



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA**

Autoeficacia e Intención Emprendedora en estudiantes pertenecientes a

universidades privadas de Lima Metropolitana

**TESIS**

Para optar el título profesional de Licenciado en Psicología

**AUTORES**

Benito Sulca, Yasmin Carolina (0000-0002-3540-238X)

Urbina Bautista, Dharly Yardel (0000-0001-7707-4727)

**ASESOR**

Manzanares Medina, Eduardo Luis (0000-0002-3377-311X)

**Lima, 25 de noviembre de 2022**

## DEDICATORIA

*A mis padres, Guille y Fela, por su amor, motivación y sacrificio en todos estos años, gracias por creer siempre en mi e impulsarme a alcanzar todo lo que me propongo. Soy lo que soy gracias a ustedes. A mis hermanos por cuidarme, apoyarme y no dejarme sola. A mi mejor amiga, Bri, gracias por estar conmigo en los buenos y malos momentos, celebrar cada paso que doy y estar para mí incondicionalmente. A Josue, mi ángel, aunque Dios te haya llevado con él tan pronto, sé que nuestra amistad perdurará eternamente. A mis abuelos Eloy y Cleofé, que desde el cielo guían mis pasos. A mi abuela Amparo, quien festeja todos mis logros. A mi abuelo Guillermo, quien me inculcó a ser profesional y ser constante con los estudios. Estoy segura que desde el cielo me cuidas y estás feliz de verme cumplir mis metas. Finalmente a mi perrita, Peky, por acompañar mis amanecidas universitarias y alegrar mi vida con su amor incondicional.*

*Dharly Urbina*

*Le dedico esta investigación a mis padres y hermano: Ronald, Magdalena y Omar, quienes son mi principal fuente de motivación y alegría, siempre han confiado en todos los pasos que doy y dándome la mano en todos los momentos necesarios para poder sobresalir. A mis amigos, quienes me ayudaron en todo este proceso con sus consejos, a no rendirme y brindándome el soporte para que con mucho optimismo logre todo lo que me proponga. A mis perritas Pepa y Bony, pasamos muchos desvelos juntas, me cuidaron y alegraron en toda mi etapa escolar y universitaria. Un beso al cielo Pepa, siempre te llevo en mi corazón mi niña.*

*Yasmin Benito*

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a nuestras padres y amigos por acompañarnos a lo largo de este camino.

En segundo lugar, agradecemos a nuestro asesor Eduardo Manzanares por su disposición a ayudarnos desde el inicio en la realización de nuestra investigación, gracias por sus conocimientos, su compromiso y la confianza brindada.

Finalmente, agradecemos mutuamente el esfuerzo, la perseverancia, el acompañamiento y dedicación de cada una de nosotras para la elaboración de esta investigación.

## RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue determinar la relación entre la autoeficacia e intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana, así como identificar diferencias en estas variables según el tipo de carrera. La muestra estuvo conformada por 143 universitarios entre 18 y 25 años, donde 31.5% fueron hombres y 68.5% mujeres; 57% de los estudiantes pertenecen a la facultad de humanidades y 43% a la facultad de negocios. Se aplicó la validación peruana de la Escala de Autoeficacia General (EAG) y la adaptación colombiana del Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE). Se obtuvo una relación positiva y significativa entre la autoeficacia y dos dimensiones de la escala de CIE: autoeficacia emprendedora ( $r = .43$ ) e intención emprendedora ( $r = .41$ ). Además, se encontró diferencias en las dimensiones actitud hacia la conducta emprendedora, autoeficacia emprendedora e intención emprendedora, obteniendo los estudiantes de carreras de negocios puntajes significativamente más altos que los estudiantes de humanidades, aunque dichas diferencias fueron pequeñas. Según estos hallazgos, se confirma la relación entre la autoeficacia e intención emprendedora, contribuyendo así en la toma de decisión por parte del estudiante para incursionar en un negocio propio, desde la formulación de la idea de creación hasta el proceso para llevarlo a cabo.

**Palabras claves:** Autoeficacia general; Intención emprendedora; Universitarios; Negocios; Humanidades.

Self-efficacy and the entrepreneurial intention in students from private colleges of  
Metropolitan Lima

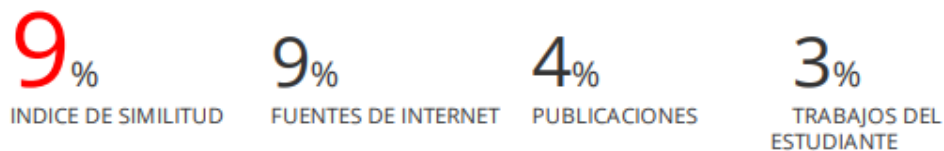
ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the self-efficacy and the entrepreneurial intention in students from private colleges of Metropolitan Lima, as well as identifying differences in these variables according to the type of career. The sample was comprised of 143 college students between 18 and 25 years old, where 31.5 % were male and 68.5 % were female; 57 % of the students belong to the Faculty of Humanities and 43 % to the Faculty of Business. The Peruvian validation of the General Self-efficacy Scale (GSE) by Grimaldo (2005) and the Colombian adaptation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) by Laguía, Moriano & Gámez (2017) were applied. A positive and significant relationship was obtained between the self-efficacy and the two dimensions of the EIQ scale: entrepreneurial self-efficacy ( $r= 0.43$ ) and entrepreneurial intention ( $r= 0.41$ ). Furthermore, differences in the dimensions attitude towards the entrepreneurial behavior, self-efficacy and entrepreneurial intention was found, where the business students obtained significantly higher score than the humanities students, even though these differences were small. According to these findings, the relationship between self-efficacy and entrepreneurial intention is confirmed, thus contributing to the student's decision making regarding starting their own business from the creation of the idea to the implementation process.

**Keywords:** General self-efficacy; Entrepreneurial intention; College students; Business; Humanities.

## N°736\_Autoeficacia e Intención Emprendedora en estudiantes pertenecientes a universidades privadas de Lima Metropolitana

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Trabajo del estudiante	1%
3	<a href="http://upc.aws.openrepository.com">upc.aws.openrepository.com</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://repository.usta.edu.co">repository.usta.edu.co</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorio.urp.edu.pe">repositorio.urp.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1%
7	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	1%

---

**8** FIDEL RODRÍGUEZ BATALLA. "Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público. El caso de las ciencias de la vida en España.", 'Universitat Politecnica de Valencia', 2015 <1 %  
Fuente de Internet

---

**9** e-spacio.uned.es <1 %  
Fuente de Internet

---

**10** repositorio.ucv.edu.pe <1 %  
Fuente de Internet

---

**11** hdl.handle.net <1 %  
Fuente de Internet

---

**12** www.scielo.org.co <1 %  
Fuente de Internet

---

---

Excluir citas      Apagado

Excluir bibliografía      Activo

Exclude assignment template      Apagado

Excluir coincidencias      < 20 words

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	III
ABSTRACT .....	IV
1. Introducción.....	1
2. Método.....	4
2.1 Diseño .....	4
2.2 Participantes.....	4
2.3 Instrumentos .....	5
2.3.1 Ficha sociodemográfica.....	5
2.3.2 Escala de autoeficacia general (EAG) .....	5
2.3.3 Cuestionario de intención emprendedora (CIE) .....	6
2.4 Procedimiento.....	6
2.5 Análisis de datos.....	7
3. Resultados.....	8
3.1 Análisis descriptivo .....	8
3.2 Análisis de normalidad .....	8
3.4 Análisis correlacional .....	9
3.5 Análisis comparativo .....	10
4. Discusión .....	10
5. Referencias .....	14
6. Anexos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las dimensiones autoeficacia general e intención emprendedora .....	8
Tabla 2. Matriz de correlación entre la variable autoeficacia y la variable intención emprendedora .....	9
Tabla 3. Diferencias en autoeficacia e intención emprendedora según facultad .....	10

## **1. Introducción**

Actualmente, en nuestra sociedad se espera que un profesional empiece a laborar seguidamente de haber culminado una carrera universitaria. Sin embargo, muchas veces incursionar en el ámbito empresarial resulta difícil, debido a que el mercado laboral no cumple con las expectativas sobre las condiciones laborales ni salariales acorde al perfil del profesional (Álvarez & Romero, 2017). Esto, en ocasiones puede ser motivo de desempleo, ya que muchos no poseen actitudes emprendedoras para iniciar su propio negocio y poner en práctica sus conocimientos o habilidades obtenidas de su carrera universitaria (Acosta & Cruz, 2017). Ante ello, Carot y Carranza (2012) señalan el papel relevante de la autoeficacia para la investigación, como una variable predictora del involucramiento de los estudiantes en actividades asociadas a la conducción de un proyecto.

Según los índices de desempleo, estos aumentan progresivamente, ya que aún no se ponen en práctica políticas públicas que favorezcan el progreso económico mediante la iniciativa de crear empresas dinámicas en muchos países (Tarapuez, 2015).

En Perú, se ha registrado un 33.2% de la población peruana en edad para trabajar como población económicamente inactiva (Instituto Nacional de Estadística e Información [INEI], 2022) es decir, no hay una estabilidad en la permanencia de los puestos de trabajo, generando inactividad laboral en los jóvenes. Por ende, mediante la incursión al emprendimiento, se espera que los estudiantes adquieran autoestima, motivación, además de proactividad y creatividad (Krauss et al., 2018) lo cual podría disminuir dichos índices.

Dado que, los estudiantes que presentan mayor disposición hacia una intención emprendedora, son motivados por diversos factores. Tal como indican Saavedra y Camarena (2020), dichos factores por emprender estarán influenciados por las propias experiencias laborales del estudiante dentro de un área comercial, así como el crecer en un entorno familiar empresarial, lo cual incentiva a la creación de una empresa.

Hechas las consideraciones anteriores, la autoeficacia se define como los juicios que realiza el sujeto sobre su capacidad de ejecutar y organizar acciones competentes para alcanzar los resultados esperados confiando en su propia creencia independientemente de las destrezas

que este posea (Bandura, como se citó en Buadas et al., 2017). Por su parte, Sánchez (2009) refiere que la autoeficacia se basa en la percepción del individuo sobre su capacidad para ejecutar un trabajo o actividad concreta, la cual se verá reflejado en sus propias creencias en relación a sus competencias personales y control en un contexto específico.

Por lo tanto, la autoeficacia va influir en la intención de modificar conductas sobre el esfuerzo por lograr una meta propuesta, a pesar de barreras que pueden o no debilitar la motivación (Bandura, 1993). Esta actuará como pieza clave respecto a la competencia de cada ser humano, de manera que puede determinar la elección de actividades según la motivación, persistencia y esfuerzo que se presente (Carrasco & Del Barrio, 2002). Es decir, las personas con un alto nivel de autoeficacia en un dominio específico, persisten mayormente firmes a pesar de enfrentar situaciones aversivas (Espada et al., 2013).

Por otro lado, la intención emprendedora es una conducta de planificación orientada a la creación de una empresa donde se asume riesgos para obtener una ganancia (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015). Krueger (como se citó en Lanero et al., 2015), define la intención emprendedora como un estado mental donde las personas identifican oportunidades sobre las amenazas de manera intencionada, siendo un primer paso para la creación de nuevas empresas. Además, Heuer y Kolvereid (2013) afirman que mientras exista mayor nivel de estudios, habrá una intención positiva de iniciar o emprender un negocio en las personas.

Basado en la conceptualización de la teoría de acción planificada de Ajzen (2011), utilizada para predecir diversos tipos de intenciones conductuales, Laguía et al. (2017) plantea a la intención emprendedora como predictor de la acción y señala que depende de tres factores: (1) actitud hacia la conducta emprendedora, son actitudes favorables o desfavorables que una persona tiene hacia su propia conducta con resultado deseables o no deseables; (2) norma subjetiva, creencias sociales que el individuo percibe para la realización o no de su conducta; y por último, (3) control conductual percibido, es la percepción de cuán fácil o difícil será realizar una determinada conducta, teniendo en cuenta experiencias pasadas de la propia persona.

De acuerdo con lo anterior mencionado, la relación con el emprendimiento influirá en la capacidad de una persona en desempeñar con éxito un nuevo negocio y aumentar la probabilidad de convertirse en emprendedor (Chambi, 2017). En otras palabras, la autoeficacia se relaciona con la intención emprendedora mediante el reconocimiento de oportunidades y capacidades que posee el sujeto para condicionar dicha intención (Scherer et al. como se citó en Ventura & Quero, 2012).

Siguiendo esta línea, en una investigación realizada por Tarapuez (2015), tuvo como resultados la existencia de factores que influyen en la intención emprendedora, los cuales son: la imagen positiva del empresario y el área de estudios, el hecho de poseer familiares y/o amigos empresarios y obstáculos como la baja autoconfianza, demasiadas obligaciones académicas en la universidad e insuficiente apoyo institucional.

Asimismo, Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015) realizaron una investigación donde determinaron que las personas que se consideran capaces para el emprendimiento también tienen una actitud favorable hacia el mismo. La mayor relación la compone la autoeficacia para el liderazgo de recursos claves, lo que se relaciona con las características de los estudiantes de las carreras de administración.

En el caso de los estudiantes, una actitud emprendedora puede depender de la carrera universitaria que elijan. Por ejemplo, Vargas (2007) encontró que estudiantes de la carrera profesional de administración de empresas, presentan mayor intencionalidad emprendedora, así como altos niveles de: conocimiento empresarial, preparación empresarial y autoeficacia emprendedora, a diferencias de las demás carreras profesionales.

Por su parte, Salazar et al. (2014) comprobaron que la pérdida y la ganancia de recursos repercute en la iniciativa de crear una empresa y la unión de dichas variables era significativa cuando el resultado de la percepción creativa se correlacionaba, de este modo, la variable con mayor fuerza predictiva resultaba ser la autoeficacia emprendedora.

Asimismo, de las variables evaluadas, se obtuvo una correlación positiva significativa entre las variables ganancia de recursos, autoeficacia emprendedora y percepción creativa con la variable criterio intención emprendedora.

Ante la situación planteada, la relevancia de dicha investigación yace debido a que en nuestro medio no se han realizado investigaciones que vinculen a ambas variables en una muestra similar. Así también, a través de las conclusiones de dicha investigación, se podrá brindar mayor sustento a los modelos teóricos ligados a la autoeficacia e intención emprendedora, con el propósito de extender dicho tema y posteriormente se trabaje estas variables desde un punto psicológico. Además, al conocer los resultados de autoeficacia, los directivos de diferentes universidades podrán diseñar e implementar talleres destinados a incrementar esta competencia en los estudiantes. De igual forma, al conocer el puntaje de intención emprendedora, los docentes podrán incluir dentro de su currícula académica módulos destinados a fomentar dicha competencia en los universitarios a través de contenidos pedagógicos y dinámicos favorables para su comprensión.

A partir de lo mencionado previamente, se pretende relacionar la autoeficacia e intención emprendedora en un contexto universitario. Asimismo, se espera explorar la comparación en el nivel de autoeficacia e intención emprendedora según el tipo de carrera (humanidades o negocios) que desempeñen dichos estudiantes.

## **2. Método**

### **2.1 Diseño**

La presente investigación cuantitativa posee una estrategia asociativa de tipo correlacional simple (Ato et al., 2013).

### **2.2 Participantes**

La muestra estuvo conformada por 143 estudiantes entre 18 a 25 años ( $M = 23$ ,  $DE = 1.46$ ) de los cuales el 31.5% fueron hombres y el 68.5% fueron mujeres de algunas universidades de Lima metropolitana. Asimismo, 57% estudian carreras pertenecientes a la facultad de humanidades y el 43% pertenecen a la facultad de negocios. La distribución por ciclo de los participantes fue la siguiente: 4.2% pertenecían al cuarto ciclo, 4.2% al quinto ciclo, 4.2% al sexto ciclo, 16.1% eran al séptimo ciclo, 14.7% al octavo ciclo, 21.7% al noveno ciclo, el 25.2% al décimo ciclo y finalmente, el 9.8% al onceavo ciclo.

El tamaño de la muestra fue calculado mediante el programa G\*Power (versión 3.1.9.2). Para el presente estudio, se tomó como referencia una investigación previa donde se reportó una relación moderada de .30 entre la autoeficacia e intención emprendedora (Zin et al., 2018). Se consideró un nivel de significancia de .05 con el fin de reducir la probabilidad de incurrir en errores. Tomando estos datos, se determinó una muestra mínima de 138 participantes para esta investigación. Pese a ello, se superó el mínimo recomendado.

El tipo de muestreo empleado fue no probabilístico por conveniencia, ya que la selección de los participantes dependió del criterio de los investigadores (Otzen & Manterola, 2017). Entre los criterios de inclusión se tuvo cuenta que los participantes pertenezcan a universidades privadas de Lima Metropolitana, comprendan las edades de 18 a 25 años, cursen del quinto ciclo en adelante y que sean de las carreras vinculadas a las áreas de Humanidades y Negocios.

## **2.3 Instrumentos**

**2.3.1 Ficha sociodemográfica.** En donde se registraron datos de los participantes como: sexo, edad, lugar de nacimiento, carrera, ciclo académico y universidad perteneciente. Asimismo, se incluyeron preguntas si el participante trabaja actualmente, tiene algún negocio propio o cuenta con familiares emprendedores.

**2.3.2 Escala de Autoeficacia General (EAG)** en la versión peruana de Grimaldo (2005). Es un instrumento unidimensional de 10 ítems con 4 opciones de respuesta tipo Likert con un puntaje de 40 como máximo y 10 como mínimo. Las alternativas van desde *1 = incorrecta*, *2 = apenas cierto*, *3 = más bien cierto* y *4 = cierto*. En cuanto a la evidencia de validez, basada en la estructura interna mediante un análisis factorial exploratorio con el método de ejes principales, el autor obtuvo que los ítems se relacionan en un solo factor, ya que las cargas factoriales superaron el límite establecido ( $> = .3$ ), formando un constructo unidimensional que explica el 31.9% de la varianza. Mientras que, en cuanto a la confiabilidad, obtuvo un Alfa Cronbach .75. Finalmente, con los datos del presente estudio se encontraron coeficientes de Alfa de Cronbach satisfactorios (alfa = .931) y las correlaciones ítem-test estuvieron entre .544 y .835, consideradas dentro de lo aceptable.

**2.3.3 Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE)** en la versión de colombiana por Laguía, et al. (2017) siendo una muestra similar. Este instrumento cuenta con 19 ítems con formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos por cada dimensión. Dicho instrumento, posee 4 dimensiones basadas en la Teoría de Acción Planificada (TAP): “*Actitud hacia la conducta emprendedora*”, la conforman ítems orientados a la creencia acerca de la consecuencia de la conducta (ítems A1 al A6) y a la evaluación de la consecuencia de realizar la conducta (ítems de B1 a B6); “*Norma subjetiva*”, ítems relacionados a las creencias normativas relativas a otros significativos o referentes (ítems C1, C2 y C3) y a la motivación para acomodarse a los otros significativos o referente (D1, D2 y D3); “*Autoeficacia emprendedora*”, ítems del E1, E2, E3, E4, E5 y E6, relacionadas con los pasos básicos para la creación de una empresa; “*Intención emprendedora*”, los ítems F1 al F5 orientados a las afirmaciones de la creación de una empresa, motivos, oportunidad y necesidad. Respecto a la validez evidenciada en la adaptación colombiana, fue corroborada en dicha investigación mediante un análisis factorial confirmatorio (AFC), donde se obtuvo un ajuste aceptable de CFI (.95), NNFI (.90) y RMSEA (.05), así como una fiabilidad (alfa de Cronbach) de las cuatro subescalas que supera en todos los casos el valor de .70. Para el presente estudio, se encontró adecuada consistencia interna en las cuatro dimensiones del CIE: (1) Actitud de la conducta emprendedora (omega= .95), (2) Norma subjetiva (omega=.88), (3) Autoeficacia emprendedora (omega=.93) e (4) Intención emprendedora (omega=.91). Cabe resaltar, que las correlaciones ítem-test resultaron aceptables por ser mayor a .20 (Domínguez et al., 2012).

## **2.4 Procedimiento**

En primer lugar, se solicitó y obtuvo el permiso para el uso de los instrumentos por parte de los autores correspondientes de las escalas para poder emplearlos en la investigación. Luego, para la recolección de la muestra, se elaboró un formulario online a través de *Google Forms*, donde se ingresaron las preguntas correspondientes a la ficha de datos sociodemográficos y a los ítems de los instrumentos: la Escala de Autoeficacia General (Grimaldo, 2005) y el Cuestionario de Intención Emprendedora (Laguía et al., 2017). Es preciso señalar que, dicho trabajo de investigación fue aprobado por el Comité de Ética e

Investigación (CEI) de la facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) para proceder con su culminación.

A fin de recolectar los datos de la aplicación definitiva, se contactó a los participantes previamente a través de correos electrónicos y redes sociales, con el fin de asegurar su participación en el estudio. Seguidamente, de la confirmación de los mismos, se procedió a enviar el respectivo link del formulario ([https://docs.google.com/forms/d/1f0Og-y4BdUvYjsc-SBlktwh0MKdOSJd2jQtRJx8HnV8/edit?usp=forms\\_home&ths=true](https://docs.google.com/forms/d/1f0Og-y4BdUvYjsc-SBlktwh0MKdOSJd2jQtRJx8HnV8/edit?usp=forms_home&ths=true)) para la aplicación de los instrumentos de manera virtual a los estudiantes universitarios a partir de quinto ciclo de las carreras de humanidades y negocios. Cabe resaltar que, como parte de la información de los alcances de la investigación, se adjuntó el consentimiento informado, donde se comunicó el anonimato de las respuestas, confirmando la participación voluntaria e informar el propósito de dicha investigación.

## **2.5 Análisis de datos**

Los datos recolectados fueron organizados mediante una base de datos utilizando el programa estadístico SPSS versión 25.0. Posteriormente, con respecto a la confiabilidad sobre los instrumentos utilizados, se evaluó el método de consistencia interna, donde se calculó los coeficientes de alfa de Cronbach y omega, teniendo como valor referencial aceptable que sea igual o mayor a .70 (Ferrando & Anguiano-Carrasco, 2010).

Se realizó un análisis preliminar de los estadísticos descriptivos (media, desviación estándar, asimetría y curtosis) de las variables de estudio. Luego, se llevó a cabo el análisis de normalidad mediante la prueba de Shapiro-Wilk del cual se determinó el uso del coeficiente de correlación no paramétrico *rho de Spearman*. Respecto al criterio de interpretación de la magnitud de las correlaciones, estos fueron precisados a través de lo planteado por Cohen (1988), en el que señala que las categorías planteadas son: correlación débil (.10 a .29), moderada (.30 a .49) o fuerte (.50 a más).

Finalmente, para el análisis comparativo se empleó la prueba no paramétrica de dos grupos independientes U de Mann-Whitney, para la cual se utilizó como medida del tamaño del



efecto el coeficiente de correlación de rango biserial: .10: diferencia pequeña, .30: mediana, .50: grande (Domínguez-Lara, 2018).

### 3. Resultados

#### 3.1 Análisis descriptivo

Tal como se observa en la Tabla 1, se calcularon los estadísticos descriptivos para las dimensiones de cada variable. Con respecto a la media, se aprecia en cuanto a la variable de Intención Emprendedora, la dimensión con mayor puntaje promedio fue la de Norma subjetiva y la de menor puntaje fue Actitud hacia la conducta emprendedora. Los valores altos de asimetría y el signo negativo muestran que los participantes tienen tendencia a puntuar alto, es por ello que su nivel de intención emprendedora es mayor.

Por otro lado, en cuanto a la media de la única dimensión de la variable Autoeficacia General, se observa un puntaje promedio de 35 con tendencia a un puntaje alto en Autoeficacia emprendedora.

**Tabla 1**

*Estadísticos descriptivos de las dimensiones Autoeficacia General e Intención Emprendedora*

Dimensiones	Min	Max	M	DE	g1	g2
Autoeficacia General	20	40	35	5.38	-1	.890
Cuestionario de Intención Emprendedora						
ACE	2	7	6.09	1.00	-2.23	5.20
Norma subjetiva	2	7	6.21	.985	-2.15	5.32
Autoeficacia emprendedora	2	7	6.10	1.04	-2.38	6.06
Intención emprendedora	1	7	6.10	1.08	-2.56	7.64

*Nota.* g1 = asimetría; g2 = curtosis, ACE= Actitud hacia la conducta emprendedora

#### 3.2 Análisis de normalidad

Se utilizó la prueba Shapiro-Wilk para conocer la normalidad de las variables, el cual tuvo como resultado que tanto la estructura unidimensional de la Escala Autoeficacia General

(EAG) como las cuatro dimensiones del Cuestionario Intención Emprendedora (CIE) obtuvieron como  $p$  valor  $<.05$ , lo cual implica que las distribuciones de esas variables no presentan normalidad. De acuerdo a estos resultados, se determinó utilizar el estadístico de correlación rho de Spearman.

### 3.4 Análisis correlacional

Como se observa en la Tabla 2, todas las correlaciones son positivas, además, refleja que son estadísticamente significativas, debido a que presentan  $p$  valor  $<.05$ . De acuerdo a la magnitud de las correlaciones, se observa que todas son moderadas, puesto que oscilan entre  $.30$  y  $.49$  (Cohen, 1988). Por lo tanto, el análisis correlacional evidencia que existe una relación positiva entre ambas variables, es decir, un mayor nivel de Autoeficacia está asociado a una mayor Intención Emprendedora en los estudiantes universitarios. Por último, se observa que la mayor correlación se da entre la variable Autoeficacia General y la dimensión autoeficacia emprendedora del CIE y la menor se da entre la variable Autoeficacia General y la dimensión intención emprendedora del CIE.

**Tabla 2**

*Matriz de correlación entre la variable Autoeficacia y la variable Intención Emprendedora*

Variables	1	2	3	4	5
1. Autoeficacia General	-				
Cuestionario de Intención Emprendedora					
2. ACE	.43**	-			
3. Norma subjetiva	.44**	.38**	-		
4.AE	.49**	.71**	.42**	-	
5. IE	.41**	.81**	.40**	.65**	-

*Nota.* ACE= Actitud hacia la conducta emprendedora, IE= Intención emprendedora, AE= Autoeficacia emprendedora.

\*\* $p < .01$ .

### 3.5 Análisis Comparativo

Tal como se observa en la Tabla 3, no se encontraron diferencias significativas en la variable Autoeficacia General ni en la dimensión norma subjetiva de la variable Intención emprendedora. Sin embargo, sí se encontraron diferencias en las dimensiones de actitud hacia la conducta emprendedora, autoeficacia emprendedora e intención emprendedora, siendo estas correspondientes al instrumento CIE. En general, las diferencias en estas tres dimensiones indican que los estudiantes de negocios presentaron mayores puntajes en comparación a los de humanidades, aunque en relación al tamaño del efecto esas diferencias han sido pequeñas.

**Tabla 3**

*Diferencias en Autoeficacia e Intención Emprendedora según facultad*

Dimensión	Facultad		U	p	$r_{bis}$
	Humanidades (Me)	Negocios (Me)			
Autoeficacia General	36	37	2376	.60	.05
ACE	6.25	6.50	1804	.004	.28
Norma subjetiva	6.42	6.50	2367	.58	.05
AE	6.33	6.50	1884	.011	.25
IE	6.25	6.50	1837	.006	.27

*Nota.* ACE= Actitud hacia la conducta emprendedora, IE= Intención emprendedora, AE= Autoeficacia emprendedora;  $r_{bis}$  = Correlación de rango biserial

### 4. Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación, muestran que existe una correlación positiva, significativa y de magnitud moderada entre ambas variables; es decir, se confirma la hipótesis de investigación. Dicha relación encontrada resulta similar a otros estudios realizados en universitarios venezolanos (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015) y colombianos (Tarapuez, 2015). Cabe resaltar, que en dichos estudios la intención emprendedora se vincula indirectamente con la autoeficacia a través de sus componentes,

mas no, en sus puntajes globales. De esta manera, se afirma que la autoeficacia actúa como un factor relevante que influye la decisión de emprender en los estudiantes, mediante el reconocimiento de sus capacidades (Carrasco & Del Barrio, 2002).

De manera específica, se encontró que existe una mayor correlación entre Autoeficacia y la dimensión autoeficacia emprendedora. La autoeficacia son las creencias que poseen las personas sobre sus propias capacidades y habilidades para identificar situaciones difíciles que determinarían cuán eficiente pueden ser al realizar una actividad (Salazar et al., 2014). Por su parte, la autoeficacia emprendedora es la percepción que tiene una persona sobre sus capacidades al incursionar en el ámbito empresarial, así como el juicio que realiza sobre si posee o no las competencias necesarias hacia el manejo de un negocio (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015). Debido a que esta asociación parte de un dominio general de la autoeficacia frente a un dominio específico, comprendería que, en cuanto al emprendimiento, este se establece como consecuencia de que el sujeto se verá capaz de desempeñar con éxito un nuevo negocio e incrementar así las probabilidades de acabar siendo emprendedor (Chambi, 2017). Por ende, se encuentra importante que los estudiantes desarrollen una valoración positiva de sus propias capacidades para generar actitudes favorables, ya sea en el ámbito empresarial u otro aspecto de su interés.

Con respecto a la correlación entre la variable Autoeficacia y la dimensión Actitud hacia la conducta emprendedora se aprecia una magnitud moderada, siendo similar a lo encontrado en el estudio de Vargas (2007) en estudiantes cusqueños. Esta relación puede verse reflejada en la conducta de los universitarios, la cual va a depender del tipo de actitud favorable o desfavorable que presenten hacia el resultado que obtengan al iniciar un negocio (Ajzen, como se citó en Laguía et al., 2017). De este modo, la actitud persistente del estudiante estará influenciada por la motivación de alcanzar sus propios objetivos, es decir, la creencia en sus propias capacidades tendrá una actitud favorable hacia el emprendimiento.

Por otra parte, la relación entre la Autoeficacia y la dimensión Intención emprendedora presentan una magnitud moderada, lo cual determina que ambas contribuyen en el

reconocimiento de oportunidades y habilidades de una persona para condicionar su intención de emprender (Scherer et al. como se citó en Ventura & Quero, 2012). Estos resultados son similares al estudio de Lanero et al. (2015), donde se obtuvo que la autoeficacia tiene un efecto positivo y directo sobre la percepción de las competencias emprendedoras. En el caso de los universitarios, el reconocer sus propias competencias ayudará a determinar el grado de esfuerzo que empleará hacia sus acciones para reforzar su intención de incursionar en el ámbito empresarial.

En cuanto al objetivo específico, se demostró que los estudiantes de las carreras de negocios presentan mayor puntaje en comparación a los de las carreras de humanidades. Este resultado coincide con un estudio similar en universitarios de Cusco, donde se encontró respecto a la intencionalidad de emprender, puntajes más altos en los estudiantes de las carreras orientadas a los negocios (Vargas, 2007). Asimismo, la elección de la carrera de negocios va depender de la vocación hacia temas comerciales, la influencia de su propio entorno y/o experiencias previas en el ámbito empresarial (Saavedra & Camarena, 2019), lo cual repercutirá en la decisión de los estudiantes en formar un negocio, debido al nivel de conocimiento y preparación que reciben de acuerdo a su plan de estudio. Sin embargo, al obtener que la diferencia entre el tipo de carrera sea de magnitud pequeña, esto quiere decir que los estudiantes de las carreras de humanidades no están ajenos a considerar la idea de emprender, ya que existen diversos factores como los ya mencionados que influirán en su decisión, independientemente de la carrera que elijan.

Con la presente investigación, se obtuvo como resultado que la autoeficacia está significativamente relacionada con la intención emprendedora. Por lo tanto, los hallazgos sirven de base para que universidades e instituciones educativas de nivel superior, incluyan en su plan de estudio programas donde se contemple el desarrollo de dichas variables como parte de las competencias de los estudiantes, a través de creación de módulos y talleres dirigidos a los alumnos para potenciar sus capacidades y habilidades en el ámbito empresarial. A su vez, contribuye al ámbito educacional, ya que las instituciones que busquen promover una mentalidad empresarial, también deberán incluir el desarrollo de la autoeficacia en los estudiantes, no solo de las carreras de negocios, sino a todas las

especialidades, con el fin que al culminarla tengan mayor visión e iniciativa de crear su propia empresa. De esta manera, se busca también que instituciones educativas orientadas al ámbito empresarial, tengan mayor conciencia sobre la necesidad de formación y promoción del emprendimiento como una forma de autogestión de empleo.

Esta investigación no está exenta de limitaciones. En primer lugar, aún no se han desarrollado investigaciones que abarquen ambas variables en un contexto similar a este. En segundo lugar, la recolección de datos se llevó a cabo de manera virtual por el contexto coyuntural que se vive mundialmente, lo cual trajo consigo complicaciones para obtener el número mínimo de participantes, debido a que no se pudo hacer un seguimiento a los mismos en el llenado del formulario, retrasando el desarrollo de análisis de resultados. Por último, al emplear un muestro de tipo no probabilístico, los resultados no pudieron ser generalizados ni concluyentes para toda la población de estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana.

Para futuras investigaciones se recomienda tomar en cuenta tanto instituciones públicas y privadas, así como institutos y universidades para tener una visión más amplia de este tema. De igual forma, se considera importante desarrollar mayor investigación referente a la intención emprendedora, en vista que la coyuntura actual motivó a que muchos jóvenes experimenten la reinención de negocios, en especial el surgimiento de nuevos emprendimientos adaptándolos a las necesidades de su entorno. Asimismo, se sugiere ampliar el análisis de las variables en cuestión, asociándolas con otros constructos como la motivación al logro, autoconfianza y autoconcepto, con el fin de conocer otros factores que incurren en la intención de emprender de los estudiantes. Como última recomendación, se considera relevante la creación de instrumentos que midan lo mismo pero que estén adaptados a la población peruana.

## 5. Referencias

- Acosta, M., & Cruz, K. (2017). *Factores de éxito para emprendimientos de egresados de Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/20713>
- Álvarez, J., & Romero, A. (2015). La empleabilidad de graduados universitarios en el contexto Latinoamericano, realidades de unidades. *Revista científico pedagógica*.4(32), 1-15. <https://www.redalyc.org/pdf/4780/478047208001.pdf>
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127.  
[https://www.researchgate.net/publication/51653805\\_The\\_theory\\_of\\_planned\\_behaviour\\_Reactions\\_and\\_reflections](https://www.researchgate.net/publication/51653805_The_theory_of_planned_behaviour_Reactions_and_reflections)
- Ato, M, López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-59.  
[http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-97282013000300043](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282013000300043)
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.  
<https://www.uky.edu/~eushe2/Bandura/Bandura1993EP.pdf>
- Buadas, C., Lobo, P., & Díaz, N. (2017). Aprendizaje autónomo y autoeficacia en alumnos universitarios de inglés como lengua extranjera. *Aportes Científicos desde Humanidades*, 12(2), 129-138.  
<http://www.editorial.unca.edu.ar/Publicacione%20on%20line/Aporte%2012-13%20Online/n%2012%20vol-2.htm>
- Carot, J., & Carranza, E. (2012). Autoeficacia para la investigación de estudiantes universitarios. *Revista Tesis*, 1(1), 61-77.  
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/tesis/article/view/2878/2744>

- Carrasco, M., & Del Barrio, M. (2002). Evaluación de la autoeficacia en niños y adolescentes. *Psicothema*, 14(2), 323-332.  
<https://www.redalyc.org/pdf/727/72714221.pdf>
- Chambi, J. (2017). *Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de administración Una-Puno/UANCV-Puno 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano].  
[https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Global\\_Business/article/view/2288](https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Global_Business/article/view/2288)
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioural sciences*. New York, EE.UU.: Lawrence Erlbaum Associates.  
<http://www.utstat.toronto.edu/~brunner/oldclass/378f16/readings/CohenPower.pdf>
- Dominguez-Lara, S. (2018). Magnitud del efecto, una guía rápida. *Educación Médica*, 19(4), 251-254. <https://www.elsevier.es/es-revista-educacion-medica-71-articulo-magnitud-del-efecto-una-guia-S1575181317301390>
- Domínguez, S., Villegas, G., Yauri, C., Mattos, E., & Ramírez, F. (2012). Propiedades psicométricas de una escala de autoeficacia para situaciones académicas en estudiantes universitarios peruanos. *Revista de Psicología-Universidad Católica San Pablo*, 2(1), 27-40.  
<http://revistas.ucsp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/8>
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y sociopersonales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>
- Espada, J., González, M., Orgilés, M., Carballo, J., & Piqueras, J. (2013). Validación de la escala de autoeficacia general con adolescentes españoles. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(1), 355-370.  
<http://ojs.ual.es/ojs/index.php/EJREP/article/view/1504/1809>



- Ferrando, P., & Anguiano-Carrasco, C. (2010). El análisis factorial como técnica de investigación en psicología. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 18-33.  
<https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441003.pdf>
- Grimaldo, M. (2005). Propiedades Psicométricas de la escala de Autoeficacia General de Baessler & Schwarzer. *Cultura Neolatina* 19.  
[https://www.researchgate.net/publication/236220396\\_Propiedades\\_Psicometricas\\_de\\_la\\_escala\\_de\\_Autoeficacia\\_General\\_de\\_Baessler\\_Schwarzer](https://www.researchgate.net/publication/236220396_Propiedades_Psicometricas_de_la_escala_de_Autoeficacia_General_de_Baessler_Schwarzer)
- González, J., & Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(1), 62-67.  
<https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/42382>
- Heuer, A., & Kolvereid, L. (2013). Education in entrepreneurship and the Theory of Planned Behaviour. *European Journal of Training and Development*, 38(6). 506-523.  
[https://www.researchgate.net/publication/270818282\\_Education\\_in\\_entrepreneurship\\_and\\_the\\_Theory\\_of\\_Planned\\_Behaviour](https://www.researchgate.net/publication/270818282_Education_in_entrepreneurship_and_the_Theory_of_Planned_Behaviour)
- Krauss, C., Franco, J., Bonomo, A., Mandirola, N., & Platas, A. (2018). Intención emprendedora en estudiantes de ciencias de la salud de la Universidad Católica del Uruguay. *Enfermería: Cuidados Humanizados*, 7(1), 88-101.  
[http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2393-66062018000100043](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2393-66062018000100043)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (8 de agosto de 2022). *Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana*.  
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/08-informe-tecnico-mercado-laboral-may-jun-jul-2022.pdf>

- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, *16*(1), 1-14.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v16n1/1657-9267-rups-16-01-00060.pdf>
- Lanero, A., Vázquez, J., & Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de Psicología*, *31*(1), 243-259. [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0212-97282015000100026](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0212-97282015000100026)
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, *35*(1), 227-232.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Saavedra, M., & Camarena, M. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia y Negocios*, *5*(2), 85-98.  
<https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2609>
- Salazar, P., Herrera, I., Rueda, S., & León, J. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de Psicología*, *30*(2), 549-559.  
<https://revistas.um.es/analesps/article/view/analesps.30.2.159281/161281>
- Sánchez, J. (2009). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, *42*(1), 41-52. <http://www.redalyc.org/pdf/805/80515880004.pdf>
- Tarapuez, E. (2015). *Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío – Colombia* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Córdoba].  
<https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/2217>

- Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivación de logro, actitud y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].  
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/563>
- Ventura, R., & Quero, M. (2012). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149.  
<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/10250/100271rv.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zin, A., Abdul, S., Tunku, T., Abdullah, S., & Harith, M. (2018). *The Influence of Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention among Engineering Students*. MATEC Web of Conferences, <https://doi.org/10.1051/mateconf/201815005051>