



UNIVERSIDAD  
SAN IGNACIO  
DE LOYOLA

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Carrera de Administración y Emprendimiento**

**EL CONTEXTO UNIVERSITARIO Y LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE  
PREGRADO EN CHACHAPOYAS, 2022**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Administración y Emprendimiento**

**HUMBERTO TORRES LOPEZ**  
(0000-0002-8565-5123)

**Asesor:**  
**Mg. Fernando Samuel Pazce Benavides**  
(0000-0002-3956-7675)

**Lima - Perú**  
**2023**

# EL CONTEXTO UNIVERSITARIO Y LA INTENCIÓN EMPREENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO EN CHACHAPOYAS, 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

1%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.usil.edu.pe](https://repositorio.usil.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

2

[repositorio.autonomadeica.edu.pe](https://repositorio.autonomadeica.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

3

Submitted to Universidad San Ignacio de  
Loyola

Trabajo del estudiante

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

## **Dedicatoria**

A mis padres y hermanas.

Por el incondicional apoyo que me brindaron y la motivación que significaron, para lograr concluir esta investigación.

A quien en vida fue Oso.

Por su energía y alegría que me transmitió en los momentos que compartimos.

## **Agradecimiento**

A Dios.

Por la oportunidad que nos brinda, con la existencia y las competencias requeridas, para la obtención de nuestras metas.

A mis padres.

Por su incondicional apoyo y formación que me han brindado. Han sido ellos, quienes, desde un principio, velaron por el bienestar de mi persona. Muestra de ello, es la educación que me han otorgado, como mayor presente.

A la Universidad San Ignacio de Loyola.

Por la formación profesional, por medio de la cual, se me otorgó diversos conocimientos y herramientas, de suma utilidad para el desarrollo del presente proyecto.

A mi Asesor.

Por su continua orientación y guía en el transcurso de la investigación.

A la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Primero, por el aporte al emprendimiento en la región Amazonas.

Segundo, por brindarme la oportunidad de conducir este estudio dentro de sus instalaciones.

## Resumen

Las universidades tienen la misión de contribuir con el desarrollo económico de su comunidad y promover el emprendimiento. Así mismo, uno de los grandes propósitos en el estudio de la intencionalidad emprendedora, es identificar a los principales predictores del emprendimiento. En tal sentido, el fin central de la investigación fue, determinar que existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Al mismo tiempo, se analizó el vínculo entre los determinantes postulados por la Teoría del Comportamiento Planificado y el deseo emprendedor. Como producto, la metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo y alcance correlacional; de diseño no experimental con corte transversal. La población se conformó por 3820 estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, sede Chachapoyas. De la cual, bajo muestreo estratificado por facultad, se obtuvo una muestra de 349 educandos, quienes respondieron el cuestionario (con escala de Likert de 5 niveles) de manera presencial. Por otra parte, el análisis estadístico se ejecutó en el programa IBM SPSS v25. Así, el contraste de las hipótesis se realizó mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman ( $R_s$ ), cuyos resultados fueron:  $p = .000 < \alpha = .05$  y  $R_s = .373^{**}$ . Por ende, se aceptó la hipótesis general de la investigación. En conclusión, el contexto universitario, a través del soporte educativo general y el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, se relaciona de manera leve pero positiva y significativamente con la intención de crear nuevos negocios de los alumnos de pregrado en Chachapoyas.

**Palabras clave:** Intención emprendedora, contexto universitario, actitud hacia el emprendimiento, normas subjetivas, control percibido del comportamiento.

## Abstract

The universities have the mission to contribute to the economic development of their community and to encourage entrepreneurship. Likewise, one of the major purposes of the study of entrepreneurial intentionality is to identify the main predictors of entrepreneurship. In this sense, the main objective of the research was to determine whether there is a significant relationship between the university context and the entrepreneurial intention of undergraduate students in Chachapoyas, 2022. At the same time, the link between the determinants postulated by the Theory of Planned Behaviour and entrepreneurship was analysed. Accordingly, the methodology employed had a quantitative approach and correlational scope, a non-experimental design with a cross-sectional cut. The population consisted of 3820 undergraduate students of the Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas branch. From this, under stratified sampling by faculty, a sample of 349 students was obtained, who answered the questionnaire (5-level Likert scale) personally. Moreover, the statistical analysis was carried out using the IBM SPSS v25 programme. So, the hypotheses were tested using Spearman's Rho correlation coefficient ( $R_s$ ), the results of which were:  $p = .000 < \alpha = .05$  and  $R_s = .373^{**}$ . Therefore, the general hypothesis of the research was accepted. In conclusion, the university context, through general educational support and targeted cognitive and non-cognitive support, is slightly but positively and significantly related to undergraduate students' intention to create new businesses in Chachapoyas.

**Keywords:** Entrepreneurial intention, university context, attitude towards entrepreneurship, subjective norms, perceived behavioural control.

**Tabla de contenido**

<b>Introducción</b>	1
<b>Capítulo 1</b>	4
<b>1.1. Problema de Investigación</b>	4
1.1.1. Planteamiento del Problema	4
1.1.2. Formulación del Problema	9
1.1.3. Justificación de la Investigación	10
<b>1.2. Marco Referencial</b>	12
1.2.1. Antecedentes	12
1.2.2. Marco Teórico	17
<b>1.3. Objetivos e Hipótesis</b>	40
1.3.1. Objetivos	40
1.3.2. Hipótesis	41
<b>Capítulo 2</b>	43
<b>2.1. Método</b>	43
2.1.1. Tipo de Investigación	43
2.1.2. Diseño de Investigación	44
2.1.3. Variables	44
2.1.4. Muestra	46
2.1.5. Instrumentos de Investigación	49
2.1.6. Procedimientos de Recolección de Datos	50
<b>Capítulo 3</b>	53
<b>3.1. Resultados</b>	53
3.1.1. Presentación de Resultados	54
3.1.2. Discusión	69
3.1.3. Conclusiones	72
3.1.4. Recomendaciones	76
<b>Referencias bibliográficas</b>	80
<b>Anexos</b>	95

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Características de las universidades con cultura emprendedora	23
<b>Tabla 2:</b> Operacionalización de las variables	45
<b>Tabla 3:</b> Distribución y composición final de la población por facultades	46
<b>Tabla 4:</b> Distribución y composición de la muestra estratificada	48
<b>Tabla 5:</b> Ficha técnica del instrumento de investigación	50
<b>Tabla 6:</b> Niveles del soporte brindado por CU según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	54
<b>Tabla 7:</b> Niveles del SEG según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	55
<b>Tabla 8:</b> Niveles del SCNCD según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	56
<b>Tabla 9:</b> Niveles de la AE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	57
<b>Tabla 10:</b> Niveles de las NS de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	58
<b>Tabla 11:</b> Niveles del CPC de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	59
<b>Tabla 12:</b> Niveles de la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	60
<b>Tabla 13:</b> Resumen de los niveles por constructo analizado	61
<b>Tabla 14:</b> Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis general	62
<b>Tabla 15:</b> Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 1	63
<b>Tabla 16:</b> Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 2	64
<b>Tabla 17:</b> Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 3	65
<b>Tabla 18:</b> Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 4	66
<b>Tabla 19:</b> Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 5	67
<b>Tabla 20:</b> Resumen de las correlaciones de la investigación	68
<b>Tabla 21:</b> Niveles según los rangos del coeficiente Alpha de Cronbach	103
<b>Tabla 22:</b> Alfa de Cronbach de la dimensión SEG	103
<b>Tabla 23:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión SEG	103
<b>Tabla 24:</b> Alfa de Cronbach de la dimensión SCNCD	104
<b>Tabla 25:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión SCNCD	104
<b>Tabla 26:</b> Alfa de Cronbach sección 1 del cuestionario	104
<b>Tabla 27:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la sec. 1 del cuestionario	105
<b>Tabla 28:</b> Alfa de Cronbach de la dimensión AE	105
<b>Tabla 29:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión AE	105
<b>Tabla 30:</b> Alfa de Cronbach dimensión NS	106
<b>Tabla 31:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de dimensión NS	106

<b>Tabla 32:</b> Alfa de Cronbach de la dimensión CPC	106
<b>Tabla 33:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión CPC	106
<b>Tabla 34:</b> Alfa de Cronbach de la variable IE	107
<b>Tabla 35:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la variable IE	107
<b>Tabla 36:</b> Alfa de Cronbach de la sec. 2 del cuestionario	107
<b>Tabla 37:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la sec. 2 del cuestionario	108
<b>Tabla 38:</b> Alfa de Cronbach del instrumento completo	108
<b>Tabla 39:</b> Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido del instrumento	109
<b>Tabla 40:</b> Coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y Prueba de Esfericidad de Bartlett	110
<b>Tabla 41:</b> Matriz de la Varianza Total Explicada	110
<b>Tabla 42:</b> Comunalidades	111
<b>Tabla 43:</b> Matriz de componentes rotados	112

## Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Condiciones contextuales para el emprendimiento	21
<b>Figura 2:</b> Índice de condiciones sistemáticas para el emprendimiento dinámico (Icsed)	22
<b>Figura 3:</b> Modelo original del evento emprendedor	27
<b>Figura 4:</b> Modelo de las bases contextuales de la intencionalidad	28
<b>Figura 5:</b> Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado	29
<b>Figura 6:</b> Modelo actualizado de las bases contextuales de la intencionalidad	30
<b>Figura 7:</b> Modelo psicológico económico de los determinantes de las intenciones emprendedoras	31
<b>Figura 8:</b> Proceso emprendedor	33
<b>Figura 9:</b> Modelo teórico seguido	42
<b>Figura 10:</b> Niveles del soporte brindado por el CU según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	54
<b>Figura 11:</b> Niveles del SEG según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	55
<b>Figura 12:</b> Niveles del SCNCD según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	56
<b>Figura 13:</b> Niveles de la AE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	57
<b>Figura 14:</b> Niveles de las NS de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	58
<b>Figura 15:</b> Niveles del CPC de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	59
<b>Figura 16:</b> Niveles de IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022	60
<b>Figura 17:</b> Resumen de los niveles por constructo analizado	61
<b>Figura 18:</b> Resultado de las correlaciones en el modelo seguido de la investigación	68

## Introducción

El estudio del emprendimiento, a pesar de no ser un fenómeno reciente, cada vez logra mayor amplitud y protagonismo. Dado que, en la realidad actual de las economías, los mercados son muy dinámicos y las compañías deben ser altamente competitivas. Por ello, gran parte del progreso de una nación se sostiene, fundamentalmente, en la creación, desarrollo y consolidación de su actividad emprendedora (Ovalles-Toledo et al., 2018). Crear valor por medio de la innovación, representa para los estados una ventaja competitiva (Porter, 1990). Por tal motivo, un tema de sumo interés, para la comunidad académica, gobiernos, y demás actores económicos y sociales, es determinar los factores que intervienen en concepción de las iniciativas empresariales (Turker & Selcuk, 2009). Sin embargo, a pesar de la amplitud de los temas relacionados y la multicausalidad de este fenómeno; el análisis de la intención emprendedora (IE), en sus distintos niveles, viene desempeñado un rol protagónico en la anticipación del comportamiento emprendedor (Fayolle & Liñán, 2014).

Por otra parte, en un ecosistema emprendedor se distingue a las universidades entre los actores más importantes. Gracias a que, dentro de sus tres misiones específicas, una de ellas es contribuir económica y socialmente con el progreso local y nacional (Malecki, 2018; Etzkowitz, 2004). Perú, dentro de su política nacional, tiene a La Ley Universitaria, Ley N° 30220. La cual, exige a las universidades licenciadas a tener una incubadora de negocios dentro de su estructura de funcionamiento. Por ende, se busca, mediante el soporte emprendedor que brinden las casas de estudios superiores, tener un impacto positivo en el nivel de emprendedurismo de la comunidad estudiantil.

Brevemente, la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM) fue creada en el año 2000. Inició sus actividades académicas a mediados del año 2001; fecha desde la cual, se ha posicionado como la casa de estudios superiores universitarios de pregrado líder en la región Amazonas. Se resalta que, es una institución

caracterizada por la innovación y el desarrollo. Su sede central está localizada en Chachapoyas y cuenta con más de 20 carreras profesionales, organizadas en ocho facultades. Además, desde el 2015, ha firmado alrededor de 278 convenios tanto con entidades nacionales e internacionales. Por otra parte, en 2017, se convirtió en la tercera universidad pública en ser licenciada por la Super Intendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu) (UNTRM, 2022).

Con referencia a los resultados de una encuesta aplicada en 58 países, se extrajo que, en promedio, el 17.8% de los estudiantes universitarios proyectan emprender de manera inmediata al culminar esta etapa. Sin embargo, el 32.3% se plantea crear una iniciativa empresarial pasados cinco años de terminar su carrera. En el ámbito de Sudamérica, Ecuador muestra mejores índices. Posee un 38.8% de educandos que busca iniciar un negocio terminando la universidad; en cambio el 58.0% se propone hacerlo pasada media década de concluir sus estudios. Por su parte, para el caso de Perú, estos porcentajes son el 30.2 y 46.3% respectivamente Sieger et al. (2021). En Amazonas, estas cifras corresponden al 26.0 y 36.5% de la comunidad estudiantil (Sánchez et al., 2022). Se observa que, el espíritu emprendedor del alumnado peruano, ocupa posiciones de rango medio; se ubica por encima del porcentaje mundial, aunque en Sudamérica no sucede lo mismo.

Con relación a las actividades que la UNTRM ejecuta para al fomento del emprendimiento y, expuestos los niveles de IE de su alumnado. El fin de la investigación es determinar si el contexto universitario (CU), de la referida casa de estudios superiores, por medio del soporte emprendedor percibido; asimismo, los determinantes postulados en Teoría del Comportamiento Planificado (TCP), se articulan con la intencionalidad de emprender de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas. En tal sentido, se justifica el objetivo, dado que, el trabajo va a puntualizar y sumar al conocimiento sobre la IE; mediante un modelo, se proyectarán las razones que se vinculan con su origen, en la comunidad estudiantil analizada.

En consecuencia, advertir los resultados, descriptivos e inferenciales, permitirá desarrollar y/o fortalecer políticas, estrategias, y seguir acciones concretas para impulsar iniciativas emprendedoras estudiantiles desde la universidad. De tal manera, se logre contribuir con el desarrollo de Amazonas y el Perú. Con lo cual, la estructura que ha sido seguida en el estudio es la siguiente:

Capítulo I, está dividido en tres secciones. El primer bloque trata sobre el planteamiento y formulación del problema, también incluye la justificación de la investigación. El segundo apartado contempla antecedentes internacionales y nacionales. Asimismo, ahí se encuentra el marco teórico. La tercera parte presenta los objetivos y las hipótesis.

Capítulo II, abarca la metodología seguida. Está compuesto por siete apartados; se presenta el método, tipo y diseño de la investigación. También, contempla las variables, la muestra y el instrumento del estudio. A su vez, expone el procedimiento mediante el cual se recopilan y procesan los datos.

Capítulo III, comunica los resultados descriptivos e inferenciales que el estudio ha logrado. Con base a ellos, se presentan las conclusiones, las discusiones y las recomendaciones.

Por otra parte, al finalizar con el desarrollo de los ítems correspondientes a los tres capítulos de la investigación, se incluye la bibliografía y los anexos.

## Capítulo 1

### 1.1. Problema de Investigación

#### 1.1.1. Planteamiento del Problema

Los estudiantes, durante su etapa universitaria, afrontan una disyuntiva al momento de elegir su futuro laboral, pedir empleo o autoemplearse (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021). Respecto a los educandos que presentan intención emprendedora, en el camino se encontrarán con distintos retos. Primero, algo que caracteriza a los emprendimientos universitarios, es el elevado riesgo que implican. La ausencia de capacidades emprendedoras (poca o nula experiencia, habilidades y conocimiento en formación de los sujetos); se traduce en un limitado desarrollo de estrategias y aplicación de tácticas, que encaminen al logro de objetivos (Nikulin et al., 2017; Serida et al., 2017). Además, este segmento de la población, normalmente, no cuenta con los recursos que son requeridos para poner en marcha un negocio. Asimismo, sus redes de contactos no tienen conexiones importantes. Después, por su dependencia, son muy vulnerables a factores exógenos, su entorno tiene considerable presencia en sus decisiones (Shirokova et al., 2022). En efecto, los alumnos con intenciones empresariales, a lo largo de su permanencia en la universidad, afrontan una serie de complicaciones. Sin embargo, por lo general, estas dificultades se relacionan con el contexto donde se localizan. Por otra parte, se halla la planificación estratégica, las cualidades del capital humano, el acceso a bienes y servicios clave, entre otras.

Amazonas es poblacional y territorialmente pequeña. Después de la agroindustria y el turismo, el comercio y la construcción son las prácticas más representativas en el departamento (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2022). De igual modo, otro ejercicio económico predominante es la actividad agropecuaria. Además, Chachapoyas se ha posicionado como el centro urbano cardinal entre sus siete provincias

(Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2021). Por otra parte, al cierre de 2020 en la región existían 12 265 micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme). Esta cifra, no es ni la tercera parte de las 39 885 Mipyme registradas en San Martín, una región vecina (Ministerio de la Producción [Produce], 2021a). Asimismo, de las 68 936 iniciativas empresariales que fueron dadas de alta en el cuarto trimestre del 2021, en todo el País; únicamente, 633 de ellas ocurrieron en Amazonas (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2022). Adicionalmente, la región no tiene presencia en el Directorio de Incubadoras y Aceleradoras de la Red de ProInnovate, aunque alberga universidades licenciadas (Produce, 2021b). Como resultado, al Producto Bruto Interno Nacional, Amazonas aporta el 0.6%; solo por encima de Tumbes y Madre de Dios, cuyas contribuciones son: el 0.5% y 0.3% respectivamente (BCRP, 2021). Como se observa, el territorio amazonense presenta un panorama adverso. Por un lado, se refleja la poca participación económica a nivel nacional. Antagónicamente, se expone la oportunidad para emprender y así contribuir al crecimiento regional.

En referencia a las casas de estudios superiores, a nivel mundial, son afectadas por una serie de limitaciones y complicaciones, al momento de convertirse en una institución emprendedora. Por un lado, se enfrentan al limitado liderazgo de sus autoridades académicas; las estrategias a seguir no están enfocadas para generar y consolidar ideas empresariales. Por otra parte, el capital humano no fomenta la cultura emprendedora dentro de estas. También, se halla la reducida flexibilidad en su estructura organizacional (European Commission and The Organization for Economic Cooperation and Development [EC & OECD], 2012). Asimismo, en España se identificó que, otro desafío importante es la adecuación e inclusión de contenidos sobre emprendimiento en los planes de estudio (Fernández, 2021). En este punto, la pedagogía está incluida; se analiza quién, dónde y cuándo la enseñanza debe ser brindada (Dodgson & Gann, 2020). Con respecto a Latinoamérica, en Brasil se encontró que,

la escasa disponibilidad de infraestructura física y tecnológica es parte de la problemática. A ello, se añadió la ausencia o inadecuado funcionamiento de incubadoras de negocios en su contexto (Gonzalez-Garcia et al., 2018). En la realidad peruana, según Forbes Perú, el entorno emprendedor de las universidades públicas y privadas, aún no logra su especialización ni su internacionalización; recién han comenzado a surgir organizaciones que incuben o aceleren iniciativas de un giro específico (Zurita, 2022). Por ende, para lograr un ecosistema universitario que fomente la creación de empresas, diversos son los desafíos por superar; se encuentran problemas de liderazgo, pedagógicos, de organización y demás.

Con respecto al análisis de alumnos con intención emprendedora, en Bindura, Zimbabue, se determinó que, dentro de las limitaciones que presentan los universitarios para materializar su intencionalidad, resaltan tres. Primero, no contar con el capital para la puesta en marcha de sus operaciones. Segundo, el asedio burocrático dificulta el registro y gestión de los negocios. Tercero, el tiempo, se debe encontrar un equilibrio entre las horas dedicadas al estudio versus las que están destinadas al emprendimiento (Kabonga & Zvokuomba, 2021). En referencia a Latinoamérica, en México se distinguió que, el 24.8% del alumnado emprendedor presenta problemas con relación a las finanzas y planeación estratégica. Además, el 13.9 % sostuvo que la incorrecta identificación de un mercado objetivo y, la promoción y distribución de sus productos es la causa del cierre de iniciativas. Después, el 12.9% añadió que otro limitante al desarrollo de sus actividades, es la falta de dedicación (FailureInstitute, 2018). Por otra parte, en Perú, una investigación encontró tres obstáculos, dos de estos son semejantes a la realidad en Bindura. En primer lugar, el presupuesto, señalado por el 68.5% de los educandos. En segundo lugar, el planteamiento de la idea de negocio en el aprovechamiento de la oportunidad, acotado por el 41.9 % de participantes. Por último, 34.9% indicó que la disponibilidad de tiempo es un problema (Gan@Más, 2021). Si bien es cierto que, el autoempleo es una posibilidad de los estudiantes, ello también implica

desafíos y limitantes; se deben superar retos personales y contextuales. Dado que, diversos son los factores que conducen al fin de una iniciativa empresarial.

Referente al campo de estudio de los potenciales emprendedores, el análisis de la IE es fundamental, pero complejo por su multicausalidad. Para comenzar, al momento de crear empresa, el contexto (micro y macroentorno) influye en la decisión. Primero, por medio de valoración de las personas cercanas y los antecedentes familiares. Luego, es importante como el individuo es alentado a ser emprendedor en la sociedad en general (Schmutzler et al., 2019; Liñán et al., 2011). En Indonesia se halló que, la formación de empresas en universitarios es alentada por: la cultura emprendedora, la educación y la actitud personal (Wardana et al., 2021). Con relación a México, el 97% de los alumnos mostraron que piensan tener un emprendimiento durante sus estudios; motivados principalmente por el reconocimiento de oportunidades, la satisfacción de poseer su propia compañía y por el apoyo de su círculo cercano (Saavedra & Camarena, 2020). Por otra parte, en Ecuador se encontró que, hay mayor voluntad de emprender en estudiantes de universidades privadas que públicas. También, se observó que el entorno familiar y el género, impactan en el espíritu empresarial (Astudillo et al., 2021). Resulta compleja la tarea de determinar las variables que inciden en la conformación de la IE. Cada realidad tiene su problemática; entrelaza condiciones contextuales y concepciones individuales, con diferencias y semejanzas.

Adicionalmente, en Sudáfrica se tuvo resultados que, validaron la influencia de la autoeficacia en las intenciones (Iwu et al., 2021). A su vez, en Chile un estudio encontró que, la sensación de control se vincula de forma positiva pero indirectamente con la IE (Soria-Barreto et al., 2016b). Sin embargo, también se ha evidenciado que, la educación emprendedora disminuye la voluntad de crear nuevos negocios (Soria-Barreto et al., 2016a). Por otro lado, en México se determinó que, los alumnos no son motivados por la percepción de sus capacidades al momento de emprender. Por lo contrario, se resalta el rol de los

profesores para promover el emprendimiento (Mota & Díaz, 2021). Las vivencias en la universidad sirven para mejorar y adquirir habilidades. En cambio, ello no siempre impactará en el deseo de realizar acciones, en las cuales se pueda emplear lo aprendido; sentirse capaz de llevar a cabo una iniciativa de negocio es un proceso cognitivo, no necesariamente tiene que ver con la formación o capacitación académica que el individuo presente.

Las universidades, desempeñan un papel trascendental en el emprendimiento de su comunidad estudiantil (Schimperna et al., 2022; Luis et al., 2014). En primer lugar, este debe estar orientado a la transmisión y generación de conocimiento; por medio de la formación, la experimentación y la transferencia tecnológica (Guerrero, 2009; Manosalvas, 2017). A su vez, es primordial el apoyo a las iniciativas empresariales de los alumnos. Para lo cual, se debe ofrecer un entorno que posibilite el acceso a recursos clave. Esto se puede lograr con la capacidad y estructura de soporte que tienen estas entidades (Shirokova et al., 2015; Sánchez et al., 2017). Las casas de estudios superiores cumplen un rol determinante para el progreso de una nación. En ese sentido, tienen el reto de conocer cuáles son los factores que llevan a sus estudiantes a tener IE y, sus limitantes en el proceso; para así, poder empoderarlos.

En relación con la idea anterior, “Los emprendedores se forman, no nacen” (Krueger & Brazeal, 1994, p. 102). Mejor aún, cuando el emprendedor (en presente o futuro) se desenvuelve en un contexto como el universitario (Schimperna et al., 2022). Al ser las intenciones el mejor predictor de la conducta, resulta fundamental conocer las variables y su impacto en la concepción de estas (Krauss et al., 2020). Por otro lado, se debe tener cuidado al analizar este constructo en la etapa universitaria. Dado que, el sujeto se encuentra en un entorno particular cuyo fin es formativo. Adicionalmente, porque los planteamientos que representa la creación de negocios, corresponden a personas en instrucción de experiencia limitada (Krueger, 2007). En tal sentido, la finalidad de la presente investigación es diagnosticar y exponer las dimensiones del CU, intervinientes en la formación de la IE de los

estudiantes de pregrado en Chachapoyas. Por ende, ello puede resultar de utilidad a la comunidad estudiantil, autoridades competentes (académicas y gubernamentales) e investigadores.

### ***1.1.2. Formulación del Problema***

#### **1.1.2.1. Problema General.**

**PG.** ¿Existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?

#### **1.1.2.2. Problemas Específicos.**

**Pe1.** ¿Existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?

**Pe2.** ¿Existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?

**Pe3.** ¿Existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?

**Pe4.** ¿Existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?

**Pe5.** ¿Existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?

### ***1.1.3. Justificación de la Investigación***

La relevancia de una investigación se puede exponer desde tres aspectos: teórico, práctico y metodológico (Monje, 2011).

**1.1.3.1. Relevancia Teórica.** El presente trabajo, tiene como objetivo aportar al estudio de la IE de estudiantes universitarios. En tal sentido, la investigación se realizó de acuerdo con un modelo fundamentado en los conceptos de la Teoría del Comportamiento Planificado. De allí, se indagó sobre la relación del CU y los determinantes postulados por la TCP, con la IE de los alumnos de pregrado en Chachapoyas. Para resaltar, en el país y más específico en la región Amazonas, la aplicación de la TCP en el estudio de la IE para anticipar el emprendimiento, es una corriente en principio de desarrollo. No obstante, el análisis de este constructo, bajo los fundamentos de la teoría mencionada, es considerado dentro de diversas investigaciones; cuyas finalidades se abocan a examinar los principales predictores de la conducta emprendedora, iniciada por sujetos capacitados o en formación.

**1.1.3.2. Relevancia Metodológica.** Respecto a la metodología seguida, en aras de encontrar soluciones a la problemática identificada, se adoptaron los pasos del método científico. Con ello, se buscó avalar la validez y fiabilidad del conocimiento creado. Así, la recolección de los datos se llevó a cabo utilizando un instrumento revisado y validado por un experto, el Dr. Rohit Trivedi. Cuyas bases, son aceptadas en la comunidad que investiga la relación del soporte percibido del CU con de la IE. Para destacar, la confiabilidad del cuestionario a emplear fue revalidada, por el investigador, para los fines del estudio. Además, la tesis podrá servir como sugerencia metodológica para futuras investigaciones que guarden relación con el tema.

**1.1.3.3. Relevancia práctica.** Destaca la importancia práctica de la investigación, porque las autoridades gubernamentales, académicas y educandos, dispondrán de información generada con base en los resultados encontrados. Por consiguiente, se expone el panorama del soporte emprendedor percibido que brinda la UNTRM. Asimismo, se analiza la relación de este factor con la IE durante la formación académica de los alumnos. De tal manera, se pueda intervenir en la generación de un ecosistema universitario que promueva y brinde soporte vinculado al emprendimiento. Tal apoyo, podrá brindarse desde la formación, la identificación y aprovechamiento de oportunidades, el acceso a financiamiento, entre otras condiciones identificados por la plana estudiantil. De igual forma, se podrá trabajar con los factores que motivan a los estudiantes a formar negocios.

**1.1.3.4. Justificación Social.** La presente investigación, ayudará a los miembros de la comunidad educativa de la UNTRM y la Región Amazonas. Los estudiantes podrán seguir estrategias para fortalecer, incentivar y/o desarrollar las capacidades fundamentales al momento de emprender; serán conscientes de las motivaciones en sus intenciones y los desafíos para materializar ideas de negocio. De igual forma, las autoridades académicas y gubernamentales, podrán conocer las percepciones de los educandos sobre el soporte emprendedor (apoyo educativo general, soporte cognitivo y no cognitivo dirigido) que la UNTRM brinda. Por tal razón, con base en los resultados logrados, se podrá identificar opciones de mejora; así, tomar acciones para fortalecer el apoyo percibido. Todo ello, con la finalidad de incentivar la generación de ideas de negocios con pensamiento estratégico, innovación y organización, en sujetos en formación profesional. De esta manera, los emprendimientos incorporarían mejores expectativas de apoyar en la solución de las problemáticas que aquejan a la región. También, para que tales iniciativas puedan mantenerse y crecer en el tiempo.

**1.1.3.5. Justificación Económica.** Con los aportes de la investigación, se procura fortalecer el emprendimiento universitario y con ello generar impacto económico en la región Amazonas. Por ende, en las recomendaciones del presente estudio, son planteadas las actividades de soporte a priorizar por cada constructo estudiado. Con lo cual, las autoridades competentes como Gobierno Regional de Amazonas, a través de la Dirección Regional de la Producción, puedan anticiparse, fomentar y apoyar a la creación de empresas. Además, con la formación de estos nuevos negocios, se apunta a lograr un impacto que se plasme en la realidad local, nacional e incluso tenga alcance internacional. En consecuencia, no solo apuntar al auto empleo de los emprendedores, sino que también a la generación sostenida de puestos de trabajo, con propuestas de valor innovadoras; todo ello, generaría mejores y diversas fuentes de ingresos, mayor recaudación de tributos, niveles superiores de competitividad, entre otros beneficios.

## **1.2. Marco Referencial**

### ***1.2.1. Antecedentes***

#### **1.2.1.1 Antecedentes Internacionales.**

Lestari et al. (2022) llevaron a cabo un estudio donde analizaron el efecto del soporte universitario percibido, compuesto por tres dimensiones, y los rasgos de personalidad en la IE. Para ello, se condujo una investigación explicativa, de diseño no experimental, de corte transversal. Cuya población, estuvo compuesta por estudiantes universitarios activos de Indonesia, que tuviesen cierto tipo de formación empresarial. Para obtener la muestra de 302 sujetos, se realizó un muestreo no probabilístico de juicio. Cabe destacar que, para medir los constructos se adaptaron ítems de cuestionarios validados en diversas investigaciones. Se concluyó que, de los tres componentes del CU, únicamente el soporte educativo percibido afecta directamente a la IE de los educandos. También, corroboraron que el soporte percibido para el desarrollo de conceptos y negocios impacta positivamente en la formación de la

autoeficacia. La cual, a su vez, media la relación entre la personalidad proactiva y la IE.

Lu et al. (2021) investigaron motivados por calcular la influencia del soporte al emprendimiento que brinda el CU en la intención emprendedora. Correspondiente al tipo de análisis, este fue explicativo; de diseño no experimental, con horizonte transversal. Cabe considerar que, los estudiantes universitarios recién graduados de estudios superiores de China, conformaron la población. De los cuales, se consideró a 13 964 sujetos para que integren la muestra; la data fue recogida de la Encuesta Anual de Graduados en China Occidental, realizada por la universidad de Jiaotong de Xi'an. Por tanto, se evidenció en severos casos que, el alumnado no está satisfecho con el apoyo brindado por las instituciones donde estudiaron. Además, se verificó que el CU, a través del soporte emprendedor percibido, sí tiene impacto en la IE, aunque la relación entre ambos constructos es leve. Por último, tanto las normas subjetivas, la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia emprendedora median la relación antes mencionada. De igual modo, estos tres determinantes motivacionales afectan positivamente a la IE de los educandos.

Elnadi & Gheith (2021) indagaron con el designio de estimar el impacto directo de los factores del ecosistema emprendedor en la intención de emprendimiento. Asimismo, buscaron calcular tal influencia de forma indirecta a través de la autoeficacia emprendedora. La investigación fue explicativa, de diseño no experimental y de corte transversal. Es preciso mencionar que, los estudiantes de pregrado de una universidad Pública de Arabia Saudita integraron la población, de la cuál, se rescató una muestra de 259 individuos. La recolección de los datos se hizo por medio de la aplicación de cuestionarios. Por último, se manifestó que, una organización institucional idónea, con cultura y estructura de soporte, acrecientan la autoeficacia emprendedora y la intención de emprendimiento.

Kowang et al. (2021) concentraron sus esfuerzos en demostrar el rol de ciertos determinantes holísticos en el pronóstico de la intención de emprendimiento. Se siguió un estudio con enfoque cuantitativo de tipo correlacional, cuyo diseño fue no experimental. La población quedó conformada por estudiantes de ingeniería, ciencias sociales y negocios, que completaron un curso sobre emprendimiento de una universidad en Malasia. De ahí, se optó por seleccionar una muestra de 360 universitarios. Por su parte, los instrumentos empleados en las encuestas fueron cuestionarios. Finalmente, se afirmó que, existe correlación entre la IE y los factores propuestos en la TCP, la personalidad y la educación emprendedora. Sin embargo, esta última presenta la correlación más baja. Dado que, solo se pudo estar enseñando teoría y no se promovió la actitud y experimentación como fomento de la conducta para crear empresas.

Flores-Novelo et al. (2020) se enfocaron en examinar los determinantes de la intención emprendedora de acuerdo con la TCP. Al mismo tiempo, estudiaron la influencia del CU sobre tópicos de emprendimiento. De tal forma, se realizó una investigación cuantitativa, el enfoque fue correlacional, su diseño no experimental de horizonte transversal. La población, estuvo compuesta por educandos matriculados en carreras económicas – administrativas, de la Universidad Autónoma de Yucatán, en México. Por otro lado, la muestra quedó conformada por 277 estudiantes y se obtuvo a través de un muestreo estratificado. El trabajo utilizó la técnica de encuesta y empleó cuestionarios en línea para las recolecciones correspondientes. Finalmente, los investigadores concluyeron que existe relación significativa entre el entorno de la universidad mencionada y la IE de sus alumnos. Sin embargo, se acotó que, la autoeficacia emprendedora difiere entre mujeres y varones, al ser ellos los que presentaron mayores niveles en sus intenciones de emprender.

### **1.2.1.2. Antecedentes Nacionales.**

Sánchez et al. (2022) llevaron a cabo una investigación cuya finalidad fue exponer la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Por consiguiente, el estudio realizado fue de tipo descriptivo con un diseño no experimental. Por lo que se refiere a la población, estuvo compuesta por 4170 estudiantes de una universidad pública en Amazonas. El muestreo fue no probabilístico, donde se obtuvieron 600 participantes. Es conveniente acotar que, se obtuvo respuestas de alumnos de las distintas facultades de la UNTRM, aunque no de manera proporcional. Brevemente, se concluyó que el 68.2% de los educandos presenta intencionalidad de emprender. Para ser más específicos, el 37.5% de ellos visualizan emprender durante sus estudios. Además, el 36.5% se ha propuesto hacerlo después de cierto tiempo de terminar la universidad. Por último, el 26.0% se planteó hacerlo apenas terminado su etapa universitaria.

Lloja et al. (2021) tuvieron como propósito determinar los factores que ejercen mayor influencia en la IE de alumnos que cursan estudios superiores. En consecuencia, la investigación que se realizó fue descriptiva correlacional. Asimismo, tuvo un diseño no experimental. En cuanto a la población, estuvo compuesta por la plana estudiantil de universidades públicas y privadas, en la Provincia de Tarapoto, región San Martín – Perú. En relación al muestreo, por conveniencia se eligió a 297 sujetos. Sobre el instrumento empleado, optaron por un cuestionario para medir los tres determinantes del modelo. Para terminar, sostuvieron que, para tener mejores niveles de IE mayor debe ser el nivel de presencia de los factores de índole personal; la destreza para la identificación y aprovechamiento de oportunidades, planificación y actitud hacia el comportamiento. De modo similar, el soporte brindado por las casas de estudio, vinculado al emprendimiento, tiene impacto positivo en los individuos que proyectan emprender.

Acuña & Gamarra (2018) realizaron un estudio con el objetivo de determinar las variables influyentes en la IE. Por tal razón, la investigación fue de tipo explicativo. Según su diseño, el trabajo fue no experimental de horizonte transversal. Con respecto a la población, la conformaron los estudiantes de la Universidad San Ignacio de Loyola en Lima Metropolitana. Así mismo, se realizó un muestreo estratificado compuesto por 376 sujetos. En cuanto al cuestionario empleado, este fue adaptado de Miranda et al. (2017). La conclusión fue que, la utilidad percibida y la formación empresarial cumplen un papel relevante en la formación de las intenciones de emprender. Asimismo, aunque la creatividad, actitud hacia el emprendimiento y el ambiente de negocios muestran relación con los deseos de crear negocios; la confianza en uno mismo, la experiencia en negocios, las normas subjetivas y el control percibido no lo hacen.

Alvares (2018) se propuso descubrir si la intención de emprendimiento se ve influenciada por la autoeficacia emprendedora, la norma subjetiva y la actitud hacia la conducta. Por ello, el trabajo realizado fue de tipo descriptivo correlacional. Para agregar, la indagación tuvo un diseño no experimental de corte transversal. Acerca de la población, se conformó por los educandos del décimo ciclo de Ingeniería Mecánica, Mecánica – Eléctrica y Mecatrónica de la Universidad Católica de Santa María en Arequipa. Por su parte, la muestra estuvo compuesta por 115 universitarios; bajo la técnica de encuesta, se les suministró un cuestionario a través del aula virtual de la referida universidad. En conclusión, se postuló que, la variable dependiente está afectada por los tres constructos independientes. A la par, se expuso que la edad también se relaciona de manera positiva y significativa con la IE. Dado que, este factor sociodemográfico se encuentra condicionado por el semestre que la plana estudiantil cursaba.

Liza (2018) indagó para demostrar si la intención de emprendimiento se relaciona con la autoeficacia emprendedora, norma subjetiva y la personalidad proactiva. Con relación al tipo de investigación seguido, este fue descriptivo correlacional. Por otro lado, el diseño fue no experimental con horizonte transversal. En adición, la población estuvo compuesta por los alumnos de dos facultades de una universidad privada de Lima; la muestra quedó conformada por 502 individuos. Por otra parte, la recolección de los datos se ejecutó mediante encuesta; se suministró cuestionarios físicos de respuesta individual, en los ambientes de la casa de estudios. A modo de conclusión, se acotó que, la correlación entre las variables fue positiva y significativa. Además, se precisó que existe diferencia entre los niveles de IE respecto al género. A la par, al momento de emprender, las mujeres expresaron sentir mayor presión por parte de la cultura.

### ***1.2.2. Marco Teórico***

**1.2.2.1. Contexto Universitario.** Primero, entiéndase por contexto a: “entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el que se considera un hecho” (Real Academia Española [RAE], 2022). Por su parte, el CU hace referencia a las condiciones estructurales (tangibles e intangibles) que son competencia de una universidad. También, se relaciona con las actividades para el fortalecimiento de una cultura basada en la creación de empresas (Guerrero et al., 2015). El ecosistema de una institución académica emprendedora, es el resultado de la integración y funcionamiento de siete áreas clave. Donde, se destaca el liderazgo, la capacidad organizacional, las relaciones interinstitucionales, la enseñanza y los incentivos para emprender. Además, se examina la percepción de los estudiantes en la medición de su impacto (EC & OECD, 2012). Para propósitos de la investigación, se define al CU por el rol de soporte al emprendimiento que cumplen las organizaciones de estudios superiores. Apoyo que se puede ver desde lo académico, motivacional y consolidación de negocios.

## **Evolución de las universidades**

A lo largo de la historia han sucedido dos revoluciones académicas. La primera, tomó lugar a finales del siglo 19 en Estados Unidos de América (EE.UU.); a las escuelas de formación profesional se les añadió el rol de investigar. Bajo ese enfoque, estas instituciones ya no tenían únicamente la misión de enseñar, también debían promover la generación de conocimiento por medio de la investigación. Por otra parte, la segunda revolución tuvo sus inicios alrededor de 1980. En este periodo, se comenzó a plantear que, las casas de estudios superiores deberían contribuir con el desarrollo de la economía regional y nacional. En consecuencia con ello, se originó el concepto de universidad emprendedora (UE) (Etzkowitz, 1998). Sin embargo, la interacción entre el gobierno, la academia y la industria (empresa privada) ha generado diversas líneas de estudio relacionadas con la transformación de las universidades. De las cuales, seis son las que concentran mejor sus esfuerzos (Cerver et al., 2020).

En primer lugar, se localiza el modelo de la triple hélice; sostiene que el gobierno, las universidades y la industria deben contribuir igualmente a crear regiones innovadoras. En este punto, se destaca el valor de las relaciones interinstitucionales. Además, es relevante que los centros de estudios superiores cumplan sus tres roles en paralelo (Etzkowitz, 1998).

En segundo lugar, se halla el concepto, sociedad del conocimiento; la UE debe aportar capital humano, de conocimiento y empresarial. Con relación al primero, la formación profesional debe asegurar que los egresados reúnan competencias requeridas por los empleadores y, para crear empresas. El segundo, es el resultado de la transferencia de información por medio de licencias y patentes. El tercero, se vincula al desarrollo de eventos, planes de negocio y funcionamiento de incubadoras (Guerrero et al., 2015).

En tercer lugar, se ubica la perspectiva globalizada; las redes de contacto que se logra con la globalización, permiten a la UE generar información y tomar ventaja sobre ello, en

cualquier lugar del mundo. Cabe decir que, los beneficios que se logren deberán favorecer a la comunidad local, donde se encuentra situada la universidad (Deem, 2001).

En cuarto lugar, se sitúa la premisa, emprendedores versus investigadores; las escuelas y las facultades deben orientarse a promover la rentabilidad de sus investigaciones de calidad, por medio de licencias y patentes. De tal forma, las universidades que tienen buenas políticas y correcta estructura de funcionamiento, capacitan a sus investigadores para aumentar sus habilidades de emprendimiento (Chang et al., 2009).

En quinto lugar, se halla ruta de estudio de la personalidad doble; hace referencia al periodo de transición que las instituciones afrontan hasta llegar a ser consideradas como UE. Para ello, debe haber liderazgo de las autoridades académicas y condiciones normativas que legitimen la innovación por encima de la producción de conocimiento. Mas importante que la exploración científica, es su comercialización (Jacob et al., 2003).

En sexto lugar, se encuentra el nuevo enfoque; expone que no solo existe un modelo único de UE, por las múltiples características que estas instituciones involucran. Además, propone la orientación universidad – industria. Con ello, se explica que, una UE también puede cumplir su tercera misión, al brindar servicios de consultoría y capacitación a empresas y su personal (Philpott et al., 2011).

### **Importancia del contexto universitario**

Resalta la importancia, por el rol que tiene una UE en la promoción y fomento del emprendimiento (Turker & Selcuk, 2009; Soria-Barreto et al., 2017). El entorno que genera una universidad es considerado como el lugar ideal para el soporte y la formación de ideas de negocio robustas (Keat et al., 2011). Dado que, dentro de los diversos y particulares elementos que componen este constructo, sobresale la infraestructura para la innovación y desarrollos tecnológicos. Ya sea, por medio de incentivos u asignaturas en las mallas curriculares. Además, de actividades complementarias como: ferias y eventos empresariales

para la exposición de proyectos y networking, entre otros (Saeed et al, 2015).

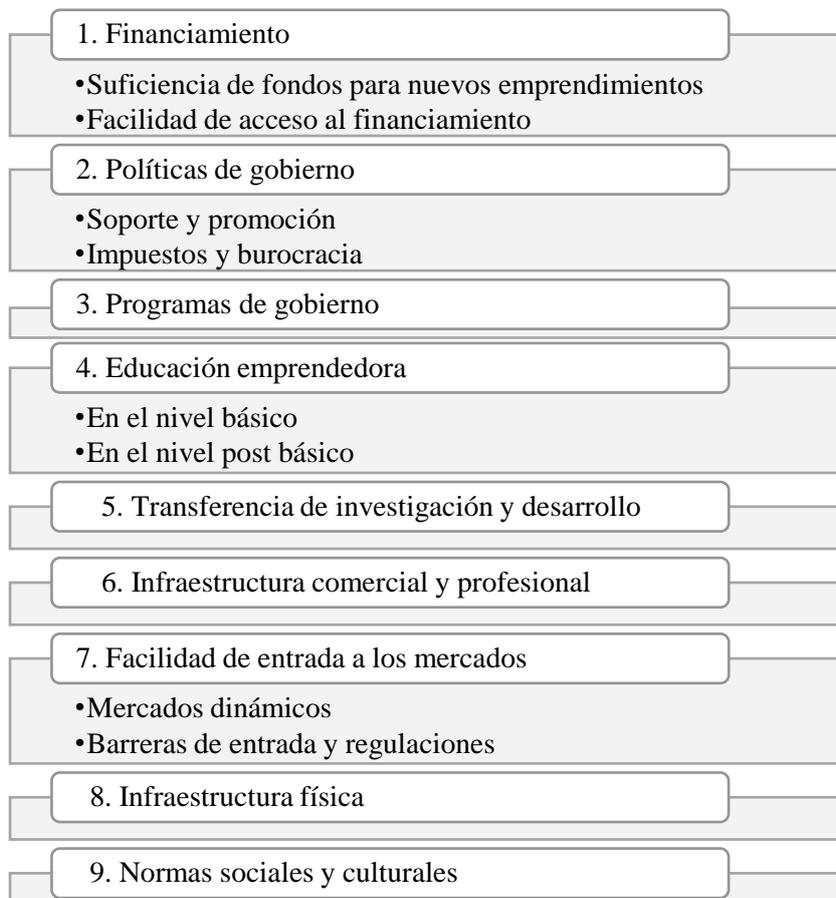
**1.2.2.1.1. *El Contexto Universitario en el Ecosistema Emprendedor.*** En un ecosistema emprendedor, después de los propios emprendedores, las universidades son distinguidas como el segundo actor más importante (Malecki, 2018). Porque, a su misión de enseñar e investigar, se le suma la responsabilidad de apoyar al desarrollo económico y social de la localidad en la que se ubican (Etzkowitz, 2004).

El ecosistema emprendedor puede ser descrito como un contexto genérico, en un territorio definido; compuesto por diversos actores y un grupo de elementos individuales que interactúan dentro de un sistema complejo. Su objetivo, es producir actividad emprendedora y de esa manera promover la creación de nuevas empresas (Maroufkhani et al., 2018; Stam & Van de Ven, 2021). Por ello, diversas son las investigaciones que estudian el impacto del entorno en la IE (Da Silva et al., 2017). De modo semejante, en los principales modelos para identificar y predecir las intenciones, el contexto cumple un rol determinante (Flores-Novelo et al., 2020).

En consecuencia, se han agrupado diversas variables, por medio de las cuales se pueda identificar a las mejores realidades para emprender. Una de estas iniciativas, fue liderada por Monitor Global de Emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], por sus siglas en inglés) y el Foro Económico Mundial (World Economic Forum [WEF], por sus siglas en inglés). En la figura 1, se muestran las condiciones contextuales para el emprendimiento consideradas en esta categorización.

## Figura 1

### *Condiciones contextuales para el emprendimiento*



Nota: Elaboración a partir de factores extraídos de Hill et al. (2022).

De acuerdo con lo que se muestra en la figura 1, existe nueve variables generales, con las cuales se determina el nivel de soporte al emprendimiento dentro de una nación. En primer lugar, se encuentra el acceso al financiamiento y las políticas nacionales: marco normativo y de promoción. Además, se hallan los programas gubernamentales de refuerzo en tres niveles: nacional, regional y local. Después, la educación emprendedora básica y superior, es relevante para brindar ayuda a la creación de nuevos negocios. Así como, la transferencia de conocimiento por medio de la investigación y el desarrollo. También, se toma en consideración la infraestructura comercial, profesional y física donde se desempeña el emprendedor. Adicionalmente, se evalúa a los mercados respecto a su dinámica, barreras y regulaciones. Finalmente, se estudia a la cultura y las normas sociales (Hill et al., 2022).

En adición a la iniciativa liderada por el GEM y el WEF, se encuentra el índice creado por Kantis et al. (2016). Su estructura se muestra en la figura 2.

**Figura 2**

*Índice de condiciones sistemáticas para el emprendimiento dinámico (Icsed)*

1. Condiciones Sociales
•Desempleo Juvenil
•Ingreso Nacional Percápita
2. Capital Humano Emprendedor
•Emprendimientos por oportunidad vs necesidad
•Índice de Aversión al Riesgo
3. Cultura
•Estatus y Jerarquización Social
•Emprendimiento en los medios
4. Sistema Educativo
•Gasto Público por Alumno
•Enrolamiento de alumnos y en educación emprendedora en los niveles primario, secundario y terciario
5. Condiciones de la Demanda
•Crecimiento del PBI
•Calidad de la demanda
•Paridad de Poder Adquisitivo
6. Plataformas de CTI
•Relación Universidad Empresa
•Producción de ciencia y tecnología
•Gasto en I + D de empresas y unidades no productiva (% PBI)
7. Estructura Empresarial
•Índice de Sofisticación Empresarial
•Exportaciones de alta tecnología
•Intensidad Tecnológica de la Industria
8. Capital Social
•Confianza interpersonal
•Individualismo
•Red Social de Apoyo
9. Políticas y Regulaciones
•Apertura y cierre de mercados
•Comercio exterior
•Políticas y programas de emprendimiento
•Impuestos
10. Financiamiento
•Acceso a Venture Capital
•Accesos a crédito bancario
•Financiamiento emprendedor

Nota: Elaboración a partir de los conceptos rescatados de Kantis et al. (2016, pp.103-104).

Como se muestra en la figura 2, distintas variables y sus dimensiones son analizadas a la hora de cuantificar un ecosistema emprendedor. Cabe mencionar que, el Icsed reúne su data de diferentes fuentes de información como el Banco Mundial, OIT, Global Competitive Index, GEM, Unesco, entre otras instituciones. Por ende, tiene su propio método de homogenizar y estandarizar las escalas, para lograr un indicador general (Kantis et al., 2016).

### **Clasificación de universidad emprendedora**

Al ser las universidades un actor fundamental en un ecosistema emprendedor, en la actualidad, existen diversas clasificaciones sobre universidades emprendedoras. Allí, se resaltan los distintivos que ha de poseer una UE, para que su realidad brinde soporte al emprendimiento en su comunidad. Al mismo tiempo, mediante tales cualidades, se realiza el diagnóstico de su cultura emprendedora (Bikse et al., 2016).

**Tabla 1**

*Características de las universidades con cultura emprendedora*

<b>Características a cumplir por las universidades emprendedoras</b>		
<b>EC and OECD:</b>	<b>Holden Thorsp y Buck Goldstein:</b>	<b>Guerrero et al. (2015):</b>
1. Liderazgo y gobernanza	1. Reconoce que la educación de artes liberales ha contribuido a la innovación estadounidense	1. Adaptabilidad organizacional a cambios ambientales
2. Capacitación organizacional, capital humano e incentivos	2. Se alimenta de problemas grandes	2. Distintiva en gobierno y gerencia
3. Desarrollo emprendedor en educación y aprendizaje	3. Valoriza innovación y ejecución	3. Actividades orientadas al desarrollo de cultura emprendedora
4. Redes para emprendedores	4. Pone cultura por encima de estructura	4. Contribución al desarrollo económico con la creación de nuevos negocios
5. Relaciones externas con empresas para intercambio de conocimiento	5. Promueve relaciones entre académicos y emprendedores	5. Comercialización de investigaciones
6. Institución internacionalizada		
7. Mide su impacto como universidad emprendedora		

*Nota:* Elaboración a partir de la traducción y adaptación de Bikse et al. (2016, p. 78).

Como se muestra en la tabla 1, cada clasificación tiene sus ítems respectivos. Sin embargo, se puede encontrar similitudes entre estos. Por ejemplo, la formación emprendedora, condiciones para la estimulación del emprendimiento y la consolidación de

tales iniciativas. Como resultado de ello, en coherencia con Trivedi (2016), se teoriza las dimensiones para el estudio de un CU emprendedor.

#### ***1.2.2.1.2. Soporte Educativo General (SEG) como Dimensión del Contexto***

**Universitario.** Este constructo, hace referencia a los planes de estudios o procesos educativos utilizados para desarrollar actitudes, habilidades y competencias empresariales. Es decir, con la educación emprendedora se busca formar los conocimientos necesarios para iniciar nuevas empresas (Trivedi, 2016). Precisamente, la enseñanza puede ser sobre el concepto de emprendimiento, instruir para emprender, cursos de entrenamientos basados en la acción, formación continua, entre otras (Sánchez et al., 2017). Por otra parte, la argumentación sobre la influencia del aspecto pedagógico en la formación de la IE, es una cuestión aún sin resolver, es ahí donde sobresale su relevancia. Puesto que, identificados los escenarios donde si lo hace, destacan los factores: cómo, qué y quién debe enseñar, para lograr uniformidad contextual y conceptual (Keat et al., 2011). Otro fundamento importante en el estudio de este constructo, es el análisis del diseño, la implementación y la medición de los resultados obtenidos por los programas académicos emprendedores (Fayolle & Gailly, 2015). Brevemente, el SEG, se refiere a los esfuerzos que realiza una universidad con el objetivo de ofertar educación ligada al emprendimiento. Tal formación puede ser lograda mediante una licenciatura, cursos, talleres, entre otros eventos de enfoque semejante. Además, de la enseñanza teórica, las instituciones de educación superior deben maximizar los aprendizajes que la experiencia genera.

#### ***1.2.2.1.3. Soporte Cognitivo y no Cognitivo Dirigido (SCNCD) como Dimensión del Contexto Universitario.***

Como es conocido, las vivencias individuales y en sociedad, del emprendedor, son fuente clave de motivación al momento de crear una empresa (Barba-Sánchez, 2007). En tal sentido, para no tener estudiantes sin experiencia, se debe fomentar programas que brinden soporte para la materialización de ideas de negocio (Drnovsek &

Glas, 2002). Las universidades, deben desarrollar eventos que involucren la participación activa del alumnado (Ripollés & Michavila, 2020). Tales actividades, se agrupan en dos factores conocidos como: soporte para el desarrollo de conceptos y soporte para el desarrollo de negocios (Kraaijenbrink et al., 2010).

Además, se conoce por soporte cognitivo a las actividades de apoyo orientadas a crear motivación y conciencia en los estudiantes sobre el emprendimiento. Por su parte, el soporte no cognitivo se refiere a los esfuerzos puntuales de la universidad para ayudar los educandos a llevar a cabo sus planes de negocio. Tal voluntad, se plasma al conseguir fuentes de financiamiento, desarrollo de redes de contacto, proveer con infraestructura para la incubación de Start-ups, etc. (Trivedi, 2016; Su et al., 2021). En síntesis, se entiende que, mediante el SCNCD las universidades se enfocan en otorgar estímulos para emprender; en la percepción estudiantil, resalta su relevancia. Asimismo, por medio de este constructo se generan experiencias positivas, se promueve espacios creativos para la generación de ideas innovadoras, se desarrolla y se fomenta la participación en ruedas de financiamiento, etc.

**1.2.2.1.4. Importancia del Estudio del Contexto Universitario.** En vista que, la estructura de funcionamiento de las universidades no solo debe orientarse a la educación, sino que también debe brindar condiciones para la formación de negocios. Resulta importante el estudio del CU porque de esta manera se puede conocer el soporte emprendedor que advierten sus alumnos (Schwarz et al., 2009). Además, es relevante en el diagnóstico y mejora de la cultura emprendedora de las casas de estudios superiores. Puesto que, ayuda a analizar la expectativa y percepción del fomento y apoyo a la creación y consolidación de la actividad empresarial estudiantil (Guerrero & Urbano, 2012). Lo cual, se logra al conocer los niveles percibidos de formación emprendedora, desarrollo de conceptos y desarrollo de negocios (Saeed et al, 2015).

Para fines de la investigación, tal como se expuso en el apartado 1.2.2.1.3., los soportes de desarrollo de conceptos y negocios se definen como SCNCD. En consecuencia, es primordial investigar este fenómeno en los estudiantes de pregrado en Chachapoyas. Considerando que, las autoridades académicas y gubernamentales competentes, podrán enfocar políticas, estrategias y acciones en pro de mejorar las condiciones, en la consolidación de la UNTRM como una UE.

**1.2.2.2. Intención Emprendedora.** Las intenciones son pensamientos en un contexto, respecto a las acciones que conducen a lograr ciertos objetivos en un período fijado (Ajzen & Fishbein, 1980). Por otra parte, la IE nace de la interacción de tres factores. Primero, se encuentra la percepción del contexto sobre empezar un negocio. Segundo, que tan capaz es el individuo para cumplir con las tareas. Tercero, debe existir un evento que suscita la acción (Shapiro & Sokol, 1982). En otras palabras, la IE se trata del resultado entre las metas y los planes de acción para cumplir expectativas (Tubbs & Ekeberg, 1991). La IE es la creencia planificada de materializar una idea de negocio convirtiéndola en una empresa. Cuyo origen, puede estar motivado por factores diversos.

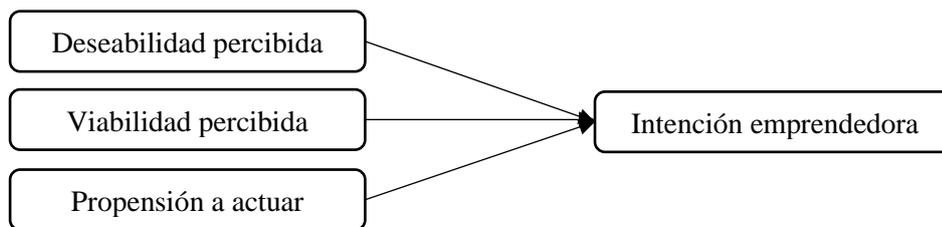
Debe señalarse que, diversas son las doctrinas y sus integraciones, las cuales están orientadas a conocer las causas que llevan a las personas a emprender; dentro de ellas, se encuentra la Teoría de los Rasgos de Personalidad. Los estudios conducidos bajo este marco teórico, parten de la hipótesis que, los emprendedores reúnen ciertos rasgos específicos. Sin embargo, la poca homogeneidad de las competencias personales encontradas, en los que han iniciado un negocio, motivó al empleo de nuevas y más completas corrientes de investigación. Las mismas que, comenzaron a involucrar los factores personales y contextuales en el estudio sobre potenciales emprendedores.

De hecho, con la teoría de la acción razonada, se enfocaron en comprender las actitudes y predecir el comportamiento social, brindándole a las intenciones el rol principal. Las cuales, para ser formadas, los sujetos deben combinar dos estimaciones fundamentales, lo que genera el entorno y la parte personal. En ese sentido, se estipuló que las conductas serán influenciadas por el aspecto exógeno, siempre y cuando sea relevante para la persona. En consecuencia, en un comportamiento controlado, el impacto de lo externo es de manera indirecta, depende de las justificaciones que los individuos encuentren o conciban para ello.

### Modelo Teórico Uno

**Figura 3**

*Modelo original del evento emprendedor*



Nota: Elaboración a partir de la traducción al modelo referenciado por Iakovleva & Kolvereid (2009, p. 4).

El modelo del evento emprendedor (MEE) fue creado por Shapero & Sokol (1982). Mediante el MEE se muestra la dependencia de la IE; se aduce que esta, se encuentra principalmente focalizada en tres factores. Primero, la deseabilidad percibida, sección que refleja el atractivo que representa ser emprendedor para un individuo. Segundo, la viabilidad percibida, componente que manifiesta la percepción del sujeto respecto a la incertidumbre que hay en su entorno y, como este puede afrontarla. Tercero, la propensión a actuar, elemento relacionado a la toma de riesgos o la predisposición a tomar acción ante determinadas situaciones.

Adicionalmente, el MEE se explica en tres fases. En primer lugar, se encuentra la sección donde la persona experimenta una serie de sucesos. Allí, el sujeto crea o se descubre en él la predisposición de emprender. En segundo lugar, la formación del deseo, el individuo

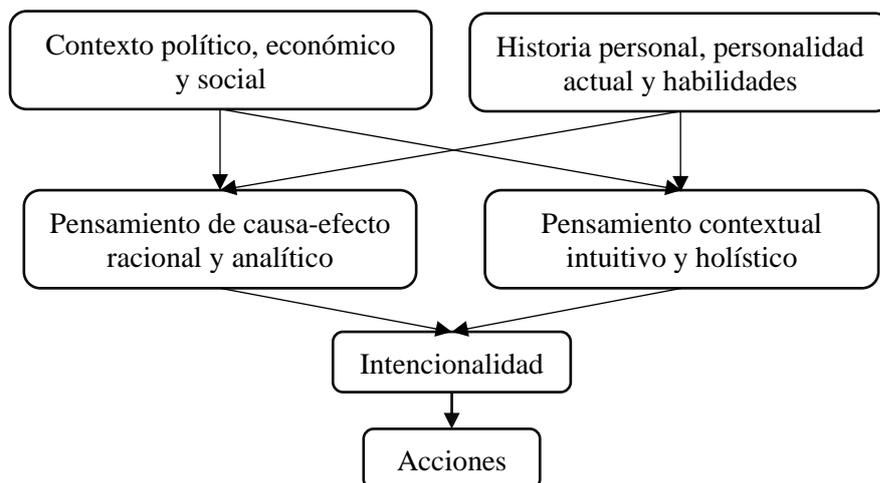
es afectado por ciertas variables como la educación, el entorno cercano, la cultura, entre otras. Finalmente, está la acción, con lo vivido y aprendido en las fases previas, sumado a condiciones puntuales, llega el momento de emprender.

Por otra parte, Ajzen (1985) acotó que las intenciones controlan las acciones por medio de ciertos determinantes. Ello, corresponde a una sucesión de procesos que toman parte a la hora de fusionar las actitudes y las normas sociales. Por tanto, dan como resultado un control del comportamiento durante su ejecución. Expresado de distinta forma, el principal determinante de las intenciones es la información que tiene un sujeto de su entorno y como este la procesa. Por otra parte, se señaló que las características personales o condiciones demográficas ejercen influencia indirecta en el comportamiento. A pesar de que las intenciones suelen predecir acciones, un buen número estas no son ejecutadas; depende del periodo en que se midan, a menor intervalo mejor será su predicción.

### Modelo Teórico Dos

**Figura 4**

*Modelo de las bases contextuales de la intencionalidad*



Nota: Elaboración a partir de la traducción de Bird (1988, p. 444).

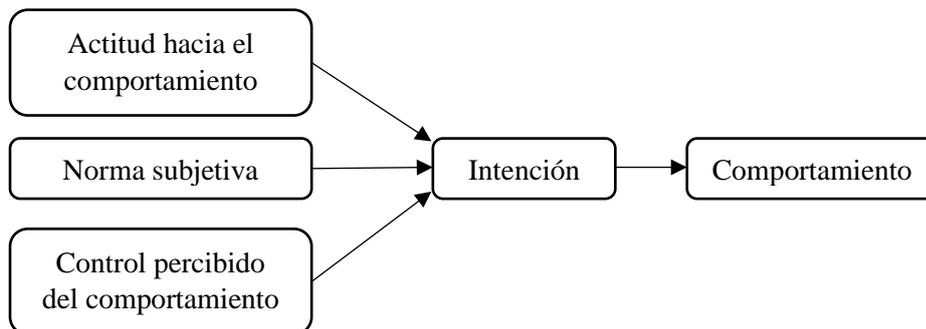
Según Bird (1988), las intenciones emprendedoras se fundamentan en el contexto, en las características y la historia del individuo. En el modelo que se muestra en la figura 4, en el entorno, se consideran a los factores político, económico y social. Puesto que, cumplen un rol

preponderante, son la base de toda la estructura. En segundo lugar, se localizan los pensamientos; sección que contempla la parte analítica y racional de causa-efecto, a su par, se encuentra la intuición holística contextual del sujeto. Como resultado de la interacción del sujeto con estos elementos, previamente de las acciones, se forma la IE.

### Modelo Teórico Tres

#### Figura 5

##### *Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado*



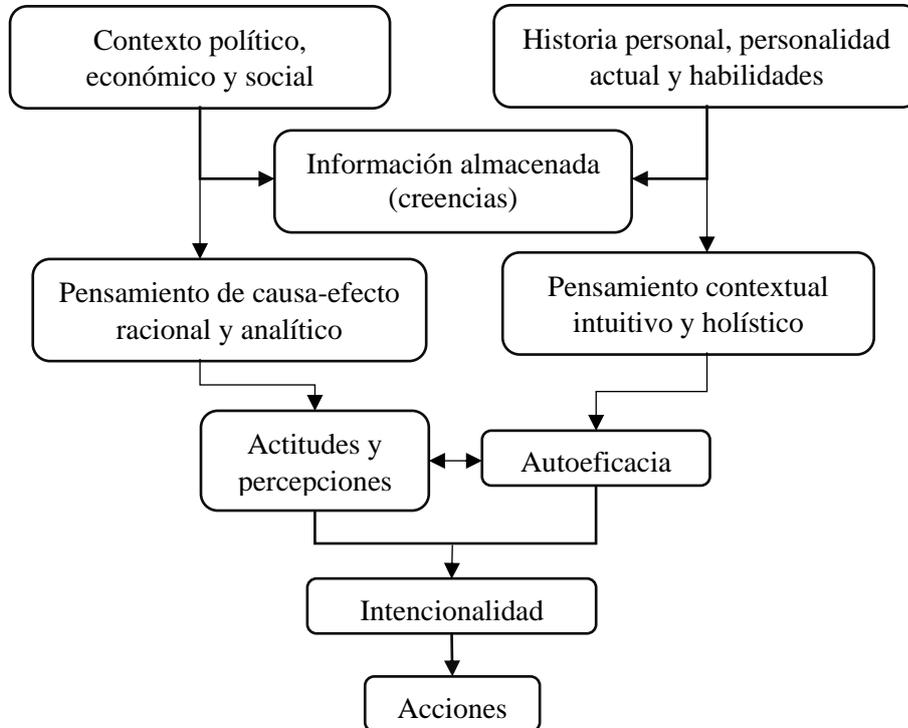
Nota: Elaboración a partir de la traducción de Ajzen (1991, p. 182).

El modelo de la TCP se creó en 1991, a través de la actualización de la teoría de la acción razonada. Su estructura, que se presenta en la figura 5, muestra que las intenciones que se generen en las personas, serán el reflejo de tres aspectos; la actitud personal (AP), las normas subjetivas (NS) y la percepción sobre el control del comportamiento (CPC). Claramente, se visualiza la importancia directa del ámbito social y personal en la intencionalidad. Dado que, las orientaciones se forman desde los deseos, los hábitos, los valores y las creencias de los individuos, de acuerdo con el entorno en el cual se desenvuelven. Sin embargo, presentan límites temporales y espaciales, ya que, los enfoques pueden cambiar por tiempo y contexto. Por tal motivo, la elección de una postura en momento y situación específica, es una decisión estratégica (Ajzen, 1991).

## Modelo Teórico Dos Actualizado

**Figura 6**

*Modelo actualizado de las bases contextuales de la intencionalidad*



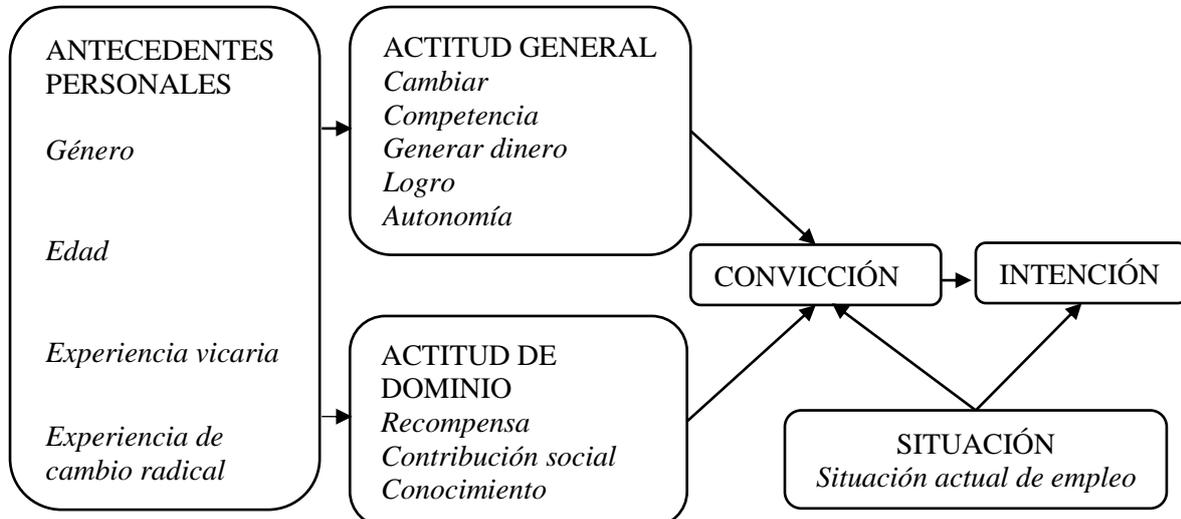
Nota: Elaboración a partir de la traducción de Boyd & Vozikis (1994, p. 69).

En 1994, se actualizó el modelo elaborado por Bárbara Bird en 1988. A la estructura base se le agregó tres componentes. Primero, la información almacenada, la cual proviene de las variables contextuales y personales. Resalta su importancia, debido a que, ejerce influencia directa en el razonamiento y las proyecciones de los individuos. Segundo, las actitudes y las percepciones, estas reflejan las sensaciones que tiene un sujeto respecto a la concepción de ser o convertirse en emprendedor. Tercero, la autoeficacia, de igual manera, es el resultado de un proceso cognitivo. Sobresale su relevancia en la creación de la intencionalidad, porque el sentirse calificado puede influir para realizar ciertas acciones en la creación de emprendimientos (Boyd & Vozikis, 1994).

## Modelo Empírico Uno

**Figura 7**

*Modelo psicológico económico de los determinantes de las intenciones emprendedoras*



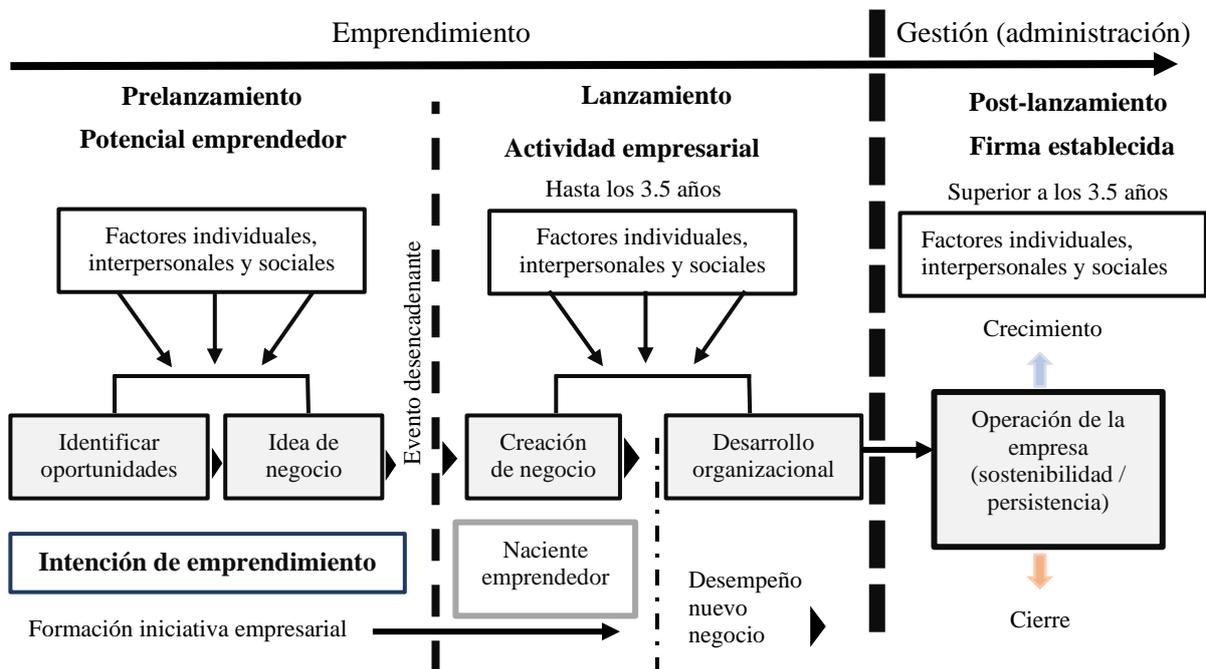
Nota: Elaboración a partir de la traducción de Davidsson (1995, p. 5).

De acuerdo con Davidsson (1995), como se muestra en la figura 7, la base de las intenciones son los antecedentes personales. Dentro de ellos se encuentra el género, la edad y la experiencia. Luego, se halla la actitud seccionada en dos dominios: general y específico. El primero, hace referencia a la competitividad, orientación al cambio, motivación por los resultados, autonomía o independencia. El segundo, engloba los pensamientos para lograr retribuciones como un pago, aprendizaje o contribución social. Con los tres factores, se desarrolla una convicción; esta se puede convertir en intención, a través de una situación que el sujeto advierte o sin la necesidad de un evento desencadenante.

Adicionalmente, según estudios empíricos con el MEE, donde se añadió las experiencias de los emprendedores en relación con su duración y cuan positivas fueron. Se concluyó que, los tres factores primarios del modelo brindan soporte significativo a la formación de la IE. Sin embargo, se sugiere emplear modelos más completos y robustos (Krueger, 1993). Por otra parte, se ha integrado la autoeficacia en el proceso de la intencionalidad, creado por B. Bird en 1988. Con ello, se sugirió que, tal capacidad puede

influir en las intenciones y acciones (Boyd & Vozikis, 1994). Asimismo, por medio de la combinación de la TCP y el MEE, se invirtieron el orden de los factores y sumaron nuevos constructos. Como resultado, se encontró que la credibilidad puede formar parte al momento de predecir intenciones (Schlaegel & Koenig, 2014; Schmutzler et al., 2019). La fusión de ambos modelos puede ayudar a determinar el potencial emprendedor y los emprendedores potenciales (Krueger & Brazeal, 1994). Además, al aunar la percepción de las habilidades, en la TCP, se brinda consistencia a la hora de anticipar acciones en dominios concretos (Krueger & Carsrud, 1993). En otro orden de ideas, la educación, también es considerada como determinante (positivo o negativo) de la IE (Kowang et al., 2021; Iwu et al., 2021). De forma semejante, se postuló que, la actitud y la práctica emprendedora intervienen en la formación de la IE en estudiantes universitarios (Huang et al., 2021). Los estudios empíricos, incluyen diversidad de determinantes y modelos para la predicción de las intenciones. No obstante, de acuerdo a la literatura revisada, el marco teórico que ofrece la TCP, es ampliamente empleado en investigaciones sobre el origen de la IE.

***1.2.2.2.1. Ubicación de la Intención Emprendedora en el Proceso de Creación de Empresas.*** Como se muestra en la figura 8, la IE, se encuentra al principio del proceso emprendedor, en la etapa de prelanzamiento; fase en la cual, se estudia el potencial emprendedor y sus determinantes. Esta sección, ve su final cuando se materializa la iniciativa empresarial. En otras palabras, se pasa de los pensamientos y planes a la acción a la implementación de estrategias y tácticas (Bosma et al., 2021; Carton et al., 1998).

**Figura 8***Proceso emprendedor*

Nota: Elaboración a partir de (Veciana, 1999; Carton et al., 1998; Baron, 2002; Bosma et al., 2021).

Al paradigma emprendedor lo integran tres etapas. Primero, se encuentra el prelanzamiento de las iniciativas, fase de intenciones e ideas. Luego, el inicio de operaciones (rendimiento), periodo donde la firma es creada y se busca su desarrollo. Finalmente, la meta es llegar a la sostenibilidad, sección donde la gestión y la administración desempeñan el rol característico (Carton et al., 1998). Se puede señalar que, el momento en el que se decide ser un emprendedor, es el punto de inflexión en el proceso de creación de negocios (Baron, 2004). Para agregar, la base del periodo de prelanzamiento es la IE. Allí, se encuentran todos los potenciales emprendedores. Por otra parte, una iniciativa empresarial consolidada, es cuando esta supera los tres años y medio de funcionamiento (Bosma et al., 2021).

Dentro de este orden de ideas, de acuerdo con la figura 8, los atributos individuales incluyen motivaciones, cogniciones, objetivos, género, entre otros. Por su parte, el aspecto interpersonal trata sobre el entorno cercano del individuo, el rol de la familia, el soporte de los amigos, las normas sociales y otras. Con relación al factor social, este se refiere al

macroentorno; contempla las regulaciones, la coyuntura política, los cambios tecnológicos, también considerados como factores fundamentales (Baron, 2002; Veciana, 1999). Como se observa, en el periodo previo a la creación de una empresa, las iniciativas emprendedoras por lo general ven su origen en las intenciones. Las mismas que, se forman influenciadas por ciertos determinantes. Sin embargo, no se ha demostrado una homogeneidad de ellos entre los emprendedores.

### **Definición de Emprendimiento**

El emprendimiento es una conducta proyectada (Bird, 1988; Katz & Gartner, 1988). Respecto al vocablo emprendedor, proviene del francés “entrepreneur”; se adjudica a Cantillon<sup>1</sup> como introductor del término (Hidalgo, 2014; Ávila, 2021). Cuando se menciona emprendimiento, resaltan multiplicidad de definiciones, sin lograr un consenso (Licht & Siegel, 2009). Sin embargo, sobresale definirlo como: la acción de emprender, la realización pionera de una o más obras. Cuyo resultado, es un proceso mediante el cual se trata de identificar una situación positiva (oportunidad) dentro de un ambiente de crisis (amenaza) (Sánchez et al., 2005). Asimismo, es un fenómeno que da origen a las variaciones y desequilibrios en las economías, al crear productos a través de la innovación (Schumpeter, 1976). En otras palabras, la acción de emprender es la reacción favorable y planificada ante determinadas situaciones. Su inicio, se alude a las motivaciones o cogniciones del sujeto en un entorno. Además, cumple una función clave, en la creación de productos por medio de la innovación.

---

<sup>1</sup> Richard Cantillon, fue un autor de nacionalidad irlandesa-francesa. Se relaciona con el emprendimiento por su trabajo: “Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general” a mediados del siglo XVII (Hidalgo, 2014)

## **Importancia del Emprendimiento**

Por medio del emprendimiento, los estados generan riqueza y desarrollo social (Stevenson & Jarillo, 1990). Asimismo, a través de la invención e innovación, se puede lograr ventajas competitivas para un país (Porter, 1990). No hay objetivo mayor que, crear valor con la identificación y solución de problemas o necesidades. En este proceso, las dificultades se consideran como oportunidades a ser aprovechadas creando negocios, empresas, ventures entre otras concepciones empresariales (Schumpeter, 1976; Thoreau, 1989; Drucker, 1985). Bajo esta perspectiva, también se tiene un impacto social, mediante la generación de empleo y apoyo a las comunidades. A su vez, se incluye como un objetivo, cumplir con aspectos personales como la realización (Cárdenas et al., 2015). Con la creación de empresas se pueden lograr ventajas para el mercado objetivo, los emprendedores y el país. Mejores resultados se obtendrán, si hay mayor innovación y valor agregado en los productos.

Otro aspecto relevante sobre este fenómeno es el estudio de la multicausalidad que tiene. No se ha logrado un consenso, sobre un aspecto específico como foco de partida.

## **Emprendimiento por Necesidad versus Oportunidad**

Los factores *push*, están relacionados con los emprendimientos cuya decisión inicial, fue asumida porque el emprendedor atraviesa una situación de necesidad. En otras palabras, los individuos emprenden para conseguir recursos que les ayuden a solventar sus carencias económicas; subsistir, emplearse y generar sus propios ingresos que les permitan mejorar su bienestar o calidad de vida (Reynolds et al., 2001). En cambio, las variables *pull*, se asocian con la creación de negocios, en vista que una o más situaciones requieren solución y pueden ser aprovechadas. Es decir, las iniciativas empresariales *pull*, convierten en oportunidad de negocio las necesidades identificadas en terceros (Terán-Yépez & Guerrero-Mora, 2019).

Una coyuntura será considerada como oportunidad, si es perdurable: se mantiene en el tiempo. Además, debe ser oportuna, que la intervención sea en el momento y condiciones

indicas. También, necesita ser atractiva, el sujeto debe sentir cierta afinidad para realizar acciones sobre ella. Por ende, cuando una empresa se crea, porque hay una correcta identificación de la oportunidad, se conjetura la existencia de una planificación. Desde este enfoque, prevalece la visión del individuo por encima de su formación académica (Coello & Pico, 2017).

### **Emprendimiento Social vs Comercial**

Por una parte, se encuentran los emprendimientos con propósitos benéficos, son los que a través de su misión buscan tener impacto positivo en la sociedad. De igual modo, son los negocios que emplean su rentabilidad generada para mejorar determinadas condiciones sociales (Terziev & Arabska, 2018; Vera et al., 2021). Por otra parte, los emprendimientos comerciales, son aquellas iniciativas que comienzan primordialmente con la finalidad de crear valor económico para el equipo fundador. Dicho de otra forma, se busca incrementar la riqueza monetaria y mejorar las condiciones económicas de los emprendedores (Cavazos et al., 2021). En realidades dinámicas, donde las industrias deben adaptarse a ellas, existen los emprendimientos que combinan ambos fines; son negocios conocidos como: *double-bottom line* (Rahim & Mohtar, 2015). Por consiguiente, de acuerdo con los fines con las que se crean y gestionan las iniciativas empresariales, serán categorizadas como sociales y/o comerciales. Por ende, en el mercado existirán sociedades de lucro o benefactoras, en diversos casos, una combinación de ellas.

### **Características del Emprendedor**

Las competencias emprendedoras no se encuentran de manera homogénea en los sujetos. Sin embargo, son cualidades sugeridas como necesarias para realizar diversas tareas y desempeñarse productivamente en campo del emprendimiento. Para mencionar algunas, entre ellas encontramos: innovador, creativo, observador, dinámico, entre otras (Alcaraz, 2011; Bucardo et al., 2015; Rosique-Blasco et al., 2017). Asimismo, estudios sobre rasgos de

personalidad y su función como determinante de la generación de empresas, tampoco han logrado un consenso (Cuesta et al., 2018). Por ello, las características que un emprendedor reúne, se van agregando o limitando según el ambiente donde el concepto es investigado. No obstante, la teoría sugiere que, en algunos entornos se pueden encontrar ciertas competencias semejantes.

### **Surgimiento de la Teoría del Comportamiento Planificado**

Predecir el emprendimiento con algo inapropiado e infectivo, como son los rasgos de personalidad, ha sido un problema y necesita ser estudiado desde un paradigma diferente (Robinson et al., 1991). Considerando que, los procesos cognitivos entran en juego indistintamente si un emprendedor lo es de nacimiento o se forma en el camino; es más conveniente analizar al sujeto bajo una interacción entre factores exógenos y endógenos (Baron, 2004). Todo ello, se evidencia en las investigaciones que delimitan a este principio bajo el análisis del comportamiento y sus motivaciones. Por ello, se analiza menos a los rasgos de personalidad, como determinante principal (Drucker, 1985; Mitchell et al., 2007). El surgimiento de la TCP se debe a que los modelos para entender ciertos comportamientos, solo se fundamentaban en características personales. Sin embargo, esta teoría ofrece un mejor enfoque, es el reflejo de la interacción del sujeto en su entorno.

Como se muestra en la figura 5, son tres los determinantes de las intenciones según Ajzen (1991). Tales factores, fueron empleados en la investigación sobre la IE de los alumnos de pregrado en el estudio de Trivedi (2016). Para los fines del presente trabajo, se definen a continuación.

**1.2.2.2. Actitud hacia el Emprendimiento (AE) como Factor de la TCP.** La AP, es la evaluación que una persona realiza sobre una acción y las sensaciones que ello implicaría para sí misma (Ajzen, 1991). En el campo del emprendimiento, la AE hace referencia a como se siente el futuro emprendedor, desde sus concepciones, respecto a la creación de un negocio

y, lo que ello implicaría para él. Las sensaciones que se logre en ese proceso, de manera programática o subconsciente, pueden resultar positivas o negativas en la formación de la IE (Schlaegel & Koenig, 2014). Adicionalmente, esta apreciación personal, está estrechamente ligada a los rasgos de personalidad de los sujetos (Liñán et al., 2011). Expresado de otra manera, la AE hace mención a como se siente una persona con la idea de emprender y cuán atractivo encuentra este proceso. Es importante su análisis, porque estas percepciones pueden tener resultados tanto positivos como negativos en la intencionalidad de los individuos.

**1.2.2.2.3. Normas Subjetivas como Factor de la TCP.** Este constructo trata sobre la percepción de aprobación o rechazo del entorno respecto a los planes y la materialización de una idea de negocio (Liñán & Chen, 2009). Asimismo, gira respecto a cómo es visto el emprendimiento dentro de una cultura. En otras palabras, es lo que el círculo cercano del emprendedor y la sociedad, perciben sobre esta elección de carrera (Martinez et al., 2018). También, se puede entender como la generación de confianza que un sujeto tiene de su entorno cercano; si la apreciación es más realista y cercana al sujeto, posee un efecto más prolongado (Iaochite & Neto, 2014; Velásquez et al., 2004). Por ello, la información procedente de esta evaluación, conviene transformarla, dimensionarla y acomodarla cognitivamente, por medio de un proceso autorreflexivo (Bandura, 1997). En las sociedades que basan su desempeño en el rendimiento, la calificación social cumple un rol importante (Newman et al., 2019). Brevemente, las NS se refiere a la opinión que el entorno brinda al sujeto y como este logra canalizarla en su decisión de emprender; por medio de la aceptación o no, el entorno hace notar su nivel de soporte. Es importante su estudio, dado que, las NS están ligadas plenamente con el apoyo o rechazo de cumplir expectativas sociales.

**1.2.2.2.4. Control Percibido del Comportamiento como Factor de la TCP.** El CPC hace referencia a las creencias del desempeño exitoso al momento de cumplir tareas o roles (Ajzen, 1991). En otras palabras, se relaciona con la capacidad auto percibida de ejecutar acciones y lograr objetivos (Soria-Barreto et al., 2017). Por ello, un concepto semejante es la autoeficacia emprendedora (AEE), definida como: la autopercepción de poseer las competencias claves al momento de emprender; cualidades relevantes para tener éxito en el desarrollo de emprendimientos y sostenerlos en el tiempo (Chen et al., 1998; Shane & Venkataraman, 2000). Cabe resaltar que, la autoeficacia orienta a la realización de determinados comportamientos para afrontar y, superar dificultades y desafíos (Bandura, 1977). Asimismo, la expectativa de eficacia predispone el nivel de esfuerzo y la duración de este (Gist, 1987). El CPC, es la concepción que tiene un potencial emprendedor, de poder llevar a cabo un emprendimiento; los sujetos piensan que reúnen las habilidades y las capacidades necesarias para cumplir con las tareas específicas en la creación de empresas. Es importante su análisis, debido a que, cuando las personas tienen mayor nivel de creencia que pueden conseguir las metas propuestas y prevenir lo que no se desean, mayor puede ser su deseo de conducta.

Fayolle & Liñán (2014) clasificaron a las investigaciones relacionadas a determinar el origen de las intenciones emprendedoras en cinco categorías principales. A) estudios basados en los modelos teóricos y metodológicos de intencionalidad. B) investigaciones que analizaban los rasgos personales. C) en este apartado se encuentran los trabajos que buscan determinar la interrelación del constructo con la educación emprendedora. D) esta sección prevé estudiar la influencia del contexto y las instituciones en la IE. E) por último, se encuentran las indagaciones cuyo objetivo está primordialmente centrado en encontrar la conexión entre intención y comportamiento.

**1.2.2.2.5. Importancia del Estudio de la Intención Emprendedora de Estudiantes de Pregrado.** En primer lugar, es importante analizar la IE, dado que, es la base del proceso emprendedor (Bosma et al., 2021). Además, para indagar sobre los potenciales emprendedores, bajo la premisa que el emprendimiento es un fenómeno consciente y voluntario; el estudio de este constructo permitiría anticiparlo, al identificar a los sujetos que reúnen mayor probabilidad de tener una iniciativa empresarial (Osorio & Londoño, 2015). Por su parte, al efectuarlo bajo los fundamentos de la TCP se logra una mejor trascendencia, porque se engloban factores de carácter personal y social. De esa manera, se sostiene una aproximación cognitiva (Liñán & Chen, 2006).

Por ende, es relevante evaluar la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoya. Debido a que, primero, se identificará el nivel de potenciales emprendedores. Segundo, permitirá conocer los factores que los motivan para crear un negocio. En concreto, su actitud, las normas sociales y la seguridad en sus destrezas. Tercero, conocidos el primer y el segundo punto, se podrá desarrollar y reforzar, en la población estudiada, las competencias clave en la creación de empresas. De tal forma, se contribuiría a disminuir la brecha económica en la región Amazonas, se fomentaría el autoempleo de los estudiantes y la creación de nuevas oportunidades laborales.

### **1.3. Objetivos e Hipótesis**

#### **1.3.1. Objetivos**

##### **1.3.1.1. Objetivo General.**

**OG.** Determinar que existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

##### **1.3.1.2. Objetivos Específicos.**

**Oe1.** Comprobar que existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Oe2.** Comprobar que existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Oe3.** Comprobar que existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Oe4.** Comprobar que existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Oe5.** Comprobar que existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

### ***1.3.2. Hipótesis***

#### **1.3.2.1. Hipótesis General.**

**HG.** Existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

#### **1.3.2.2. Hipótesis Específicas.**

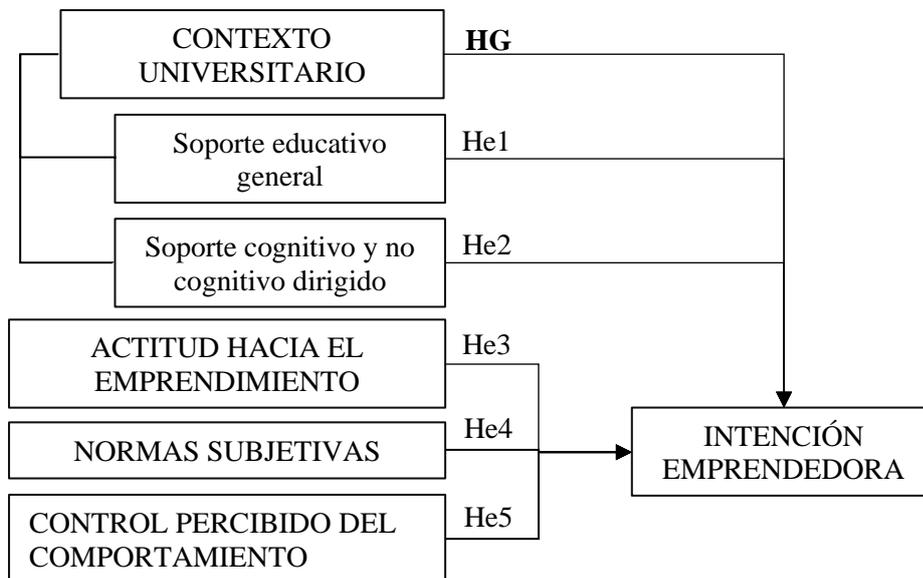
**He1.** Existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**He2.** Existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**He3.** Existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**He4.** Existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**He5.** Existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Figura 9***Modelo teórico seguido*

Nota: Elaboración a partir de la estructura teórica propuesta por Trivedi (2016), quién a su vez, basó su investigación bajo los conocimientos doctrinarios de la TCP.

En el modelo teórico de la investigación, que se muestra en la figura 9, se observa gráficamente las seis hipótesis postuladas, una general (HG) y cinco específicas (He y su respectivo numeral). Este, fue planteado en concordancia con Trivedi (2016). La estructura creada por el Dr. Trivedi, se fundamenta en dos estudios principalmente. Por una parte, la sección del contexto universitario tiene su base en Kraaijenbrink et al. (2010). Por la otra parte, lo referente la AE, las NS y el CPC, se apoya en el trabajo de Liñán & Chen (2006); quienes, realizaron su análisis por medio de la adaptación de la TCP, postulada por Ajzen (1991).

## Capítulo 2

### 2.1. Método

El método científico seguido en una investigación, parte del hecho que los modelos que se proponen utilizar ya existen (Tamayo, 2003). En ese sentido, tiene pasos consecuentemente establecidos. Su principal función, es aclarar dudas sobre la investigación y generar conocimiento e interés para próximos estudios (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Por otra parte, con ello se busca confirmar hipótesis y mostrar la actualidad de los constructos (Monje, 2011). El trabajo será ejecutado bajo el método científico. Se utilizará un modelo validado el cual sigue una estructura coherente. A la par, la información generada, al mismo tiempo de contrastar seis hipótesis, sumará conocimientos al campo de estudio del soporte universitario y la IE.

#### 2.1.1. Tipo de Investigación

De acuerdo con el tipo de investigación, si se aplica y corrobora las teorías existentes, es teórica o pura (Muñoz, 2011). Adicionalmente, en una investigación correlacional se estudia y mide de manera objetiva el grado de asociación entre variables. Todo ello, por medio de la cuantificación del vínculo existente entre posibles sucesos, constructos sociales y personales; los mismos que también pueden ser materiales, dentro de una situación problemática (Hernández et al., 2014). Por lo cual, la investigación a realizar será teórica o pura, de acuerdo con los conocimientos doctrinarios de la TCP. Además, tendrá un alcance correlacional, se busca probar la asociación entre el CU, AE, NS y CPC con la IE, mediante el contraste de una hipótesis general y cinco específicas. Por ende, se empleará estadísticas para lograr los objetivos planteados, con lo cual, el enfoque a seguir será cuantitativo.

### ***2.1.2. Diseño de Investigación***

El diseño puntualiza sobre el control y la manipulación o no de las variables, en las unidades de análisis, a través de tratamientos. Por otra parte, hace referencia al tiempo en el cual los datos serán obtenidos; si son reflejo de una situación específica son transversales, en cambio, si se recogen en un periodo definido son longitudinales (Sierra, 1999; Maletta, 2009). La tesis tendrá un diseño no experimental, el trabajo estará enfocado exclusivamente en recoger y registrar datos puros. A su vez, transcurrirá en un punto de tiempo y momento específico, con lo cual, su temporalidad será transversal o seccional.

### ***2.1.3. Variables***

Diversas investigaciones se han realizado para descubrir los constructos que pueden relacionarse con la IE. Sin embargo, las principales indagaciones aúnan a estos factores en dos grupos: personales o individuales y contextuales o situacionales (Da Silva et al., 2017). A su vez, se incluyen a las variables sociodemográficas como antecedente (Gabbianelli et al., 2021). Con el propósito de lograr los objetivos de la investigación, se estudiarán las variables: CU, AE, NS, CPC y la IE, recopilados en el trabajo realizado por Trivedi (2016). Cabe resaltar que, estos constructos fueron materia de investigación en múltiples estudios, los mismos que se detallan en el anexo B.

En la tabla 2 se muestra la operacionalización de las variables investigadas. Allí, se presenta la definición conceptual y operacional de los constructos analizados. Asimismo, se indica las dimensiones, los ítems, las escalas, los rangos y los niveles correspondientes a cada uno de estos.

Tabla 2

## Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones / Factores	Ítems	Escala	Rangos	Niveles
CU <sup>a</sup>	El contexto universitario trata sobre del apoyo que brindan las instituciones de educación superior y, su rol en la estimulación del emprendimiento (Trivedi, 2016).	El contexto universitario hace referencia al soporte educativo general y al soporte cognitivo y no cognitivo dirigido. Así, se procura brindar un ambiente motivacional y generar conciencia emprendedora. Al mismo tiempo de, otorgar facilidades en infraestructura física y transmisión de conocimiento, mediante formación emprendedora.	Soporte educativo general	[CUP1 – CUP6]	1 = Desacuerdo total 2 = Desacuerdo 3 = Indiferente 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	[6 - 17] [18 - 22] ≥23	Bajo Moderado Alto
		La disposición que tiene una persona para emprender, se forma a razón de lo que el sujeto siente sobre ser emprendedor (AE), como su entorno lo apoya o rechaza (NS) y su confianza que puede crear una empresa (CPC).	AE	[AEP19 – AEP23]	1 = Desacuerdo total 2 = Desacuerdo 3 = Indiferente 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	[5 - 18] [19 - 20] ≥ 21	Bajo Moderado Alto
IE <sup>b</sup>	Las intenciones son el resultado de la interacción de tres factores motivacionales, respecto a realizar un comportamiento, para tener cierto rendimiento. Asimismo, son predictoras de la conducta (Ajzen, 1991)	La disposición que tiene una persona para emprender, se forma a razón de lo que el sujeto siente sobre ser emprendedor (AE), como su entorno lo apoya o rechaza (NS) y su confianza que puede crear una empresa (CPC).	NS	[NSP24 – NSP29]	3 = Indiferente 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	[9 - 21] [22 - 24] ≥ 25	Bajo Moderado Alto
		NS	[CPCP30 – CPCP35]	5 = Totalmente de acuerdo	[6 - 17] [18 - 21] ≥ 22	Bajo Moderado Alto	

Nota: Elaboración a partir de Trivedi (2016) y Ajzen (1991).

<sup>a</sup>. Los rangos y los niveles de la variable CU son: entre [18 – 53] bajo, entre [54 – 65] moderado y  $\geq 66$  alto.

<sup>b</sup>. Los ítems de la variable IE van desde IEP36 hasta IEP41. Además, sus rangos y niveles son: entre [6 – 21] bajo, entre [22 – 24] moderado y  $\geq 25$  alto.

### 2.1.4. Muestra

**2.1.4.1. Población.** Término que hace referencia al total de unidades en un conjunto, pueden ser individuos, organizaciones, eventos, cosas, entre otros. Son todos los elementos dentro del radar de un estudio, que comparten, por lo menos, una característica en común (Monje, 2011; López-Roldán & Fachelli, 2015). Se resalta que, el universo de la investigación estará conformado por 3 820 estudiantes de las ocho Facultades de la UNTRM, matriculados en el semestre académico 2022-02 (ver anexo D). Esta cifra se obtuvo por medio de una solicitud simple, enviada a la Dirección General de Admisión y Registros Académicos (Dgayra) de la UNTRM. Tal respuesta, se puede revisar en el anexo C.

**Criterios de Inclusión.** Para propósitos de la presente investigación, únicamente formarán parte de la población los estudiantes matriculados en la sede central, Chachapoyas. Al mismo tiempo, los alumnos deben ser de pregrado.

**Criterio de Exclusión.** Se excluye de la población, a los estudiantes de las demás sedes de la UNTRM (ver anexo C) y a los que cursan estudios de postgrado. De igual forma, no se considera a los alumnos de otros programas que la universidad dicte, como es el caso de capacitaciones en ofimática, estudio de idiomas, entre otros.

### Tabla 3

*Distribución y composición final de la población por facultades*

<b>Número de estudiantes por Facultades en la sede Chachapoyas</b>	
<b>Facultad</b>	<b>Estudiantes matriculados</b>
Ciencias de la Salud	983
Ciencias Económicas y Administrativas	738
Ciencias Sociales	188
Derecho y Ciencias Políticas	299
Educación y Ciencias de la Comunicación	260
Ingeniería Civil y Ambiental	609
Ingeniería Y Ciencias Agrarias	407
Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología	336
<b>Total</b>	<b>3820</b>

*Nota:* Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la UNTRM, consultar anexo C.

**2.1.4.2. Muestra.** Califica como muestra, el grupo de unidades de análisis que se extrae de la población; debe ser finita y representativa. Son los individuos o casos, de donde se recogerán los datos. De igual modo, puede ser probabilística y no probabilística; al seleccionarla por muestreo probabilístico, se otorga similar probabilidad de participar a los elementos del universo de estudio (Arias, 2016). Por otra parte, para mejorar la precisión en su cálculo se emplea estratos; grupos menores que comparten características específicas dentro de una población (Hernández et al., 2014). Para la presente investigación, por las características de la población, la muestra se encontró por muestreo probabilístico estratificado; cada facultad representa un estrato.

De acuerdo con Bernal (2010) y Ñaupas et al. (2014), para lograr la representatividad de una población finita a través de la muestra, se debe aplicar la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

- $n$ : número de estudiantes a conformar la muestra
- $Z$ : nivel de confianza
- $p$ : probabilidad de éxito
- $q$ :  $1 - p$  (probabilidad de fracaso)
- $N$ : número total de estudiantes
- $e$ : error de estimación

#### **Cálculo de la Muestra**

$$\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 3820}{0.05^2(3820 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 349$$

Donde:

- $Z$ : 95% (equivalente a  $Z = 1.96$ )
- $p$ : 0.5
- $q$ : 0.5
- $N$ : 3820
- $e$ : 0.05 o 5%

La muestra estará compuesta por 349 estudiantes de pregrado de la UNTRM, sede principal, Chachapoyas. Por otra parte, la estratificación se realizará según la fórmula presentada por Hernández et al. (2014). En la tabla 4, se expone la distribución estratificada por facultad. Asimismo, para mayor detalle, se puede consultar el anexo D.

#### **Cálculo del Factor para la Estratificación de la Muestra**

$$Ksh = \frac{n}{N}$$

$$0.09136 = \frac{349}{3820}$$

**Tabla 4**

*Distribución y composición de la muestra estratificada*

<b>Número de estudiantes por Facultades en la sede Chachapoyas</b>	
<b>Facultad</b>	<b>Estudiantes matriculados</b>
Ciencias de la Salud	90
Ciencias Económicas y Administrativas	67
Ciencias Sociales	17
Derecho y Ciencias Políticas	27
Educación y Ciencias de la Comunicación	24
Ingeniería Civil y Ambiental	56
Ingeniería Y Ciencias Agrarias	37
Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología	31
<b>Total</b>	<b>349</b>

*Nota:* Elaboración propia.

### ***2.1.5. Instrumentos de Investigación***

En la elección de un instrumento de investigación (ficha de observación, cuestionario, ficha de entrevista, entre otras), primero se debe elegir una técnica acorde al diseño de estudio. Para precisar, algunas de estas son: observación no participante, encuestas, entrevista estructurada, etc. (Monje, 2011; Bernal, 2010). De tal modo, la encuesta como técnica de recolección de información, es la forma en la cual se obtendrá los datos; percepciones, opiniones, creencias etc. Por su parte, los cuestionarios son las herramientas que se utilizan para lograr tal fin, en estos se expresan y registran las respuestas orales o escritas (Arias, 2016; McMillan & Schumacher, 2005). La presente investigación se realizará mediante encuesta, el instrumento a emplear será un cuestionario.

Brevemente, el instrumento seleccionado para recopilar los datos del estudio, es el cuestionario desarrollado en el artículo de Trivedi (2016) "Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative Analysis". El cual, fue publicado en una revista Q1, indexada en la base de datos de Scopus. Adicionalmente, en la trayectoria del autor, el Dr. Rohit Trivedi, resaltan diversos reconocimientos. Sin embargo, sobresale el "Premio al mejor trabajo de investigación" en el "8º Foro Internacional de Emprendimiento" coorganizado por la OECD (University of Bradford, 2022).

**Tabla 5***Ficha técnica del instrumento de investigación*

<b>Ficha técnica</b>	
<b>Información general</b>	
<b>Nombre</b>	No aplica
<b>Tipo de test</b>	Cuestionario
<b>Autor</b>	Rohit Trivedi
<b>Año</b>	2016
<b>Forma de aplicación</b>	Individual
<b>Modalidad de aplicación</b>	Presencial
<b>Ámbito de aplicación</b>	Estudiantes universitarios de pregrado
<b>Duración de aplicación</b>	10 minutos
<b>Versión original</b>	En idioma inglés
<b>Traducción</b>	Por el investigador
<b>Número de apartados</b>	2 secciones
<b>Sección 1</b>	
<b>Número de ítems</b>	18 ítems
<b>Objetivo</b>	Evaluar el contexto universitario por medio soporte educativo general y el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido percibido.
<b>Basado en</b>	Scale to measure university environment and support
<b>Autores referentes</b>	Jeroen Kraaijenbrink, Ger Bos y Aard Groen
<b>Alfa de Cronbach <sup>a</sup>.</b>	.957
<b>Sección 2</b>	
<b>Número de ítems</b>	23 ítems
<b>Objetivo</b>	Evaluar la formación de la IE a base de los factores presentados en la TCP.
<b>Basado en</b>	Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)
<b>Autores referentes</b>	Francisco Liñán y Yi-Wen Chen
<b>Alfa de Cronbach <sup>b</sup>.</b>	.936

*Nota:* Elaboración a partir de Trivedi (2016) y la información extraída del análisis de datos en SPSS.

<sup>a, b</sup>. El detalle de los coeficientes de confiabilidad, correspondiente a cada dimensión y factor, se puede consultar en el anexo H.

### **2.1.6. Procedimientos de Recolección de Datos**

De acuerdo con Monje (2011), para la recolección de los datos se sigue un conjunto de actividades y, se requiere ciertas técnicas y sus respectivas herramientas. Además, se debe conocer quiénes son los sujetos, dónde se localizan y cómo abordarlos. De acuerdo con Hernández et al., (2014), en caso de emplear un cuestionario se debe decidir la forma y la modalidad de aplicación. Al mismo tiempo, se debe otorgar el consentimiento de participación, mediante el cual se formaliza el asentimiento informado y voluntario de colaboración de los individuos.

**2.1.6.1. Fase Preparatoria.** En primer lugar, para saber la cantidad de estudiantes que conformarían la población y, realizar un muestreo estratificado, se presentó una solicitud a la Dgayra de la UNTRM. Al conocer el número de alumnos matriculados en el semestre académico 2022-02. Y, al aplicar los criterios de inclusión y exclusión, se realizaron los cálculos respectivos para obtener la distribución de la muestra estratificada por facultad (revisar anexos C y D).

En segundo lugar, se encontró un cuestionario validado en un artículo de investigación publicado en una revista indexada en Scopus. Además, figura en Scimago Journal & Country Rank (SJR), con un Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) entre [.936 y .957]. Para su utilización en la investigación, se remitió un correo a la correspondencia señalada de su autor. Ahí, se solicitó la autorización pertinente, la cual fue otorgada bajo el mismo medio (mirar anexo E). Debido a que, el cuestionario original está en idioma inglés, para tener la versión en español, la traducción fue realizada por el investigador (consultar anexo F); se guardó los principios de equivalencia semántica, idiomática, empírica y conceptual. De igual manera, el consentimiento informado fue elaborado por el investigador (ver anexo G).

En tercer lugar, con la finalidad de conocer si era posible la aplicación del instrumento dentro de las instalaciones de la casa de estudio elegida; el investigador cursó una carta al Vicerrector Académico de la UNTRM. Al tener respuesta positiva, mediante OFICIO MÚLTIPLE N° 031-2022-UNTRM-VRAC, se encomendó a la Decanatura de cada Facultad, para que se brinden las facilidades pertinentes (ver anexo K). Al mismo tiempo, se solicitó la autorización para el uso de datos e información de la institución. El permiso fue otorgado por medio de la CARTA N° 013-2022-UNTRM-VRAC (revisar anexo L).

En cuarto lugar, se determinó la forma y modalidad a seguir para la aplicación del instrumento. Se optó por aplicar el cuestionario de manera individual y presencial, en los ambientes de la universidad; se eligió encuestar en los salones, previo comienzo de las clases.

También, en los pasadizos y los puntos de acceso y salida de la universidad. Además, de los módulos de estudio y áreas libres de la institución. Todo ello, debido a los permisos otorgados por el Vicerrectorado y la accesibilidad de las unidades de análisis; la segmentación de la comunidad estudiantil de la UNTRM está ordenada por facultades, cada una de ellas tiene sus respectivas instalaciones.

**2.1.6.2. Fase Empírica.** Con el objetivo de cumplir con el plazo autorizado (ver anexo K), se procedió con la administración del cuestionario desde el primer día permitido. Las encuestas fueron aplicadas por el propio investigador, en un periodo de 10 días calendario; en los turnos mañana, tarde y noche. Primero, el encuestador saludaba a los posibles participantes; brevemente se les informaba sobre la investigación y sus alcances. Luego, a los individuos que asentían participar, a la par del instrumento de estudio, se les otorgó el formato de consentimiento informado. Ahí, se recalca que las respuestas serán anónimas, el tiempo de duración es de 10 minutos aproximadamente, entre otros detalles (ver anexo G).

La fase de recolección se conformó por dos momentos. En primer lugar, con el propósito de conocer la confiabilidad del instrumento y, proseguir con su aplicación; una prueba piloto fue realizada con 38 estudiantes, lo cual representa poco más del 10% de la muestra. Los resultados obtenidos del coeficiente de Alpha de Cronbach para los ítems de la sección 1 fue  $\alpha = .935$ . A su vez, los enunciados de la sección 2 presentaron un  $\alpha = .903$ .

En segundo lugar, al tener un instrumento confiable, se continuó con su aplicación. Obtenidas las respuestas correspondientes a cada estrato, se construyó la base de datos en MS Excel 2019. Concluida la digitalización de los datos, el análisis estadístico, descriptivo e inferencial, se realizó empleando software IBM SPSS (por sus siglas en inglés, Statistical Package for Social Sciences) versión 25.

## Capítulo 3

### 3.1. Resultados

Para lograr los resultados descriptivos e inferenciales, se debe cumplir con la fase analítica de los datos recolectados (Monje, 2011). En primer lugar, se revalidó la confiabilidad del instrumento, cuyos resultados se presentan en el anexo H. Además, para los constructos estudiados, se definieron los baremos de las puntuaciones obtenidas; se pasa de una escala tipo Likert de 5 niveles a 3 categorías de respuesta: bajo, moderado y alto según Liza (2018). Con la finalidad de segmentar los datos equidistantemente, en los 3 niveles planteados; el cálculo se realizó a través de percentiles iguales, basados en los casos explorados. Se indicó dos puntos de corte, con un ancho de 33.33%.

Por otra parte, para conocer si los datos siguen una distribución normal, existen diferentes pruebas de bondad de ajuste; dentro de ellas, se encuentra la de Kolmogorov-Smirnov (Pardo & San Martín, 2010). Este estadístico se usa cuando la muestra está conformada por más de 50 unidades de análisis. Respecto a la hipótesis nula ( $H_0$ ), en esta se plantea que existe distribución normal y, para que sea aceptada, el nivel de Significancia estadística (Sig.) debe ser mayor a .05. De no cumplir tal requisito, la  $H_0$  es rechazada y se acepta la hipótesis alterna ( $H_i$ ) (Romero, 2016). Asimismo, en el contraste de hipótesis de correlación entre variables ordinales con escalas de Likert, también conocidas como categóricas, la prueba no paramétrica Rho de Spearman ( $R_s$ ) suele ser empleada. Los valores a obtener de este coeficiente estarán entre -1 y +1; los signos muestran si la correlación es negativa o positiva y la cifra expone la magnitud de la relación (Hernández et al., 2014; Pardo & San Martín, 2010). Por ende, en vista que los resultados de la prueba de normalidad, que se presentan en el anexo I, dan a conocer que la distribución de los datos es no normal. A la par, los fenómenos indagados son ordinales, se justifica el uso del coeficiente  $R_s$  para el contraste de las hipótesis de estudio.

Adicionalmente, se realizó el análisis factorial exploratorio, para ver la adecuación del modelo, los alcances se muestran en el anexo J.

### 3.1.1. Presentación de Resultados

#### 3.1.1.1. Resultados Descriptivos

**Tabla 6**

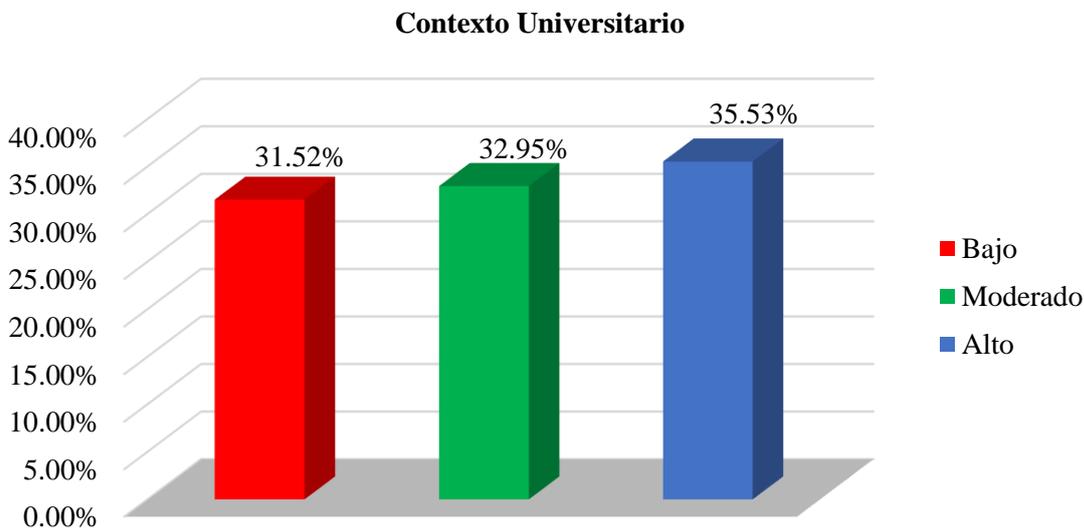
*Niveles del soporte brindado por CU según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

		Contexto universitario			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	110	31.52	31.52	31.5
	Moderado	115	32.95	32.95	64.5
	Alto	124	35.53	35.53	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 10**

*Niveles del soporte brindado por el CU según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

En la tabla 6 y figura la 10, se aprecian los resultados descriptivos universales del soporte que brinda el CU como variable. La clasificación general, se realizó en tres niveles, según las percepciones de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas. Se tiene que, el

31.52% de los encuestados perciben que el nivel es bajo. Sin embargo, el 32.95% apuntó que el nivel es moderado. Por último, el 35.53% sostuvo que el nivel, de soporte al emprendimiento brindado por el contexto de la UNTRM, es alto. Cabe decir que, al analizar las cifras obtenidas, es posible que estas se deban a los eventos que la universidad realiza o coorganiza. Por ejemplo, el Programa On Campus de Hult Prize, la I Feria y Encuentro de Emprendimientos Universitarios, cursos para formular planes de negocio, acceso fondos concursable, entre otros.

**Tabla 7**

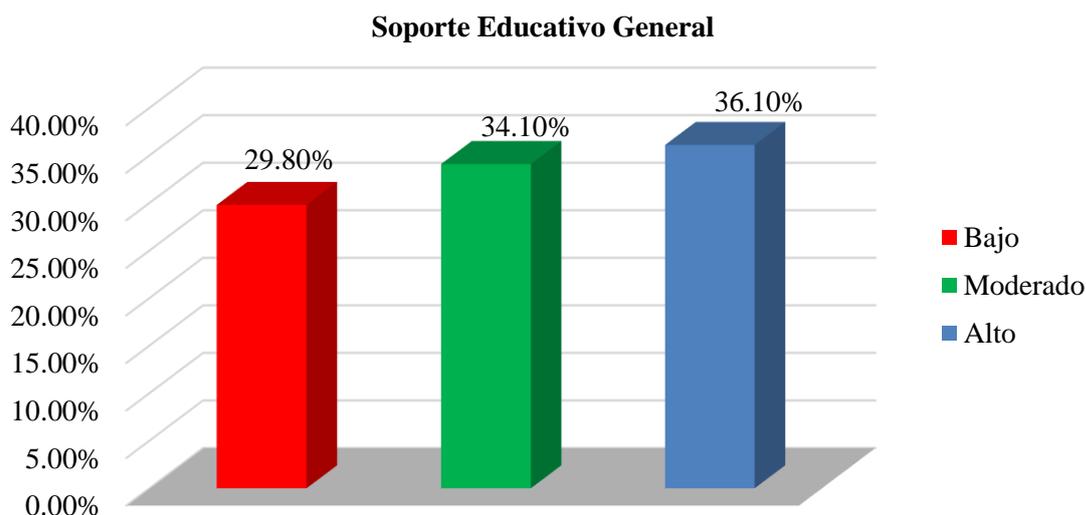
*Niveles del SEG según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

<b>Soporte educativo general</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	104	29.80	29,8
	Moderado	119	34.10	63,9
	Alto	126	36.10	100,0
	Total	349	100,0	100,0

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 11**

*Niveles del SEG según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

En los resultados que se presentan en la tabla 7 y la figura 11, se observan los niveles de SEG como dimensión del CU según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas. Por una

parte, el 29.80% de los alumnos señalaron que el nivel es bajo. Por otro lado, el 34.10% indicó que el nivel es moderado. En cambio, el 36.10% remarcó que el nivel, de soporte educativo general brindado por el contexto de la UNTRM, es alto. Brevemente, por los porcentajes obtenidos, se ve que la mayoría de alumnado de la casa de estudios superiores aún no percibe una óptima formación emprendedora, dado que, no existe una licenciatura o cursos electivos sobre emprendimiento.

**Tabla 8**

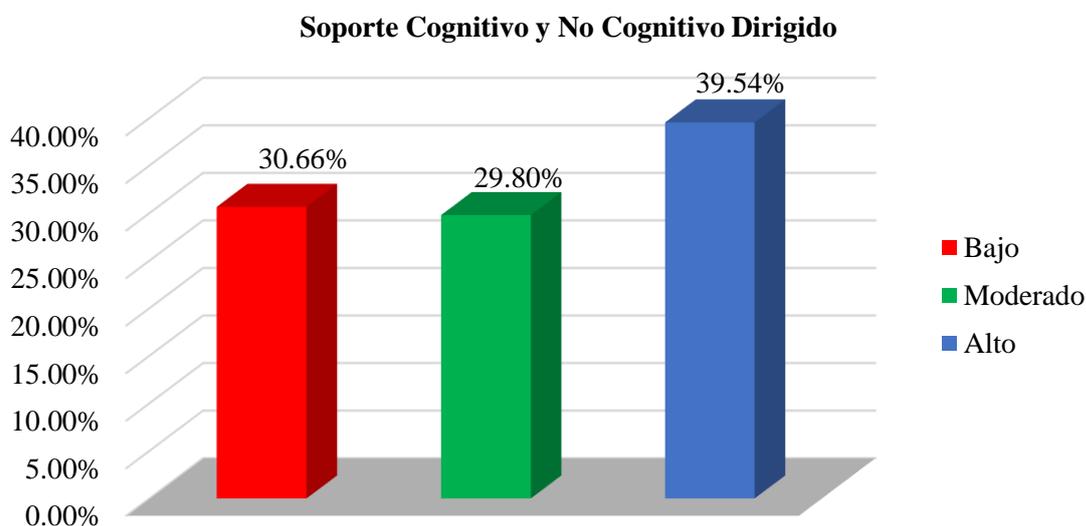
*Niveles del SCNCD según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

<b>Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	107	30.66	30.66	30.7
	Moderado	104	29.80	29.80	60.5
	Alto	138	39.54	39.54	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 12**

*Niveles del SCNCD según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

En los resultados que se muestran en la tabla 8 y la figura 12, se distinguen los niveles de SCNCD como dimensión del CU según los estudiantes de pregrado en Chachapoyas. Se tiene que, el 30.66 % del alumnado percibe que el nivel es bajo. No obstante, el 29.80%

remarcó que el nivel es moderado. Finalmente, el 39.54% afirmó que el nivel, de soporte cognitivo y no cognitivo dirigido al emprendimiento brindado por el contexto de la UNTRM, es alto. Con lo cual, al explorar las cantidades alcanzadas, resulta factible entender que, los esfuerzos realizados por la universidad sí son percibidos. Por otra parte, tal apreciación tiene un amplio margen de mejora, para cumplir más a pleno lo que demanda el alumnado. En esta sección, se ve la estimulación de los estudiantes para emprendan y, el apoyo para la consolidación de sus iniciativas.

**Tabla 9**

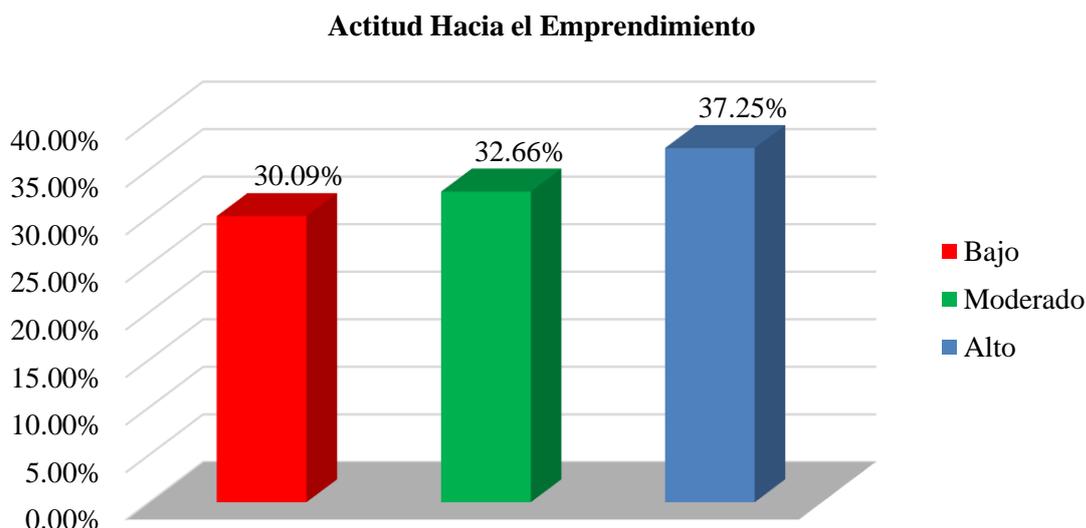
*Niveles de la AE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

<b>Actitud hacia el emprendimiento</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	105	30.09	30.09	30.1
	Moderado	114	32.66	32.66	62.8
	Alto	130	37.25	37.25	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 13**

*Niveles de la AE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



Nota: Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

Sobre los niveles de AE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, en los resultados que se exhiben en la tabla 9 y la figura 13; se tiene que, el 30.09 % de los

participantes apuntó que su nivel es bajo. En cambio, el 32.66% confirmó que tiene un nivel moderado. Por otra parte, el 37.25% de la plana estudiantil de pregrado de la UNTRM acotó que tiene un alto nivel de actitud hacia el emprendimiento. Por ende, cerca del 70% de los educandos presenta actitud emprendedora entre moderada a alta. En base a ello, se puede decir que, buena parte de la comunidad estudiantil presenta orientación al autoempleo. En otras palabras, se siente atraída a iniciar un negocio.

**Tabla 10**

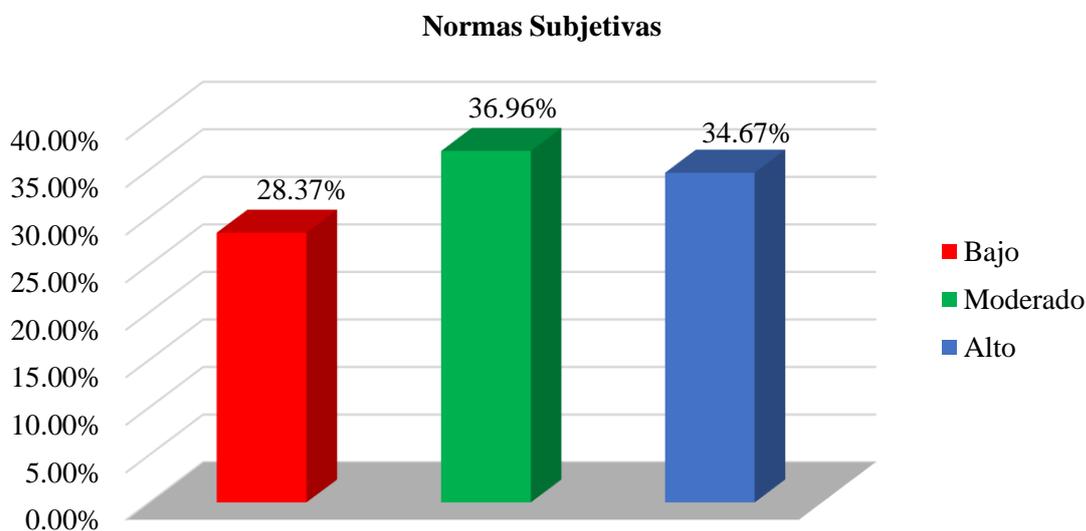
*Niveles de las NS de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

Normas subjetivas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	99	28.37	28.37	28.4
	Moderado	129	36.96	36.96	65.3
	Alto	121	34.67	34.67	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 14**

*Niveles de las NS de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

Se puede apreciar en los resultados que se ven en la tabla 10 y la figura 14, los niveles de las NS de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas. Por una parte, el 28.37% de los participantes aseveró que su nivel es bajo. Sin embargo, el 36.96% confirmó que tiene un

nivel moderado. No obstante, el 34.67% de los educandos de pregrado de la UNTRM acotó que el nivel de normas subjetivas presente en ellos es alto. Dicho de otra manera, más del 70% de los encuestados remarcó que su entorno social, sí estaría de acuerdo, de manera moderada a alta, con su decisión de emprender. En consecuencia, si el alumnado decide emprender, es factible decir que, su círculo cercano esté regularmente de acuerdo con ello. En ese sentido, los educandos presentan rangos medios en la validación de su entorno próximo.

**Tabla 11**

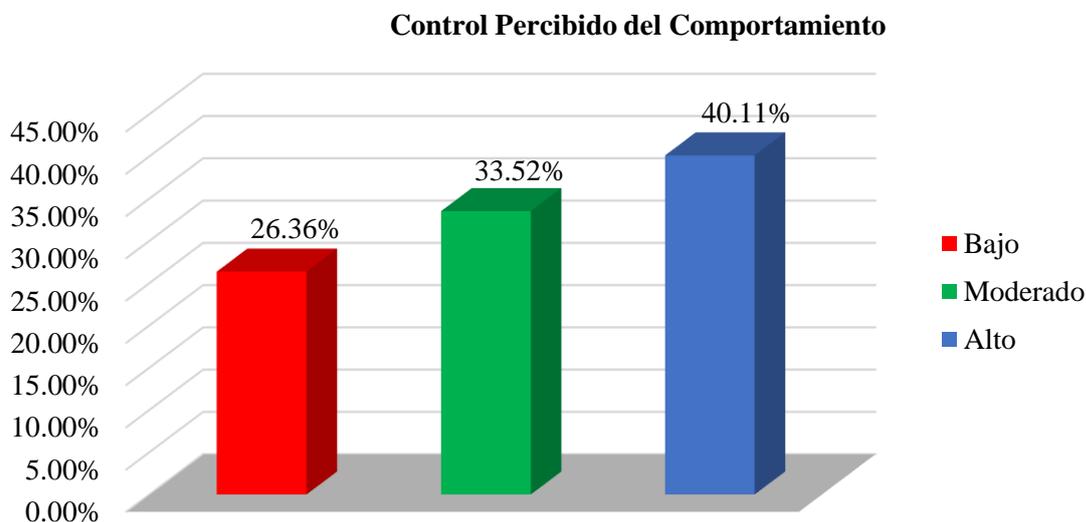
*Niveles del CPC de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

<b>Control percibido del comportamiento</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	92	26.36	26.36	26.4
	Moderado	117	33.52	33.52	59.9
	Alto	140	40.11	40.11	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 15**

*Niveles del CPC de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

Con relación a los niveles de CPC de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, se observan en los resultados que se muestran en la tabla 11 y la figura 15. Para comenzar, el 26.36% de los participantes apuntó que su nivel es bajo. Por otra parte, el 36.52% aseveró

que tiene un nivel moderado. Finalmente, el 40.11% de los alumnos de pregrado de la UNTRM acotó que su nivel de control percibido del comportamiento es alto. En otras palabras, el nivel del CPC del alumnado de pregrado en Chachapoyas se encuentra por encima del 73% entre moderado a alto. Notoriamente, se percibe que los educandos están seguros de sus competencias para emprender; al iniciar un proyecto, conocerían como desarrollar, viabilizar y gestionar una nueva empresa.

**Tabla 12**

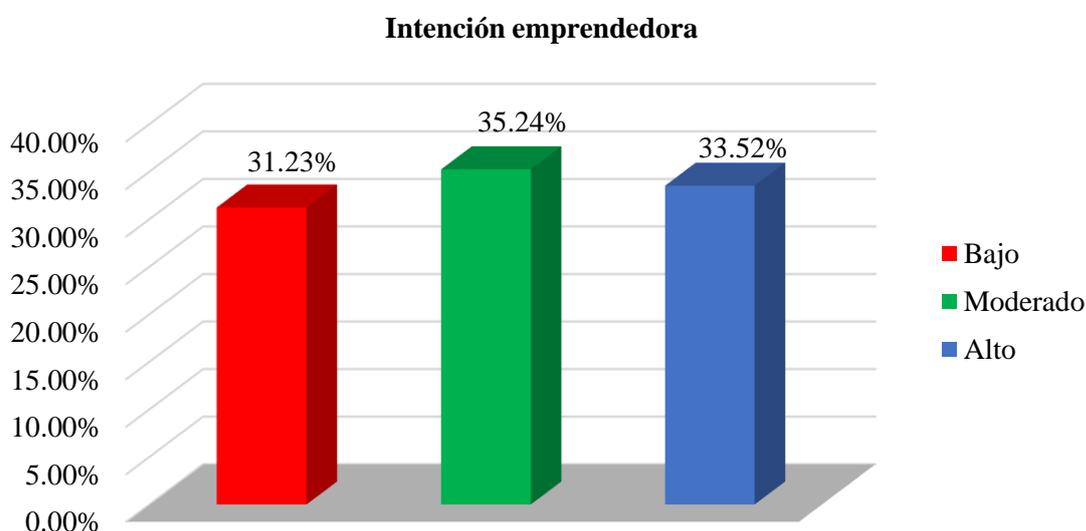
*Niveles de la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*

		<b>Intención emprendedora</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	109	31.23	31.23	31.2
	Moderado	123	35.24	35.24	66.5
	Alto	117	33.52	33.52	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 16**

*Niveles de la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

En la tabla 12 y la figura 16, se presentan los resultados generales de los niveles de la variable IE de los estudiantes de pregrado de Chachapoyas. Primero, aunque el 31.23% de los participantes remarcó que su nivel es bajo, el 35.24% apuntó que tiene un nivel moderado. En

cambio, el 33.52% de la plana estudiantil de pregrado de la UNTRM aseveró que su nivel de intención emprendedora es alto. Brevemente, más del 68% de los alumnos de pregrado en Chachapoyas confirmó su intencionalidad para iniciar un emprendimiento entre los niveles de moderado a alto. Con lo cual, la comunidad estudiantil de la UNTRM presenta potenciales emprendedores.

**Tabla 13**

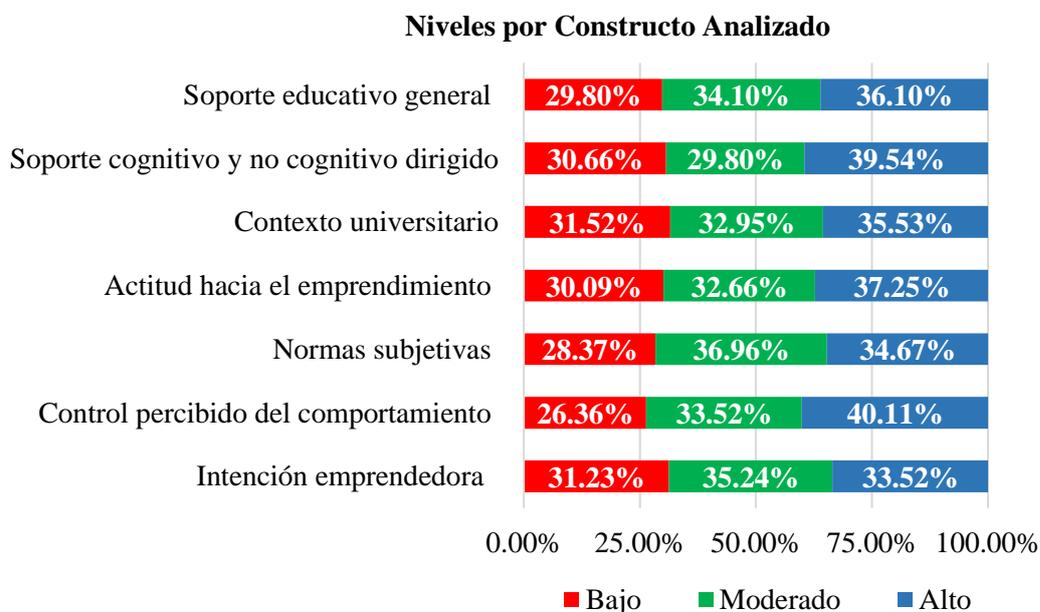
*Resumen de los niveles por constructo analizado*

Constructo	Niveles		
	Bajo	Moderado	Alto
Soporte educativo general	29.80%	34.10%	36.10%
Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido	30.66%	29.80%	39.54%
Contexto universitario	31.52%	32.95%	35.53%
Actitud hacia el emprendimiento	30.09%	32.66%	37.25%
Normas subjetivas	28.37%	36.96%	34.67%
Control percibido del comportamiento	26.36%	33.52%	40.11%
Intención emprendedora	31.23%	35.24%	33.52%

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Figura 17**

*Resumen de los niveles por constructo analizado*



*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

En la tabla 13 y la figura 17, se presenta el resumen de los resultados generales de los niveles de las variables y sus dimensiones estudiadas. Primero, de las tres categorías

establecidas, el nivel alto es predominante en cinco de los siete constructos, aunque eso no sucede con las NS y la IE. Cabe resaltar que, el mayor porcentaje logrado, corresponde al nivel alto del CPC, supera el 40%. Finalmente, en todos los conceptos analizado, se tiene un porcentaje mayor al 68% entre los niveles moderado a alto, aunque en el SEG, las NS y el CPC se supera el 70%.

**3.1.1.2. Resultados Inferenciales: Contraste de Hipótesis.** Es preciso acotar que, en el estudio se tiene un  $\alpha = .05$ . Por ende, para la comprobación de la hipótesis general y las cinco hipótesis específicas, según Hernández et al. (2014), las reglas de decisión son:

- Si Sig. > .05 la  $H_0$  es aceptada, se rechaza la  $H_i$ .
- Si Sig. < .05 la  $H_0$  es rechazada, se acepta la  $H_i$ .

***Hipótesis General.***

- $H_i$ : Existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.
- $H_0$ : No existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Tabla 14**

*Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis general*

		<b>Correlaciones</b>		
			Contexto universitario	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Contexto universitario	Coefficiente de correlación	1.000	.373**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	.373**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		n	349	349

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

\*\* La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Respecto a la hipótesis general del estudio, en los resultados que se muestran en la tabla 14, se presentan los estadísticos. Primero, el nivel de Sig.  $p = .000 < .05$ , por lo que

rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_1$ . Por lo cual, existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. En cuanto al grado de correlación entre el CU y la IE, se determinada por el Rho de Spearman. Al ser el  $R_s = .373$  significa que existe una débil relación positiva entre las variables CU y la IE.

### ***Hipótesis Específica 1.***

- $H_1$ : Existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.
- $H_0$ : No existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Tabla 15**

*Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 1*

		<b>Correlaciones</b>		
			Soporte educativo general	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Soporte educativo general	Coeficiente de correlación	1.000	.324**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Intención emprendedora	n	349	349
		Coeficiente de correlación	.324**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		n	349	349

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

\*\* La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Con relación a la primera de hipótesis específica, en los resultados que se visualizan en la tabla 15, se presentan los estadísticos. Ante todo, el nivel de Sig.  $p = .000 < .05$ , por ende, rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_1$ . En concordancia a ello, se afirma que existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Por otro lado, el grado de correlación entre la dimensión SEG del CU y la IE, se comprueba por el Rho de Spearman. Entonces,

dado que, el  $R_s = .324$ , esto significa que existe una relación directa pero débil entre SEG y la IE.

***Hipótesis Específica 2.***

- $H_i$ : Existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.
- $H_0$ : No existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Tabla 16**

*Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 2*

<b>Correlaciones</b>				
			Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido	Coefficiente de correlación	1.000	.362**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		n	349	349
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	.362**	1.000
Sig. (bilateral)		.000	.	
		n	349	349

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

\*\* La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Referente a la hipótesis específica 2, en los resultados que se aprecian en la tabla 16, se presentan los estadísticos. Para comenzar, nivel de Sig.  $p = .000 < .05$ , por ello rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_i$ . En consecuencia, se sostiene que existe relación significativa entre soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. En cuanto al grado de correlación entre la dimensión SCNCD del CU y la IE, se fija por el Rho de Spearman. Dado que, el  $R_s = .362$  significa que existe una débil relación positiva entre el SCNCD y la IE.

**Hipótesis Específica 3.**

- $H_i$ : Existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.
- $H_0$ : No existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Tabla 17**

*Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 3*

		<b>Correlaciones</b>		
			Actitud hacia el emprendimiento	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Actitud hacia el emprendimiento	Coefficiente de correlación	1.000	.607**
		Sig. (bilateral)	.	.000
			n	349
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	.607**	1.000
Sig. (bilateral)		.000	.	
		n	349	349

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

\*\* La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Por parte de la tercera hipótesis específica, en los resultados que se observan en la tabla 17, se presentan los estadísticos. En primer lugar, el nivel de Sig.  $p = .000 < .05$ , por tal motivo rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_i$ . Entonces, se afirma que existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Acerca del grado de correlación entre la dimensión AE y la IE, se comprueba mediante el coeficiente Rho de Spearman. Debido a que,  $R_s = .607$  se indica que existe una relación directa, de moderada a fuerte, entre la AE y la IE.

#### ***Hipótesis Específica 4.***

- $H_i$ : Existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.
- $H_0$ : No existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Tabla 18**

*Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 4*

		<b>Correlaciones</b>			
			Normas subjetivas	Intención emprendedora	
Rho de Spearman	Normas subjetivas	Coefficiente de correlación	1.000	.452**	
		Sig. (bilateral)	.	.000	
			n	349	349
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	.452**	1.000	
Sig. (bilateral)		.000	.		
		n	349	349	

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

\*\* La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Con relación a la cuarta hipótesis específica, en los resultados que se ven en la tabla 18, se presentan los estadísticos. Para empezar, el nivel de Sig.  $p = .000 < .05$ , por lo que rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_i$ . Por esta razón, se indica que existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Por lo que se refiere al grado de correlación entre la dimensión NS y la IE, se determina por el Rho de Spearman. Al ser el estadístico  $R_s = .452$ , se señala que existe una moderada relación positiva entre las NS y la IE.

**Hipótesis Específica 5.**

- $H_i$ : Existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.
- $H_0$ : No existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.

**Tabla 19**

*Resultado de la correlación entre las variables de la hipótesis específica 5*

		<b>Correlaciones</b>		
			Control percibido del comportamiento	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Control percibido del comportamiento	Coefficiente de correlación	1.000	.486**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		n	349	349
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	.486**	1.000
Sig. (bilateral)		.000	.	
		n	349	349

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

\*\* La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Con referencia a la quinta y última hipótesis específica, en los resultados que se advierten en la tabla 19, se presentan los estadísticos. Primero, el nivel de Sig.  $p = .000 < .05$ , debido a ello, rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_i$ . En consecuencia, se afirma que existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Respecto al grado de correlación entre el CPC y la IE, se establece por el Rho de Spearman. En vista que el  $R_s = .486$ , se expresa que existe una moderada relación positiva entre el CPC y la IE.

### 3.1.1.2. Resumen de Resultados Inferenciales.

**Tabla 20**

*Resumen de las correlaciones de la investigación*

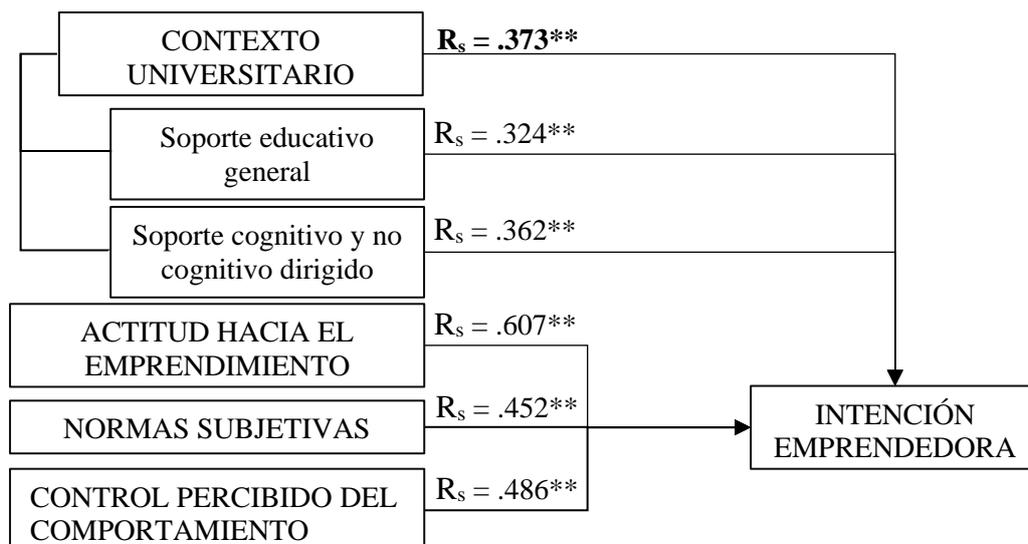
		<b>Correlaciones</b>	
		Intención emprendedora	
Rho de Spearman	Contexto universitario	Coefficiente de correlación	.373**
		Sig. (bilateral)	.000
		n	349
	Soporte educativo general	Coefficiente de correlación	.324**
		Sig. (bilateral)	.000
		n	349
	Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido	Coefficiente de correlación	.362**
		Sig. (bilateral)	.000
		n	349
	Actitud hacia el emprendimiento	Coefficiente de correlación	.607**
		Sig. (bilateral)	.000
		n	349
	Normas subjetivas	Coefficiente de correlación	.452**
		Sig. (bilateral)	.000
n		349	
Control percibido del comportamiento	Coefficiente de correlación	.486**	
	Sig. (bilateral)	.000	
	n	349	

*Nota:* Elaboración propia, resumen de la información extraída del análisis de datos en SPSS

\*\* Las correlaciones son significativas en el nivel .01 (bilateral).

**Figura 18**

*Resultado de las correlaciones en el modelo seguido de la investigación*



*Nota:* Elaboración propia, en el modelo se incluye información de las correlaciones extraídas del análisis del coeficiente Rho de Spearman calculado en SPSS.

### **3.1.2. Discusión**

**3.1.2.1. Discusión Hipótesis General.** En la presente investigación se plantea que, existe relación significativa entre el CU y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Por lo cual, para contrastar tal postulado se empleó el coeficiente de correlación Rho de Spearman; el resultado obtenido mostró una relación positiva y significativa entre ambas variables, aunque su grado de asociación fue débil. Asimismo, diversos estudios realizados corroboran esta relación. Por ejemplo, Flores-Novelo et al. (2020), y Elnadi & Gheith (2021) concluyeron que existe un estrecho vínculo entre el entorno universitario emprendedor y la intención de iniciar un emprendimiento de los estudiantes. Por ende, para tener mayores niveles de intencionalidad, en mejores condiciones deberá ser brindado el soporte emprendedor por parte del entorno de la universidad. De manera semejante, Lloja et al. (2021) sostuvieron que los servicios de apoyo al estudiante son un factor que impacta en los deseos de emprender que tienen los educandos. Tal efecto, se logra desde la motivación generada, el aprendizaje fundado y la práctica lograda. En cambio, Lu et al. (2021) afirmaron que a pesar de no haber una buena percepción del soporte emprendedor dentro de las casas de estudio superior; el apoyo percibido por los alumnos sí impacta en su IE. Sin embargo, los autores Lestari et al. (2022) señalaron que solo la enseñanza, como factor del CU, impacta en el espíritu emprendedor de los estudiantes.

**3.1.2.2. Discusión Primera Hipótesis Específica.** En la primera hipótesis específica, se sostiene que existe relación significativa entre el soporte educativo general, del CU, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Esta asociación se corroboró mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Puesto que, por medio del resultado logrado, se evidenció una relación directa y significativa, con un grado de asociación débil entre los constructos. Por su parte, otras indagaciones también han mostrado que, existe relación entre el SEG y la intención de crear nuevos negocios que tienen los estudiantes universitarios. Uno

de estos casos, es la investigación conducida por Iwu et al. (2021), allí se demostró que existe una correlación moderada y positiva entre SEG y la IE. Debido a ello, indicaron que la oferta de programas de emprendimiento, por parte de las universidades, debe ser dictada por personas competentes. Por otra parte, Soria-Barreto et al. (2016a) señalaron que asistir a una materia sobre emprendimiento impactó de manera negativa en la IE de los alumnos. Para agregar, Mustafa et al., (2016) afirmaron que el soporte educativo percibido no es un predictor significativo del espíritu emprendedor. Lo cual, es lo opuesto a la aseveración realizada por Lestari et al. (2022) y Morris et al. (2017). Ya que, ellos afirmaron que el SEG es un factor determinante en la formación de la IE de los estudiantes.

**3.1.2.3. Discusión Segunda Hipótesis Específica.** En la hipótesis específica 2, se dice que existe relación significativa entre el SCNCD, del CU, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Por ende, para su comprobación se calculó el coeficiente de correlación Rho de Spearman; se logró una cifra positiva, aunque menor a .4. Por ello, se expone que el grado en el que se asocian las variables es bajo. Al mismo tiempo, se verificó que existe una correlación significativa; se acepta la  $H_i$ . Cabe destacar que, estos resultados son parcialmente similares a los descubrimientos realizados por Mustafa et al., (2016). Quienes, en su investigación, evaluaron de manera separada el apoyo al desarrollo conceptual y el soporte al desarrollo de negocios percibido. Como resultado, señalaron que el soporte percibido del CU, sobre la generación de ideas, motivación y concientización del emprendimiento, es un claro predictor de la IE de los estudiantes. Sin embargo, no sucede lo mismo con el apoyo que se percibe respecto al desarrollo de negocios. Por otra parte, Morris et al. (2017) indicaron que existe una relación negativa entre el soporte financiero que brindan las casas de estudio y las iniciativas empresariales de los educandos. Cabe destacar que, esta asociación se encontró moderada por la experiencia en negocios que tenían los sujetos. A su vez, Lestari et al. (2022) afirmaron que el soporte cognitivo y no cognitivo no

impactan en la intencionalidad de los individuos durante su etapa universitaria.

**3.1.2.4. Discusión Tercera Hipótesis Específica.** Mediante el planteamiento de la tercera hipótesis específica, se expresa que existe relación significativa entre la AE y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Lo cual, se comprobó a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman; por los resultados, se afirmó que ambos constructos se relacionan directa y significativamente. Adicionalmente, el grado del vínculo es de moderado a fuerte. Para destacar, desde los determinantes de la TCP, la AE es el principal predictor de la IE. Estos alcances, son concordantes con lo señalado por Acuña & Gamarra (2018) y Liza (2018). Quienes, en sus estudios respectivos, realizados en dos universidades privadas de Lima, concluyeron que la actitud emprendedora se relaciona con la intención de autoempleo de los educandos. De manera semejante, dado que, ambos constructos están correlacionados de manera significativa; Souza & Silveira (2018), Anwar et al. (2021) y Kowang et al. (2021) afirmaron que la actitud es uno de los mejores predictores de la intencionalidad.

**3.1.2.5. Discusión Cuarta Hipótesis Específica.** En la cuarta hipótesis específica, se manifiesta que existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Lo cual, fue confirmado mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman. En base a la cifra obtenida, se expresó que nivel de correlación entre ambas variables, presentadas en la TCP, es moderado. Asimismo, este vínculo es directo y significativo. De modo idéntico, en los estudios elaborados por Alvares (2018) y Liza (2018) concluyeron que sí existe relación entre los fenómenos investigados. Tal aseveración, es coherente con lo planteado por Galleguillos-Cortés et al. (2019) y Kowang et al. (2021). Quienes, expresaron que la relación es positiva y significativa entre las NS y la IE. Sin embargo, Miranda et al. (2017) y Al-Mamary et al. (2020) fundamentaron que las normas sociales no están conectadas de manera significativa con la IE. Inclusive, Acuña &

Gamarra (2018) demostraron que no existe relación entre los constructos. Por otra parte, Iwu et al. (2021) y Mota & Díaz (2021) destacaron el rol motivador que cumplen los profesores; aseveraron que los maestros deben fomentar la iniciativa emprendedora del alumnado.

**3.1.2.6. Discusión Quinta Hipótesis.** En la quinta hipótesis específica, se señala que existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Entonces, con el objeto de demostrar lo expresado, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Por los resultados, se indicó que el CPC y la IE se relacionan de manera moderada. Al mismo tiempo, la asociación fue positiva y significativa; de esa forma se comprueba lo señalado en la TCP. De igual modo, Farias-Castro & Panta-Montero (2018) advirtieron que la intencionalidad tiene una correlación fuerte a moderada con el control percibido de los alumnos. En adición, Rosique-Blasco et al. (2017) determinaron que la capacidad percibida de los sujetos para llevar a cabo un emprendimiento desempeña un rol fundamental en la conformación de la IE. Es preciso indicar que, Mota & Díaz (2021) señalaron que, a pesar de haber una correlación positiva entre ambos fenómenos, la autoeficacia no consiste un factor explicativo del espíritu emprendedor. De manera semejante, Acuña & Gamarra (2018) demostraron que, aún si los alumnos presenten niveles altos de CPC, ello no quiere decir habrá relación entre IE y este factor.

### **3.1.3. Conclusiones**

**3.1.3.1. Conclusión General.** El emprendimiento es representativo en una economía, porque es fuente de autoempleo y puede generar oportunidades de trabajo (Cárdenas et al., 2015). Además, ayuda a obtener mejoras productivas por medio de la innovación (Porter, 1990). Por otra parte, genera riza a los estados (Stevenson & Jarillo, 1990). Por lo cual, en el presente estudio se analizó a potenciales emprendedores universitarios mediante la IE; en concordancia con los resultados alcanzados y comunicados, se logró plasmar un modelo de

correlaciones. El cual, puede servir de referencia a autoridades académicas y gubernamentales. En ese sentido, la investigación demostró que, el CU se relaciona de manera positiva y significativa con la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Por medio de este hallazgo, resulta importante aumentar y mejorar las condiciones en las cuales la UNTRM brinda soporte al emprendimiento, además de la oportuna comunicación de tales actividades. En consecuencia, crecerá el porcentaje de alumnos que perciben un mayor nivel de apoyo por parte de la universidad. Por ende, se obtendrá mejores niveles de intencionalidad en los mismos.

**3.1.3.2. Primera Conclusión Específica.** Las universidades deben aportar al crecimiento de la región donde se encuentren (Etzkowitz, 1998). Así, una UE puede cumplir tal misión, al formar a sus estudiantes para emprender (Guerrero et al., 2015). Por ello, la investigación estuvo enfocada en analizar el CU por medio de dos dimensiones de soporte. Primero, en coherencia con los objetivos del estudio, se analizó el SEG y su relación con la IE. En concordancia con ello, se comunicó los resultados descriptivos. Allí, se observó que, cerca del 65% del alumnado ha expresado que percibe apoyo formativo entre bajo a moderado. Al mismo tiempo, se logró comprobar que existe relación significativa entre el SEG, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Considerando que, en esta dimensión se analiza la percepción de los educandos sobre los cursos, talleres, concursos de planes de negocio y enseñanzas para el emprendimiento; brindados por la UNTRM. Se concluye que, al optimizar las condiciones mediante las cuales se brinda SEG, los niveles de intención deben mejorar.

**3.1.3.3. Segunda Conclusión Específica.** Una UE estimula y ayuda a consolidar los emprendimientos de sus estudiantes (Jansen et al., 2015). Asimismo, parte de su análisis se realiza mediante la percepción del alumnado (Guerrero & Urbano, 2012). Entonces, de acuerdo con lo planteado en el segundo objetivo específico, se estudió el segundo

componente del CU. Para destacar, por medio de las estadísticas descriptivas, se expresó que por encima del 60% de los educandos perciben niveles entre bajo a moderado de esta esta dimensión. Adicionalmente, se comprobó que el SCNCD, del contexto universitario, se relaciona de manera directa y significativamente con la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. En vista que, en esta relación se estudió la percepción de los alumnos, por una parte, sobre si la universidad motiva y crea conciencia sobre el emprendimiento. Por la otra parte, sobre el apoyo al desarrollo de red de contactos, acceso medios financieros, si emplea su reputación a favor de los emprendedores universitarios, entre otros. Se concluye que, al mejorar las percepciones sobre las condiciones analizadas en esta dimensión, se podrá ver mejores niveles en la intención de crear iniciativas empresariales de los universitarios.

**3.1.3.4. Tercera Conclusión Específica.** Por otra parte, según la TCP, son tres los determinantes de las intenciones (Ajzen, 1991). No obstante, en el estudio de la IE, la AP es redefinida como AE (Krueger & Carsrud, 1993). Por ello, para lograr lo concebido en el tercer objetivo específico, se analizó este componente de la TCP. Por tanto, se comprobó que sí existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Además, se resalta que la AE, entre los tres factores de la TCP, es el que mayor correlación tiene con los deseos de emprender de la plana estudiantil. Por ello, quienes perciben al emprendimiento como una carrea atractiva, con más ventajas que desventajas y los retos que ello implica; están más automotivados a iniciar una empresa. En otras palabras, el espíritu emprendedor se encontrará en los sujetos que expresan su voluntad de emprender, en caso tengan la oportunidad y los recursos. Son personas a quienes les atraen los retos, en principio, están dispuestos a autoemplearse. Por tal motivo, se concluye que, es relevante identificar a los individuos que presentan mayor auto convicción de iniciar su negocio.

**3.1.3.5. Cuarta Conclusión Específica.** El segundo determinante de la TCP, en el estudio de la IE, son las NS o valoración social percibida (Liñán & Chen, 2006). De acuerdo con ello, el cuarto objetivo específico de la investigación, está fundamentado en demostrar si este constructo tiene relación significativa con la IE. Por medio de los resultados, se comprobó que las normas subjetivas se relacionan positiva y significativamente con la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. Por ende, el apoyo que los estudiantes perciben de su entorno social (familiares, amigos y compañeros, profesores y allegados) se relaciona directamente con sus deseos de emprender. Puesto de otra manera, el nivel de acuerdo que el sujeto nota de su entorno, está vinculado con su decisión de crear una iniciativa empresarial. Ello indica que, a mayor nivel de acuerdo con la elección de ser emprendedor, mayor deberá ser la IE de los alumnos. Sin embargo, de los tres factores de la TCP, las NS son las que menor correlación muestran con la IE de los educandos.

**3.1.3.6. Quinta Conclusión Específica.** Según la TCP, el tercer factor que da origen a las intenciones es el CPC (Ajzen, 1991). Asimismo, este concepto es considerado en el análisis de la IE (Iakovleva & Kolvereid, 2009). Por eso, el último objetivo específico, se concibió respecto a este elemento de la TCP. Se obtuvo tal fin, debido a que, se comprobó que existe relación directa y significativa entre el CPC y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022. De lo rescatado en las encuestas, se puede aseverar que, los educandos presentan niveles entre moderado a alto de esta variable. Con lo cual, se manifiesta que los alumnos perciben tener las capacidades requeridas para emprender y mantener funcionando una empresa. Por ende, señalaron que su probabilidad de éxito al desarrollar un proyecto emprendedor es alta. Dado que, conocerían los detalles para materializar y gestionar una iniciativa empresarial. En conclusión, mientras más elevado sea el nivel de CPC, mayor será el nivel de IE de los educandos de la UNTRM.

### **3.1.4. Recomendaciones**

Para ayudar a crear un CU, donde los educandos perciban que la UNTRM brinda soporte al emprendimiento entre los niveles de moderado a alto. De modo que, se incremente su IE. De acuerdo con los resultados logrados, se procederá a elaborar recomendaciones de dominio académico. Así mismo, las sugerencias planteadas pueden ser abordadas por las autoridades regionales correspondientes, dentro de sus competencias y facultades. De igual forma, los estudiantes podrán conocer una guía de acciones concretas a seguir. De tal manera que, puedan notar el soporte brindado por la universidad. Asimismo, desarrollen y/o consoliden sus niveles de intencionalidad.

**3.1.4.1. Recomendación General.** Con el objetivo de mejorar la apreciación del CU y la intencionalidad de los educandos; se exhorta a la UNTRM a brindar soporte emprendedor en los niveles pre-startup y startup. En otro orden de ideas, el autor recomienda a la comunidad estudiantil revisar la página web y cuenta de Facebook de la UNTRM. Así como, la cuenta de Facebook del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED). Allí, podrán encontrar talleres, seminarios, informes, desarrollo de proyectos, foros, entre otras actividades vinculadas a la creación de negocios. A su vez, se recomienda recoger, tener en consideración y hacer seguimiento a las sugerencias de mejoras que el alumnado presenta.

Por otra parte, por las limitaciones de la investigación, se recomienda criterios que pueden ser considerados en futuras investigaciones, sobre la percepción del CU y la IE de los alumnos. Tales estudios deberán contar con muestras probabilísticas por facultad e incluso carrera. Asimismo, se debe incluir variables de control como: el género, el ciclo y las condiciones socioeconómicas. De igual modo, resulta beneficios contemplar el periodo en el cual los educandos proyectan emprender: durante la universidad, dentro y después de cinco años del término de su carrera. El plan de implementación se puede ver en el anexo M.1.

**3.1.4.2. Primera Recomendación Específica.** Demostrado que, el soporte educativo general, del CU, se relaciona con la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas; se recomienda la inclusión de cursos electivos sobre emprendimiento en tres niveles. Con el primer nivel, se propone lograr la instrucción conceptual sobre este fenómeno. En el segundo nivel, se tiene como propósito desarrollar competencias generales al momento de emprender. En el tercer nivel, el objetivo es generar experiencia práctica en los educandos por medio de proyectos. Para precisar, a través de esta sugerencia se puntualiza que, los cursos en los niveles antes mencionados sean de accesos a los alumnos de las ocho facultades en la UNTRM. Luego, se debe analizar el impacto de estas acciones en el desarrollo de nuevos negocios y su respectiva formalización. El plan de implementación puede revisarse en el anexo M2.

**3.1.4.3. Segunda Recomendación Específica.** Verificado el vínculo entre el SCNCD y la IE de los alumnos de pregrado en Chachapoyas. Se postula la creación del Club de Emprendedores UNTRM. Sus misiones deben ser: generar conciencia emprendedora, transferencia y adquisición de habilidades, y lograr experiencia práctica. Vale decir que, el funcionamiento del club, permitiría realizar actividades con potenciales emprendedores en formación. De igual modo, se podría organizar conversatorios con empresarios exitosos de la realidad local, nacional e incluso internacional, para conocer en primera persona sus historias. Con ello, se generaría un marco, en el cual los universitarios que están con la intención de tener una iniciativa empresarial, se relacionarían entre ellos. De tal forma, se potenciaría el desarrollo y fortalecimiento de su red de contactos. Al mismo tiempo, con el club se podría crear un ambiente de continua interacción y apoyo a la creatividad e innovación, con el fin de generar ideas de nuevas empresas. Al mismo tiempo, con ello se abordaría la solución a diversas situaciones problemáticas presentes en la Región. En el anexo M.3 se puede consultarse el plan de implementación esbozado.

**3.1.4.4. Tercera Recomendación Específica.** Comprobada la correlación existente entre la AE y la IE, los profesores deben de cumplir el rol de cazadores de talentos. Como agentes académicos, son los más cercanos a los estudiantes; son el primer filtro para poder identificar a los educandos que presentan disposición a emprender. Les corresponde ayudar al alumnado a orientar su vocación de manera productiva, deben reconocer y potenciar su orientación al autoempleo. Para ello, los maestros necesitan estar capacitados respecto al espíritu emprendedor. Por ende, se recomienda brindar instrucción a los maestros en temas de emprendimiento, por medio de cursos, respecto a temas fundamentales sobre este fenómeno. Asimismo, se recomienda dotar de herramientas a los profesores, para identificar esta dimensión en los universitarios. En el anexo M.4 se halla el plan de implementación.

**3.1.4.5. Cuarta Recomendación Específica.** Como se ha corroborado que, el apoyo que un alumno percibe de su entorno social, se relaciona directamente con su IE. Por una parte, al encontrarse los sujetos en un ambiente académico, se debe tener en cuenta el respaldo que perciben los individuos de los actores presentes en el CU. Por ello, se resalta el papel del docente y personal de la universidad en general, como agentes motivadores; a la par de la valoración de la familia y amigos. Adicionalmente, el autor recomienda la realización de actividades integradoras, en la cual se involucre a la familia de los educandos y colectividad en general. Como ejemplo, se tiene a las ferias, charlas y talleres. Al exponer las ventajas de este fenómeno y cómo se podría abordar los retos del mismo, se impactaría de manera positiva en el entendimiento de lo que implica ser emprendedor. El plan de implementación se muestra en el anexo M.5.

**3.1.4.6. Quinta Recomendación Específica.** Debido a que, se demostró el significativo relacionamiento del CPC con la IE de los alumnos de pregrado en Chachapoyas. Además, al momento de materializar un emprendimiento se requiere de diversas competencias, no solo hace falta tener una buena idea, sino que también se debe conocer

como presentarla. Para lo cual, se recomienda la preparación y práctica en Elevator Pitch, Storyboard & Storytelling. Así mismo, se pide estudiar si la formación en Metodologías Ágiles, Design Thinking, Lean Start Up, marketing digital, entre otros cursos, mejora los niveles CPC de los estudiantes de pregrado de la UNTRM. Debe señalarse que, el acceso a tales enseñanzas puede ser mediante asignaturas dictadas en la institución. Caso contrario, pueden ser llevadas en plataformas externas. En el anexo M.6. puede verse el plan de implementación,

Para concluir, por medio de las recomendaciones de la presente investigación, se ambiciona aportar en la solución de la problemática identificada. Con ello, se persigue la finalidad intrínseca de lograr un mayor número de emprendimientos universitarios en Amazonas. Así, contribuir al desarrollo social y económico de la región. Para lo cual, resulta vital el esfuerzo conjunto de las autoridades académicas, los funcionarios y representantes del gobierno, los estudiantes y la comunidad en su conjunto. Dado que, existen diversas estrategias que se pueden abordar, en aras de mejorar la relación entre el soporte emprendedor brindado por la UNTRM y la IE de estudiantes de pregrado en Chachapoyas.

### Referencias bibliográficas

- Acuña, A. I. & Gamarra, M. F. (2018). *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada en Lima 2018* (Tesis de grado). <https://repositorio.usil.edu.pe/items/37d4602c-b612-4572-bddf-ff5c6e603612>
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to actions: A theory of planned behavior. En: J. Kuhl et al. (Ed.), *Action Control*. (pp. 11–39). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2)
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Al-Mamary, Y. H. S., Abdulrab, M., Alwaheeb, M. A. & Alshammari, N. G. M. (2020). Factors impacting entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia: testing an integrated model of TPB and EO. *Education and Training*, 62(7–8), 779–803. <https://doi.org/10.1108/ET-04-2020-0096>
- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de éxito* (4a. ed.). Mc Graw Hill Educación.
- Alvares, R. (2018). *Actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora como factores de la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-eléctrica y Mecatrónica de UCSM, Arequipa 2017* (Tesis de maestría). <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/8257>
- Anwar, I., Thoudam, P. & Saleem, I. (2021). Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: Testing the hypotheses using mediation and moderation approach. *Journal of Education for Business*, 97(1), 8–20. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1883502>
- Arias, F. G. (2016). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (7a. ed.). Editorial Episteme, C.A.
- Astudillo, S., Bermeo, V., Serrano, A. & Andrade, R. (2021). Entrepreneurial intention in the students of a public and a private university in Ecuador. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 15(2), 90–103. <https://doi.org/10.3232/GCG.2021.V15.N2.04>

- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación & Negocios*, 14(23), 32–48.  
<https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). *Caracterización del departamento de Amazonas*.  
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/amazonas-caracterizacion.pdf>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy\_ the exercise of control* (1a. ed.). W. H. Freeman and Company.
- Barba-Sánchez, V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 5(ene), 121–138. <https://www.researchgate.net/publication/235624994>
- Baron, R. A. (2002). OB and entrepreneurship: The reciprocal benefits of closer conceptual links. *Research in Organizational Behavior*, 24, 225–269.  
[https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(02\)24007-1](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(02)24007-1)
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic “why” questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a. ed.). Pearson Educación.
- Bikse, V., Lusena-Ezera, I., Rivza, B. & Volkova, T. (2016). The transformation of traditional universities into entrepreneurial universities to ensure sustainable higher education. *Journal of Teacher Education for Sustainability*, 18(2), 75–88.  
<https://doi.org/10.1515/jtes-2016-0016>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideass: the case f or intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/258091>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M. & Schott, T. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor* (Global Report 2020/2021).  
<https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>
- Boyd, N. G. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Bucardo, A., Saavedra, M. L. & Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedoresy empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107.  
<https://doi.org/10.1016/j.neucir.2013.12.001>

- Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C. & Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad & Empresa*, 17(28), 173–190. <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.28.2015.08>
- Carton, R. B., Hofer, C. W. & Meeks, M. D. (Junio, 1998). *The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society* [Ponencia]. Conferencia presentada en el Annual International Council for Small Business. [https://www.academia.edu/4892378/THE\\_ENTREPRENEUR\\_AND\\_ENTREPRENEURSHIP\\_OPERATIONAL\\_DEFINITIONS\\_OF\\_THEIR\\_ROLE\\_IN\\_SOCIETY](https://www.academia.edu/4892378/THE_ENTREPRENEUR_AND_ENTREPRENEURSHIP_OPERATIONAL_DEFINITIONS_OF_THEIR_ROLE_IN_SOCIETY)
- Cavazos, C. C., Zerón, M. & De la Garza, M. H. (2021). Intención de emprender socialmente en estudiantes de universidades públicas de la frontera norte de México. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 12(set), 1–17. [https://doi.org/10.33010/ie\\_rie\\_rediech.v12i0.1112](https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1112)
- Cerver, E., Ferreira, J. J. M. & Fernandes, C. I. (2020). The multiple faces of the entrepreneurial university: a review of the prevailing theoretical approaches. *Journal of Technology Transfer*, 46(2021), 1173–1195. [doi.org/10.1007/s10961-020-09815-4](https://doi.org/10.1007/s10961-020-09815-4)
- Chen, C. C., Greene, P. G. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Chang, Y. C., Yang, P. Y. & Chen, M. H. (2009). The determinants of academic research commercial performance: Towards an organizational ambidexterity perspective. *Research Policy*, 38(6), 936–946. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.03.005>
- Coello, R. & Pico, L. (2017). El emprendimiento por oportunidad versus el emprendimiento por necesidad en el Ecuador. *Revista Ciencia & Tecnología*, 17(16), 1–11. <http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec>
- Cuesta, M., Suárez-álvarez, J., Lozano, L. M., García-Cueto, E. & Muñiz, J. (2018). Assessment of eight entrepreneurial personality dimensions: Validity evidence of the BEPE battery. *Frontiers in Psychology*, 9(nov), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02352>
- Da Silva, A., Loiola, E. & Guedes, S. M. (2017). Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: a literature review. *Cadernos EBAP.BR*, 15(2), 292–308. <https://doi.org/10.1590/1679-395159595>
- Davidsson, P. (Noviembre, 1995). *Determinants of entrepreneurial intentions* [ponencia]. Conferencia presentada en RENT IX Workshop, Piacenza, Italy. <https://eprints.qut.edu.au/2076/>

- Deem, R. (2001). Globalisation, New Managerialism, Academic Capitalism and Entrepreneurialism in Universities: Is the local dimension still important? *Comparative Education*, 37(1), 7–20. <https://doi.org/10.1080/03050060020020408>
- Dodgson, M. & Gann, D. (2020, 14 de octubre). *Universities should support more student entrepreneurs. Here's why and how* [weforum.org]. <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/universities-should-support-more-student-entrepreneurs/>
- Drnovsek, M. & Glas, M. (2002). The entrepreneurial self-efficacy of nascent entrepreneurs: the case of two economies in transition. *Journal of Enterprising Culture*, 10(02), 107–131. <https://doi.org/10.1142/s0218495802000165>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: practice and principle* (1a. ed.). Butterworth-Heinemann.
- Elnadi, M. & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Management Education*, 19(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages. *Research Policy*, 27(1998), 823–833. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(98\)00093-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0048-7333(98)00093-6)
- Etzkowitz, H. (2004). The evolution of the entrepreneurial university. *Int. J. Technology and Globalisation*, 1(1), 64–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJTG.2004.004551>
- European Commission, & Organization for Economic Cooperation and Development. (2012). *A guiding framework for entrepreneurial universities*. <https://dokumen.tips/documents/ec-oecd-entrepreneurial-universities-framework.html>
- Farias-Castro, K. & Panta-Montero, I. (2018). *Intención emprendedora de los alumnos de la universidad de Piura: campus Piura, Administración de empresas* (Tesis de grado). <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4071>
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Fayolle, A. & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- FailureInstitute. (2018). *Strengthening entrepreneurship in Mexico: an analysis of failure among student entrepreneurs*. [www.thefailureinstitute.com](http://www.thefailureinstitute.com)

- Fernández, L. (2021, 25 de febrero). *Educación emprendedora: retos de la universidad española* [eIEconomista.es].  
<https://www.economista.es/ecoaula/noticias/11070463/02/21/Educacion-emprendedora-retos-de-la...>
- Flores-Novelo, A., Bojorquez, A. L. & Canche, C. D. (2020). El impacto de la educación en la intención emprendedora: efecto del entorno universitario. *Revista Espacios*, 41(39), 250–260. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n39/a20v41n39p18.pdf>
- Gabbianelli, L., Bonfanti, A., Mion, G. & Loza Aduai, C. R. (2021). An overview of students' entrepreneurial intention antecedents. *Piccola Impresa / Small Business*, 1, 48–77. <https://doi.org/10.14596/pisb.2841>
- Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B. & Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictors of entrepreneurial intention in undergraduate students: A model based on structural equations. *Formacion Universitaria*, 12(1), 83–94. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062019000100083>
- Gist, M. E. (1987). Self-Efficacy: implications for organizational behavior and human resource management. *The Academy of Management Review*, 12(3), 472–485.  
<https://doi.org/10.2307/258514>
- Gonzalez-Garcia, G., Ferreira-Leite, E. & Santos Bulhões, D. M. (2018). Desafíos de la universidad emprendedora, acercamientos para su gestión. *Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle*, 7(1), 69. <https://doi.org/10.18316/desenv.v7i1.4223>
- Guerrero, M. & Urbano, D. (2012). The development of an entrepreneurial university. *Journal of Technology Transfer*, 37(1), 43–74. <https://doi.org/10.1007/s10961-010-9171-x>
- Guerrero, M., Cunningham, J. A. & Urbano, D. (2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. *Research Policy*, 44(3), 748–764. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.10.008>
- Guerrero, V. (2009). *Women and leadership: examining the impact of entrepreneurial education on leadership self-efficacy* [Ponencia]. Conferencia presentada en la United States Association for Small Business and Entrepreneurship, Estados Unidos.  
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.509.1614&rep=rep1&type=pdf>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). Mc Graw Hill.
- Hidalgo, L. F. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Rev. Alternativas UCSG*, 15(1), 46–50. <https://es.scribd.com/document/411436327/La-Cultura-Del-Emprendimiento-Y-Su-Formacion>
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, Alicia, Guerrero, M., Roomi, M. A., Bosma, N., Sahasranamam, S. & Shay, J. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor* (Global Report 2021/2022). <http://www.witchwoodhouse.combbrdesignhttps://bbrdesign.co.uk>
- Huang, Y., An, L., Wang, J., Chen, Y., Wang, S. & Wang, P. (2021). The role of entrepreneurship policy in college students' entrepreneurial intention: the intermediary role of entrepreneurial practice and entrepreneurial spirit. *Frontiers in Psychology*, 12(mar), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.585698>
- Iakovleva, T. & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), 66–80. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2009.021632>
- Iaochite, R. T. & Neto, S. D. S. (2014). Strength and sources of self-efficacy beliefs by physical education student teachers. *Motriz. Revista de Educacao Fisica*, 20(2), 143–150. <https://doi.org/10.1590/S1980-65742014000200003>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). *Demografía empresarial en el Perú IV trimestre de 2021*. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/#lista>
- Iwu, C. G., Opute, P. A., Nchu, R., Eresia-Eke, C., Tengeh, R. K., Jaiyeoba, O. & Aliyu, O. A. (2021). Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention. *International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.007>
- Jacob, M., Lundqvist, M. & Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: The case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32(9), 1555–1568. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(03\)00024-6](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(03)00024-6)
- Jansen, S., van de Zande, T., Brinkkemper, S., Stam, E. & Varma, V. (2015). How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIT, and Utrecht University. *International Journal of Management Education*, 13(2), 170–181. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2015.03.001>

- Kabonga, I. & Zvokuomba, K. (2021). Entrepreneurship among university students in Bindura, Zimbabwe. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1-16.  
<https://doi.org/10.1080/23311886.2021.2004674>
- Kantis, H., Federico, J. e Ibarra, S. (2016). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico 2016: Novedades y tendencias para fortalecer e integrar los ecosistemas de la región*. <https://prodem.ungs.edu.ar/>
- Katz, J. & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *The Academy of Management Review*, 13(3), 429–441. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/258090>
- Keat, O. Y., Selvarajah, C. & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 206–220. [www.ijbssnet.com](http://www.ijbssnet.com)
- Kowang, T. O., Apandi, S. Z. B. A., Hee, O. C., Fei, G. C., Saadon, M. S. I. & Othman, M. R. (2021). Undergraduates entrepreneurial intention: Holistic determinants matter. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(1), 57–64.  
<https://doi.org/10.11591/ijere.v10i1.20733>
- Kraaijenbrink, J., Bos, G. & Groen, A. (2010). What do students think of the entrepreneurial support given by their universities? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 110–125. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2010.029512>
- Krauss, C., Bonomo, A. & Volfovicz, R. (2020). Empoderar el emprendimiento femenino universitario. *Journal of Technology Management and Innovation*, 15(2), 71–80.  
<https://doi.org/10.4067/s0718-27242020000200071>
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21.  
<https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Krueger, N. F. (2007). What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(1), 123–138.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.  
<https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
- Krueger, N. F. & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315–330.  
<https://doi.org/10.1080/08985629300000020>

- Lestari, E. D., Rizkalla, N. & Purnamaningsih, P. (2022). The effect of perceived university support, entrepreneurial self-efficacy and proactive personality in promoting student entrepreneurial intention in Indonesia. *Journal of Management and Business Education*, 5(2), 169–197. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2022.0011>
- Licht, A. N. & Siegel, J. I. (2009). The social dimensions of entrepreneurship. En: A. Basu, M. Casson, N. Wadson, & B. Yeung (Eds.), *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*. (pp. 512-539). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0019>
- Liñán, F. & Chen, Y.-W. (2006). *Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample*. (Working paper series Document de Treball núm. 06/7). <https://ideas.repec.org/p/bbe/wpaper/0607.html>
- Liñán, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., Urbano, D. & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- Liza, I. P. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima* (Tesis de grado). <https://doi.org/10.19083/tesis/625076>
- Lloja, H., Chugnas, E. S., Tello, Z. & Cruz, J. J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269–281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa (1a. ed.). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lu, G., Song, Y. & Pan, B. (2021). How university entrepreneurship support affects college students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis from China. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6), 1-25. <https://doi.org/10.3390/su13063224>
- Luis, M. I., Palmero, C. & Escolar, C. (2014). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making-of y análisis de tres grupos de discusión. *Pedagogía Social Revista Interuniversitaria*, 25(10), 221–250. [https://doi.org/10.7179/psri\\_2015.25.10](https://doi.org/10.7179/psri_2015.25.10)
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, e(12359), 1–21. <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>

- Maletta, H. (2009). *Epistemología aplicada: metodología y técnica de la producción científica* (1a. ed.). Nova Print S.A.C.
- Manosalvas, L. (2017). Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora (Tesis doctoral).  
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8000>
- Maroufkhani, P., Wagner, R. & Ismail, W. K. W. (2018). Entrepreneurial ecosystems: a systematic review. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(4), 545–564. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2017-0025>
- Martinez, M. R., Garcia, F. & Duarte, M. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122–133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- McMillan, J. H. & Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa: una introducción conceptual* (5a. ed.). Pearson Addison Wesley.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022). *Reporte de Comercio Regional Anual 2021: Amazonas*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/550-reporte-de-comercio-regional-rcr-amazonas>
- Ministerio de la Producción. (2021a). *Más de 1,7 millones de Mipyme formales operan en el mercado peruano al 2020*. Menu Estudios Economicos: Micro, Pequeña y Mediana Empresas (MIPYME). <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Ministerio de la Producción. (2021b, 20 diciembre). *Directorio de Incubadoras y Aceleradoras de la Red de ProInnovate* [proinnovate.gob.pe].  
<https://startup.proinnovate.gob.pe/>
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A. & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–122.  
<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Marie Gaglio, C., McMullen, J. S., Morse, E. A. & Smith, J. B. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research 2007. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(1), 1–27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00161.x>
- Monje, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.

- Morris, M. H., Shirokova, G. & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European J. International Management*, 11(1), 65–85. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.081251>
- Mota, T. M. & Díaz, E. R. (2021). Intención de emprender y autoeficacia en estudiantes. *Revista Latinoamericana de Investigación Social*, 4(2), 1–10. <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/2260>
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2a. ed.). Pearson Educación.
- Mustafa, M. J., Hernandez, E., Mahon, C. & Chee, L. K. (2016). Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy: The influence of university support and proactive personality on students' entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 162–179. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2015-0058>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez Alberto. (2014). *Metodología de la investigación: Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (4a. ed.). Ediciones de la U.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M. & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(feb), 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Nikulín, C., Viveros, P., Dorochesi, M., Crespo, A. & Lay, P. (2017). Metodología para el análisis de problemas y limitaciones en emprendimientos universitarios. *Innovar*, 27(63), 91–106. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n63.60669>
- Osorio, F. F. & Londoño, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría del comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administracion*, 28(51), 103–131. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- Organización Internacional del Trabajo. (2021). *Panorama Laboral 2021: América Latina y el Caribe*. <https://dds.cepal.org/redesoc/publicacion?id=5607>
- Ovalles-Toledo, L. V., Moreno, Z., Olivares, M. Á. & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217–234. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/html/>
- Pardo, A. & San Martín, R. (2010). *Análisis de datos en ciencias sociales y de la salud II*. Editorial Síntesis S. A.

- Philpott, K., Dooley, L., O'Reilly, C. & Lupton, G. (2011). The entrepreneurial university: Examining the underlying academic tensions. *Technovation*, 31(4), 161–170.  
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2010.12.003>
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations* (1a. ed.). The Free Press.
- Rahim, H. L. & Mohtar, S. (2015). Social Entrepreneurship: A Different Perspective. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(1), 9–15.  
[www.iarjournal.com](http://www.iarjournal.com)
- Real Academia Española. (2022). *Contexto: definición*. Diccionario de la lengua española.  
<https://dej.rae.es>
- Redacción Gan@Más. (2021, 5 de noviembre). Más del 80% de jóvenes universitarios piensa emprender un negocio. *Revista Gan@Más*. <https://revistaganamas.com.pe/mas-del-80-de-jovenes-universitarios-piensa-emprender-un-negocio/>
- Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. d., Autio, E. & Hay, M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor* (Executive Report 2001).  
<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2001-global-report>
- Ripollés, M. & Michavila, F. (2020). Ambidextrismo o el equilibrio: la esencia de las competencias emprendedoras y su aprendizaje no formal. *REDU. Revista de Docencia Universitaria*, 18(1), 71-89. <https://doi.org/10.4995/redu.2020.13316>
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V, Huefner, J. C. & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Romero, M. (2016). Metodología de la investigación: Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería del Trabajo*, 6(3), 105–114.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A. & García-Pérez-de-Lema, D. (2017). The effects of personal abilities and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 1025–1052.  
<https://doi.org/10.1007/s11365-017-0469-0>
- Saavedra, M. L. & Camarena, M. E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 85–98.  
<https://www.redalyc.org/journal/5608/560861700004/html/>
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127–1145.

<https://doi.org/10.1111/jsbm.12090>

- Sánchez, A. J., Cruz, O. & Cueva, E. (2022). Intención emprendedora de estudiantes de una universidad pública en la región amazonas Perú. *REVISTA CIENTIFICA EPISTEMIA*, 6(1), 18–30. <https://doi.org/10.26495/re.v6i1.2129>
- Sánchez, J. C., Lanero, A. & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37–60.  
<https://portalcientifico.unileon.es/documentos/5e4fc39f29995245c6b2c270?lang=es>
- Sánchez, J. C., Ward, A., Hernández, B. & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401–437.  
<https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Schimperna, F., Nappo, F. & Marsigalia, B. (2022). Student entrepreneurship in universities: the state-of-the-art. *Administrative Sciences*, 12(5), 2-16.  
<https://doi.org/10.3390/admsci12010005>
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Schmutzler, J., Andonova, V. & Diaz-Serrano, L. (2019). How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(5), 880–920.  
<https://doi.org/10.1177/1042258717753142>
- Schumpeter, J. A. (1976). *Capitalism, socialism and democracy* (5a. ed.). George Allen & Unwin.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education and Training*, 51(4), 272–291.  
<https://doi.org/10.1108/00400910910964566>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A. & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor* (Perú 2016-2017). <https://cde.esan.edu.pe/>
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). Note the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/259271>
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En: C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90).

Prentice-Hall.

- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Bogatyreva, K., Edelman, L. F. & Manolova, T. S. (2022). Moving from intentions to actions in youth entrepreneurship: an institutional perspective. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(1), 25–69.  
<https://doi.org/10.1515/erj-2019-0201>
- Shirokova, G., Tsukanova, T. & Bogatyreva, K. (2015). University environment and student entrepreneurship: the role of business experience and entrepreneurial self-efficacy. *Voprosy Obrazovaniya / Educational Studies Moscow*, 2015(3), 171–207.  
<https://doi.org/10.17323/1814-9545-2015-3-171-207>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2021). *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS Global Report 2021).  
[https://www.guesssurvey.org/resources/PDF\\_InterReports/GUESSS\\_2021\\_Global\\_Report.pdf](https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2021_Global_Report.pdf)
- Sierra, R. (1999). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica: metodología general de su elaboración y documentación* (5a. ed.). Parrafino.
- Soria-Barreto, K., Honores-Marin, G., Gutiérrez-Zepeda, P. & Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior exposure and educational environment towards entrepreneurial intention. *Journal of Technology Management and Innovation*, 12(2), 45–58.  
<https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000200006>
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S. & Ruiz-Campo, S. (2016a). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S. & Ruiz-Campo, S. (2016b). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41(5), 325–329.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33945552006>
- Souza, R. dos S. & Silveira, A. (2018). Intención emprendedora en contexto universitario brasileño. *Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL*, 11(2), 297–318.  
<https://doi.org/10.5007/1983-4535.2018v11n2p297>
- Stam, E. & Van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809–832. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(5), 17–27.  
<https://www.jstor.org/stable/2486667>

- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C. L. & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in china: Integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su13084519>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4a. ed.). Limusa.
- Terán-Yépez, E. F. & Guerrero-Mora, A. M. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(2), 77–88.  
<http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1275/1174>
- Terziev, V. & Arabska, E. (2018). Social entrepreneurship, social values and social impact. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, 7(4), 41–46. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3142936>
- Thoreau, H. D. (1989). The entrepreneurial mind: crafting a personal entrepreneurial strategy. En: J. A. Timmons (Ed.), *The Entrepreneurial Mind* (pp. 33–92). Brick House Pub Co.
- Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790–811. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2015-0149>
- Tubbs, M. E. & Ekeberg, S. E. (1991). The role of intentions in work motivation: implications for goal-setting theory and research. *The Academy of Management Review*, 16(1), 180-199. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/258611>
- Turker, D. & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159.  
<https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. (2022). *Sección Universidad* [untrm.edu.pe]. <https://www.untrm.edu.pe/es/>
- University of Bradford. (2022). *Rohitkumar Trivedi Biography* [bradford.ac.uk].  
<https://www.bradford.ac.uk/staff/rtrivedi1>
- Veciana J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11–36.  
<https://es.scribd.com/document/92110717/Jese-Maria-Veciana-Verges-creacion-de-Empresas-Como-Programa-de-Investigacion-Cientifica>
- Velásquez, E., Martínez, M. L. & Cumsille, P. (2004). Expectativas de autoeficacia y actitud prosocial asociadas a participación ciudadana en jóvenes. *Psykhe (Santiago)*, 13(2), 85–98. <https://doi.org/10.4067/s0718-22282004000200007>

- Vera, A., Espinosa, A. & Prialé, M. Á. (2021). Valores y personalidad como predictores del aprecio por las prácticas sostenibles en emprendedores sociales y comerciales de Lima-Perú. *Psyche*, 30(1), 1–16. <https://doi.org/10.7764/psykhe.2019.22333>
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Fitriana, Saraswati, T. T. & Indriani, R. (2021). Drivers of entrepreneurial intention among economics students in Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(1), 61–74. <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090104>
- Zurita, M. (2022, 24 de noviembre). *Especial educación | Startups: ¿Cuánto ha crecido el ecosistema emprendedor en las universidades?* [Forbes.pe]. <https://forbes.pe/especiales/2022-11-24/especial-educacion-startups-cuanto-ha-crecido-el-ecosistema-emprendedor-en-las-universidades/>

## Anexos

## Anexo A: Matriz de Consistencia

<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Metodología</b>
¿Existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?	Determinar que existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Existe relación significativa entre el contexto universitario y la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Método: científico  Tipo: teórica o pura  Alcance: correlacional
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>	
¿Existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?	Comprobar que existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Existe relación significativa entre el soporte educativo general, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Diseño: no experimental  Enfoque: cuantitativo  Temporalidad: transversal
¿Existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?	Comprobar que existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Existe relación significativa entre el soporte cognitivo y no cognitivo dirigido, del contexto universitario, y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Técnica: encuesta  Instrumento: cuestionario
¿Existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?	Comprobar que existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Existe relación significativa entre la actitud hacia el emprendimiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Población: 3820 estudiantes de la UNTRM, sede Chachapoyas.  Muestra: probabilística por estratos de 349 estudiantes de la UNTRM, sede Chachapoyas.
¿Existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022?	Comprobar que existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Existe relación significativa entre las normas subjetivas y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	
¿Existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022??	Comprobar que existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	Existe relación significativa entre el control percibido del comportamiento y la IE de los estudiantes de pregrado en Chachapoyas, 2022.	

Nota: Elaboración propia.

## Anexo B: Investigaciones sobre la IE y su Relación con las Variables Estudiadas

Ítems	Investigaciones	Constructos						
		Contexto universitario		AP	NS	CPC / AEE	IE	Otros <sup>b</sup>
		Soporte educativo general <sup>a</sup>	Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido					
1.	Araya-Pizarro (2022)			x	x	x	x	
2.	Lestari et al. (2022)	x	x				x	x
3.	Sánchez et al. (2022)	x					x	
4.	Anwar et al. (2021)			x	x	x	x	x
5.	Lloja et al. (2021)	x	x		x		x	x
6.	Lu et al. (2021)	x	x	x	x	x	x	x
7.	Elnadi & Gheith (2021)					x	x	x
8.	Kowang et al. (2021)	x		x	x	x	x	x
9.	Flores-Novelo et al. (2020)	x		x	x	x	x	
10.	Ilman et al. (2020)	x	x	x	x	x	x	x
11.	Galleguillos-Cortés et al. (2019)			x	x	x	x	
12.	Hou et al. (2019)	x				x	x	x
13.	Schmutzler et al. (2019)					x	x	x
14.	Acuña y Gamarra (2018)			x	x	x	x	x
15.	Alvares (2018)			x	x	x	x	
16.	Liza (2018)				x	x	x	x
17.	Souza y Silveira (2018)			x	x	x	x	
18.	Rosique-Blasco et al. (2017)			x	x	x	x	x
19.	Soria-Barreto et al. (2017)	x	x	x	x	x	x	x
20.	Mustafa et al. (2016)	x	x				x	x
21.	Trivedi (2016)	x	x	x	x	x	x	
22.	Schlaegel & Koenig (2014)			x	x	x	x	x
23.	Siu & Lo (2012)			x	x	x	x	x
24.	Liñán et al. (2011)			x	x	x	x	x
25.	Iakovleva & Kolvereid (2009)			x	x	x	x	x
26.	Liñán & Chen (2009)			x	x	x	x	x
27.	Turker & Selcuk (2009)	x			x		x	x

Nota: Elaboración propia.

<sup>a</sup> Dentro del soporte educativo general, se considera a la educación emprendedora.

<sup>b</sup> Por su parte, la fila otros, engloba diferentes constructos. Entre ellos encontramos a: los rasgos de personalidad como: aversión al riesgo, locus de control, innovación, proactividad, entre otros. También se hallan variables demográficas, la experiencia laboral, exposición previa al emprendimiento, ecosistema emprendedor, valoración cercana y social, pasión emprendedora, etc.

## Anexo C: Alumnos Matriculados en el Semestre Académico 2022-02

UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS  
Dirección de Admisión y Registros Académicos

Fecha y Hora de emisión : 24/10/2022 08:00:07  
Página : 1 de 1

### MATRICULADOS EN EL SEMESTRE 202202

Facultad	Escuela	Sede	Numero
CIENCIAS DE LA SALUD	ENFERMERÍA	CHACHAPOYAS	238
	ESTOMATOLOGÍA	CHACHAPOYAS	171
	MEDICINA HUMANA	CHACHAPOYAS	196
	PSICOLOGÍA	CHACHAPOYAS	304
	TECNOLOGÍA MÉDICA - RADIOLOGÍA	CHACHAPOYAS	49
	TECNOLOGÍA MÉDICA - TERAPIA FÍSICA Y REHABILITACIÓN	CHACHAPOYAS	25
	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	CHACHAPOYAS	241
	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	UTCUBAMBA	27
	ADMINISTRACIÓN EN TURISMO	CHACHAPOYAS	150
	CONTABILIDAD	CHACHAPOYAS	190
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	ECONOMÍA	CHACHAPOYAS	157
	ECONOMÍA	UTCUBAMBA	22
	ANTROPOLOGÍA	CHACHAPOYAS	105
	ARQUEOLOGÍA	CHACHAPOYAS	83
	DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS	CHACHAPOYAS	299
	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	CHACHAPOYAS	122
	EDUCACIÓN INICIAL INTERCULTURAL BILINGÜE	IMACITA	42
	EDUCACIÓN INICIAL INTERCULTURAL BILINGÜE	OCALLI	3
	EDUCACIÓN INICIAL INTERCULTURAL BILINGÜE	SANTA MARIA DE NIEVA	10
	EDUCACIÓN INICIAL INTERCULTURAL BILINGÜE	CHACHAPOYAS	137
DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	EDUCACIÓN PRIMARIA	CHACHAPOYAS	137
	EDUCACIÓN PRIMARIA INTERCULTURAL BILINGÜE	IMACITA	33
	EDUCACIÓN PRIMARIA INTERCULTURAL BILINGÜE	SANTA MARIA DE NIEVA	6
	EDUCACIÓN SECUNDARIA CON MENCIÓN EN LENGUA Y LITERATURA	CHACHAPOYAS	1
	INGENIERÍA AMBIENTAL	CHACHAPOYAS	209
	INGENIERÍA CIVIL	CHACHAPOYAS	400
	INGENIERÍA DE SISTEMAS	BAGUA	205
	INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL	CHACHAPOYAS	130
	INGENIERÍA AGRÓNOMA	CHACHAPOYAS	184
	INGENIERÍA FORESTAL	CHACHAPOYAS	93
INGENIERÍA ZOOTECNISTA, AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA	INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS	CHACHAPOYAS	181
	INGENIERÍA ZOOTECNISTA	CHACHAPOYAS	155
			4,168

Nota: Información proveída por la Dirección de Admisión y Registros Académicos de la UNTRM. Datos extraídos el 24 de octubre de 2022.

**Anexo D: Cantidad Proporcional de Alumnos por Facultad**

<b>Estudiantes por Facultades y Escuelas Profesionales, sede Chachapoyas</b>				
<b>Facultad</b>	<b>Escuela</b>	<b>Matriculados al 2022-02</b>	<b>Matriculados por Facultad</b>	<b>Proporción</b>
Ciencias de la Salud	Enfermería	238	983	25.7330%
	Estomatología	171		
	Medicina Humana	196		
	Psicología	304		
	Tecnología Médica - Radiología	49		
	Tecnología Médica – Terapia Física y Rehabilitación	25		
Ciencias Económicas y Administrativas	Administración de Empresas	241	738	19.3194%
	Administración en Turismo	150		
	Contabilidad	190		
	Economía	157		
Ciencias Sociales	Antropología	105	188	4.9215%
	Arqueología	83		
Derecho y Ciencias Políticas	Derecho y Ciencias Políticas	299	299	7.8272%
Educación y Ciencias de la Comunicación	Ciencias de la Comunicación	122	260	6.8063%
	Educación Primaria	137		
	Educación Secundaria con Mención en Lengua y Literatura	1		
Ingeniería Civil y Ambiental	Ingeniería Ambiental	209	609	15.9424%
	Ingeniería Civil	400		
Ingeniería y Ciencias Agrarias	Ingeniería Agroindustrial	130	407	10.6545%
	Ingeniería Agrónoma	184		
	Ingeniería Forestal	93		
Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología	Ingeniería en Agronegocios	181	336	8.7958%
	Ingeniería Zootecnista	155		
<b>Total</b>		<b>3820</b>	<b>3820</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia, a partir de la información proveída por la Dirección de Admisión y Registros Académicos de la UNTRM.

## Anexo E: Autorización para Uso de Cuestionario

Re: Greetings from South America and permission request : HUMBERTO TORRES LOPEZ - Outlook ...

https://outlook.office365.com/mail/sentitems/id/AAQkAGNmOWVINWI3LTUzN 60%

Eliminar Archivar Informar Responder Responder a todos Reenviar

Re: Greetings from South America and permission request

From: HUMBERTO TORRES LOPEZ <humberto.torres@usil.pe>  
 Sent: Thursday, November 3, 2022 8:02:16 AM  
 To: Rohitkumar Trivedi <R.Trivedi1@bradford.ac.uk>; rohit.trivedi@micamail.in <rohit.trivedi@micamail.in>  
 Subject: Greetings from South America and permission request

Caution External Email: Do not click any links or open any attachments unless you trust the sender and know that the content is safe.

Dear Dr. Trivedi

First of all, receive a cordial and affectionate greeting from Peru – South America

Please, let me introduce myself, my name is Humberto Torres, I am a university student who is applying to get the degree of licentiate and I am very interested to use material (questionnaire presented in two tables, one is to measure entrepreneurial intention and the other one to measure University Environment and support) from an article of which you are the author, in a thesis that I am elaborating.

The article's title is: Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis, its DOI is: <http://dx.doi.org/10.1108/JSBED-10-2015-0149>

Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis | Emerald Insight

Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis - Author: Rohit Trivedi

dx.doi.org

For which I request the respective authorization. At the same time, I would like to know if you own a version in Spanish?

Many thanks in advance for your help.

I look forward to hearing from you soon.

Best regards  
 Humberto Torres

Responder Reenviar

Re: Greetings from South America and permission request : HUMBERTO TORRES LOPEZ - Outlook ...

https://outlook.office365.com/mail/sentitems/id/AAQkAGNmOWVINWI3LTUzN 60%

Eliminar Archivar Informar Responder Responder a todos Reenviar

Re: Greetings from South America and permission request

Traducir mensaje a: Español | No traducir nunca a: Inglés

RT Rohitkumar Trivedi <R.Trivedi1@bradford.ac.uk>  
 Para: HUMBERTO TORRES LOPEZ

Dear Humberto,

Please go ahead, sorry but no Spanish version available.

Kind regards  
 Rohit

Jue 3/11/2022 03:18



**Sección 2: Mide la intención emprendedora y sus determinantes de acuerdo a la TCP**

		1	2	3	4	5	
		Muy en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	
Variable	Código	Ítem	Escala				
			1	2	3	4	5
<b>Actitud hacia el emprendimiento</b>	AEP19	Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí	<input type="checkbox"/>				
	AEP20	Una carrera como emprendedor es atractiva para mí	<input type="checkbox"/>				
	AEP21	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar una empresa	<input type="checkbox"/>				
	AEP22	Ser emprendedor supondría grandes satisfacciones para mí	<input type="checkbox"/>				
	AEP23	Entre varias opciones de carrera, prefiero ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>				
		Si decide crear una nueva empresa, indique si las siguientes personas de su entorno social estarían de acuerdo con esa decisión o no.					
<b>Normas subjetivas</b>	NSP24	Tus padres	<input type="checkbox"/>				
	NSP25	Tus hermanos	<input type="checkbox"/>				
	NSP26	Tus amigos	<input type="checkbox"/>				
	NSP27	Tus colegas y compañeros	<input type="checkbox"/>				
	NSP28	Tus maestros y profesores	<input type="checkbox"/>				
	NSP29	Tus otros allegados cuya opinión consideras importante	<input type="checkbox"/>				
<b>Control percibido del comportamiento</b>	CPCP30	Comenzar una empresa y mantenerla funcionando sería fácil para mí	<input type="checkbox"/>				
	CPCP31	Estoy preparado para iniciar una empresa viable	<input type="checkbox"/>				
	CPCP32	Puedo controlar el proceso de creación de una nueva empresa	<input type="checkbox"/>				
	CPCP33	Conozco los detalles prácticos necesarios para iniciar una empresa	<input type="checkbox"/>				
	CPCP34	Sé cómo desarrollar un proyecto emprendedor	<input type="checkbox"/>				
	CPCP35	Si intentara crear una empresa, tendría una alta probabilidad de tener éxito.	<input type="checkbox"/>				
<b>Intención emprendedora</b>	IEP36	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>				
	IEP37	Mi objetivo profesional es ser emprendedor	<input type="checkbox"/>				
	IEP38	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa.	<input type="checkbox"/>				
	IEP39	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	<input type="checkbox"/>				
	IEP40	He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	<input type="checkbox"/>				
	IEP41	Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día	<input type="checkbox"/>				

**Anexo G:****CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Chachapoyas \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

Estimado(a) participante:

Asunto: cuestionario para medir la influencia del contexto universitario en la intención emprendedora en estudiantes de pregrado.

Presente. –

Yo, Humberto Torres Lopez, identificado con DNI. 70839098; Bachiller en Administración y Emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola, me encuentro en la elaboración de un **estudio que busca analizar la influencia del contexto universitario en la intención emprendedora de estudiantes de pregrado**. Debido a ello, por favor se le solicitará conteste ciertas preguntas.

¿Decide usted participar voluntariamente en esta investigación?

SÍ (\_\_\_) NO (\_\_\_)

En caso su respuesta sea sí, por favor prosiga. De lo contrario, no continúe.

Al brindarnos su asentimiento voluntario de participación, por favor, de preferencia responda marcando con una “X” o un “√” en la casilla que crea pertinente. La encuesta tiene una duración aproximada de 10 minutos; **las respuestas que brinde, son anónimas y su procesamiento no es individualizado. Además, su manejo será confidencial, exclusivamente con fines académicos.**

Ante eventuales dudas o preguntas, puede hacerlas en cualquier momento durante su participación o comunicarse conmigo al correo: [humberto.torres@usil.pe](mailto:humberto.torres@usil.pe)

Gracias por su amable apoyo y gentil colaboración.

## Anexo H: Análisis de Fiabilidad del Cuestionario

El coeficiente alfa de Cronbach puede variar entre  $[0 - 1]$ . Puesto que, el número de ítems es un factor que afecta al coeficiente, se recomienda hacer un análisis por dimensiones (Hernández et al., 2014).

**Tabla 21**

*Niveles según los rangos del coeficiente Alpha de Cronbach*

<b>Coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach</b>	
Rangos	Nivel
$[\alpha \leq .5]$	Pobre
$[\ .5 \geq \alpha < .6]$	Regular
$[\ .6 \geq \alpha < .7]$	Moderado
$[\ .7 \geq \alpha < .8]$	Aceptable
$[\ .8 \geq \alpha < .9]$	Bueno
$\alpha \geq .9$	Excelente

*Nota:* Elaboración propia, a partir de la información extraída de Hernández et al. (2014).

### H.1. Alfa de Cronbach de la Dimensión SEG

**Tabla 22**

*Alfa de Cronbach de la dimensión SEG*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.909	6

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 23**

*Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión SEG*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CUP1	16.60	19.201	.751	.892
CUP2	16.48	19.658	.796	.886
CUP3	16.42	19.538	.768	.890
CUP4	16.50	19.452	.743	.893
CUP5	16.13	19.864	.728	.896
CUP6	16.34	19.956	.702	.899

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

## H.2. Alfa de Cronbach de la Dimensión SCNCD

**Tabla 24**

*Alfa de Cronbach de la dimensión SCNCD*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.946	12

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 25**

*Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión SCNCD*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CUP7	35.33	81.929	.707	.943
CUP8	35.19	82.060	.677	.944
CUP9	35.17	79.467	.806	.939
CUP10	35.16	79.399	.826	.939
CUP11	35.18	79.447	.804	.939
CUP12	35.56	81.627	.706	.943
CUP13	35.49	81.216	.739	.942
CUP14	35.42	81.072	.773	.940
CUP15	35.17	81.070	.726	.942
CUP16	35.17	81.043	.759	.941
CUP17	35.30	81.663	.704	.943
CUP18	35.22	81.174	.739	.941

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

## H.3. Alfa de Cronbach: Sección 1 del Cuestionario

**Tabla 26**

*Alfa de Cronbach sección 1 del cuestionario*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.957	18

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 27***Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la sec. 1 del cuestionario*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CUP1	55.08	180.617	.687	.955
CUP2	54.96	182.346	.702	.955
CUP3	54.91	181.359	.706	.955
CUP4	54.98	180.086	.724	.955
CUP5	54.62	181.127	.716	.955
CUP6	54.83	181.043	.707	.955
CUP7	55.03	181.663	.724	.955
CUP8	54.88	181.836	.696	.955
CUP9	54.86	178.937	.785	.954
CUP10	54.85	178.999	.797	.953
CUP11	54.87	178.628	.794	.953
CUP12	55.25	182.004	.693	.955
CUP13	55.19	181.474	.722	.955
CUP14	55.11	181.131	.759	.954
CUP15	54.87	180.937	.722	.955
CUP16	54.86	180.878	.754	.954
CUP17	54.99	182.460	.676	.955
CUP18	54.92	181.536	.718	.955

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.**H.4. Alfa de Cronbach: Dimensión AE****Tabla 28***Alfa de Cronbach de la dimensión AE*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.845	5

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.**Tabla 29***Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión AE*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
AEP19	15.74	9.880	.581	.832
AEP20	15.66	9.468	.736	.793
AEP21	15.42	9.554	.710	.80
AEP22	15.52	9.112	.759	.785
AEP23	16.03	9.381	.525	.857

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

## H.5. Alfa de Cronbach: Dimensión NS

**Tabla 30**

*Alfa de Cronbach dimensión NS*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.884	6

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 31**

*Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de dimensión NS*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
NSP24	19.36	13.093	.656	.870
NSP25	19.42	12.630	.713	.860
NSP26	19.64	12.983	.707	.861
NSP27	19.75	13.101	.707	.862
NSP28	19.71	12.971	.720	.859
NSP29	19.65	13.234	.668	.868

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

## H.6. Alfa de Cronbach: Dimensión CPC

**Tabla 32**

*Alfa de Cronbach de la dimensión CPC*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.901	6

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 33**

*Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la dimensión CPC*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CPCP30	17,47	14,310	.613	.900
CPCP31	17,37	14,455	.806	.872
CPCP32	17,39	14,137	.772	.877
CPCP33	17,39	12,570	.761	.878
CPCP34	17,24	12,402	.725	.884
CPCP35	16,95	13,727	.703	.887

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

## H.7. Alfa de Cronbach: Intención Emprendedora

**Tabla 34**

*Alfa de Cronbach de la variable IE*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.938	6

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 35**

*Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la variable IE*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IEP36	19.13	21.580	.664	.944
IEP37	19.15	20.221	.792	.929
IEP38	18.93	20.078	.850	.922
IEP39	18.83	20.058	.856	.921
IEP40	18.96	19.596	.861	.920
IEP41	18.86	19.784	.863	.920

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

## H.8. Alfa de Cronbach: Sección 2 del Cuestionario

**Tabla 36**

*Alfa de Cronbach de la sec. 2 del cuestionario*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.936	23

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 37***Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido de la sec. 2 del cuestionario*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
AEP19	81.87	187.306	.484	.936
AEP20	81.79	185.865	.587	.934
AEP21	81.55	185.473	.599	.934
AEP22	81.65	183.969	.631	.933
AEP23	82.16	182.348	.566	.935
NSP24	81.58	186.285	.546	.935
NSP25	81.64	185.278	.570	.934
NSP26	81.86	187.336	.522	.935
NSP27	81.97	189.148	.457	.936
NSP28	81.93	188.109	.495	.935
NSP29	81.87	186.410	.565	.934
CPCP30	82.36	185.893	.555	.934
CPCP31	82.47	183.578	.642	.933
CPCP32	82.42	184.032	.640	.933
CPCP33	82.51	185.992	.527	.935
CPCP34	82.47	186.779	.516	.935
CPCP35	82.24	185.884	.569	.934
IEP36	82.08	182.697	.633	.933
IEP37	82.10	179.616	.717	.932
IEP38	81.88	179.026	.771	.931
IEP39	81.78	179.467	.757	.931
IEP40	81.91	178.139	.765	.931
IEP41	81.81	179.339	.740	.931

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.**H.9. Alfa de Cronbach: Instrumento Completo****Tabla 38***Alfa de Cronbach del instrumento completo*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.951	41

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 39***Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido del instrumento*

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
Ítem / Código	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CUP1	140.81	533.422	.562	.950
CUP2	140.68	536.337	.563	.950
CUP3	140.63	533.354	.60	.950
CUP4	140.70	532.301	.599	.950
CUP5	140.34	532.399	.621	.950
CUP6	140.55	534.524	.567	.950
CUP7	140.75	536.339	.559	.950
CUP8	140.60	534.309	.586	.950
CUP9	140.58	527.870	.706	.949
CUP10	140.58	529.837	.677	.950
CUP11	140.60	529.644	.667	.950
CUP12	140.97	534.310	.589	.950
CUP13	140.91	535.250	.576	.950
CUP14	140.84	533.626	.630	.950
CUP15	140.59	531.880	.631	.950
CUP16	140.58	532.399	.646	.950
CUP17	140.71	535.591	.561	.950
CUP18	140.64	533.191	.619	.950
AEP19	140.05	546.069	.371	.951
AEP20	139.97	542.091	.499	.951
AEP21	139.73	540.572	.533	.950
AEP22	139.83	539.796	.525	.951
AEP23	140.34	536.507	.493	.951
NSP24	139.76	543.668	.442	.951
NSP25	139.82	541.915	.470	.951
NSP26	140.04	543.864	.454	.951
NSP27	140.15	547.372	.377	.951
NSP28	140.11	543.716	.463	.951
NSP29	140.05	544.119	.451	.951
CPCP30	140.54	542.260	.470	.951
CPCP31	140.65	538.652	.548	.950
CPCP32	140.60	538.786	.559	.950
CPCP33	140.69	541.387	.470	.951
CPCP34	140.65	541.848	.477	.951
CPCP35	140.42	541.199	.507	.951
IEP36	140.26	538.212	.522	.951
IEP37	140.28	534.388	.579	.950
IEP38	140.06	532.666	.641	.950
IEP39	139.96	532.742	.642	.950
IEP40	140.09	532.813	.606	.950
IEP41	139.99	533.753	.602	.950

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Anexo I: Prueba de Normalidad**

Constructos	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Soporte educativo general	.237	349	.000	.794	349	.000
Soporte cognitivo y no cognitivo dirigido	.258	349	.000	.781	349	.000
Contexto universitario	.235	349	.000	.792	349	.000
Actitud hacia el emprendimiento	.244	349	.000	.790	349	.000
Normas subjetivas	.228	349	.000	.800	349	.000
Control percibido del comportamiento	.259	349	.000	.788	349	.000
Intención emprendedora	.223	349	.000	.797	349	.000

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

<sup>a</sup>. Corrección de significación de Lilliefors

**Anexo J: Análisis Factorial Exploratorio****Tabla 40**

*Coefficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y Prueba de Esfericidad de Bartlett*

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.925
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	8751.399
	gl	595
	Sig.	.000

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 41**

*Matriz de la Varianza Total Explicada*

Factor	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	12.360	35.313	35.313	12.360	35.313	35.313	8.168	23.338	23.338
2	4.794	13.698	49.011	4.794	13.698	49.011	4.192	11.977	35.315
3	2.694	7.698	56.709	2.694	7.698	56.709	3.882	11.092	46.407
4	1.903	5.438	62.147	1.903	5.438	62.147	3.507	10.020	56.427
5	1.293	3.696	65.843	1.293	3.696	65.843	3.295	9.416	65.843

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

**Tabla 42***Comunalidades*

<b>Comunalidades</b>		
Ítem / Código	Inicial	Extracción
CUP1	1.000	.705
CUP2	1.000	.766
CUP3	1.000	.696
CUP4	1.000	.647
CUP5	1.000	.663
CUP6	1.000	.635
CUP7	1.000	.584
CUP8	1.000	.545
CUP9	1.000	.700
CUP10	1.000	.738
CUP11	1.000	.697
CUP12	1.000	.623
CUP13	1.000	.656
CUP14	1.000	.682
CUP15	1.000	.601
CUP16	1.000	.652
CUP17	1.000	.627
CUP18	1.000	.650
AEP19	1.000	.553
AEP20	1.000	.743
AEP21	1.000	.709
AEP22	1.000	.763
AEP23	1.000	.446
NSP24	1.000	.585
NSP25	1.000	.673
NSP26	1.000	.671
NSP27	1.000	.699
NSP28	1.000	.692
NSP29	1.000	.601
CPCP30	1.000	.511
CPCP31	1.000	.772
CPCP32	1.000	.729
CPCP33	1.000	.744
CPCP34	1.000	.673
CPCP35	1.000	.615

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.  
Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Tabla 43***Matriz de componentes rotados*

Ítem / Código	Matriz de componente rotado <sup>a</sup>				
	Componente				
	1	2	3	4	5
CUP10	.812	.083	.102	.204	.139
CUP14	.784	.166	.055	.194	-.002
CUP18	.779	.088	.109	.110	.108
CUP17	.777	.054	.051	.052	.121
CUP13	.774	.162	.042	.160	-.055
CUP11	.770	.111	.079	.276	.095
CUP9	.770	.138	.133	.235	.122
CUP12	.743	.210	.063	.141	-.058
CUP16	.728	.065	.205	.259	.098
CUP15	.692	.070	.172	.254	.154
CUP7	.664	.040	.036	.368	.063
CUP8	.604	.081	.032	.388	.146
CPCP31	.135	.841	.126	.041	.173
CPCP33	.132	.840	.134	.052	-.014
CPCP32	.125	.806	.150	.107	.174
CPCP34	.135	.797	.060	.098	.085
CPCP35	.131	.744	.124	.087	.147
CPCP30	.099	.665	.152	.051	.183
NSP27	.120	.112	.817	-.050	.043
NSP26	.139	.160	.786	.033	.087
NSP28	.233	.057	.773	-.037	.189
NSP25	.024	.120	.744	.171	.277
NSP29	.080	.217	.719	.014	.177
NSP24	.033	.106	.693	.118	.281
CUP2	.40	.066	.041	.771	.077
CUP1	.416	.170	.013	.709	.009
CUP3	.438	.10	.057	.690	.118
CUP5	.473	.114	.090	.635	.123
CUP6	.503	.036	.030	.602	.132
CUP4	.513	.119	.054	.602	.070
AEP20	.102	.173	.108	.094	.826
AEP22	.107	.163	.212	.071	.821
AEP21	.139	.103	.249	.123	.776
AEP19	-.004	.063	.258	.068	.691
AEP23	.183	.283	.136	-.002	.560

*Nota:* Elaboración propia, información extraída del análisis de datos en SPSS.

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

<sup>a</sup>. La rotación ha convergido en 7 iteraciones

## Anexo K: Autorización para Aplicación de Instrumento



UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS

Vicerrectorado Académico

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Chachapoyas, noviembre 10 de 2022

### OFICIO MÚLTIPLE N° 031-2022-UNTRM-VRAC

Señores:

Dr. YSHONER ANTONIO SILVA DÍAZ  
Decano de la FACISA

Dr. DARWIN FARJE ESCOBEDO  
Decano (e) de la FECICO

Dr. BARTON GERVASI SAJAMI LUNA  
Decano de la FADCIP

MSc. ARMSTRONG BARNARD FERNÁNDEZ JERÍ  
Decano (e) de la FICA

PhD. RICARDO EDMUNDO CAMPOS RAMOS  
Decano de la FCIAM

Dra. LUISA KARINA REYES RODRIGUEZ  
Decana (e) de la FACISO

Mg. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI  
Decano de la FACEA

MS.c. NILTON LUIS MURGA VALDERRAMA  
Decano (e) de la FIZAB

ASUNTO: BRINDAR FACILIDADES A ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA, PARA APLICACIÓN DE ENCUESTA A ALUMNOS/AS DE PREGRADO DE LA UNTRM

REF. : SOLICITUD DE ESTUDIANTE DE LA USIL

Me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo manifestarle que, en atención a la solicitud cursada por el Bachiller en Administración y Emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), Sr HUMBERTO TORRES LÓPEZ, se le ha autorizado la aplicación de instrumento de investigación (encuesta) a los estudiantes de pregrado de la UNTRM, lo que le permitirá desarrollar su Tesis para la obtención del correspondiente Título Profesional, la cual postula el análisis del contexto universitario en la intención emprendedora de alumnos(as) de pregrado.

Por tanto, solicito a usted que se sirva brindarle las facilidades del caso para la aplicación de la encuesta, en un período no mayor a 21 días calendario, a partir del 14/nov/2022.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

C.c.

Archivo.  
Dr. MABG/VRAC  
PTZ/Sec.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
"TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS"  
MIGUEL ÁNGEL BARRERA GURBILLÓN, Dr.  
Vicerrector Académico

## Anexo L: Carta de Autorización de Uso de Datos e Información



UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS

Vicerrectorado Académico

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Chachapoyas, noviembre 10 de 2022

### CARTA N° 013-2022-UNTRM-VRAC

Señor:

**Dr. JORGE CARDICH PULGAR**

Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales  
Universidad San Ignacio de Loyola

ASUNTO: CARTA DE AUTORIZACIÓN

Por intermedio de la presente me dirijo a usted para expresarle mi cordial saludo y, a través de la presente CARTA DE AUTORIZACIÓN de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), con RUC 20479393568, autorizar el uso de datos e información obtenida por el Bachiller en Administración y Emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), Sr. HUMBERTO TORRES LÓPEZ, CON DNI 70839098, en la aplicación de la encuesta a los estudiantes de pregrado de la UNTRM, para analizar el contexto universitario en la intención emprendedora en alumnos(as) de pregrado matriculados en el semestre 2022-2.

Asimismo, se autoriza a la USIL, publicar las versiones, impresa y digital del presente trabajo en la Biblioteca y en el Repositorio de la Universidad, con la información recopilada por el precitado bachiller, donde se menciona los resultados del estudio en la UNTRM, con fines exclusivamente académicos, a través del desarrollo de su Tesis conducente a la obtención del correspondiente Título Profesional.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



UNIVERSIDAD NACIONAL  
"TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS"  
VICERECTORADO ACADÉMICO  
MIGUEL ÁNGEL BARRERA GORRILLÓN, Dr.  
Vicerrector Académico

C.c.  
Archivo

Dr. MABG/VRAC  
giz/Sec.

## **Anexo M: Planes de Implementación**

El impacto de las recomendaciones podrá notarse en el fortalecimiento del CU, mediante la mejora de la promoción y el soporte emprendedor percibido que este brinda. De tal manera, se identifique y motive a los estudiantes con intención emprendedora, para contribuir en su formación y capacitación. Así, tener emprendedores que cuenten con conocimientos relevantes y diversas herramientas para desempeñarse en las etapas del proceso emprendedor. Con ello, se busca que las iniciativas empresariales se consoliden y logren sostenerse en el tiempo.

### **M.1. Plan de Implementación: Recomendación General**

Dado que, la recomendación general está organizada en tres secciones, la implementación de cada una de ellas será indicada en un apartado correspondiente.

#### ***Apartado 1***

En la planificación y la ejecución de un calendario enfocado en brindar soporte emprendedor en los niveles recomendados: pre startup y startup, se puede seguir el ejemplo de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (UNSA). Entidad donde, para implementar tal iniciativa, sus autoridades académicas se basaron en modelos de países potencia, por ejemplo, Corea del Sur. Gracias a los convenios internacionales que la institución tiene; miembros de su comunidad académica pueden acceder a capacitaciones, talleres, visitas a centros de producción, entre otras.

- Tiempo de implementación: 3 años calendarios.
- Promotores: Autoridades académicas.

#### **1. Fase de Planificación.**

##### ***Etapa I: Preparaciones Preliminares.***

- Designación de un comité encargado.
- Aprobación del consejo universitario.

- Elaboración y firma del acta correspondiente.

***Etapa II: Análisis Situacional.***

- Elaborar un cronograma de trabajo para contactar a las autoridades de la UNSA. Así, conocer su experiencia y replicar el procedimiento seguido.
- Analizar los convenios que posee la UNTRM.
- Seleccionar los acuerdos, por medio de los cuales, se pueda tener acceso a experiencias, realidades y modelos exitosos nacionales y extranjeros.

***Etapa III: Planificación.***

- Preparación del plan de trabajo de acuerdo a los resultados de la etapa II.
- Crear un calendario de actividades por medio de las cuales se brinda soporte al emprendimiento
- Establecimiento de indicadores.

**2. Fase de Ejecución.**

***Etapa IV: Implementación***

- Seguir lo establecido en el plan de trabajo, elaborado en la etapa III.
- Ejecutar las actividades que brindan soporte emprendedor en el nivel pre-startup y startup.

**3. Fase de Evaluación**

***Etapa V: Reporte de implementación***

- Elaborar reportes sobre las etapas de implementación e informe final.
- Retroalimentación general y por etapas.

**4. Fase de Seguimiento.**

***Etapa VI: Seguimiento y Mejora Continua.***

- Crear reportes del número de alumnos asesorados en la etapa pre startup.
- Preparar reportes de emprendedores que han recibido asesoramiento en la

etapa startup.

- Calcular ratio de iniciativas que recibieron asesoría en la etapa pre startup y llegaron a emprender.
- Preparar reportes del número de iniciativas identificadas versus las iniciativas que recibieron asesoramiento técnico.

## ***Apartado 2***

- Tiempo de implementación: semestral y anualmente.

### **1. Fase de Planificación.**

#### ***Etapa I: Preparaciones Preliminares.***

- Que los estudiantes tengan cuenta de Facebook e Instagram.
- Promoción de las cuentas de Facebook e Instagram de la UNTRM. Seguir y seleccionar como favoritos, activar las notificaciones.
- Seguir y seleccionar como favorito a la cuenta de Facebook del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED).

#### ***Etapa II: Análisis Situacional.***

- Estimar el número de alumnos que siguen a las cuentas de Facebook e Instagram de la UNTRM.
- Revisar la página web de la UNTRM.

#### ***Etapa III: Planificación.***

- Revisar el calendario de actividades por medio de las cuales se brinda soporte al emprendimiento.
- Crear estrategias de promoción digital y física.

### **2. Fase de Ejecución.**

#### ***Etapa IV: Implementación.***

- Promoción oportuna de las actividades.

- Visitar, por lo menos, una vez a la semana la página web de la universidad, redes sociales y correo institucional.
- Llevar a cabo las actividades estipuladas en el calendario elaborado en la etapa III.

### **3. Fase de Evaluación.**

#### ***Etapa V: Reporte de Ejecución.***

- Crear reportes sobre la asistencia de los inscritos. Ello puede ser mediante un código de registro (DNI).
- Reporte del número de asistentes comparado con el número de registrados.
- Reportar el medio por el cual los asistentes se enteraron del evento.

### **4. Fase de Seguimiento.**

#### ***Etapa VI: Seguimiento y Mejora Continua.***

- De los eventos realizados, recoger sugerencias y comentarios, por formatos físicos y/o digitales.
- Identificar y reportar las actividades demandados por los educandos.

Trimestralmente, revisar las tendencias sobre emprendimiento, innovación,

#### ***Apartado 3***

- Tiempo de implementación: semestral y anualmente.

### **1. Fase de Planificación.**

#### ***Etapa I: Preparaciones Preliminares.***

- Promover la investigación de la IE y su relación con el soporte brindado por el CU u otros determinantes.

#### ***Etapa II: Análisis Situacional.***

- Diagnóstico del número los alumnos en etapa de tesina o tesis para obtener el título profesional o el grado de Maestro.

***Etapa III: Planificación.***

- Del diagnóstico, seleccionar educandos que vayan a investigar sobre la IE y elaborar el plan de trabajo correspondiente. Allí, es necesario considerar las técnicas y sus respectivos instrumentos

**2. Fase de Ejecución.*****Etapa IV: Implementación.***

- Llevar a cabo la investigación.
- Asimismo, el IDED puede realizar estudios longitudinales sobre la IE.

**3. Fase de Evaluación.*****Etapa V: Reporte.***

- Reporte de los resultados descriptivos de la investigación.
- Reporte de la comparativa del número de alumnos por facultad, que desean emprender y/o han emprendido.

**4. Fase de Seguimiento.*****Etapa VI: Seguimiento y Mejora Continua.***

- Realizar seguimiento a las recomendaciones y planes de implementación.
- desarrollo de negocios, entre otros.

**M.2. Plan de Implementación: Primera Recomendación Específica**

Si bien es cierto que, en la malla curricular de la Escuela Profesional de Administración de Empresas se encuentran cursos que están vinculados al emprendimiento. Por ejemplo, las materias de: Formulación y Evaluación de Proyectos, Creatividad e Innovación, Nuevos Modelos de Negocios, entre otros. No se consideran estos cursos dentro de la recomendación, dado que son específicos a un plan de estudios.

- Tiempo de implementación: de 2 a 3 años calendarios.
- Promotores: director de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

y el director del Programa de Emprendimiento e Incubadora de Empresas que la UNTRM tiene en funciones desde el 2020.

### ***1. Fase de Planificación***

#### **Etapa I: Preparaciones Preliminares.**

- Creación del comité responsable.
- Elaborar y firmar acta de aprobación.

#### **Etapa II: Análisis Situacional.**

- Estudio de la oferta y demanda: la presente investigación puede tomarse como punto de partida. Además, se podría validar con otras investigaciones, un ejemplo de ello es el trabajo realizado por Sánchez et al. (2022).
- Revisión de la normativa: Ley Universitaria N° 30220, con especial atención a los artículos 36, 37, 38, 39, 40 y 41. De igual modo, los reglamentos internos de la UNTRM.

#### **Etapa III: Planificación.**

- Diseño del perfil del curso – contenido del Syllabus: considerar características como su duración, número de horas, horarios, sesiones, módulos, créditos, contenido de temas, actividades, entre otras.
- Diseño del perfil del profesor – capacitador: formación académica, experiencia como profesional / emprendedor, capacitaciones, competencias, entre otros requisitos.
- Elaboración del Presupuesto: honorarios del profesor, gastos de contratación, materiales, etc.
- Aprobación del consejo universitario para la inclusión en la malla curricular y plan de estudios.
- Conseguir asignación presupuestal.

## ***2. Fase de Ejecución***

### **Etapa IV: Implementación.**

- Convocatoria y selección de docentes.
- Lanzamiento y promoción del curso, mediante las redes y cuentas de la universidad, afiches, paneles y murales dentro de la universidad, buses de la institución, grupos de WhatsApp en los que los coordinadores de cada curso están presentes y tienen contacto con los estudiantes, entre otros.
- Dictado de las clases en los ambientes y horarios asignados.

## ***3. Fase de Evaluación***

### **Etapa V: Reporte.**

- Reporte de la demanda para matricularse en los cursos.
- Reporte de los matriculados en los cursos.
- Reporte de la asistencia de los matriculados en los cursos.
- Para medir el impacto de los cursos sobre emprendimiento, en la generación de nuevos negocios, se debe reportar del número de emprendimientos que tienen en sus creadores a asistentes de los cursos comparado con el número de emprendimientos universitarios en general.

## ***4. Fase de Seguimiento***

### **Etapa VI: Seguimiento y Mejora Continua.**

- Capacitación docente.
- Acompañamiento y supervisión.
- Acompañamiento a las iniciativas empresariales creadas por alumnos asistentes a los cursos, hasta 5 años posteriores al finalizar su carrera.

### **M.3. Plan de Implementación: Segunda Recomendación Específica**

Brevemente, se insta a implementar esta recomendación mediante cooperación interinstitucional. Para destacar, en la realidad nacional existen universidades que, dentro de su estructura de soporte al emprendimiento, han promocionado y desarrollado su propio club de emprendedores. Sin embargo, si no es factible lo anterior, se deben considerar guías o manuales de implementación o asesoría de terceros.

- Creación bajo iniciativa estudiantil con el apoyo del Programa de Emprendimiento e Incubadora de Empresas de la UNTRM.
- Tiempo de implementación: 1 año calendario.

#### ***1. Fase de Planificación***

##### **Etapa I: Preparaciones Preliminares.**

- Reunión de los representantes de los estudiantes de pregrado para oficializar la propuesta, como una iniciativa estudiantil.
- Reunión con los encargados del Programa de Emprendimiento e Incubadora de Empresas de la UNTRM y autoridades de la Facea para presentarles la propuesta.
- Creación del comité responsable.
- Elaborar y firmar el acta de aprobación.

##### **Etapa II: Análisis Situacional.**

- Analizar si la fundación y operación del club, podría ser abordada mediante un convenio de cooperación interinstitucional.
- Diagnosticar la realidad nacional de las universidades que cuenten con un Club de emprendedores. Para destacar, la Universidad San Ignacio de Loyola, dentro de su estructura de soporte sí cuenta con un club de tales características.
- Revisar manuales sobre la creación y funcionamiento de un club de

emprendedores. Dentro de estos, se halla el “Manual para la Gestión del Club de Emprendedores”, elaborado por el Ministerio de Producción y Trabajo del Gobierno de Argentina.

### **Etapa III: Planificación.**

- Diseño de la estructura del club. Para destacar, las funciones deben estar representadas por un presidente / coordinador, encargado de administración. Responsable de la promoción de las actividades del club y asesoramiento técnico.
- Elaboración del presupuesto.
- Presentación al consejo universitario para su aprobación.
- Asignación de partida presupuestal.

## ***2. Fase de Ejecución***

### **Etapa IV: Implementación.**

- Lanzamiento y promoción del club.
- Reclutamiento de miembros.
- Gestión del club.

## ***3. Fase de Evaluación***

### **Etapa V: Reporte de implementación.**

- Reporte de las actividades realizadas.
- Reportar el número de emprendimientos asesorados desde el club comparado con las iniciativas dadas de altas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat).
- Reportar el número de alumnos emprendedores y su comparativa con los egresados que han emprendido durante los cinco años de terminada su carrera o después de tal periodo.

#### ***4. Fase de Seguimiento***

##### **Etapa VI: Seguimiento y mejora continua.**

- Seguimiento al a las actividades realizadas por el club en los niveles pre-startup y startup.
- Monitoreo de las iniciativas empresariales.

#### **M.4. Plan de Implementación: Tercera Recomendación Específica**

Para precisar, la casa de estudio no solo debe quedarse con los docentes que dictan los cursos electivos sugeridos en la primera recomendación específica. Sino que también, deberá tener otras materias estratégicas, dictadas por maestros calificados para detectar la actitud hacia el emprendimiento.

- Tiempo de implementación: 1 año calendario.
- Promotores: Autoridades académicas.

#### ***1. Fase de Planificación***

##### **Etapa I: Preparaciones Preliminares.**

- Creación del comité encargado.
- Elaborar y firmar el acta correspondiente.

##### **Etapa II: Análisis Situacional.**

- Revisar el plan de capacitación docente.
- Revisión de los planes de estudio y de las mallas curriculares.
- Revisión de herramientas (fichas de observación, cuestionarios, test), para la identificación de la actitud hacia el emprendimiento en estudiantes universitarios.
- Revisar la oferta existente para que los profesores se capaciten o formen en emprendimiento. Como ejemplo, se encuentra el certificado profesional de Profesor en Emprendimiento e Innovación ofrecido por doinGlobal y la

Universidad de Salamanca. Asimismo, en la plataforma Formate.pe también se dictan cursos similares como el “Curso gratuito de emprendimiento para docentes”.

### **Etapa III: Planificación.**

- Incluir en el plan de capacitación docente los cursos, talleres o eventos formativos ligados al emprendimiento, que los maestros tengan acceso.
- Para la asistencia a las capacitaciones que demanden recursos económicos, conseguir aprobación del consejo universitario y su correspondiente asignación presupuestal.
- Elección estratégica de las materias (turismo, agronegocios, etc.) en las cuales se tendrá profesores capacitados en temas de emprendimiento y reconocimiento de la actitud emprendedora.

## ***2. Fase de Ejecución***

### **Etapa IV: implementación.**

- Convocatoria y/o concurso de docentes para que puedan acceder a las capacitaciones. Es preciso destacar que, algunas capacitaciones pueden ser brindadas desde el IDED.
- Asistencia a las capacitaciones.
- Cooperación con la Escuela Profesional de Psicología, para el desarrollo y/o la adaptación de herramientas para el reconocimiento y registro de los alumnos con AE.

## ***3. Fase de Evaluación***

### **Etapa V: Reporte.**

- Reporte del número de alumnos identificados con niveles altos de AE.
- Comparar el número de estudiantes que emprendieron durante su etapa

universitaria y hasta 5 años posteriores a la culminación de sus estudios versus el cuántos de ellos fueron identificados con AE alta.

#### ***4. Fase de Seguimiento***

##### **Etapa VI: Seguimiento y mejora continua.**

- Retroalimentación de los profesores.
- Acompañamiento y contraste de las observaciones.

#### **M.5. Plan de Implementación: Cuarta Recomendación Específica**

Con la implementación de la presente recomendación, se busca que los agentes cercanos a los estudiantes sean actores que fomenten una cultura emprendedora en la universidad y en la sociedad en general. A la par de, realizar un monitoreo constante de las NS, para saber la evolución de este fenómeno en los estudiantes de pregrado en Chachapoyas.

- Tiempo de implementación: semestralmente.
- Promotores: desde el Programa de Emprendimiento e Incubadora de Empresas de la UNTRM y/o desde el IDED.

#### ***1. Fase de Planificación***

##### **Etapa I: Preparaciones Preliminares.**

- Consultar el calendario de actividades.

##### **Etapa II: Análisis Situacional.**

- Identificar el público objetivo a quien se quiere llegar.

##### **Etapa III: Planificación.**

- Determinar el evento a efectuar: feria, conferencia, conversatorio, entre otros.
- Seleccionar a los participantes en calidad de panelistas, ponentes, moderadores, etc. O por medio de convenios, como fue el caso del conversatorio “Universidad y Emprendimiento Empresarial, Caso ADN Emprendedor” impartido por la Universidad Cesar Vallejo, dentro en las

instalaciones de la UNTRM.

## ***2. Fase de Ejecución***

### **Etapa IV: Implementación.**

- Promocionar el evento con anticipación y cumplir con lo establecido en la programación, salvo acontecimiento fortuito que lo impida.
- Inscripciones y control de asistencia.
- Registro de sugerencias y observaciones.

## ***3. Fase de Evaluación***

### **Etapa V: Reporte de Implementación.**

- Reporte de asistencia.
- Reporte de sugerencias y oportunidades de mejora.
- Reportar el número de iniciativas creadas versus el apoyo percibido por el entorno.

## ***4. Fase de Seguimiento***

### **Etapa VI: Seguimiento y Mejora Continua.**

- Evaluación e implementación de sugerencias.
- Seguimiento a las NS de la comunidad estudiantil mediante encuestas, entrevistas u observaciones.
- Análisis y reporte de cómo evoluciona la percepción de este soporte, por medio de las actividades realizadas por la UNTRM.
- Estudio de las variables demográficas de los miembros del hogar al cual el estudiante emprendedor pertenece.

## **M.6. Plan de Implementación: Quinta Recomendación Específica**

La presente sugerencia se realizó con la finalidad de lograr que, por una parte, los estudiantes cuenten con la capacidad de exponer sus ideas de negocio. De tal manera, sus posibilidades para acceder financiamiento mejoren al relacionarse con inversionistas. Por la otra parte, complementen sus habilidades en la gestión de proyectos para el desarrollo de nuevos productos. Todo ello, en paralelo de las enseñanzas teóricas y prácticas. que se enfoquen en: la identificación y aprovechamiento de oportunidades.

- Tiempo de implementación: Semestralmente.
- Promotores: directores de escuela o coordinadores de cursos.

### ***1. Fase de Planificación***

#### **Etapa I: Preparaciones Preliminares.**

- Revisar los cursos en los cuales se puede promocionar las capacitaciones de la presente recomendación.
- Coordinaciones con los directores de escuela para comunicar los cursos.

#### **Etapa II: Análisis Situacional.**

- Realizar el diagnóstico de la oferta existente sobre capacitaciones en Elevator Pitch, Storyboard & Storytelling.
- De manera semejante, analizar la oferta de capacitaciones en Metodologías Ágiles, Design Thinking, Lean Start Up, marketing digital, entre otros.

#### **Etapa III: Planificación.**

- Seleccionar los cursos de interés.
- Selección de plataformas donde se dictan los cursos de interés.
- Establecer los canales de promoción de tales capacitaciones.

## ***2. Fase de Ejecución***

### **Etapa IV: Implementación.**

- Por ejemplo, primero se puede ingresar a la web del Campus Romero y/o el Programa de Formación Digital Conecta Empleo de Fundación Telefónica. Plataformas donde se encuentra oferta de los cursos que son mencionados en la etapa II del presente plan de implementación.
- Crear una cuenta en las plataformas mencionadas en el paso 1. Para precisar, es recomendable la creación del usuario con el correo institucional.
- Registrarse en los cursos disponibles.
- Desarrollar el curso y rendir las evaluaciones correspondientes.
- Descargar certificado de aprobación.

## ***3. Fase de Evaluación***

### **Etapa V: Reporte de Implementación.**

- Reporte de los alumnos que llevaron cursos. Ello se puede hacer por medio de la presentación de certificados de aprobación o la aprobación de un test específico.
- Reporte del número de alumnos que llevaron los cursos mencionados versus el número de alumnos que emprendieron.

## ***4. Fase de Seguimiento***

### **Etapa VI: Seguimiento y Mejora Continua.**

- Estudiar la relación de estos cursos con el CPC emprendedor.
- Aplicar evaluaciones o test de control, sugeridas para medir la autoeficacia emprendedora.