio.

Los resultados alcanzados suponen tener en cuenta variables psicológicas pero también sociales y personales, en el momento de impulsar y desarrollar políticas o lineamientos para fomentar el emprendimiento, lanzar proyectos o programas destinados a promover las iniciativas empresariales en el país, que faciliten el progreso y desarrollo de las habilidades psicológicas necesarias que posibilite a largo plazo el crecimiento sostenible de las habilidades que requiere ser un empresario (Manosalvas, 2017), considerando que las pequeñas y medianas empresas han revelado ser cruciales para la economía del país, gracias al crecimiento económico que produce y a la generación de nuevos puestos de trabajo (Sánchez et al., 2017).

La contribución desde el lado de la psicología, se presenta porque realizar este tipo de investigaciones nos permite profundizar en el estudio de la conducta de los próximos emprendedores, identificar y entender los motivos, razonamientos, valores, actitudes y cualquier otra variable psicológica que esté presente en la persona y que influya en la decisión de iniciar un nuevo negocio. En el caso de la presente investigación, se ha podido identificar dos variables psicológicas, la autoeficacia emprendedora y la personalidad proactiva que se relacionan y predicen a la intención emprendedora.

Para la educación de manera general y el sistema educativo universitario, los resultados alcanzados permiten elaborar ideas o propuestas para reforzar y orientar la educación actual del país hacia una educación emprendedora. Según Sánchez y Hernández (2016) los países latinoamericanos como Ecuador, México, Argentina, Uruguay, Panamá y Perú muestran con claridad que el nivel de educación emprendedora de estos países es un buen predictor o señal de la tasa de actividad emprendedora que evidencian a comparación de otros países, reflejando de esa manera la trascendencia y el impacto que este tipo de educación tiene para el desarrollo emprendedor de cada país.

Hoy en día, las universidades deben involucrarse y responsabilizarse en la formación de estudiantes con espíritu emprendedor, así incrementarían los números de empresas creadas y desarrolladas por estudiantes universitarios recién egresados. Si no existe compromiso por parte de estas instituciones educativas y no actúan como universidades emprendedoras, no

podrán progresar y adaptarse a las nuevas exigencias de la sociedad actual (Sooreh, A. Salamzadeh, Safarzadeh & Y. Salamzadeh, 2011 como se citó en Jimenez, Pulles & Turrent, 2012). Para Pérez (2009) las universidades tienen un papel crucial en la creación y el fortalecimiento de los nuevos emprendimientos, porque su meta debería ser formar estudiantes líderes empresariales con características personales como perseverancia, propensión a asumir riesgos, con seguridad para afrontar los retos, entre otros y en consecuencia, reduciría el índice de mortalidad de las nuevas empresas e incrementaría sus posibilidad de éxito.

El identificar las relaciones positivas e influencias significativas entre las variables de estudio con sus respectivas dimensiones y las variables de control, nos permite tener mayor detalle sobre las características que comprenden el perfil emprendedor universitario peruano. Y con ello, la universidad podría plantear cambios en su malla curricular donde modifique, adicione o diseñe cursos, actividades, planes, programas o talleres que permita la adquisición y desarrollo de competencias o habilidades necesarios para que los estudiantes universitarios puedan llegar a emprender.

La identificación de las relaciones e influencias entre las dimensiones de las variables de estudio con la intención emprendedora, nos da un mayor alcance sobre los aspectos que se requiere para que una persona sea más proactiva y se sienta capaz de emprender, ya que cada dimensión contiene diversos ítems que mide cierta característica de la variable, entonces en base a ello se pueden diseñar nuevos modelos de formación que vaya alineado con impulsar dichos comportamientos de manera específica y como resultado tener estudiantes con mayor índice de intención de emprender. En este proceso de cambio e innovación, el aporte que la psicología otorgue es crucial para todo el proceso de potenciación de la conducta emprendedora en esta población.

Es importante que este tipo de transformaciones e implementaciones en el sistema educativo respecto a su programa curricular enfocados hacia el emprendimiento transversal, incluyan a todas las carreras profesionales y sean enseñadas en todos los ciclos durante los años de estudio profesional, para así evitar relaciones negativas como en el caso de este estudio, donde la intención emprendedora era menor en alumnos de últimos ciclos. Si bien se expuso un posible factor válido por dicho resultado, las universidades y otras instituciones educativas

deben orientarse y centrarse en que los estudiantes perciban que la creación de una nueva empresa es una alternativa viable, influyendo de manera positiva en su autoeficacia emprendedora (Krueger et al., 2000; Zhao et al., 2005) y por ende su intención de emprender.

Hoy en día, el panorama que se presenta a las universidades y a los docentes frente a la actual situación de desempleo en el país, es que tendrán estudiantes indecisos o confundidos sobre su intención de emprender, y es aquí donde las instituciones educativas de nivel superior deben tener como propósito entregar información interesante y conveniente que brinde respuestas adecuadas sobre el emprendimiento (Santos, Requero, Cancela & Pedraza, 2015). Y como se sobreentiende, el rol que los docentes adquieren en este proceso también es relevante, por esa razón la universidad debe fomentar una cultura de emprendimiento que incluya a todos los actores que intervienen en el sistema educativo: autoridades, decanos, profesores y alumnos, sumado a una preparación de calidad en el tema del emprendimiento considerando aspectos de conocimiento empresarial teórico y práctico como el desarrollo de las actitudes, habilidades y competencias relacionadas al emprendimiento.

Debemos tener en claro que las instituciones de educación están pasando por un proceso de renovación y evolución que conlleva una responsabilidad en fomentar ambientes que favorezcan la apertura y reconocimiento de nuevos desafíos que creen valor y orienten hacia un mejor mañana de la humanidad (Guerrero et al., 2016).

Por último, se propone como recomendaciones realizar estudios longitudinales como lo proponen Roth y Lacoa (2009) para probar si realmente se convierten en emprendedores, a razón de que esta investigación se concentra en la intencionalidad de la conducta, donde tener la intención es solo el primer paso para las personas que ambicionan ser emprendedores, pero faltaría estudiar si verdaderamente esta intención se convierte en una realidad en la posterioridad. Además, este tipo de estudio nos proporcionaría información sobre la duración, evolución y relación entre la intención emprendedora, los comportamientos emprendedores y las variables psicológicas o factores que intervienen en el proceso emprendedor a lo largo del tiempo.

También, continuar desarrollando investigaciones en el Perú que incluya factores personales, sociales, cognitivos y psicológicos como el presente trabajo, para adquirir mayor conocimiento y una idea más completa del perfil emprendedor peruano estudiantil, si se desea

enfocar en este tipo de población. Caso contrario, aplicarlo también en otro tipo de muestras como por ejemplo emprendedores ya establecidos, para que posibilite el aprendizaje y entendimiento de este fenómeno del emprendimiento mediante estudios comparativos, que permitan establecer relaciones más claras y descartar los factores que no aporten en la explicación del fenómeno.

Y por último, ejecutar estudios en el país que analicen la relación o influencia de programas de emprendimientos con la intención emprendedora, ya sean estos realizados dentro o fuera de la universidad, ya que son varias los trabajos realizados que evidencian una relación significativa en los alumnos (Guerrero et al., 2008; Sánchez, 2013; Zhao et al., 2005).

## 5 REFERENCIAS

- 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). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5608579>
- Azanza, M. G., & Campos, G. J. J. (abril, 2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211). Recuperado de <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>
- Bautista, M. N. (2014). *Diseño de una propuesta para fortalecer las habilidades de emprendimiento productivo en los estudiantes de la Universidad Tecnológica de la Mixteca* (Tesis de maestría). Universidad Tecnológica de la Mixteca. Recuperado de [http://jupiter.utm.mx/~tesis\\_dig/12493.pdf](http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/12493.pdf)
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. y Fiet, J. O. (marzo, 2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice* 38(2), 217-254. doi: 10.1111/etap.12095
- Bernales, M. I. (2010). *Intención Emprendedora y Factor de Migración en Estudiantes Universitarios del Perú* (Tesis de Doctorado). Universidad de Salamanca. Recuperado de [http://www.academia.edu/11893114/intencio\\_n\\_emprendedora\\_y\\_factor\\_de\\_migracio\\_n\\_en\\_estudiantes\\_universitarios\\_del\\_peru\\_](http://www.academia.edu/11893114/intencio_n_emprendedora_y_factor_de_migracio_n_en_estudiantes_universitarios_del_peru_)
- Bhandari, N. C. (septiembre, 2006) Intention for Entrepreneurship among Students in India. *Entrepreneurship*, 15(2), 69-179. doi:10.1177/097135570601500204
- Blanco, N., & Alvarado, M. E. (septiembre – diciembre, 2005). Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social. *Ciencias Sociales*, 11 (3). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011311>
- Buscaglia, A. A. D., Espinoza, G. H. A., Rivera, P. S. D., & Zavala, D. T. J. (2017). *La intención*

- de emprendimiento en la ciudad de Arequipa* (Tesis de Maestría). Universidad ESAN. Recuperado de <http://repositorio.esan.edu.pe/handle/ESAN/1074>
- Carbajal, S. P. L. (2017). *Personalidad proactiva y capacidad emprendedora de los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia, 2017* (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/3195>
- Carsrud, A., & Brännback, M. (enero, 2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? *Small Business Management*, 49(1), 9-26. doi:10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x
- Ccama, P. S. M. (2017). *Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano-2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4549>
- Chambi, C. J. A. (2017). *Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de administración UNA-PUNO/ UANCV-PUNO 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/5638>
- Chávez, P., & Suárez, Q. (2017). *Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión. Recuperado de <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/409>
- Delgado, P. M. I., Gómez, M. L., Romero, M. A. M., & Vásquez, I. E. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuaderno de Gestión*, 8(1). Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/7594>
- Drnovsek, M., Wincent, J., & Cardon, M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Start-Up: Developing a Multi-Dimensional Definition. *International Journal of*



*Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(4), 329-348.  
doi:10.1108/13552551011054516

Durán-Aponte, E. (septiembre-diciembre, 2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora: Validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Educación y futuro digital*, (7). Recuperado de <http://redined.mecd.gob.es/xmlui/handle/11162/119006>

Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (julio-diciembre, 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2). Recuperado de <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/RCCS/article/view/1528>

Espinoza, H. N. (2004). Las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en las universidades públicas de Lima - Callao. *Gestión en el Tercer Milenio*, 13(7). Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v07\\_n13/a02.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v07_n13/a02.htm)

Espíritu, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=128596>

Fayolle, A. y Gailly, B. (enero, 2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence. *Small Business Management*, 53(1), 75–93. doi:10.1111/jsbm.12065

Fayolle, A., & Liñán, F. (mayo, 2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Business Research* 67(5), 663-666. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.11.024

Field, A. P. (2009). *Discovering statistics using SPSS: and sex and drugs and rock 'n' roll*. London: Sage.

Franco, A.P., Ñopo, H. (2018). *Ser joven en el Perú: Educación y trabajo*. (Avance de Investigación 37) Recuperado del sitio de internet de Grupo de Análisis de Desarrollo,

GRADE: <http://www.grade.org.pe/publicaciones/ser-joven-en-el-peru-educacion-y-trabajo/>

Fuentes G, F. J., & Sánchez C, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3). Recuperado de <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>

Fuller, B., & Marler, L. E. (2009). Change driven by nature: A meta-analytic review of the proactive personality literature. *Vocational Behavior*, 75(3). Recuperado de <https://www.econbiz.de/Record/change-driven-by-nature-a-meta-analytic-review-of-the-proactive-personality-literature-fuller-bryan/10003931931>

García-Cabrera, A. M., Déniz-Déniz, M. C., & Cuéllar-Molina, D.G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: Posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101. doi: 10.11144/Javeriana.cao28-51.ieep.

González, L., Bonomo, A., Herrera, M., Krauss, C., Ortiz, C., Bridshaw,...Arroyo, C. (2015) Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiante universitario: una aproximación en América Latina. CLADEA. Recuperada de [http://faceauv.cl/cladea2015/images/stories/track5/cladea\\_2015\\_submission\\_396.pdf](http://faceauv.cl/cladea2015/images/stories/track5/cladea_2015_submission_396.pdf)

González-López, M.J., Pérez-López, M. C., & Rodríguez-Ariza, L. (2017). Efecto de los programas de educación en emprendimiento sobre intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Economía Industrial*, 404. Recuperado de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/Revist>

Goyanes, M. (2015). Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España. *El profesional de la información*, 24(1), 55-61. doi:10.3145/epi.2015.ene.07

Gudermann, M., (2010). *The relationship between proactive personality, affective commitment and the role of job stressors* (Tesis de Pregrado). University of Twente. Recuperado de [https://essay.utwente.nl/59941/1/BSc\\_M\\_Gudermann.pdf](https://essay.utwente.nl/59941/1/BSc_M_Gudermann.pdf)

- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (marzo, 2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management*, 4(1). Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-006-0032-x>
- Guerrero, M., & Urbano, D. (febrero, 2012). The development of an entrepreneurial university. *Technology Transfer*, 37(1). Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-010-9171-x>
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A.R., Ruiz-Navarro, J., Neira, I., & Fernández-Laviada, A. *Perfil emprendedor del estudiante universitario*. (Informe 2015 – 2016). Recuperado de [https://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Publicaciones/Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario/20161201\\_Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario\\_informe\\_web.pdf](https://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Publicaciones/Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario/20161201_Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario_informe_web.pdf)
- Gurel, E., Altınay, L., & Daniele, R. (julio, 2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669. doi: 10.1016/j.annals.2009.12.003
- Guzmán, J., & Liñán, F. (2005). Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: Su papel como instrumento de desarrollo. *Revista de Economía Mundial*, 12. Recuperado de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/16467/file\\_1.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/16467/file_1.pdf?sequence=1)
- Hernández, S. M.C., Caballero, S. M. O., & Monroy, R. J. A. (2014). *Emprendedurismo y propensión a la creación de negocios de los estudiantes de la FCA de la UAEMEX, Toluca, México*. Trabajo presentado en el XVI Congreso internacional sobre innovaciones en docencia e investigación en ciencias económico administrativas, México. Recuperado de <http://fca.uach.mx/apcam/2014/04/04/Ponencia%20167-UAEMex-Toluca.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Recuperado de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%205ta%20Edición.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%205ta%20Edición.pdf)

- Herrera, A. C., & Yong, C. M. (2004). *El nuevo rostro empresarial: indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe*. Recuperado de [https://www.oei.es/historico/etp/nuevo\\_rostro\\_empresarial\\_bid.pdf](https://www.oei.es/historico/etp/nuevo_rostro_empresarial_bid.pdf)
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grand, S. (octubre, 2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *American Psychology*, 62(6), 575-589. doi: 10.1037/0003-066X.62.6.575
- Huamán, M. M. C. (2005). Empresarialidad de nuevas empresas de Huacho y Huamanga. *Gestión en el Tercer Milenio*, 7(14). Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9788>
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training*, 53(5), 353-370. 10.1108/00400911111147686
- Iglesias, S.P. P., Jambrino, M. C., Peñafiel, A. & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training*, 58(2), 209-228. doi:10.1108/ET-01-2015-0004.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. (2018a). *Demografía empresarial en el Perú. II Trimestre 2018* (Informe Técnico Nro. 3 – Agosto 2018). Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n-03-demografia-empresarial-ii-trim2018\\_ago2018.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n-03-demografia-empresarial-ii-trim2018_ago2018.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. (2018b). *Comportamiento de los indicadores de mercado laboral a nivel nacional* (Informe Técnico Nro. 3 – Agosto 2018). Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03\\_empleo-nacional\\_abr-may-jun2018.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_empleo-nacional_abr-may-jun2018.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. (2018c). *Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana* (Informe Técnico Nro. 10 – Octubre 2018). Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/10-informe-tecnico-n10\\_mercado-laboral-jul-ago-set2018.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/10-informe-tecnico-n10_mercado-laboral-jul-ago-set2018.pdf)

- Jakopec, A., Miljkovic Krekar, I. & Susanj, Z. (enero, 2013). Predictors of entrepreneurial intentions of students of economics. *Studia Psychologica*, 55(4), 289-297. doi: 10.21909/sp.2013.04.643
- Jiménez, J. M. R., Pullés, D. C., & Turrent, G. D. C. B. (2012). Universidad y emprendimiento: un caso de estudio en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UGR. *ReiDoCrea: Revista electrónica de investigación y docencia creativa*, (1). Recuperado de <https://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf>
- Karimi, S., Biemans, J.A., Lans, T., Chizari, M. & Mulder, M. (agosto, 2014). The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian student's entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Small Business Management*, 54(1), 187-209. doi: 10.1111/jsbm.12137
- Kirby, D. A., Guerrero, M., & Urbano, D. (septiembre, 2011). Making universities more entrepreneurial: development of a model. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadiennedes Sciences de l'Administration*, 28(3), 302-316. doi:10.1002/cjas.220
- Kolvereid, L. & Isaksen, E. (noviembre, 2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Business Venturing*, 21(6), pp. 866-885. doi: 10.1016/j.jbusvent.2005.06.008
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3797740>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (setiembre-noviembre, 2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Business Venturing*, 15 (1-2), 411-432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Kwong, C., & Thompson, P. (enero, 2016). The when and why: student entrepreneurial aspirations. *Small Business Management*, 54(1), 299-318. doi:10.1111/jsbm.12146

- Lanero, A., Sánchez, J. C., Villanueva, J. J., y D'Almeida, M. O. (2007). *La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor*. Trabajo presentado en el X Congreso Nacional de Psicología Social: Un Encuentro de Perspectivas Cádiz. Universidad de Cádiz, España. Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/view/14563902/1-la-perspectiva-cognitiva-en-el-proceso-emprendedor>
- Lee, L., Wong, P. K., Foo, M. D., & Leung, A. (enero, 2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Business Venturing*, 26(1), 124-136. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.04.003
- Liñán, F., & Chen, Y. (mayo, 2009) Development and cross-cultural application of a specific Instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009. 00318.x
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Economía Mundial*, 33. Recuperado de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/16458/file\\_1.pdf](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/16458/file_1.pdf)
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. & Rueda-Cantuche, J. M. (marzo, 2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 187-215. doi:10.1080/08985620903233929
- Loli, P. A., Del Carpio, G. J., & La Jara, G. E. (2009). El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas. *Investigación en Psicología*, 12(1). Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3786>

- López-Salazar, A. (mayo-agosto, 2010). La proactividad empresarial como elemento de competitividad. *Ra Ximhai*, 6(2). Recuperado de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=46115146011>
- Manosalvas, V. L. O. (2017). *Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora* (Tesis doctoral). Universidad Pontificia Católica del Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8000>
- Maluk, O. (noviembre, 2014). *Variables explicativas de a intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia de emprendimiento como un factor*. Trabajo presentado en el Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación, Buenos Aires. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/congreso2014/memoriactei/180.pdf>
- Martínez, L. G. A., & Campos, G. J. A. (abril, 2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*. I(121). Recuperado de <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>
- Mauer, R., Neergaard, H., & Kirketerp, A. (mayo, 2009). Self-Efficacy: Conditioning the entrepreneurial mindset. *Understanding the Entrepreneurial Mind*. 233-257. doi:10.1007/978-1-4419-0443-0\_11.
- McGee J. E., Peterson, M., Mueller, S. L. & Sequeira, J. M. (julio, 2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, (4), 965–988. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x
- Medina, B. P., Bolívar, C. A., & Lemes, H. A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: Guess. *Estudios Empresariales*. Segunda Época, 2. Recuperado de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1758>

- Méndez, J. L. (2010) Limitante socioculturales de la estrategia emprendedora. *Emprendedores y desarrollo económico* (5). Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos-pdf4/limitantes-socioculturales-estrategia-emprendedora/limitantes-socioculturales-estrategia-emprendedora.pdf>
- Miao, Ch. (2015). *Individual Traits and Entrepreneurial Intentions: The Mediating Rol of Entrepreneurial Self-Efficacy and Need for Cognition* (Tesis doctoral), Universidad Commonwealth Virginia. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/51292955.pdf>
- Mira, S. I. (2006). *La creación de empresas por titulados universitarios. Una aproximación a los factores de influencia del ámbito de la universidad* (Tesis doctoral). Universidad Miguel Hernández. Recuperado de [http://dspace.umh.es/bitstream/11000/752/1/Tesis\\_Ignacio\\_Mira.pdf](http://dspace.umh.es/bitstream/11000/752/1/Tesis_Ignacio_Mira.pdf)
- Montesinos, A. A., Ormeño, J. A., & Piña, M. K. M. (2018). *El rol de las incubadoras de negocios universitarias dentro del ecosistema emprendedor peruano: Una aplicación para el sistema de incubación empresarial PUCP (SIE-PUCP)* (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/12129>
- Moriano, J. A., Palací, F.J., & Morales, J. F. (2006a). Adaptación y validación en España de la escala de autoeficacia emprendedora. *Psicología Social*, 21 (1), 51-64. doi:10.1174/021347406775322223
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006b). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Psicología del Trabajo y las Organizaciones* 22(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231317045004>
- Mortan, R., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Work and Organizational Psychology* 30(3), 97-104. doi:10.1016/j.rpto.2014.11.004
- Oliveira, B. M. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Salazar S., V. J. (agosto, 2016). Entrepreneurial intention among university students: Adaptation and validation of a scale (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196. doi: 10.15689/ap.2016.1502.07



- Olmos, R., & Castillo, M. (2008). *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España*. Trabajo presentado en Anais XIX Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre el Espíritu Empresarial, Brasil. Recuperado en [https://www.researchgate.net/publication/38320122\\_Factores\\_explicativos\\_sobre\\_la\\_actitud\\_emprendedora\\_de\\_los\\_estudiantes\\_universitarios\\_de\\_la\\_comunidad\\_de\\_Madrid\\_Espana](https://www.researchgate.net/publication/38320122_Factores_explicativos_sobre_la_actitud_emprendedora_de_los_estudiantes_universitarios_de_la_comunidad_de_Madrid_Espana)
- Palací, F. J., & Moriano, J. A. (2003). Inserción laboral a través del autoempleo. En J. A. Moriano (Ed.), *El nuevo mercado laboral: Estrategias de inserción y desarrollo profesional* (pp. 91-126). Madrid: UNED.
- Pedraza, A. A. C., Órtiz, Z. C. D., & Pérez, B. S. A. (mayo, 2015). Perfil emprendedor del estudiantes de la Universidad Industrial Santander. *Revista Educación en Ingeniería*, 10(19), 41-150. doi:10.26507/rei.v10n19.550
- Peltier, J. W. & Scovotti, C. (2010). Enhancing entrepreneurial marketing education: The student perspective. *Small Business and Enterprise Development*, 17, (4), 514-536. doi: 10.1108/14626001011088705
- Peñaranda, C. C. (mayo-junio, 2016). Jóvenes en el limbo. *La Cámara*. Cámara del Comercio de Lima, 728. Recuperado de [https://www.camaralima.org.pe/RepositorioAPS/0/0/par/EDICION728/Ed\\_digital\\_728.pdf](https://www.camaralima.org.pe/RepositorioAPS/0/0/par/EDICION728/Ed_digital_728.pdf)
- Pérez, P. E. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión en el Tercer Milenio*, 12 (23). Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v12\\_n23/pdf/07v13n23.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v12_n23/pdf/07v13n23.pdf)
- Pereira, L. F. (julio-diciembre, 2007) La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a02.pdf>
- Portocarrero, C., Mayorga, E., & García, M. (mayo, 2010). Capacidad emprendedora y coeficiente

- empresarial en estudiantes de administración y de psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Facultad de Psicología – Universidad Nacional Federico Villarreal. *Investigaciones Psicológicas de la Universidad Villarreal*, 1(1). Recuperado de <https://issuu.com/psicologiaunfv/docs/revista1/62>
- Ramos, L. L., López, T. V. G., Moreno, M. L. R., & Galván, S. R. (2018). La intención emprendedora en estudiantes universitarios y el proceso enseñanza aprendizaje. *Global de Negocios*, 6(1). Recuperado de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rneco/rgn-v6n3-2018/RGN-V6N3-2018-1.pdf>
- Rodríguez, H. N. (2013). *La influencia de la personalidad del empresario sobre el emprendimiento estratégico de la PYME: Un análisis multinivel*. (Tesis doctoral). Universidad Miguel Hernández de Elche. Recuperado de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/1507/7/Tesis%20Rodriguez%20Hernández%2C%20Noelia.pdf>
- Ruiz, A. M., Fuentes, F. M., & Ruiz, J. J. M. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de factores socio-demográficos, cognitivos y relacionales. *Gestión Joven*, 12. Recuperado de <https://docplayer.es/8637350-Analisis-del-emprendedor-potencial-integracion-de-factores-socio-demograficos-cognitivos-y-relacionales.html>
- Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Análisis psicológico del emprendimiento en estudiantes universitarios: medición, relaciones y predicción. *Ajayu. Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana San Pablo*, 7 (1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=461545467005>
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Yani De Soriano, M., & Muffatto, M. (octubre, 2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Small Business Management*, 53(4), 1127-1145. doi: 10.1111/jsbm.12090
- Salazar-Carvajal, P. F., Herrera-Sánchez, I. M., Rueda-Méndez, S., & León-Rubio, J. M. (abril, 2014). The effect of conservation of resources on the entrepreneurial intention in the context of economic crisis: the moderating role of the self-efficacy and creativity. *Anales de Psicología*, 30(2), 549-559. doi:10.6018/analesps.30.2.159281

- Salvador, F. C. M, (marzo, 2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*, (92). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2732147>
- Salvador, F. C. M. & Morales, J. J. (marzo, 2009). Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. *Alternativas en Psicología*, 4(20). Recuperado de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-339X2009000100004](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-339X2009000100004)
- Sánchez, J. C. (2005). *Las variables psicológicas en los procesos intencionales para ser emprendedor: un estudio transcultural*. Trabajo presentando en la Cátedra de Emprendedores, Universidad de Salamanca, España. Recuperado de <https://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/55.pdf>
- Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje Social e Intenciones Emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Latinoamericana de Psicología*, 41(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80511492008>
- Sánchez, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validación factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Latinoamericana de Psicología*, 42(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=80515880004>
- Sánchez, J.C. (julio, 2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Small Business Management*. 51(3), 447-465. doi:10.1111/jsbm.12025
- Sánchez, B. F. A. (2017). *Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/9725>
- Sánchez, J. C. & Hernández, B. (2016). *Emprendimiento e innovación: estrategias, desarrollo y crecimiento sostenible*. Recuperado de

- [http://www.andavira.com/ebooks/emprendimiento\\_innovacion/files/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.andavira.com/ebooks/emprendimiento_innovacion/files/assets/common/downloads/publication.pdf)
- Sánchez, J. C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (enero, 2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Psicología Social Aplicada*, 15(1-2). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2282152>
- Sánchez, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. doi: 10.20511/pyr2017.v5n2.190
- Santos, D., Requero, B., Cancela, A., & Pedraza, A. (2015). Juventud proactiva: Cómo crear unas actitudes fuertes y positivas hacia el emprendimiento. *Revista de Estudios de Juventud*, 15(107). Recuperado de [http://www.academia.edu/26009245/Juventud\\_proactiva\\_Cómo\\_crear\\_unas\\_actitudes\\_fuertes\\_y\\_positivas\\_hacia\\_el\\_emprendimiento](http://www.academia.edu/26009245/Juventud_proactiva_Cómo_crear_unas_actitudes_fuertes_y_positivas_hacia_el_emprendimiento)
- Schalaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332. doi: 10.1111/etap.12087
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil emprendedor e desempenho organizacional. *Administracao Contemporanea*, 13 (3), 450-467. doi: 10.1590/S1415-65552009000300007
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A. & Morales, O. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2015-2016*. Lima: ESAN. Recuperado de <http://repositorio.esan.edu.pe/handle/ESAN/635>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016 - 2017*. Lima: ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2017/10/12/GEM%202016-2017%20VF.pdf>
- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, 55(7), 624 -640. doi:10.1108/ET-05-2012-0059

- Sheron, M. L. A. (2012). *Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna – Perú -2011* (Tesis de Maestría). Univesidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Recuperado de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/700>
- Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Entrepreneurial education and intention in university students: A case of study. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34. Doi:10.4067/S0718-50062016000100004
- Souitaris, V., Zerbinati, S. & Al-laham, A. (julio, 2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Business Venturing*, 22(4), 566-591. doi: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.002
- Souza, E. C. L., Lopez, J. G. S., Bornia, A. C., & Alves, L. R. R. (septiembre-octubre, 2013). Entrepreneurship attitude: validation of a measurement instrument based on graded response model of the item response theory. RAM. *Administração Mackenzie*, 14(5), 230-251. doi:10.1590/S1678-69712013000500009
- Swail, J., Down, S. y Kautonen, T. (2014). Examining the effect of ‘entre-tainment’ as a cultural influence on entrepreneurial intentions. *International Small Business* 32(8), 859–875. doi: 10.1177/0266242613480193
- Tarrats-Pons, E. Mussons, T.M., & Ferrás, H.X. (mayo-agosto, 2015). Del modelo del evento emprendedor al modelo sistemático de emprendimiento. *3C Empresa*, 4(22). Recuperado de <https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/del-modelo-del-evento-emprendedor-al-modelo-sistemico-de-emprendimiento/>
- Thompson, J. A. (octubre, 2005). Proactive personality and job performance: A social capital perspective on mediating behaviors. *Applied Psychology*, 90(5), 1011-1017. doi: 10.1037/0021-9010.90.5.1011
- Tocto, A. (2017). *Finanzas para emprendedores, su importancia en la información financiera* (Tesis de pregrado) Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1298>

- Toledano, G. N. (2006): Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación*, 341. Recuperado de [http://www.revistaeducacion.mec.es/re341\\_33.html](http://www.revistaeducacion.mec.es/re341_33.html)
- Ubierna G. F. (2015). La intención emprendedora y el estudiante universitario de turismo: análisis comparativo de grado y máster. *Scientific Management and Tourism*, 1(1). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665867>
- Valera-Loza, D. (julio-diciembre, 2010). La universidad emprendedora: nuevos retos en la formación superior. Innovación & emprendimiento. *Revista Latinoamericana de Ciencias Empresariales*. 1(1), 9-36.
- Valencia A. A., Montoya R., I., & Montoya R., A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881-922. doi:10.3926/ic.730
- Vanevenhoven, J. & Liguori, E. (2013). The impact of entrepreneurship education: introducing the entrepreneurship education project. *Small Business Management*, 51(3), 315–328. doi: 10.1111/jsbm.12026
- Vara-Horna, A.A. (2007). *Perfil emprendedor de los estudiantes de la facultad de ciencias administrativas y recursos humanos* (Informe Técnico). Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Aristides\\_Vara-Horna/publication/284027701\\_Perfil\\_emprendedor\\_de\\_los\\_estudiantes\\_de\\_una\\_escuela\\_de\\_negocios\\_en\\_Lima\\_2007/links/564b122608ae44e7a28f0cea/Perfil-emprendedor-de-los-estudiantes-de-una-escuela-de-negocios-en-Lima-2007.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Aristides_Vara-Horna/publication/284027701_Perfil_emprendedor_de_los_estudiantes_de_una_escuela_de_negocios_en_Lima_2007/links/564b122608ae44e7a28f0cea/Perfil-emprendedor-de-los-estudiantes-de-una-escuela-de-negocios-en-Lima-2007.pdf)
- Varela R., & Bedoya A, O. L. (julio-septiembre, 2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf>
- Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cuzco* (Tesis de

- Doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/563>
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (junio, 2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, *1*(2). Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-005-1127-5>
- Veciana J.M., & Urbano D. (2004). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. En Salvador, R., Domingo, R., Ramón, T., Amparo, T., & Elvira, C (Eds.), *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (pp. 35-58). Recuperado de <https://docplayer.es/11910914-Actitudes-de-los-estudiantes-universitarios-hacia-la-creacion-de-empresas-un-estudio-empirico-comparativo-entre-catalunya-y-puerto-rico.html>
- Vela, J. (2011). *Modelo para la creación de las incubadoras de empresas en la Realidad Peruana* (Tesis de pregrado). Pontífica Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/914>
- Vicuña, P. L.A., Paredes, T. M., Hernández, V. H. M., Solís, N. R. S., Rivera, B. J. C. & Quesada, M. R. (2009) Disposición psicológica y expectativas del estudiante universitario para la formación de empresa y rol gerencial. *Revista de Psicología*, *11*. Recuperado de [https://issuu.com/kikeportal/docs/revista\\_psicolog\\_\\_a\\_2009](https://issuu.com/kikeportal/docs/revista_psicolog__a_2009)
- Vidal-Suñé, A., & López-Panisello, M. B. (junio, 2013). Institutional and Economic Determinants of the Perception of Opportunities and Entrepreneurial Intention. *Investigaciones Regionales*, (26). Recuperado de <https://old.aecr.org/images/ImatgesArticles/2013/10/4Vidal.pdf>
- Villarán de la Puente, F. (2014). *Educación emprendedora en la educación básica regular*. Recuperado de <https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2015/06/Educación-Emprendedora-en-la-Educación-Básica-Regular.pdf>

Zhao, H., Siebert, S. E., & Hills, G. E. (noviembre, 2005). The Mediating Role of Self Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Applied Psychology*, 90(6), 1265 - 1272. doi: 10.1037/0021-9010.90.6.1265

## 6 ANEXOS

### 6.1 Anexo A

#### Consentimiento Informado



#### Consentimiento Informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol con ella como participantes. La presente investigación es conducida por Pamela Liza Ríos, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. La meta de este estudio es conocer tu opinión sobre algunos aspectos relacionados a la creación de empresas.

Si Ud. accede a participar en estudio, se le pedirá responder a preguntas que sólo le tomará 20 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Al final de la investigación, podrás recibir si lo deseas un reporte de tus resultados a nivel individual y grupal.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

Desde ya le agradecemos su participación.





<p><b>Trabaja actualmente:</b> SI _____ NO _____</p> <p><b>Empresa Privada:</b> _____ <b>Empresa Pública:</b> _____ <b>Empresa propia:</b> _____</p> <hr/> <p><b>Ocupación del Padre:</b> _____</p> <p><b>Trabaja actualmente:</b> SI _____ NO _____</p> <p><b>Empresa Privada:</b> _____ <b>Empresa Pública:</b> _____ <b>Empresa propia:</b> _____</p> <p style="text-align: right;"><b>Gracias</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Datos Demográficos**

**6.3 Anexo C**

**Instrumentos**

**CUESTIONARIO**

El propósito de esta encuesta es conocer tu opinión sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas; por ello requerimos de tu colaboración para que nos brindes información relevante acerca de lo que realmente crees o piensas. Lee con detenimiento las instrucciones que te indicamos en cada caso. No hay una respuesta mejor que otra, cada uno tiene sus propias opiniones y forma de pensar. No emplees mucho tiempo, trata de contestar de forma espontánea. Sé lo más sincero en tus respuestas.

*Por favor, responde a todas las preguntas, no dejes ninguna sin contestar.*

**I. ¿Ha considerado Ud. alguna vez seriamente convertirse en empresario? Si \_\_\_ No \_\_\_**

**II. Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones donde 1 corresponde a “desacuerdo total” y 7 corresponde a “acuerdo total”**

1	Estoy dispuesto a hacer lo que haga falta para ser empresario.	1	2	3	4	5	6	7
2	Mi objetivo profesional es llegar a ser mi propio jefe.	1	2	3	4	5	6	7
3	Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa.	1	2	3	4	5	6	7
4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	1	2	3	4	5	6	7
5	He pensado muy seriamente en crear una empresa.	1	2	3	4	5	6	7
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día.	1	2	3	4	5	6	7

**III. En su entorno más cercano, ¿cree que la actividad empresarial se valora peor o mejor que otras actividades o profesiones? Señale de 1 (muy por debajo de otras) a 7 (muy por encima).**

1	En su familia directa	1	2	3	4	5	6	7
2	Entre sus amigos	1	2	3	4	5	6	7
3	Entre sus compañeros	1	2	3	4	5	6	7

**IV. Si Ud. se decidiera a crear una empresa, ¿las personas de su entorno aprobarían esa decisión? Señale desde 1 (desaprobación total) hasta 7 (aprobación total).**

1	En su familia directa	1	2	3	4	5	6	7
2	Entre sus amigos	1	2	3	4	5	6	7
3	Entre sus compañeros	1	2	3	4	5	6	7

**V. Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones desde 1 (desacuerdo total) a 7 (acuerdo total).**

1	La actividad empresarial choca con la cultura de mi país.	1	2	3	4	5	6	7
2	El papel del empresario en la economía no está bastante reconocido.	1	2	3	4	5	6	7
3	Muchas personas consideran poco aceptable ser empresario.	1	2	3	4	5	6	7
4	La actividad empresarial se considera muy arriesgada para merecer la pena.	1	2	3	4	5	6	7

<b>5</b>	Se tiende a pensar que los empresarios se aprovechan de los demás.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
----------	--------------------------------------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

**VI. Si Ud. tuviera su propia empresa ¿en qué grado cree que sería capaz de desempeñar eficazmente cada una de estas funciones?**

**Para responder, se te presentan 5 opciones de respuesta con una escala Likert del 1 al 5, donde 1 corresponde a “completamente incapaz” y el 5 corresponde a “perfectamente capaz”.**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Completamente incapaz</b>	<b>Algo capaz</b>	<b>Capaz</b>	<b>Muy capaz</b>	<b>Perfectamente capaz</b>

**¿Te consideras capaz de:**

<b>1</b>	Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	Reclutar y entrenar a los empleados clave.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	Establecer la visión y valores de la organización.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>7</b>	Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>8</b>	Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>9</b>	Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>10</b>	Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>11</b>	Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>12</b>	Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>13</b>	Identificar recursos potenciales de financiación.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>14</b>	Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

<b>15</b>	Persistir frente a la adversidad.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>16</b>	Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>17</b>	Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>18</b>	Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>19</b>	Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>20</b>	Determinar si el negocio va bien.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>21</b>	Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>22</b>	Identificar y construir equipos de gestión.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>23</b>	Formar asociaciones o alianzas con otros.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**VII. Por favor, marca con un “X” el número de la siguiente escala que mejor expresa tu grado de acuerdo o desacuerdo, desde la escala 0 que es “Totalmente en Desacuerdo” a 5 que es “Totalmente de Acuerdo”. No te detengas demasiado a pensar la respuesta.**

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>Bastante en desacuerdo</b>	<b>Algo en desacuerdo</b>	<b>Algo de acuerdo</b>	<b>Bastante de acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>

<b>1</b>	Estoy constantemente buscando nuevas formas de mejorar mi vida.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	Donde quiera que haya estado, he sido un importante agente de cambios.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	Nada es más excitante que ver mis ideas hechas realidad.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	Si veo algo que no me gusta, lo cambio.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	No importa lo que cueste, si creo en algo haré que suceda.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	Me encanta ser defensor de mis ideas incluso con la oposición de otros.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>7</b>	Destaco identificando oportunidades.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

8	Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.	0	1	2	3	4	5
9	Si creo en una idea, ningún obstáculo me impedirá hacerla realidad.	0	1	2	3	4	5
10	Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros.	0	1	2	3	4	5
11	Soy bastante precavido cuando hago planes y cuando los pongo en marcha.	0	1	2	3	4	5
12	Sigo el lema: “Si no te arriesgas no ganas”.	0	1	2	3	4	5
13	No me gustan demasiado las decisiones arriesgadas.	0	1	2	3	4	5
14	Si una tarea parece interesante la hago incluso aunque no esté seguro de si conseguire hacerla.	0	1	2	3	4	5
15	No me gusta jugármela, prefiero estar seguro.	0	1	2	3	4	5
16	Incluso cuando sé que mis posibilidades son limitadas “tiento a la suerte”.	0	1	2	3	4	5
17	En mi trabajo sólo establezco pequeñas metas que puedo conseguir sin dificultad.	0	1	2	3	4	5
18	Doy mi opinión, aunque algunas personas tengan opiniones contrarias.	0	1	2	3	4	5
19	Mis decisiones siempre las tomo cuidadosamente y con precisión.	0	1	2	3	4	5
20	Me gustaría actuar por mi cuenta por un tiempo en mi trabajo para demostrar mi capacidad, aunque cometa errores.	0	1	2	3	4	5
21	Tiendo a imaginar los resultados negativos de mis acciones.	0	1	2	3	4	5
22	El éxito me hace asumir mayores riesgos.	0	1	2	3	4	5
23	Me entusiasmo cuando soy capaz de enfocar tareas de forma original.	0	1	2	3	4	5
24	Considero que las organizaciones que no experimentan cambios radicales tarde o temprano tienden a quedarse estancadas en la rutina.	0	1	2	3	4	5
25	Considero que para obtener éxito uno debe someterse a aceptar los procedimientos empresariales establecidos.	0	1	2	3	4	5
26	Considero que para llegar a tener éxito en los negocios debes estar cada día desarrollando nuevas opciones.	0	1	2	3	4	5
27	Normalmente tomo el control en situaciones desestructuradas.	0	1	2	3	4	5
28	Creo que para llegar a una buena solución de un problema empresarial es importante preguntarse por la definición que se ha hecho del problema.	0	1	2	3	4	5
29	Creo que es importante seguir buscando nuevas formas de hacer las cosas en los negocios.	0	1	2	3	4	5
30	Considero que cuando se persiguen metas empresariales el resultado final es mucho más importante que seguir los procedimientos habituales.	0	1	2	3	4	5
31	Disfruto buscando buenas soluciones para problemas que nadie había considerado todavía.	0	1	2	3	4	5
32	Considero que una compañía para tener éxito debe utilizar procedimientos empresariales que puedan parecer inusuales a primera vista.	0	1	2	3	4	5

<b>33</b>	Considero que las normas están por alguna razón.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>34</b>	Normalmente busco colegas que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>35</b>	Raramente me planteo el valor de los procedimientos establecidos.	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

Muchas gracias por tu colaboración

Estimado Participante:

Completar estos datos de contacto permitirá que se le envíe el reporte individual y grupal de la investigación. Toda la información que brinde será tratada con absoluta confidencialidad y exclusivamente para los fines de este estudio.

Recuerde que llenar estos datos es opcional, no obligatorio.

Nombre:

---

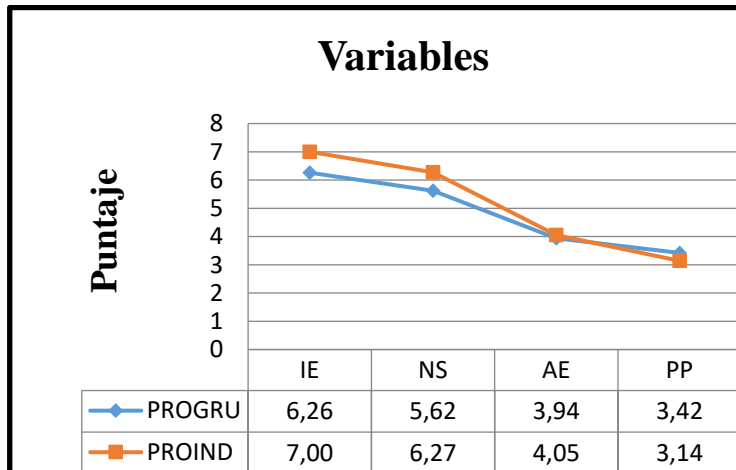
Correo electrónico: \_\_\_\_\_

## 6.4 Anexo D

### Informe de Resultados

#### Resultados Cuantitativos

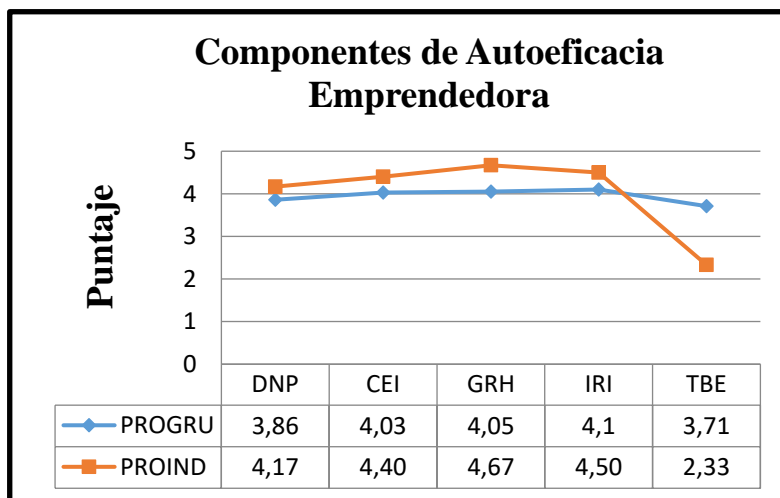
#### Gráficos de las variables de investigación



**Leyenda:**

PROGRU= Promedio Grupal  
 PROIND= Promedio Individual  
 IE= Intención Emprendedora  
 NS= Norma Subjetiva  
 AE= Autoeficacia Emprendedora  
 PP= Personalidad Proactiva

### Gráficos de la Autoeficacia Emprendedora y sus components



**Leyenda:**

PROGRU= Promedio Grupal  
 PROIND= Promedio Individual  
 DNP= Desarrollo de nuevos productos y oportunidades de negocio.  
 EI= Construir un entorno innovador  
 GRH= Gestión de recursos humanos  
 IRI= Iniciar relaciones con los inversores  
 TBE= Trabajar bajo estrés



## Rangos de Calificación

Variables	Bajo	Medio	Alto
Intención Emprendedora	1- 2	3-4-5	6-7
Norma Subjetiva	1- 2	3-4-5	6-7
Autoeficacia Emprendedora y sus componentes	1-2	3	4-5
Personalidad Proactiva	0-1	2-3	4-5

## Resultados Cualitativos

### VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable	Descripción	Interpretación
Intención Emprendedora	Muestra la disposición de la persona para tener la intención de emprender, es decir, crear una empresa.	<p><b>Alto:</b> usted tiene fuertemente la intención de emprender.</p> <p><b>Medio:</b> usted tiene la intención para emprender.</p> <p><b>Bajo:</b> usted no tiene la intención para emprender.</p>
Norma Subjetiva	Hace referencia a las ideas o creencias (presión social) que una persona puede tener y sentir de su entorno (familia, amigos, sociedad) en el momento de actuar de alguna forma determinada.	<p><b>Alto:</b> usted presenta niveles altos de presión social, lo que disminuirá su intención por actuar de una determinada manera.</p> <p><b>Medio:</b> usted presenta niveles moderados de presión social, lo que podría disminuir o no su intención por actuar de una determinada manera.</p> <p><b>Bajo:</b> usted no siente presión social, lo cual hará que su intención por actuar de una determinada manera no se vea afectada.</p>
Autoeficacia Emprendedora	Es la creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo eficazmente las acciones y tareas específicas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa.	<p><b>Alto:</b> usted se siente perfectamente capaz de llevar a cabo acciones y tareas implicadas en la creación de una nueva empresa.</p>

		<p><b>Medio:</b> usted se siente capaz de llevar a cabo acciones y tareas implicadas en la creación de una nueva empresa.</p> <p><b>Bajo:</b> usted se siente completamente incapaz de llevar a cabo acciones y tareas implicadas en la creación de una nueva empresa.</p>
Personalidad Proactiva	Es el grado en que las personas están dispuestas a realizar acciones que afecten el entorno donde se desenvuelven, afrontando de forma exitosa situaciones con desafíos o problemas inesperados.	<p><b>Alto:</b> usted está siempre dispuesto a tomar la iniciativa, generar cambios y a afrontar las situaciones por más complejas que parezcan.</p> <p><b>Medio:</b> usted está dispuesto a tomar la iniciativa algunas veces, generar algunos cambios y a afrontar determinadas situaciones complejas.</p> <p><b>Bajo:</b> usted no está dispuesto a tomar la iniciativa, no genera cambios y prefiere no afrontar situaciones complejas.</p>

### Componentes de la Variable de Autoeficacia Emprendedora

Componente	Descripción	Interpretación
Desarrollar de nuevos productos y oportunidades de mercado	Hace referencia al conjunto de habilidades relacionadas con el reconocimiento de oportunidades. Es una persona que cree en su capacidad creativa para identificar oportunidades y capaz de adaptarse a los cambios del mercado	<p><b>Alto:</b> usted se siente perfectamente capaz de desarrollar nuevos productos y oportunidades de negocio.</p> <p><b>Medio:</b> usted se siente capaz de desarrollar nuevos productos y oportunidades de negocio.</p> <p><b>Bajo:</b> usted se siente completamente incapaz de desarrollar nuevos productos y oportunidades de negocio.</p>
Construir un entorno innovador	Es la capacidad de la persona para estimular la creatividad, iniciativa y responsabilidad de las personas que trabajan con uno.	<p><b>Alto:</b> usted se siente perfectamente capaz de construir un entorno innovador.</p> <p><b>Medio:</b> usted se siente capaz de construir un entorno innovador.</p> <p><b>Bajo:</b> usted se siente completamente incapaz de construir un entorno innovador.</p>
Gestión de los recursos humanos	Es la creencia en la propia habilidad para atraer y retener	<p><b>Alto:</b> usted se siente perfectamente capaz de gestionar los recursos humanos.</p>

	individuos que son clave para la organización.	<p><b>Medio:</b> usted se siente capaz de gestionar los recursos humanos</p> <p><b>Bajo:</b> usted se siente completamente incapaz de gestionar los recursos humanos.</p>
Iniciar relaciones con los inversores	Es la capacidad para utilizar sus redes sociales y establecer contactos que le permitan captar los recursos necesarios para la creación de su empresa propia.	<p><b>Alto:</b> usted se siente perfectamente capaz de gestionar los recursos humanos.</p> <p><b>Medio:</b> usted se siente capaz de gestionar los recursos humanos</p> <p><b>Bajo:</b> usted se siente completamente incapaz de gestionar los recursos humanos.</p>
Trabajar bajo estrés	Es la capacidad de trabajar bajo niveles altos de presión y estrés, y persistir antes las dificultades.	<p><b>Alto:</b> usted se siente perfectamente capaz de trabajar bajo estrés.</p> <p><b>Medio:</b> usted se siente capaz de trabajar bajo estrés.</p> <p><b>Bajo:</b> usted se siente completamente incapaz de trabajar bajo estrés.</p>

¡Muchas gracias por tu colaboración!

Pamela Liza Ríos