

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



**Intención emprendedora universitaria: una mirada a los estudiantes de las  
universidades lambayecanas 2024**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**Hilda Angélica Guevara Prieto**

**ASESOR**

**Luis Alberto Ubillús Ubillús**

<https://orcid.org/0000-0002-2802-8334>

**Chiclayo, 2025**

**Intención emprendedora universitaria: una mirada a los estudiantes  
de las universidades lambayecanas 2024**

PRESENTADA POR

**Hilda Angélica Guevara Prieto**

A la Escuela de Posgrado de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el grado académico de

**MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

APROBADA POR

Valeria Tamara Llontop Hernández

PRESIDENTE

César Luis Jesús Olivos Villasís

SECRETARIO

Luis Alberto Ubillús Ubillús

VOCAL

## **Dedicatoria**

A Dios, y mi amada familia

## **Agradecimientos**

Se lo dedico a mis padres por haberme dado su apoyo en todo momento; a mi hija quien es la fuente de mi fuerza e inspiración para el logro de mis metas. A mi asesor y todas las personas cercanas que me han apoyado y han hecho posible culminar con mi investigación.

## Intención emprendedora universitaria una mirada a los estudiantes de las universidades Lambayecanas 2024.docx

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>19%</b> INDICE DE SIMILITUD	<b>19%</b> FUENTES DE INTERNET	<b>11%</b> PUBLICACIONES	<b>7%</b> TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.upt.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>produccioncientificaluz.org</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>revistainvecom.org</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad de Almeria</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>laccei.org</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>gredos.usal.es</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>rio.upo.es</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>e-spacio.uned.es</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>revistascientificas.usil.edu.py</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>roderic.uv.es</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

## Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de Literatura	10
Materiales y Métodos	15
Resultados y Discusión	16
Conclusiones	25
Recomendaciones	26
Referencias	28
Anexos	31

## Resumen

La formación de nuevos empresarios desde las aulas universitarias constituye un mecanismo potencial para la generación de empleo y el fomento de la innovación. Esta investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de los factores predictores en la intención emprendedora en estudiantes de universidades de Lambayeque en el año 2024. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de tipo explicativo, no experimental transversal. La muestra estuvo conformada por 150 estudiantes universitarios de la región Lambayeque, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario basado en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, adaptado de los instrumentos de Liñán y Chen (2009). Los resultados evidenciaron que el 71.3% de los estudiantes presentan una alta intención emprendedora, mientras que el modelo explicativo obtuvo un R cuadrado de 0.920, demostrando que la actitud personal ( $\beta=0.942$ ), el control interno percibido ( $\beta=0.900$ ), el contexto universitario ( $\beta=0.780$ ), el contexto familiar ( $\beta=0.760$ ) y el contexto sociocultural ( $\beta=0.548$ ) influyen significativamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios lambayecanos, siendo la actitud personal el predictor más potente. Estos hallazgos proporcionan información valiosa para el diseño de programas educativos y políticas que fomenten eficazmente el emprendimiento entre estudiantes universitarios.

**Palabras clave:** Intención emprendedora, estudiantes universitarios, actitud personal, ecosistema emprendedor, emprendimiento lambayecano.

### Abstract

The formation of new entrepreneurs from university classrooms constitutes a potential mechanism for the generation of employment and the promotion of innovation. The objective of this research was to determine the influence of the predictors of entrepreneurial intention in students of Lambayeque universities in the year 2024. It was developed under a quantitative, explanatory, non-experimental, cross-sectional approach. The sample consisted of 150 university students from the Lambayeque region, selected by non-probabilistic convenience sampling. A questionnaire based on Ajzen's Theory of Planned Behavior, adapted from the instruments of Liñán and Chen (2009), was used for data collection. The results evidenced that 71.3% of the students present a high entrepreneurial intention, while the explanatory model obtained an R-squared of 0.920, showing that personal attitude ( $\beta=0.942$ ), perceived internal control ( $\beta=0.900$ ), university context ( $\beta=0.780$ ), family context ( $\beta=0.760$ ) and sociocultural context ( $\beta=0.548$ ) significantly influence the entrepreneurial intention of Lambayecan university students, with personal attitude being the strongest predictor. These findings provide valuable information for the design of educational programs and policies that effectively promote entrepreneurship among university students.

**Keywords:** Entrepreneurial intention, university students, personal attitude, entrepreneurial ecosystem, entrepreneurship in Lambayeque.

## Introducción

Según el Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey GUESSS 2018, que encuestó a más de 208 000 estudiantes provenientes de 54 países, informó que 9% de los universitarios ya gestionaba un emprendimiento propio y 30.7% manifestaba intención de iniciar uno dentro de los cinco años posteriores a su graduación (Sieger et al., 2019).

Asimismo, se identificaron diferencias por área de estudio: Economía y Derecho registraron la mayor proporción de emprendimientos activos (15.1%), seguidas de Ciencias Naturales (9.7%) y Ciencias Sociales (9.3%) (Sieger et al., 2019). Dado que la formación universitaria incide en el desarrollo del espíritu emprendedor, resulta pertinente examinar la intención emprendedora en el estudiantado. En esta línea, diversos trabajos han explorado el fenómeno en contextos específicos. Por ejemplo, en Indonesia se halló que la cultura emprendedora, la educación y la actitud personal actúan como impulsores de la creación de empresas entre universitarios (Wardana et al., 2021).

En México, se reportaron diferencias notables según género, edad, nivel educativo y situación laboral. Además, 94% del estudiantado participante afirmó que los proyectos integradores les proporcionaron habilidades prácticas para poner en marcha iniciativas empresariales (Jacobo et al., 2022).

En América Latina, un estudio que abarcó estudiantes de cinco universidades en Colombia, Ecuador, México y Perú reconoció la relevancia de la educación empresarial, pero subrayó la necesidad de mecanismos complementarios que fortalezcan la intención de emprender (Montes et al., 2023).

Por su parte, en Arabia Saudita se evidenció que el acceso a financiamiento, la infraestructura física y algunos factores culturales no guardan una asociación significativa con la intención emprendedora. En contraste, las políticas y normativas gubernamentales, los programas y apoyos estatales, los factores sociales y la educación y formación en emprendimiento sí se relacionan de manera significativa con el desarrollo de dicha intención entre estudiantes universitarios (Ali et al., 2019).

En el caso peruano, Lloja et al. (2021) concluyeron que el factor personal es el determinante de mayor peso en la intención emprendedora del estudiantado universitario. Los autores enfatizan que la actitud, las habilidades empresariales y capacidades como la identificación de problemas, la planificación, la ejecución y la resolución de problemas resultan cruciales para alcanzar el éxito como emprendedor.

Teniendo en cuenta que se ha establecido que el espíritu empresarial viene determinado por la actitud, el control del comportamiento y la educación, que en conjunto influyen en un porcentaje importante en la intención emprendedora (Solís et al., 2023), es necesario contar con más estudios, con una mirada prospectiva hacia los próximos años, considerando la rápida evolución del entorno.

Por ello se planteó la siguiente pregunta de investigación, ¿cómo influyen los factores personales y contextuales en la intención emprendedora en estudiantes de universidades de Lambayeque en el año 2024?, estableciéndose como objetivo general, analizar la influencia de los factores personales y contextuales en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque en el año 2024 y como objetivos específicos, determinar el nivel de la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024, determinar la influencia de la actitud personal, el control percibido interno, el contexto universitario, el contexto familiar y el contexto socio-cultural en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024.

La intención emprendedora universitaria ha cobrado importancia en los últimos años, dado su potencial para contribuir al desarrollo económico y social de las regiones, es así que los egresados universitarios conforman el capital humano con conocimientos y habilidades que pueden ser utilizados en la creación de nuevas empresas y la generación de empleo.

Desde una perspectiva teórica, esta investigación busca ampliar el conocimiento sobre los factores que influyen en la intención emprendedora de los egresados universitarios y a través de la revisión de la literatura y el análisis de los datos recolectados, se podrán identificar las variables individuales, educativas y contextuales que favorecen o limitan la disposición de los egresados para emprender, estos hallazgos servirán para enriquecer los modelos teóricos existentes y proponer nuevas líneas de investigación en el campo del emprendimiento universitario.

En el plano práctico, los resultados de este estudio tendrán efectos para las universidades lambayecanas y los responsables de las políticas en el entorno público y privado en cuanto al emprendimiento, pues las universidades podrán utilizar la información obtenida para evaluar la efectividad de sus programas de fomento al emprendimiento y realizar los ajustes necesarios en sus mallas curriculares y actividades extracurriculares, lo que les permitirá formar profesionales con las competencias y la motivación necesarias para crear sus propias empresas o contribuir al desarrollo de emprendimientos existentes.

Por otra parte, los responsables de políticas públicas dispondrán de evidencia empírica sobre el estado actual de la intención emprendedora universitaria en Lambayeque, y con esta

base, podrán diseñar e implementar programas y acciones más eficaces para estimular el emprendimiento en el estudiantado, tales como incubadoras, semilleros, mentorías y redes de apoyo, de ese modo estas intervenciones contribuirán a consolidar un sistema emprendedor más dinámico y favorable para la creación de empresas innovadoras.

Asimismo, este estudio no solo pretende aportar al conocimiento académico sobre la intención emprendedora, sino también impulsar el progreso socioeconómico regional al identificar los factores que influyen en las decisiones de emprendimiento del alumnado universitario de Lambayeque. De este modo, se busca que el ámbito académico y la sociedad articulen esfuerzos para avanzar hacia el desarrollo sostenible de la región.

## **Revisión de Literatura**

### **Antecedentes**

En el plano internacional, Montes et al. (2023) se propusieron analizar hasta qué punto la educación para el emprendimiento incide en la intención emprendedora de estudiantes pertenecientes a cinco universidades latinoamericanas, para ello el estudio adoptó un diseño cuantitativo, transversal y explicativo, y aplicó un cuestionario a 1,213 estudiantes de instituciones ubicadas en Colombia, Ecuador, México y Perú. El tamaño muestral se definió mediante un procedimiento probabilístico, mientras que la recolección se efectuó por conveniencia (con selección aleatoria dentro de ese marco). El contraste Ji-cuadrado arrojó  $p = 0.056$ , valor superior a 0.05; en consecuencia, se aceptó la hipótesis nula que planteaba la independencia entre la educación empresarial y la intención de emprender. A partir de estos resultados se derivan implicaciones teóricas y prácticas: si bien se reconoce la relevancia de la formación empresarial, se evidencia la necesidad de mecanismos adicionales que potencien las aspiraciones emprendedoras.

Asimismo, Alferaih (2022) buscó evaluar los factores que influyen en la intención de los estudiantes de crear nuevas empresas utilizando plataformas tecnológicas tras completar su formación. Para ello, analiza los modelos de investigación alternativos existentes y los valida utilizando datos recopilados de 763 estudiantes de una universidad pública saudí. A continuación, se utilizan los mismos datos para validar el modelo de investigación propuesto, revelando que supera a todos los modelos alternativos. Los resultados indican que la actitud, la norma subjetiva, la viabilidad percibida, la deseabilidad percibida, la propensión a actuar, la educación empresarial digital y la capacidad de innovación son constructos que ejercen una

influencia significativa en las intenciones empresariales, mientras que el control conductual percibido y la autoeficacia influyen significativamente en el comportamiento empresarial.

A nivel nacional, Mendoza (2024) analizó la influencia del entorno educativo en la formación de la intención emprendedora en jóvenes de carreras técnicas. La investigación se fundamentó en la teoría de la acción planificada y se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, transversal y relacional. Se aplicó una encuesta de 24 ítems a 265 estudiantes de los dos últimos semestres de formación, encontrándose que el entorno educativo ejerce una influencia significativa en la intención de emprender. En particular, se evidenció que las actividades curriculares y extracurriculares fortalecen la actitud positiva hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y el control del comportamiento percibido, confirmando así el papel decisivo de la formación académica en el desarrollo de la intención emprendedora.

De otro lado, Arbulú et al. (2024) examinaron la intención emprendedora en universitarios y resaltan su papel en la innovación y el crecimiento económico con un estudio que emplea un diseño cuantitativo con un cuestionario estructurado en tres dimensiones — personal, de recursos y social— medido mediante escala Likert, aplicado a 280 estudiantes de distintas facultades de Lambayeque, Perú. Para el procesamiento se utilizó JASP, incorporando análisis de fiabilidad y validez del instrumento, teniendo que sus hallazgos revelan variaciones estadísticamente significativas según género, tipo de universidad y facultad: los varones, quienes cursan en universidades públicas y los estudiantes de ingeniería muestran mayor propensión emprendedora. Asimismo, se evidencia que los factores personales inciden menos que los vinculados a recursos y al contexto social.

Mientras que Navarro et al. (2019) concluyeron que la educación para el emprendimiento tuvo impacto en la intención emprendedora de los estudiantes, sobre todo en los factores individuales: autoconfianza, actitud emprendedora, creatividad y experiencia previa en emprendimiento.

Suárez y Fernández (2020) investigaron los factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios en Lambayeque. A través de una encuesta a 380 alumnos de distintas carreras, encontraron que la actitud personal, la autoeficacia y la formación en emprendimiento tienen un impacto positivo significativo en la intención de emprender. Los autores concluyeron que es necesario fortalecer la educación emprendedora con enfoque de género en las universidades de la región.

En una línea similar, Solís et al. (2023) trataron de validar que la intención emprendedora de una población joven está influida por la actitud, el control conductual y la educación. La metodología empleada utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño causal y el

procedimiento hipotético deductivo. Se encuestó mediante cuestionarios a 468 estudiantes universitarios de la zona de Ayacucho (Perú). Se validó estadísticamente el modelo usando la prueba de Chi-cuadrado ( $p < .05$ ) y demostraron que la actitud, el control del comportamiento y la educación representan colectivamente entre el 30 y el 38% de la influencia sobre el emprendimiento. Estos factores deberían ser incorporados como competencias formativas en los programas universitarios de emprendimiento y como componentes educativos en eventos juveniles para promover la mentalidad emprendedora entre los estudiantes universitarios.

Los antecedentes brindados, muestran un panorama de los factores que influyen en la intención emprendedora femenina a nivel internacional, nacional y regional, en tanto variables como la actitud personal, el control percibido, las competencias emprendedoras, el contexto familiar y universitario, surgen como determinantes clave. Asimismo, se destaca la importancia de una educación emprendedora práctica y políticas de apoyo específicas para los estudiantes universitarios.

### **Bases teóricas**

La presente investigación se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) propuesta por Ajzen (1991), la cual ha sido utilizada para estudiar la intención emprendedora y postula que la intención de realizar una conducta, en este caso emprender, es el principal predictor del comportamiento real. Asimismo, plantea que la intención está explicada por tres factores: la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control conductual percibido (Ajzen, 1991).

La actitud hacia la conducta se refiere a la evaluación positiva o negativa que hace el individuo sobre el comportamiento en cuestión (Ajzen, 1991). En el contexto del emprendimiento, la actitud hacia el emprendimiento se define como la disposición favorable o desfavorable hacia la creación de un negocio propio (Liñán & Chen, 2009). Diversos estudios han encontrado que una actitud positiva hacia el emprendimiento es un predictor significativo de la intención emprendedora (Krauss et al., 2018).

Las normas subjetivas, se refieren a la percepción del individuo sobre la aprobación o desaprobación social hacia la conducta por parte de personas importantes para él, como familiares y amigos (Ajzen, 1991). En el ámbito del emprendimiento, las normas subjetivas se refieren a la percepción del apoyo o la oposición del entorno cercano hacia la decisión de emprender (Liñán & Chen, 2009). Estudios previos han señalado que el apoyo familiar y de sus compañeros afecta de manera positiva a la intención emprendedora (Purisaca & Villegas, 2021).

El control conductual percibido, se define como la percepción del individuo sobre su capacidad para realizar la conducta, considerando factores facilitadores o limitantes (Ajzen, 1991). En el contexto emprendedor, el control conductual percibido se relaciona con la autoeficacia emprendedora, es decir, la confianza en las propias habilidades para emprender exitosamente (Liñán & Chen, 2009). Investigaciones anteriores han demostrado que una mayor autoeficacia emprendedora se asocia con una mayor intención de emprender (Suárez & Fernández, 2020).

Además de los factores individuales propuestos por la TCP, la literatura sugiere que variables contextuales como la educación emprendedora y el entorno familiar también influyen en la intención emprendedora. La educación emprendedora, entendida como los programas y actividades formativas que buscan desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes para emprender (Nabi et al., 2017), ha mostrado tener un impacto positivo en la intención de emprender de los estudiantes universitarios (Wardana et al., 2021).

Por otro lado, el entorno familiar, especialmente la experiencia emprendedora de los padres y su apoyo hacia el emprendimiento también ha sido identificada como un factor relevante para la intención emprendedora (Purisaca & Villegas, 2021). La exposición temprana a modelos de rol emprendedores en la familia puede influir positivamente en la actitud y la percepción de viabilidad hacia el emprendimiento (Ortiz-García & Olaz-Capitán, 2019).

El marco teórico integra los postulados de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) con los aportes de la literatura sobre los factores individuales y contextuales que influyen en la intención emprendedora. Se destacan constructos clave como la actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas, el control conductual percibido, la educación emprendedora y el entorno familiar.

Por otro lado, los contextos analizados incluyen:

**Contexto universitario:** Se refiere al entorno educativo y al conjunto de factores dentro de una institución de educación superior que pueden influir en el desarrollo y la promoción del espíritu emprendedor entre los estudiantes (Bergmann et al., 2018). Esto incluye aspectos como los programas académicos, la cultura emprendedora, los recursos y servicios de apoyo al emprendimiento, y las redes de contactos disponibles en la universidad (Mustafa et al., 2016). El contexto universitario desempeña un papel de gran importancia en la formación de las actitudes, habilidades y conocimientos necesarios para que los estudiantes se conviertan en emprendedores exitosos (Shirokova et al., 2016).

**Contexto sociocultural:** Abarca las normas, valores, creencias y prácticas sociales que preponderan en una comunidad o sociedad y que pueden influir en la actividad emprendedora

(Dacin et al., 2010). Estos factores socioculturales pueden incluir el valor social del emprendimiento, las actitudes hacia el riesgo y el fracaso, los modelos a seguir empresariales, y las expectativas culturales sobre el papel de los emprendedores en la sociedad (Thornton et al., 2011). El contexto sociocultural puede promover o desalentar el emprendimiento al formar las percepciones y aspiraciones de los individuos, así como al influir en el apoyo y los recursos disponibles para los emprendedores (Welter y Smallbone, 2011).

Contexto familiar: Se refiere a las influencias dentro del entorno familiar que pueden afectar las intenciones y actividades emprendedoras de un individuo (Aldrich & Cliff, 2003). Esto incluye factores como los antecedentes empresariales de la familia, el apoyo y aliento de los padres hacia el emprendimiento, los recursos financieros y de red disponibles a través de la familia, y los valores y actitudes transmitidos por los miembros de la familia (Edelman et al., 2016), de esa manera el contexto familiar puede desempeñar un papel clave en la formación de la mentalidad emprendedora, la adquisición de habilidades y el brindar apoyo emocional y material para los emprendedores nacientes (Zellweger et al., 2011).

## **Materiales y Métodos**

### **Diseño de investigación.**

El estudio propuesto tuvo un enfoque cuantitativo, ya que se utilizaron medidas estadísticas para alcanzar los objetivos de investigación, para ello analizó datos numéricos, empleando herramientas estadísticas para probar hipótesis y determinar relaciones entre las variables de estudio (Creswell y Creswell, 2018) y se usó medidas estadísticas para identificar y cuantificar la influencia de diversos factores en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Asimismo, el estudio fue de tipo explicativo, ya que se buscó establecer los elementos que afectan la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Los estudios explicativos no sólo describen fenómenos y buscan establecer las causas o factores que los originan (Hernández y Mendoza, 2018).

En cuanto al diseño de investigación, se empleó un diseño no experimental transversal. En un diseño no experimental, el investigador evita la manipulación deliberada de las variables de estudio, limitándose a observar y analizar los eventos en su entorno natural (Hernández et al., 2014). En este caso, el investigador no intervino ni modificó los factores que influyen en la intención emprendedora universitaria, sino que se limitó a medirlos y estudiar su relación con la variable dependiente. Además, el diseño transversal implica que se recopilaban los datos en

un único momento, proporcionando información acerca de las variables analizadas en un punto específico en el tiempo (Creswell y Creswell, 2018).

La elección de un enfoque cuantitativo, un tipo explicativo y un diseño no experimental transversal es coherente con los objetivos del estudio.

### **Participantes.**

En la presente investigación, se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia para seleccionar a los 150 estudiantes universitarios de instituciones públicas y privadas de Lambayeque, decisión metodológica que responde a diversas consideraciones prácticas.

En primer lugar, las restricciones de acceso institucional constituyeron un factor importante, ya que obtener marcos muestrales completos y actualizados de todas las universidades de la región habría requerido procesos administrativos extensos que excedían los tiempos disponibles para la investigación. Adicionalmente, los recursos limitados para el trabajo de campo (tanto económicos como humanos) hicieron inviable la implementación de métodos probabilísticos que habrían demandado una mayor cobertura geográfica y temporal.

No obstante, estas limitaciones, se implementaron estrategias para mejorar la representatividad de la muestra. Se estableció una distribución proporcional de participantes según la matrícula de cada universidad, procurando mantener equilibrio entre instituciones públicas y privadas. Asimismo, se buscó diversidad en características demográficas como edad, género, ciclo académico y carrera profesional, lo que permitió capturar una variedad de perspectivas dentro del universo estudiantil lambayecano que sean comparables.

### **Técnicas e instrumentos.**

Se hizo uso de la técnica de la encuesta para el recojo de la información, del instrumento basado en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), que se utiliza para evaluar la intención de emprender, esta intención se ve afectada por las tendencias de comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido sobre su comportamiento. Las preguntas utilizadas se derivan del trabajo de Liñán y Chen (2009) y están estructuradas como preguntas de escala Likert con 7 niveles de acuerdo y desacuerdo. Estas preguntas han sido validadas por numerosos estudios realizados por el equipo de Guesss (Sieger et al., 2014).

### **Procedimientos.**

Asimismo, el procedimiento del análisis de la información se inició enviando el formulario con el cuestionario a través de la herramienta Google Forms a estudiantes de cada casa de estudios quienes a su vez replicarán el mismo hasta alcanzar la muestra final. Luego de

recogida la información se realizará el procesamiento y análisis de datos, para ello se diseñará la base de datos utilizando el software estadístico SPSS V26 y Excel para obtener la validez de los constructos utilizados y la confiabilidad del instrumento; después, se hallarán los datos estadísticos descriptivos y se efectuará las tablas bivariadas para identificar los factores que predisponen a los estudiantes universitarios al emprendimiento.

### **Aspectos éticos.**

Este estudio se ejecutó siguiendo los principios éticos del informe Belmont, por ello se estableció el respeto, beneficencia y justicia en cuanto a la implementación del recojo de la información (Belmont, 1979).

### **Procesamiento y análisis de datos.**

Una vez que se recogieron todos los datos de la muestra considerada en el presente estudio, se hizo un análisis de la distribución de la muestra a nivel sociodemográfico. Asimismo, se efectuó un análisis descriptivo de las variables según se ha considerado en los objetivos de la investigación. Se efectuó la suma de los puntajes por cada dimensión y variable para obtener los niveles de la variable intención emprendedora. De otro lado, para establecer la relación de influencia entre las variables, se hizo uso de los modelos de regresión múltiple.

## **Resultados y Discusión**

### **Influencia de los factores personales y contextuales en la intención emprendedora en estudiantes de universidades de Lambayeque en el año 2024**

**Tabla 1**

*Resumen del modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,959 <sup>a</sup>	0.920	0.905	3.100

a. Predictores: (Constante), Control Interno Percibido, Contexto Socio Cultural, Contexto familiar, Contexto Universitario, Actitud hacia el emprendimiento

El resumen del modelo estadístico utilizado en la tabla 1, muestra una capacidad explicativa alta, con un R cuadrado de 0.920, lo que significa que el 92% de las variaciones en la intención emprendedora de los estudiantes puede explicarse a través de los factores estudiados. Este es un valor que indica que los factores seleccionados son relevantes para entender qué impulsa a los estudiantes hacia el emprendimiento, por tanto, los factores

analizados en conjunto muestran influir en la intención emprendedora de los estudiantes significativamente.

Estos hallazgos coinciden con lo encontrado por Solís et al. (2023), quienes determinaron que factores como la actitud y el control conductual representan colectivamente entre el 30% y 38% de la influencia sobre el emprendimiento; sin embargo, el presente estudio muestra un porcentaje explicativo significativamente mayor, lo que podría deberse a la inclusión de variables contextuales adicionales y al entorno específico de Lambayeque, donde posiblemente exista un ecosistema emprendedor más desarrollado que en otras regiones estudiadas.

Estos resultados se alinean con la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), que postula que la intención emprendedora está determinada por múltiples factores que predisponen al individuo a desarrollar conductas específicas, en este caso, el emprendimiento.

**Tabla 2**

*Análisis de varianza - Validez del modelo*

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	2782.063	5	556.413	57.881	,000 <sup>b</sup>
Residuo	240.324	25	9.613		
Total	3022.387	30			

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

b. Predictores: (Constante), Control Interno Percibido, Contexto Socio Cultural, Contexto familiar, Contexto Universitario, Actitud hacia el emprendimiento

El análisis de la tabla 2, muestra un valor de significancia de 0.000, lo que confirma que el modelo en su conjunto es estadísticamente válido y confiable para explicar la intención emprendedora, es decir, que los diferentes factores considerados en el análisis influyen en conjunto en la intención emprendedora de los estudiantes.

## Nivel de la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024

**Tabla 3**

*Nivel de la intención emprendedora*

Nivel	n	Porcentaje
Alta	107	71.3%
Media	29	19.3%
Baja	14	9.3%
Total	150	100.0%

Los resultados de la tabla 3 muestran que la mayoría, el 71.3% de la muestra total, manifiesta una alta intención emprendedora. Este dato indica que más de siete de cada diez estudiantes tienen una fuerte inclinación hacia la creación y desarrollo de emprendimientos propios.

En el nivel medio de intención emprendedora, se ubicaron 29 estudiantes, equivalentes al 19.3% de la muestra. Este grupo representa un segmento que, con el apoyo y orientación adecuados, podría potencialmente transitar hacia una alta intención emprendedora. Por último, solo 14 estudiantes, que constituyen el 9.3% de la muestra, manifestaron una baja intención emprendedora.

La intención emprendedora se muestra favorable, considerando que entre los niveles alto y medio alcanza un contundente 90.6% de la muestra total. Este resultado sugiere la existencia de un entorno universitario que probablemente está fomentando activamente el emprendimiento, ya sea a través de su malla curricular, actividades extracurriculares o una cultura institucional orientada hacia la innovación y el emprendimiento.

Parte de estos hallazgos corresponden a lo hallado por Arbulú et al. (2024), quienes encontraron que los estudiantes de las carreras de ingeniería tienen mayor grado de intención emprendedora. La alta proporción de estudiantes con elevada intención emprendedora en Lambayeque podría explicarse por el fortalecimiento de los programas de emprendimiento en las universidades locales y por el creciente reconocimiento del emprendimiento como opción profesional viable en la región.

Así también, por los constantes eventos promovidos en Lambayeque organizados por el Consejo Regional de Trabajo en los que se promueve el intercambio de información entre Incubadoras de Emprendimiento de las distintas entidades universitarias e institutos de la Región Lambayeque. Como señalan Liñán y Chen (2009), la intención emprendedora

representa el grado de compromiso cognitivo dirigido hacia la creación de una empresa, y los resultados sugieren que existe un compromiso significativo entre los estudiantes universitarios lambayecanos.

Estos resultados tienen implicaciones para la institución universitaria y el sistema emprendedor en general. Por un lado, sugieren la efectividad de los programas y estrategias actuales para fomentar el espíritu emprendedor. Por otro lado, identifican la oportunidad de desarrollar iniciativas específicas para fortalecer y concretar estas intenciones en proyectos reales, especialmente en aquellos estudiantes que muestran un nivel medio de intención emprendedora.

### **Influencia de la actitud personal en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024**

**Tabla 4**

*Influencia de la actitud personal en la intención emprendedora*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	0.539	0.977		0.552	0.582
Actitud personal	1.167	0.034	0.942	34.303	0.000

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

El estudio muestra una influencia significativa de la actitud personal y la intención de emprender, tabla 4. Específicamente, el coeficiente (B) de 1.167 indica que por cada punto que aumenta la actitud personal del estudiante, su intención emprendedora aumenta en 1.167 puntos.

Este es un impacto que demuestra cuán importante es la disposición personal en la decisión de emprender. La significancia estadística (Sig.) de 0.000 confirma que estos resultados no son producto del azar, sino que representan una relación real y confiable entre ambas variables.

El coeficiente estandarizado Beta de 0.942 indica que la actitud personal explica por sí sola el 94.2% de la variación en la intención emprendedora de los estudiantes, lo cual es un porcentaje alto que sugiere que la actitud personal es un factor clave en la formación de la intención emprendedora.

Estos resultados indican que los estudiantes que muestran una actitud más positiva hacia el emprendimiento son significativamente más propensos a desarrollar intenciones emprendedoras.

Estos hallazgos son consistentes con los de Alferaih (2022), quien descubrió una asociación fuerte entre la intención emprendedora y el aspecto cognitivo de la actitud personal. La importancia de este factor en ambos estudios podría atribuirse a que la actitud positiva hacia el emprendimiento refleja una valoración favorable de los resultados esperados de emprender un negocio, lo que motiva directamente la intención.

Tal como sugiere la Teoría del Comportamiento Planificado, la actitud hacia una conducta específica (en este caso, emprender) es un determinante directo de la intención de realizar dicha conducta, lo que explica su papel crucial en la formación de la intención emprendedora.

### **Influencia del control percibido interno en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024**

**Tabla 5**

*Influencia del control interno percibido en la intención emprendedora*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	3.618	1.215		2.977	0.003
Control interno percibido	0.779	0.031	0.900	25.047	0.000

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

En la tabla 5, se pudo establecer que el control interno percibido (es decir, la confianza que tiene el estudiante en su capacidad para controlar y gestionar un emprendimiento) influye en su intención de emprender. El coeficiente (B) de 0.779 establece que por cada punto que aumenta el control interno percibido del estudiante, su intención emprendedora se incrementa en 0.779 puntos. Esto demuestra que cuanto más seguros se sienten los estudiantes de sus capacidades para manejar un emprendimiento, más probable es que desarrollen la intención de crear uno.

El coeficiente estandarizado Beta de 0.900 indica que el control interno percibido explica el 90% de la variación en la intención emprendedora de los estudiantes, lo cual es un porcentaje muy alto que demuestra la importancia de este factor.

Esto hallazgos sugieren que cuando los estudiantes se sienten más capaces y seguros de poder gestionar un emprendimiento, son significativamente más propensos a desarrollar la intención de emprender y son concordantes con lo hallado por Suárez y Fernández (2020), quienes identificaron que la autoeficacia tiene un impacto positivo significativo en la intención de emprender.

La similitud en estos hallazgos puede explicarse porque ambos constructos –control percibido y autoeficacia– reflejan la confianza del individuo en sus capacidades para iniciar y gestionar un emprendimiento, por ende, esta percepción de control actúa como un facilitador que reduce las barreras percibidas para emprender. Como señala Ajzen (1991), el control conductual percibido no solo influye en la intención, sino que puede predecir directamente el comportamiento, lo que explica su fuerte impacto en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

### **Influencia del contexto universitario en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024**

**Tabla 6**

*Influencia del contexto universitario en la intención emprendedora*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
	B	Desv. Error	Beta	t	
1 (Constante)	3.530	1.990		1.773	0.078
Contexto Universitario	0.740	0.049	0.780	15.178	0.000

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

La tabla 6, indica que el contexto universitario y la intención de emprender de los estudiantes. Específicamente, el coeficiente (B) de 0.740 indica que por cada punto de mejora en el contexto universitario (que puede incluir factores como programas de emprendimiento, mentorías, infraestructura, apoyo institucional), la intención emprendedora de los estudiantes aumenta en 0.740 puntos.

Esto demuestra que el ambiente universitario juega un papel importante en fomentar el espíritu emprendedor. El coeficiente estandarizado Beta de 0.780 sugiere que el contexto universitario explica el 78% de la variación en la intención emprendedora de los estudiantes, lo cual es un porcentaje considerable que demuestra la relevancia del entorno académico en la formación de futuros emprendedores.

Estos resultados refieren que cuando las universidades proporcionan un ambiente que apoya y fomenta el emprendimiento, los estudiantes son más propensos a desarrollar intenciones emprendedoras, estos resultados se alinean con los hallazgos de Mendoza (2024), quien identificó que el apoyo educativo se asocia positivamente con la intención de emprender negocios entre estudiantes universitarios, sin embargo, difieren de lo encontrado por Montes et al. (2023), quienes no encontraron una relación significativa entre la educación empresarial y la intención emprendedora.

Esta diferencia podría explicarse por contrastes en los programas educativos específicos de cada institución y por el enfoque integral del contexto universitario en el estudio actual, que va más allá de la educación formal para incluir aspectos como la cultura emprendedora y las redes de apoyo institucionales. Estos resultados respaldan la perspectiva de Bergmann et al. (2018), quienes enfatizan que el entorno universitario juega un papel crucial en la formación de actitudes, habilidades y conocimientos necesarios para que los estudiantes se conviertan en emprendedores exitosos.

### **Influencia del contexto familiar en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024**

**Tabla 7**

*Influencia del contexto familiar en la intención emprendedora*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	8.980	1.750		5.131	0.000
Contexto Familiar	1.515	0.106	0.760	14.236	0.000

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

El estudio muestra en la tabla 7 que entorno familiar influye en la intención emprendedora. El coeficiente (B) de 1.515 nos indica que por cada unidad que mejora el

contexto familiar (lo que puede incluir el apoyo moral, económico, la tradición empresarial familiar o el respaldo en general de la familia), la intención de emprender del estudiante aumenta en 1.515 puntos. Este es un impacto que demuestra el papel clave que juega la familia en inspirar y apoyar las aspiraciones emprendedoras.

El coeficiente estandarizado Beta de 0.760 nos muestra que el contexto familiar explica un importante 76% de la variación en la intención emprendedora de los estudiantes. Este porcentaje significativo confirma que la familia es un factor decisivo en la formación de la mentalidad emprendedora.

Los resultados indican que los estudiantes que crecen en familias que apoyan y fomentan el emprendimiento tienen una probabilidad significativamente mayor de desarrollar sus propias intenciones emprendedoras. Esto resalta la importancia de crear un ambiente familiar que nutra y respalde las aspiraciones empresariales de los jóvenes estudiantes y concuerdan con lo reportado por Arbulú et al. (2024), quienes encontraron que los aspectos sociales influyen en el fomento de la intención emprendedora dando así valor al papel fundamental que juega la familia como primer entorno de socialización, donde se transmiten valores, actitudes y experiencias relacionadas con el emprendimiento.

Cuando existen modelos de rol emprendedores en la familia, los estudiantes pueden desarrollar una mayor confianza y familiaridad con el proceso emprendedor. Estos resultados se alinean con la perspectiva de Aldrich y Cliff (2003), quienes destacan los efectos generalizados de la familia en el emprendimiento, sugiriendo que el entorno familiar puede proporcionar recursos, apoyo y legitimidad para las iniciativas emprendedoras.

### **Influencia del contexto socio-cultural en la intención emprendedora de los estudiantes de universidades de Lambayeque del 2024.**

**Tabla 8**

*Influencia del contexto sociocultural en la intención emprendedora*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	6.131	7.694		0.797	0.432
Contexto Sociocultural	0.798	0.226	0.548	3.525	0.001

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

En la tabla 8 se pudo identificar que el entorno sociocultural también influye en la intención de emprender. El coeficiente (B) de 0.798 indica que por cada punto de mejora en el contexto sociocultural (que puede incluir aspectos como la valoración social del emprendimiento, las normas culturales, el apoyo de la comunidad, y las redes sociales), la intención emprendedora del estudiante aumenta en 0.798 puntos. Esto demuestra que el ambiente social y cultural en el que se desenvuelven los estudiantes influye en sus aspiraciones emprendedoras.

El coeficiente estandarizado Beta de 0.548 nos indica que el contexto sociocultural explica el 54.8% de la variación en la intención emprendedora de los estudiantes. Si bien este porcentaje es menor que el observado en otros factores (como el familiar o el universitario), sigue siendo significativo y demuestra que el entorno social y cultural juega un papel importante en la formación de intenciones emprendedoras.

Los resultados muestran que el entorno social y cultural de Lambayeque tiene una influencia moderada pero significativa en las intenciones emprendedoras de sus estudiantes universitarios.

Esto podría reflejar cómo las normas culturales, las redes sociales y la percepción general del emprendimiento en la región influyen en la decisión de los jóvenes de considerar el emprendimiento como una opción, resultados que difieren parcialmente de lo reportado por Ali et al. (2019), quienes encontraron que los factores culturales no estaban significativamente asociados con las intenciones emprendedoras en Arabia Saudita lo cual podría atribuirse a las distintas construcciones culturales entre ambas sociedades y al mayor reconocimiento social del emprendimiento en el contexto peruano, especialmente en Lambayeque, una región con tradición comercial.

La influencia moderada pero significativa del contexto sociocultural en nuestro estudio refleja cómo las normas, valores y prácticas sociales pueden moldear las percepciones y aspiraciones emprendedoras, tal como sugieren Thornton et al. (2011), quien enfatiza que el contexto sociocultural puede promover o desalentar el emprendimiento al formar las percepciones individuales y afectar el apoyo y recursos disponibles para los emprendedores.

## Conclusiones

- Los factores predictores estudiados (actitud personal, control interno percibido, contexto universitario, contexto familiar y contexto sociocultural) influyen significativamente en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de Lambayeque, explicando en conjunto un alto porcentaje de su variabilidad lo que evidencia un modelo explicativo que proporciona una base sólida para comprender y fomentar el emprendimiento universitario en la región.
- El nivel de intención emprendedora de los estudiantes universitarios lambayecanos es predominantemente alto, cuya elevada disposición hacia el emprendimiento constituye un capital humano valioso para el desarrollo económico regional y refleja un entorno académico favorable para la formación de futuros emprendedores.
- La actitud personal constituye el predictor más potente de la intención emprendedora, demostrando que la valoración positiva, el interés y la predisposición favorable de los estudiantes hacia el emprendimiento son factores determinantes en su decisión de emprender. Esta dimensión cognitivo-afectiva supera en influencia a los factores contextuales, confirmando la importancia del componente individual en el desarrollo de la intención emprendedora.
- El control interno percibido influye significativamente en la intención emprendedora, evidenciando que la confianza de los estudiantes en sus propias capacidades y habilidades para gestionar un emprendimiento constituye un factor de suma importancia para desarrollar la intención de crear un negocio y esta autoeficacia emprendedora representa el segundo predictor más importante dentro del modelo.
- El contexto universitario ejerce una influencia significativa en la intención emprendedora demostrando que los programas educativos, la cultura institucional y los recursos de apoyo que ofrecen las universidades lambayecanas están contribuyendo efectivamente al fomento del espíritu emprendedor entre sus estudiantes, con ello este hallazgo resalta el papel fundamental de las instituciones de educación superior como catalizadoras del emprendimiento regional.
- El contexto familiar influye significativamente en la intención emprendedora, confirmando que el entorno familiar, los modelos de rol y el apoyo que reciben los estudiantes de sus familias juegan un papel importante en la formación de sus aspiraciones emprendedoras, con ello se destaca la importancia de considerar el ámbito doméstico en las estrategias de fomento del emprendimiento.

- El contexto sociocultural, aunque con menor intensidad que los otros factores, también mostró influir en la intención emprendedora, demostrando que las normas, valores y prácticas sociales predominantes en Lambayeque tienen un impacto relevante en la disposición de los estudiantes hacia el emprendimiento, y esta dimensión contextual complementa los factores individuales y familiares en la configuración de la intención emprendedora.

### **Recomendaciones**

- Implementar sistemas de evaluación integral en las universidades que midan periódicamente los factores predictores clave de la intención emprendedora (actitud personal, control interno percibido, contexto universitario, familiar y sociocultural) para monitorear su evolución y detectar oportunamente áreas de mejora, lo que podría permitir la participación de incubadoras de negocios de las diferentes universidades tanto públicas y privadas de la región. Esto podría incluir cuestionarios semestrales y grupos focales que permitan un seguimiento longitudinal de los estudiantes, generando datos comparativos para enriquecer futuras investigaciones.
- Desarrollar un estudio de seguimiento que evalúe la tasa de conversión entre intención emprendedora y emprendimiento efectivo, identificando los factores que facilitan u obstaculizan este proceso de transición. Esto podría incluir el diseño de un estudio longitudinal que acompañe a los estudiantes desde su etapa universitaria hasta 2-3 años después de su graduación, documentando sus trayectorias emprendedoras y podría coordinarse con la Cámara de Comercio de Lambayeque.
- Implementar talleres experienciales en las universidades que fortalezcan la actitud personal hacia el emprendimiento. Estos talleres deben adaptarse a los diferentes contextos culturales y regionales para maximizar su impacto en los estudiantes. Para ello se tomarían en cuenta programas exitosos de universidades de la región en los que se promueve el emprendimiento de sus estudiantes y egresados.
- Desarrollar un programa de mentorías que conecte a estudiantes con emprendedores experimentados, enfocado en fortalecer su capacidad de emprendimiento. A través de la guía y el modelado de los mentores, los estudiantes pueden mejorar su autoeficacia emprendedora y su confianza en su capacidad para influir en los resultados de sus iniciativas empresariales. Ello puede aprovechar el vínculo que la universidad pública genera con docentes como mentores, asimismo conectar con los diferentes gremios de la Cámara de Comercio de Lambayeque como el de Tecnología, Innovación y Startups.

- Realizar un análisis comparativo entre las diferentes universidades para identificar las mejores prácticas institucionales que fomentan la intención emprendedora, creando observatorios regionales de emprendimiento universitario que documenten y evalúen las iniciativas implementadas, facilitando la transferencia de conocimiento entre instituciones y generando evidencia sobre qué intervenciones educativas tienen mayor impacto.
- Integrar a las familias en el ecosistema emprendedor mediante la creación de una "Escuela para Familias Emprendedoras" que ofrezca formación sobre cómo apoyar efectivamente las iniciativas emprendedoras de los estudiantes.
- Desarrollar una campaña de comunicación regional que visibilice casos de éxito de emprendimientos en Lambayeque en los diversos sectores como el artesanal, gastronómico, turísticos, etc., que pueda ser adaptada a las particularidades culturales de cada territorio, utilizando medios tradicionales y digitales para maximizar alcance.

## Referencias

- 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)
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Ali, I., Ali, M. and Badghish, S. (2019), "Symmetric and asymmetric modeling of entrepreneurial ecosystem in developing entrepreneurial intentions among female university students in Saudi Arabia", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 11 No. 4, pp. 435-458. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2019-0039>
- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100087. <http://doi.org/10.1016/j.ijime.2022.100087>
- Anwar, Imran; Saleem, Imran; Islam, K.M. Baharul; Thoudam, Prabha; Khan, Rizwan (2020). Entrepreneurial intention among female university students: examining the moderating role of entrepreneurial education. *J. for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(4), 217. <https://doi.org/10.1504/jibed.2020.110254>
- Aranibar Ramos, E. R., Huachani Licon, D. Y., & Zúñiga Chávez, M. Y. (2022). Emprendimiento femenino en el Perú: puntos fuertes y débiles para su sostenibilidad en el tiempo. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 23(23), 199-224. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2022000100010](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2022000100010)
- Arbulú M., Pintado, M. del P., Otiniano, M., Flores, M. T., Delgado, S. I., Martel, R., & Coronel, C. V. (2024). *Intención emprendedora: Una mirada desde la percepción de los estudiantes universitarios de Lambayeque Perú*. En Proceedings of the 22nd LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology <https://doi.org/10.18687/LACCEI2024.1.1.250>
- Asante, E. A., & Affum-Osei, E. (2019). Entrepreneurship as a career choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research*, 98, 227-235. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.006>
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47(4), 700-716. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.018>
- Creswell, J. W., Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dacin, M. T., Munir, K., & Tracey, P. (2010). Formal dining at Cambridge colleges: Linking ritual performance and institutional maintenance. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1393-1418. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.57318388>

- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428-448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2021). Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Women's Entrepreneurship Report. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Jacobo, R. C. S., Santillán, L. F. J., Andrade, M. D. R. R., Benavides, A. H., & Díaz, J. B. (2022). Análisis de competencias emprendedoras en estudiantes de las carreras de contaduría y administración de una IES: caso de estudio universidad tecnológica de Gutiérrez Zamora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 228-249. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.3484](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3484)
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2018). La educación emprendedora frente al impacto de la 4ta Revolución Industrial. *Teuken Bidikay*, 9(12), 193-217. <https://doi.org/10.33571/teuken>
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, R. (2020). Empoderar el emprendimiento femenino universitario. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 71-80. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>
- 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>
- Lloja Rengifo, H., Chugnas Malimba, E. S., Tello Fasanando, Z., & Cruz Tarrillo, J. J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción*, 12(4), 269-281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>
- Mendoza Quispe, E. (2024). *¿Estudiar y emprender? Análisis de la influencia del entorno educativo en la intención emprendedora*. *Revista InveCon*, 4(2), 161-180. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10709880>
- Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., Apodaca, L., Zamora-Bosa, S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America. *Cogent Business & Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2282793>
- 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>

- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Navarro Soto, F. C., Rodríguez Rodríguez, M. , Rudy Gonzalo, A. C. L., & Chombo Jaco, . J. . (2019). Impacto de la educación emprendedora: Estudio de la intención emprendedora en estudiantes universitarios peruanos. *UCV-Scientia*, 11(1), 35–44. <https://doi.org/10.18050/ucv-scientia.v11i1.2401>
- Orihuela-Ríos, N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <https://orcid.org/0000-0002-8596-4903>
- Ortiz García, P., & Olaz Capitán, Á. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española de Sociología*, 27(3), 413-432. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.21>
- Ortiz-García, P., & Olaz-Capitán, Á. (2019). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española de Sociología*, 28(3), 413-432. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2019.11>
- Ramos-Esquivel, A., & Bayter-Hortta, M. (2022). Desarrollo de la intención emprendedora en estudiantes universitarias: caso una universidad peruana. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S2), 252-261. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2788>
- Romero, J., Gutiérrez Silva, J. M., Hernández Fernández, L., & Portillo Medina, R. A. (2021). Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos. *Revista de ciencias sociales*, 27(4), 113-130. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i4.37237>
- Solís, O. B., Mendoza, I. M. C., Palomino, F. R. V., & Rodríguez, R. Y. M. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(9), 377-389. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>
- Suárez, L. M., & Fernández, A. M. (2020). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios en Lambayeque. *Tzhoeoen*, 12(4), 550-561. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/1396>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. [https://www.kmu.admin.ch/dam/kmu/de/dokumente/politique-pme/chiffres-pme/guesss-global-2018.pdf.download.pdf/GUESSS\\_Global\\_2018.pdf](https://www.kmu.admin.ch/dam/kmu/de/dokumente/politique-pme/chiffres-pme/guesss-global-2018.pdf.download.pdf/GUESSS_Global_2018.pdf)
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105-118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>
- Veiga, L., Chaquiriand, I., & Bartesaghi, A. (2017). Las barreras a la actividad emprendedora en

Uruguay. *Revista de Negocios del IEEM*, 20(1), 48-54.

- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- 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>
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107-125. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00317.x>
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521-536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>

## **Anexos**

### **Cuestionario de Intención emprendedora**

Estimados participantes, estudiantes del noveno o décimo ciclo de su carrera universitaria, nos dirigimos a ustedes para solicitar su valiosa colaboración en un estudio que tiene como objetivo determinar la influencia de los factores predictores en la intención emprendedora en estudiantes de universidades de Lambayeque.

Es importante destacar que su participación en este estudio es completamente voluntaria y que se cumplirán rigurosos aspectos éticos. Todos los datos recopilados serán tratados con total confidencialidad y anonimato, y sólo se utilizarán con fines académicos y de investigación. Además, si en algún momento durante el proceso deciden retirarse, están en total libertad de hacerlo sin necesidad de justificación alguna.

Agradecemos de antemano su tiempo y disposición para contribuir a este importante trabajo. Su colaboración nos permitirá obtener una mejor comprensión de los aspectos que contribuyen a la intención de emprendimiento en estudiantes universitarios.

Si tienen alguna pregunta o inquietud, no duden en comunicarse con el equipo de investigación. Estaremos encantados de brindarles cualquier información adicional que necesiten al correo: [hildaguepri@gmail.com](mailto:hildaguepri@gmail.com) o al número 944-976-212

¡Gracias por su participación!

El propósito de este cuestionario es evaluar diferentes factores que pueden influir en tu intención de emprender un negocio, así como tu percepción sobre el entorno que te rodea. La información recopilada será utilizada para entender mejor cómo los contextos universitarios, familiar, socio-cultural y otros factores influyen en la intención y actitud emprendedora. Agradecemos tu participación y sinceridad al responder cada pregunta.

#### **Sexo**

- Femenino
- Masculino

**Edad (años):** \_\_\_\_\_

#### **Tipo de Universidad**

- Universidad Nacional
- Universidad Privada

#### **Ciclo académico**









32.- Tengo la firme intención de crear una empresa algún día