



ESCUELA DE POSGRADO

**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Tesis

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

Para optar el Grado Académico de Doctor en Gestión Empresarial

Autor:

Pierre Vidaurre Rojas

<https://orcid.org/0000-0002-2727-3717>

Asesor:

Dr. Miguel Angel Valles Coral

<https://orcid.org/0000-0002-8806-2892>

Co-asesor:

Dr. Victor Manuel Vallejos Monja

<https://orcid.org/0000-0003-4162-3768>

Tarapoto, Perú

2023



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





ESCUELA DE POSGRADO
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

Autor:

Pierre Vidaurre Rojas

<https://orcid.org/0000-0002-2727-3717>

Asesor:

Dr. Miguel Angel Valles Coral

<https://orcid.org/0000-0002-8806-2892>

Co-asesor:

Dr. Victor Manuel Vallejos Monja

<https://orcid.org/0000-0003-4162-3768>

Tarapoto, Perú

2023



ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis

**Modelo de emprendedurismo universitario para
incrementar la intención emprendedora en
estudiantes de la UNSM**

Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

Autor:

Pierre Vidaurre Rojas

<https://orcid.org/0000-0002-2727-3717>

Asesor:

Dr. Miguel Angel Valles Coral

<https://orcid.org/0000-0002-8806-2892>

Co-asesor:

Dr. Victor Manuel Vallejos Monja

<https://orcid.org/0000-0003-4162-3768>

Tarapoto, Perú

2023



ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

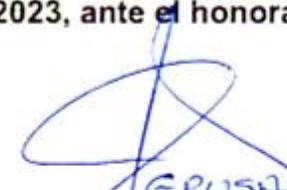
Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

Presentado por
Pierre Vidaurre Rojas

Sustentada y aprobada el 08 de marzo del 2023, ante el honorable jurado:



Presidente de Jurado
Dr. Anibal Pinchi Vásquez



Secretario de Jurado
Dr. Fernando Ruiz Saavedra



Vocal de Jurado
Dr. Alberto Alva Arévalo



Asesor
Dr. Miguel Angel Valles Coral

Tarapoto, Perú

2023



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-T
Escuela de Posgrado



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Los Miembros del Jurado que suscriben, reunidos para estudiar y escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Tesis, modo presencial, presentado por:

Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

Con el asesoramiento del Dr. Miguel Ángel Valles Coral.

**"MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO PARA
INCREMENTAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNSM"**

Teniendo en consideración los méritos del referido trabajo, así como los conocimientos demostrados por el sustentante, lo declaramos: APROBADO

19

Con el calificativo (*)

Diecinueve

En consecuencia, queda en condición de ser considerado APTO por el Consejo Universitario y recibir el Grado Académico de Doctor, de conformidad con lo estipulado en el Artículo 30° del Reglamento de Tesis de la Escuela de Posgrado de la UNSM-T.

Tarapoto, 08 de marzo de 2023.


DR. ANIBAL PINCHI VÁSQUEZ
Presidente


DR. FERNANDO RUIZ SAAVEDRA
Secretario


DR. ALBERTO ALVA ARÉVALO
Miembro


DR. MIGUEL ÁNGEL VALLES CORAL
Asesor

*) De acuerdo con el Artículo 95° del Reglamento General de Investigación de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, estas deberán ser calificadas con términos de: BUENO, MUY BUENO, EXCELENTE, también considerar la nota

Av. Vía Universitaria Cdra. 3 - Morales - Telefax: (042) 53-1641

e-mail: posgrado@unsm.edu.pe / www.unsm.edu.pe



ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE DOCTORADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

Los suscritos declaran que el presente trabajo de tesis, es original en su contenido y forma.



.....
Pierre Vidaurre Rojas
Ejecutor



.....
Dr. Miguel Angel Valles Coral
Asesor

Declaratoria de autenticidad

Pierre Vidaurre Rojas, con DNI N° 01146597, egresado de la Escuela de Posgrado, Programa de Doctorado en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de San Martín, autor de la tesis titulada: **Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, someténdome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 08 de marzo del 2023.


.....
Pierre Vidaurre Rojas
DNI N° 01146597



Ficha de identificación

<p>Título del proyecto Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM</p>	<p>Área de investigación: Ciencias Administrativas Línea de investigación: Modernización de Procesos de Gestión Tipo de investigación: Básica <input checked="" type="checkbox"/>, Aplicada <input type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autor: Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas</p>	<p>Escuela de Posgrado Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Programa de Doctorado en Gestión Empresarial https://orcid.org/0000-0002-2727-3717</p>
<p>Asesor: Dr. Miguel Angel Valles Coral</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática Unidad o Laboratorio Ingeniería de Sistemas e Informática https://orcid.org/0000-0002-8806-2892</p>
<p>Co-asesor: Dr. Víctor Manuel Vallejos Monja</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática Unidad o Laboratorio Ingeniería de Sistemas e Informática https://orcid.org/0000-0003-4162-3768</p>

Dedicatoria

A mi querida Adita Corazón, que es mi adorada madre, y a mis hijos Carlos y Benjamín.

Agradecimientos

A todas las personas que me acompañaron en este camino y que de alguna manera u otra contribuyeron en los saberes para llegar a la meta.

Índice general

Ficha de identificación	7
Dedicatoria	8
Agradecimientos.....	9
Índice general.....	10
Índice de tablas	12
Índice de figuras	13
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
 CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....	 16
 CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	 20
2.1. Antecedentes de la investigación	20
2.2. Fundamentos teóricos	23
 CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS.....	 41
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación.....	41
3.1.1 Contexto de la investigación.....	41
3.1.2 Periodo de ejecución.....	41
3.1.3 Autorizaciones y permisos	41
3.1.4 Control ambiental y protocolos de bioseguridad.....	41
3.1.5 Aplicación de principios éticos internacionales.....	41
3.2. Sistema de variables	42
3.2.1 Variables principales	42
3.2.2 Variables secundarias.....	43
3.3 Procedimientos de la investigación.....	43
 CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	 50
4.1 Resultado específico 1: Identificar las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM.....	50

4.2	Resultado específico 2: Identificar los niveles de los indicadores de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.....	52
4.3	Resultado específico 3: Medir la relación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.....	54
4.4	Resultado específico 4: Diseñar y proponer un modelo de emprendedurismo universitario que incremente la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.....	56
	CONCLUSIONES.....	69
	RECOMENDACIONES.....	70
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
	ANEXOS	83

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de variables por objetivos específicos	42
Tabla 2. Distribución de la muestra estratificada.....	45
Tabla 3. Magnitud de la confiabilidad.....	48
Tabla 4. Baremos por dimensión y variable	49
Tabla 5. Características del modelo de emprendedurismo universitario	50
Tabla 6. Niveles de la intención emprendedora por dimensiones	52
Tabla 7. Correlación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora	54
Tabla 8. Correlación entre el modelo de emprendedurismo universitario y la intención emprendedora	55
Tabla 9. Aspectos valorados del modelo de emprendedurismo universitario	67
Tabla 10. Valoración del modelo de emprendedurismo universitario según categorías	68

Índice de figuras

Figura 1. Nivel de emprendedurismo universitario en la UNSM	50
Figura 2. Nivel de intención emprendedora en la UNSM	52
Figura 3. Representación gráfica de la propuesta basada en la revisión de la literatura	56

RESUMEN

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

Las instituciones de educación superior asumen el reto de formar profesionales competentes y capaces de emprender mediante la innovación de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad y cubran oportunidades poco exploradas; sin embargo, la deficiente gestión en emprendedurismo institucional influye sobre la baja intención emprendedora de los estudiantes. En este sentido, la presente investigación tuvo como objetivo formular un modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín. Para ello, se optó por un estudio básico de enfoque mixto, nivel descriptivo-correlacional de alcance propositivo transversal; donde la población estuvo conformada 1481 estudiantes de los tres últimos ciclos y la muestra fue 305 seleccionados por muestreo estratificado, quienes llenaron dos cuestionarios válidos y confiables. Se aplicó estadística descriptiva y análisis inferencial mediante correlación de Rho de Spearman. Entre los resultados se destaca que el modelo de emprendedurismo universitario gestado en la UNSM fue regular (56,1%) y la intención emprendedora fue alta (59,6%), existiendo una relación positiva muy baja ($p\text{-valor}<0,05$, $Rho=0,131$) entre las variables; esta realidad condujo a diseñar y proponer un modelo de emprendedurismo universitario basado en 8 pilares fundamentados en las teorías de la literatura científica que, si se aplica, se incrementaría la intención emprendedora de los estudiantes. Se concluye que el modelo propuesto es válida y aplicable según el juicio de expertos.

Palabras clave: emprendimiento, sociedad, empresa, gestión institucional

ABSTRACT

University entrepreneurship model to increase entrepreneurial intention in UNSM students

Higher education institutions assume the challenge of training competent professionals capable of undertaking through the innovation of products and/or services that satisfy the needs of society and cover little explored opportunities; however, the deficient management in institutional entrepreneurship influences the low entrepreneurial intention of the students. In this sense, the present investigation had as objective to formulate a model of university entrepreneurship to increase the entrepreneurial intention in students of the National University of San Martín. For this, a basic study with a mixed approach, descriptive-correlational level, with a cross-sectional purposeful scope was chosen; where the population was made up of 1481 students from the last three cycles and the sample was 305 selected by stratified sampling, who filled out two valid and reliable questionnaires. Descriptive statistics and inferential analysis were applied using Spearman's Rho correlation. Among the results, it was highlighted that the university entrepreneurship model developed at UNSM was regular (56.1%) and the entrepreneurial intention was high (59.6%), with a very low positive relationship (p -value < 0.05 , $Rho = 0.131$) between the variables; This reality led to the design and proposal of a model of university entrepreneurship based on 8 pillars based on the theories of the scientific literature that, if applied, would increase the entrepreneurial intention of the students. It is concluded that the proposed model is valid and applicable according to expert judgment.

Keywords: entrepreneurship, society, company, institutional management.



CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

En el contexto de la emergencia sanitaria y los daños sin precedentes causados por la COVID-19, Liñán & Jaén (2020) revelan que su consecuencia fue desfavorable para el espíritu emprendedor por la desaceleración de las actividades empresariales, pero es posible que al mismo tiempo aumentará la intención emprendedora por necesidad. Esta situación refleja, según Ratten (2021), oportunidades de ajuste empresarial para negocios potenciales o mejora del crecimiento y competitividad.

Cabe resaltar que los estudios sobre emprendedurismo evolucionan continuamente debido a las formas de ser abordados, no obstante, la literatura científica evidencia que tiene relación con el desarrollo humano (Alean Pico et al., 2017); en consecuencia, las iniciativas de actividades empresariales son sustanciales para promover el progreso económico y social en una nación (Lv et al., 2021).

En Perú, Escobedo et al. (2020) declaran que la educación emprendedora ha tomado mayor relevancia por el gobierno peruano y académicos en los últimos años (Monitor, 2018), ya que se ubica en primer lugar en Latinoamérica y quinto a nivel mundial en el Índice de Espíritu Emprendedor. Estos autores señalan, además, que la intención emprendedora está ligada a la educación, consolidando, en base a otros autores, que el emprendedurismo en las IES (Instituciones de Educación Superior) debe ser dictado en los primeros o últimos ciclos.

Así, Huang et al. (2020) sostienen que el emprendedurismo en IES es importante aún en tiempos de pandemia, siendo necesario promover la intención empresarial de estudiantes (Ruiz-Rosa et al., 2020) articulados con capacidades de desarrollar soluciones innovadoras a problemas del entorno. Es oportuno conocer la realidad de la intención emprendedora y analizar si los modelos educativos están orientados a la formación empresarial; estudios recientes de Israr & Saleem (2018); Hou et al. (2019); Müller & Parzych (2019) y Atiya & Osman (2021); afirman que está asociado a factores como género, apertura a la experiencia, oportunidades, situaciones motivadoras y antecedentes familiares.

De acuerdo con una encuesta realizada a universitarios en Pakistán por Anjum et al. (2021), sostienen que la intención emprendedora se relaciona con la pasión empresarial y el efecto mediador del apoyo universitario persiste sobre dichas intenciones, rescatando que se debe garantizar el acceso a una atmósfera empresarial con formación académica práctica y dinámica (Araya-Pizarro, 2021) alineada a su contexto

y competencias. También Betáková et al. (2020), refieren que la educación empresarial debe forjar emprendedores con habilidades para construir y conservar empresas.

Ahora bien, en el presente estudio se identificó la baja intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM) que se relaciona a una deficiente educación emprendedora que les motive a crear y formalizar empresas (empreendedorismo) según sus competencias, ya que la institución escatima formadores con experiencia o perfil empresarial que se involucren en el emprendedurismo académico (Wang et al., 2021), y según Escobedo et al. (2020), por la falta de formulación de políticas institucionales en emprendedurismo universitario, siendo necesario la creación de incubadoras de empresas que impulsen la formación de capital humano emprendedor.

Esta situación afecta la intención emprendedora de los universitarios pues la ausencia en emprendedurismo impide el logro de habilidades y capacidades para iniciar emprendimientos (Bravo Bravo et al., 2021) o, en caso de emprender, es probable que fracasen por carecer de fundamentos teórico-prácticos y experiencia que respalden la formación y sostenimiento de una empresa; evidenciando la necesidad de fortalecer el emprendedurismo desde aspectos como universidad, familia, organismo y sociedad (Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2020).

Se identificó, además, que la deficiente formación empresarial se origina por temáticas inapropiadas de emprendedurismo en los currículos de las carreras profesionales (Merino Núñez & Quiroz Veliz, 2017); así como, por el ineficiente apoyo tecnológico, económico o político (Escobedo et al., 2020) y la ausencia de promociones o ferias de emprendimientos desmotivan la intención emprendedora de los universitarios, de modo que, según Galvez Albarracin et al. (2020), se desconoce experiencias de emprendedurismo y la baja sensibilización al alumnado para emprender.

En cuanto al ámbito local la escasa literatura interfiere en la contextualización de la problemática. Araya-Pizarro (2021) menciona que gran parte de las investigaciones sobre emprendedurismo universitario e intenciones emprendedoras provienen de Asia y Europa y escasos se desarrollan en Latinoamérica. La investigación será de gran aporte a la comunidad científica y académica, por su relevancia e impacto novedoso en el marco universitario.

En base a las citas, es necesario que los estudiantes universitarios fortalezcan sus intenciones empresariales y que a través de la educación robustezcan los conocimientos y habilidades para formar empresas consistentes y sostenibles que aporten al desarrollo de la sociedad. Por tal motivo, se formuló el problema de la investigación: ¿Cuál es el

modelo de emprendedurismo universitario que permite incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM?, planteándose los problemas específicos: ¿Cuáles son las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM?, ¿Cuáles son los indicadores que permiten identificar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM?, ¿En qué medida las variables del modelo de emprendedurismo universitario se relacionan con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM? y ¿De qué manera el modelo de emprendedurismo universitario incrementará la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM?.

Estas interrogantes, permitió plantear la hipótesis general: Si aplicamos un modelo de emprendedurismo universitario se incrementará la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM; e hipótesis específicas: H₁: Las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM aporta al incremento de la intención emprendedora; H₂: Los niveles de los indicadores identificados de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM son altos.; H₃: Las variables del modelo de emprendedurismo universitario guardan relación con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM y H₄: El modelo de emprendedurismo universitario incrementará satisfactoriamente la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.

Para responder estas proposiciones, se propuso como objetivo general: Formular un modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM; y los objetivos específicos i) Identificar las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM, ii) Identificar los niveles de los indicadores de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM, iii) Medir la relación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM y iv) Diseñar y proponer un modelo de emprendedurismo universitario que incremente la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.

El estudio fue conveniente puesto que se formuló un modelo de emprendedurismo universitario fundamentado en teorías del emprendedurismo y otros estudios de carácter científico, además del diagnóstico de la realidad de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM. Dicho modelo podrá ser aplicado en futuros estudios, de este modo se aportó teóricamente a la comunidad académica y científica con nuevos conocimientos para fomentar la educación empresarial forjada por el emprendedurismo universitario y relativamente la intención emprendedora.

En su sentido práctico se identificó un sesgo de los investigadores a nivel mundial al orientar básicamente estudios sobre la intención emprendedora en áreas de

administración, marketing, empresas u otras ramas relacionadas. Esta investigación en cambio, abarcó un panorama general ya que a partir de la selección de la muestra estratificada proporcional se obtendrá la percepción de universitarios de todas las carreras profesionales de la institución universitaria sobre su intención emprendedora y el emprendedurismo gestado, para así diseñar un modelo que se adapte a todas las realidades.

Socialmente, la universidad es considerada una institución que tiene la finalidad de formar profesionales con alto conocimiento y destrezas para resolver los problemas en una sociedad a través de la innovación e investigación científica. Además, de forjar estudiantes con la capacidad de emprendedurismo, para ello se requiere que la gestión institucional robustezca la formación en emprendedurismo y se brinde al alumnado las habilidades o herramientas útiles para crear, formalizar y mantener empresas sostenibles. En tal sentido, en la presente investigación se diseñó un modelo de emprendedurismo universitario con componentes o aspectos pertinentes para incrementar la intención emprendedora que finalmente repercuta sobre el desarrollo económico y social de la sociedad.

Asimismo, se justificó metodológicamente porque se elaboraron instrumentos valiéndolos de estudios científicos primarios confiables y justificados. En el caso de la variable intención emprendedora se adaptó los resultados subjetivos de una encuesta exploratoria realizada por Echeverri-Sanchez et al. (2018) y la variable modelo de emprendedurismo universitario se fundamentó en los estudios de Stradi Granados (2016) y Martínez Aguilar et al. (2018). Estos fueron validados y confiabilizados para su aplicación.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Internacional

En su estudio Gieure et al. (2019) analizan las intenciones emprendedoras de universitarios empleando la Teoría del Comportamiento Planificado (TBP) bajo un modelo de factores personales, sociales y ambientales que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes. Para ello, incluyeron habilidades emprendedoras y educación universitaria como extensión del TBP. Seleccionaron una población muestral conformada por 276 estudiantes nacionales e internacionales matriculados en diversas universidades. Utilizaron una encuesta validada para recolectar datos y el modelo de ecuaciones estructurales para corroborar la hipótesis y relacionar las variables. Hallaron que los universitarios adquieren habilidades empresariales por medio de la educación y las habilidades emprendedoras juegan un rol importante en la intención emprendedora pues se asume que las capacidades o conocimiento califican a las personas y aumenta la intención de emprender. Concluyen que las habilidades y competencias emprendedoras se adquieren en la universidad.

Por otra parte, Wegner et al. (2019) analizaron si las estrategias universitarias influyen en la intención emprendedora de los estudiantes. Siguieron un enfoque multinivel incorporando el impacto de características individuales, entorno institucional y apoyo educativo. Emplearon el modelo de ecuaciones estructuradas de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para comparar los datos de 477 estudiantes de dos universidades de Brasil diferenciadas por las estrategias de empuje al emprendimiento. En el caso de la universidad 1 tomaron que fomenta el espíritu emprendedor, promueve concursos e incubadora, y la universidad 2 con bajo enfoque en educación empresarial. Encontraron que las estrategias en emprendedurismo de ambas universidades no presenta diferencias, de modo que, los efectos de la educación empresarial abren nuevas oportunidades para evaluar el apoyo universitario en fomentar la intención emprendedora. Este estudio es la primera en comparar el fenómeno de la intención emprendedora desde la universidad según dos instituciones.

En su investigación Israr & Saleem (2018) señalaron que en Italia miles de universitarios egresados tienen la intención de emprender sus propios negocios, por lo cual buscaron explorar la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios y la intención

empresarial a través de la investigación de factores que restringe el emprendedurismo. Aplicaron el modelo de regresión múltiple usando el software IBM SPSS 22 y auto elaboraron un cuestionario online para evaluar los factores explicativos en 510 universitarios, dividido en 5 secciones: 1) información demográfica, 2) apoyo ambiental (disponibilidad financiera y apoyo del gobierno), 3) educación emprendedora, 4) intención emprendedora y 5) rasgos de personalidad. Hallaron que el género, antecedentes familiares, educación, extraversión, amabilidad y apertura a la experiencia se relacionan significativamente a la intención emprendedora, en tanto la edad, calificaciones e inestabilidad emocional presentaron relación negativa.

Tomy & Pardede (2020) mencionan que la universidad es fundamental para desarrollar motivación y capacidades de los graduados para que participen en actividades empresariales de forma efectiva, por lo que proponen un modelo de intención emprendedora universitario que puede ser aplicado de forma práctica digital en diferentes asignaturas. Analizaron la importancia de la intención emprendedora en el espíritu empresarial de graduados y propusieron el modelo sustentado en literatura científica, la misma que se enfocó en la autoconciencia, recursos emprendedores, red de apoyo emprendedor. Posteriori, realizaron una encuesta para evaluar el modelo aplicado; encontrando que la conciencia empresarial se relaciona positivamente con a la intención emprendedora. Concluyen que el modelo para potenciar el emprendedurismo en estudiantes universitarios mejora significativamente la intención emprendedora.

Un estudio reciente desarrollado por Leiva et al. (2021) analizaron si la educación en emprendedurismo y aprendizaje de programas en las universidades y las variables cognitivas como intenciones de implementación, control conductual percibido y actitud, se relacionan con las intenciones emprendedoras en estudiantes de nueve países latinoamericanos. Para lo cual aplicaron un análisis empírico mediante el modelo lineal multinivel en una muestra de 9 012 universitarios. Encontraron que el contexto universitario y las variables cognitivas contribuyen directa e indirectamente a la intención emprendedora de los estudiantes, considerando que asistir a cursos de emprendimientos no influyen sobre las intenciones emprendedoras. Concluyen que el papel de las universidades es clave para el espíritu emprendedor la cual conlleva la intención emprendedora y se promueva una economía emergente de la sociedad, además que la formación de los universitarios es un proceso multinivel que tiene que llevarse a cabo de forma dinámica.

Nacional

Una investigación llevada a cabo por Merino Núñez & Quiroz Veliz (2017) evaluó el nivel de emprendedurismo universitario en estudiantes de la carrera de administración de la Universidad Señor de Sipán, empleando un estudio básico no experimental descriptivo. Calcularon una muestra de 230 estudiantes de I a X ciclo con la técnica de muestreo aleatorio, a quienes encuestaron un cuestionario de 41 preguntas. Hallaron que el anhelo de crear empresas propias tiene un nivel regular, además de que desarrollan charlas, expo ferias y ponencias que incrementan el espíritu emprendedor. Asimismo, los estudiantes afirmaron que la universidad es quien los motiva a ser emprendedores y que la creación de negocios mejorase el crecimiento profesional. Un resultado valioso es que el financiamiento es la principal limitante para emprender. Concluyen que los universitarios conservan la intención emprendedora, sin embargo, la institución superior no brinda información sobre programas que apoyen al emprendedurismo.

En una investigación realizado por Calla Vásquez et al. (2019) determinaron si la aplicación de un programa en emprendimiento y creación de microempresas influyen en la competitividad académica. Emplearon un estudio aplicado de diseño cuasi experimental transversal con enfoque cuantitativo. Tomaron como población a 1409 individuos del distrito de ATE y aplicando un muestreo no probabilístico tuvieron una muestra de 128. Utilizaron la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento respectivamente para recolectar datos. Después de efectuar el experimento de la aplicación del programa demostraron que el total de la unidad muestral tuvo actitud positiva hacia el emprendimiento considerando pertinente la opinión familiar y de amigos para la creación de negocios; exponiéndose así también el deseo de control (97.7%) y la toma de decisiones (97.7%) para formalizar empresas.

Por otra parte, Escobedo et al. (2020) determinaron el nivel de actividades empresariales y la intención emprendedora en estudiantes universitarios de administración pertenecientes a la Macroregión sur del Perú con el fin de mejorar las capacidades emprendedoras. Emplean el modelo de Schalaegel y Koenig para el estudio de la intención emprendedora, esto aplicando una investigación no experimental cuantitativo de nivel descriptivo-correlacional y la técnica de encuesta sobre una muestra de 295 alumnos. Encontraron que las ideas de negocios se fomentan por las actividades en emprendedurismo, además de la presencia de ferias sobre emprendimientos y la baja participación de los estudiantes en concursos de invenciones y prototipos. Concluyen con Chi cuadrado que las variables se relacionan, no obstante, la deseabilidad que perciben los universitarios tiene relación fuerte con la intención emprendedora.

Un estudio desarrollado por Amador Martínez et al. (2020) evaluó el perfil emprendedor del área empresarial industrial de estudiantes universitarios de México (n=276) y Perú (n=323) mediante la adaptación del Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESS), la cual constó con tres secciones: 1) factores sociodemográficos, 2) antecedentes en emprendedurismo, tradición emprendedora, formación e intención de selección de carrera, y 3) perfil emprendedor (intención emprendedora, actitud, control de comportamiento y normas subjetivas). Llevaron a cabo un estudio cuantitativo de alcance descriptivo y utilizaron la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario online. Demostraron que existe diferencia significativa entre el perfil emprendedor de los universitarios de ambos países (México = 4.32 - Perú= 3.87).

Local

En una investigación realizada por Chávez Paz et al. (2020) determinaron la relación de la inteligencia emocional con la intención emprendedora en alumnos universitarios mediante un estudio correlacional no experimental transversal sobre una muestra no probabilística de 422 estudiantes. Midieron con un cuestionario de encuesta la atención, claridad y reparación emocional a través del TMMS-24; además de seis dimensiones de la intención emprendedora. Utilizaron tablas de frecuencia y porcentajes para encontrar los niveles de intención emprendedora e inteligencia emocional. Hallaron, con la aplicación del coeficiente de Rho de Spearman, relación significativa entre las variables y dimensiones. La inteligencia emocional fue de 68.8% y la intención emprendedora de 70.2%. Concluyeron que en Tarapoto la inteligencia emocional e intención emprendedora son bajas, y que a mayor inteligencia emocional mayor será la intención emprendedora.

2.2. Fundamentos teóricos

Emprendedurismo universitario

Según Audretsch et al. (2020), el emprendedurismo es un tema importante que ha surgido como resultado de la globalización, tanto en la economía como en el sector educativo, y las realidades socioeconómicas que se derivan de ella. El emprendedurismo es polifacético, tanto conceptualmente como por su contexto y dimensiones (Henrekson & Sanandaji, 2020).

En estos últimos años, el emprendedurismo se ha convertido parte integral de las IES, debido a la gran demanda por parte de los gobiernos de países industrializados y en desarrollo, viéndose estas en la necesidad de desempeñar un papel más activo en la contribución al crecimiento y desarrollo económico (Linton & Klinton, 2019).

En este contexto, estas instituciones son idóneas para asumir el compromiso de ayuda y fomento al emprendedurismo; una de sus misiones es la creación de conocimiento científico y tecnológico, es decir, la investigación (Pugh et al., 2018). Es necesario que este conocimiento se redistribuya para así ser capaz de satisfacer demandas y necesidades de la región en donde la institución se emplaza.

Nowiński et al. (2019) manifiestan que esto ha dado lugar a un nuevo concepto para la universidad denominada “Universidad Emprendedora”, que reúne e integra las actividades tradicionales de educación e investigación al tiempo que contribuye al desarrollo económico y social.

Según Wagner et al. (2021), numerosos investigadores han resaltado el impacto que las universidades frente al espíritu empresarial, señalando que estas instituciones tienen un papel estratégico en la aplicación o transferencia del conocimiento científico y tecnológico, atendiendo a los requerimientos sociales de la región en la que se ubican, lo que se denomina “compromiso social universitario”.

Para Hasan et al. (2017), esta nueva mirada a la universidad como emprendedora demanda un rediseño de su estrategia global, a fin de superar los desafíos que plantea su nuevo rol en la sociedad. La difusión y fomentación de la cultura del emprendedurismo dentro de la educación superior y en todos los niveles se muestra como parte esencial de dicha estrategia y en beneficio del aporte económico y social de la universidad de una forma verdaderamente eficaz.

Entonces Fichter & Tiemann (2018), señala que la cultura emprendedora es el resultado de un proceso que brinda a los emprendedores un conjunto de conocimientos y habilidades culturales y tecnológicas que les permitirá comprender la comunidad en la que viven e intentar influir en las acciones de su empresa. Además, esta cultura debe responder rápidamente a los cambios en el entorno que requieren diferentes factores: iniciativa personal, flexibilidad y libertad, creando un entorno que desarrolle la dinámica y la creatividad en las personas.

Ciertamente, las instituciones educativas pueden fomentar u obstaculizar el desarrollo de la cultura empresarial, sin embargo, la cultura emprendedora en la universidad no solo enseña el espíritu emprendedor o el emprendimiento, sino también fomenta el pensamiento creativo y contribuye a la formación integral de los emprendedores (Blankesteyn et al., 2021).

El complejo impacto entre educación y emprendedurismo ocurre cuando se considera una de las necesidades actuales de los jóvenes universitarios que se enfocan en

estándares de educación emprendedora (Morris et al., 2017). González-García et al. (2018) afirman que, la formación y desarrollo de una cultura emprendedora en las universidades no es un proceso lineal, sino un proceso que une conocimiento, incluida la gestión empresarial, la creación y formación de empresas, y también desarrolla de manera importante los factores asociados a ellos.

Teorías del Emprendedurismo desde una visión universitaria

El emprendedurismo, según el Global Entrepreneurship Monitor, es la motivación de un individuo para crear una empresa, incluyendo intentos de volverse auto empleado. A esta definición es oportuno aclarar algunas conceptualizaciones de modelos de emprendedurismo de acuerdo a Autio (2007) citado en Narváez Sandino (2012):

- Joseph Schumpeter manifestó que el emprendedurismo es la toma de riesgos y responsabilidades en el diseño e implementación de una estrategia de negocio.
- Desde el punto de vista de Israel Kirzner, una actividad emprendedora consiste en encontrar una oportunidad de negocio que no esté siendo explotada, a partir de un aprendizaje espontáneo.
- Para Frank Knight asumir incertidumbre deriva a situaciones excepcionales en los que desean emprender, y define tres funciones: 1) liderazgo en cambios e innovación; 2) adaptabilidad a los cambios; y 3) soporte del riesgo generado por eventos fortuitos.
- En cuanto Henrekson manifestó que la actividad del emprendedor puede ser tanto la creación de empresas como respuesta a necesidades; emprendedurismo es una actividad que puede ser productiva, improductiva o destructiva desde una perspectiva social; se puede asumir que los emprendedores esperan generar ganancia; y un individuo crea una empresa por sí misma o en equipo, con la intención de crear nuevas oportunidades económicas e introducir al mercado a pesar de incertidumbre.

Las teorías mencionadas procuran representar las dimensiones del emprendedurismo desde una posición amplia; no obstante, se debe tener en claro los tipos de emprendedores que pueden generarse desde diferentes visiones y alcances:

- a) Intrapreneur: emprendedor que aplica su talento dentro de una organización.
- b) Entrepreneur: aquel que desarrolla su emprendimiento.

Es ineludible reconocer que, dentro de cada empresa creada por un emprendedor, hay un individuo que lo hizo posible, pudiendo ser este un emprendedor económico, social, tecnológico, altruista o político. Por ende, construir las dimensiones del

emprendedurismo universitario, depende la intención de emprendedores que una institución desea forjar, para ello, Narváez Sandino (2012), refiere que la implementación del emprendedurismo en las universidades puede valerse de la siguiente metodología:

- Desarrollar un marco conceptual del emprendedurismo y la cultura emprendedora a partir de la formación de valores, virtudes y actitudes positivas en el emprendedor.
- Definir acciones según los dos tipos de emprendedores y seleccionar en cuál de ellos se hará énfasis.
- Identificar los factores que promueven el espíritu emprendedor.
- Definir mecanismos para seguir y medir el emprendedurismo.
- Promocionar clústeres industriales que motiven el espíritu emprendedor a partir de convenios entre sectores productivos y servicios, sector público y las IES.
- Conocer las iniciativas gubernamentales y el entorno en el que se puede desarrollar emprendimientos.

Sáez & Arroyo Vázquez (2009) señalan que fomentar el Emprendedurismo en una IES dependerá de tres componentes fundamentales: 1) Sensibilización, 2) Investigación y 3) Docencia. Entre las actividades y objetivos de esta propuesta, el primero debe velar por los emprendedores, el personal y las empresas; el segundo se orienta al emprendedurismo, apoyo a empresas e innovación y empresas; y el tercero abarca las acciones de fortalecimiento en habilidad emprendedoras, emprendedurismo y su entorno, y desarrollo de empresas. En este sentido, los comportamientos emprendedores entre los diferentes agentes institucionales son cruciales para el emprendedurismo universitario.

Bajo esta perspectiva, la presente investigación sustenta la medición de indicadores que identifiquen los factores que promueven la intención emprendedora en los estudiantes universitarios y la gesta propia de la institución, para proponer un modelo de emprendedurismo universitario que contemple las acciones o actividades que una IES debe aplicar para promover emprendimientos desde una visión organizacional que cuente con el apoyo de la gestión institucional y se conciba bajo un marco responsable y fundamentado en principios de la cultura emprendedora.

Formación en emprendedurismo

Según Gonzalez-Garcia et al. (2017), fomentar a los emprendedores con proyectos de innovación se ha convertido en una tendencia en muchas universidades. La formación de expertos en diferentes campos del conocimiento, naturalmente, marca la diferencia

en la determinación de los hábitos, actitudes y valores que promueven el desarrollo humano hacia el emprendimiento.

Formarse en emprendimiento según Ding (2017), comprende ser empático, persistente, analítico, resiliente, observador, tener respuestas proactivas, contar con un pensamiento crítico, tomar de decisiones efectivas, ser creativo, identificar, aprovechar y/o crear oportunidades de negocio, tomar riesgos, trabajar en equipo, crear redes, y ser líderes.

Por otro lado, las incubadoras de emprendedores son una buena alternativa para el crecimiento empresarial, ya que se desarrollan y ayudan a crecer nuevos emprendimientos con apoyo externo, sean técnicos o financieros (Campuzano Vásquez et al., 2018). Es un apoyo efectivo ante la presencia de jóvenes visionarios, fomentando la creación de nuevas empresas, generalmente patrocinadas, apoyadas y dirigidas por entidades privadas, gubernamentales o de nivel medio superior, así como asesoría especializada y acceso a factores clave en su trabajo (Mian et al., 2021).

Espinoza Montes (2018), toma en cuenta cinco aspectos fundamentales para conocer la proyección de los planes curricular en la formación en emprendedurismo de diferentes escuelas profesionales en instituciones superiores, estas son:

- Proyección del perfil profesional hacia el emprendimiento.
- Proyección de las asignaturas hacia el emprendimiento.
- Proyección para el desarrollo de competencias del emprendedor.
- Proyección para el desarrollo de aptitudes y actitudes del emprendedor.
- Proyección de aprendizajes de la investigación para el emprendimiento.

Considerando la promulgación de la Ley Universitaria 30220, las IES tienen el reto de implementar políticas orientadas a la formación de profesionales emprendedores, es decir, contribuir al emprendedurismo universitario desde una posición institucional que corrobore con la intención emprendedora de acuerdo a los perfiles, capacidades o habilidades profesionales. Es por ello, que la propuesta del Modelo a formular, concebirá como eje principal, la formación en emprendedurismo, en el que el modelo esté integrado los planes curriculares y sus proyecciones.

Perfil de formadores

San-Martín et al. (2021) señalan que, cuando se trata de una definición de maestro emprendedor, el maestro a menudo se equipará con un individuo entusiasta que no teme romper viejos patrones habituales y es una fuerza impulsora para el cambio. Otra

característica es que el docente emprendedor actúa más como guía que como director y tiene el coraje de dar a sus alumnos la libertad que necesitan para desarrollar sus habilidades emprendedoras.

Es importante destacar que, un formador de emprendedores requiere de características y habilidades específicas integrales para el desarrollo efectivo del proceso de enseñanza-aprendizaje, en consecuencia, en el siguiente enunciado se nombran algunas de las características del docente formador de emprendimiento que, según Pertuz-Peralta et al. (2016), deben resaltar:

- **Conocimiento:** Crea condiciones para el desarrollo de aprendizajes significativos en los estudiantes al transferir direcciones, prácticas, estrategias y recursos pedagógicos desde el proceso reflexivo de la estructura educativa.
- **La enseñanza se centra en el alumno:** Guía al alumno en la autoconstrucción y autodirección del conocimiento, proporciona las bases necesarias y crea espacios de reflexión, crítica, trabajo en equipo y auto-preparación.
- **Promotor del trabajo en grupo:** El equipo acepta a los estudiantes como el contexto más adecuado para su desarrollo, por lo que apoya la solidaridad, la resiliencia, el compromiso de los estudiantes, la motivación, el sentido de responsabilidad, el debate y el análisis.
- **Facilitador:** Contribuye al desarrollo de las habilidades del estudiante a través de la motivación, la orientación y las herramientas para desarrollar eficazmente el proceso de aprendizaje.
- **Problematizador:** Como mecanismo de aprendizaje, crea preguntas o situaciones que estimulan el análisis, la indignación y la capacidad de pensamiento de los estudiantes.
- **Identifica adecuadamente las necesidades de los estudiantes:** Capacidad de desarrollar el proceso de enseñanza de acuerdo con las necesidades y expectativas de los académicos.
- **Trabajan bajo enfoques sistemáticos y sustentables:** Desarrollan el proceso de enseñanza desde un enfoque constante y continuo relacionados con la comunidad local.
- **Planifican el proceso de aprendizaje:** Determina con anterioridad el contenido, los métodos, las estrategias necesarias y los criterios de evaluación del trabajo de los estudiantes y predetermina las metas del proceso de aprendizaje.
- **Evalúan y controlan los procesos y los resultados:** Incluye dentro de la metodología de proceso de enseñanza-aprendizaje, la realización de acciones para verificar los

objetivos propuestos y así asegurar la calidad del proceso y tomar las decisiones de mejora necesarias.

- Capacidad de enseñar en procesos y contextos prácticos (reales) / (Ausencia de clases magistrales): Los procesos de enseñanza-aprendizaje se basan en experiencias y situaciones previas que permiten al alumno construir conocimientos a través de la interacción con el contexto práctico.
- Capacidad de trabajar en equipo: Establece relaciones de cooperación con quienes lo rodean para definir objetivos comunes de manera efectiva.
- Comunicación: Habilidad para comunicar ideas de manera efectiva a los estudiantes.
- Promotor: Fomenta el desarrollo de trabajos y proyectos que el alumno utiliza y pone a prueba sus conocimientos y habilidades.

Motivación

Según Polanco Hernández (2005), la palabra "Motivación", desde una perspectiva conductista, ha sufrido un cambio progresivo, debido a los factores que pueden influir y los diferentes intereses que se presentan por una tarea. Se considera impredecible que el éxito o fracaso son atribuciones que determinan la motivación de un ser humano. No obstante, su estudio es complicado, porque se han generado disímiles de teorías e investigaciones controversiales sobre el tema.

Algunas teorías sobresalientes, citadas en el estudio de (Polanco Hernández, 2005), son de Santos en 1990, quien define motivación al grado de esfuerzo para conseguir metas que se perciben como útiles y significativas; también encontramos a Campanario quien, en el año 2002, afirmó que motivar supone disponer de participación activa hasta lograr propósitos trazados. Bajo un punto de vista histórico, en 1995, Abarca señaló que la motivación es un fenómeno que involucra varios componentes, los cuales pueden aparecer y desaparecer de acuerdo a las circunstancias determinadas por fenómenos culturales, sociales y económicos y, por ende, debe ser tratado de manera particular por cada individuo.

Ahora bien, respecto a la motivación en contextos académicos, al cual podemos relacionar la intención de lograr objetivos profesionales, entre ellas el emprendimiento, objeto del presente estudio, es sumamente compleja, ya que es influenciada por factores individuales que cumplen un propósito en específico. Así, Ausubel (1981) señaló las metas que persiguen los estudiantes como factores motivadores:

- Metas en relación con la tarea: En un contexto universitario, esta meta se relaciona a la posibilidad de desarrollar capacidades o habilidades para elaborar nuevos esquemas de conocimiento que al mismo tiempo incremente el nivel motivacional. Esta meta es lograda cuando el estudiante toma conciencia de que el trabajo ha sido superado y ha contribuido a perfeccionar sus saberes en un tema en específico.
- Metas en relación con el ego: Es una de las metas de la motivación sobresaliente en muchas culturas, frecuentemente, en la occidental. Se enfoca en el éxito de la solución de problemas, que conlleva a un individuo sentirse superior a otros, demostrando a los demás sus capacidades y destrezas.
- Metas en relación con la valoración social: La experiencia de sentirse valorado por la sociedad conduce al individuo a enfrentar la necesidad de ser aceptado y reconocido por sus virtudes. Es un elemento motivacional que orienta al aprovechamiento vertiginoso de oportunidades.
- Metas en relación con la consecución de recompensas externas: Factor que se asocia al logro de una posición social u otros tipos de posibilidades de recompensas.

La motivación surge de forma intrínseca o extrínseca. La primera consiste en que un individuo es motivado por la adquisición de experiencias, más que por los logros o resultados del mismo, lo que ocasiona que el motivo sea por intereses propios de superación. En cambio, la motivación extrínseca, busca la obtención de recompensas, lo cual genera el sesgo de obtener experiencia, y, por ende, los trabajos suelen acarrear frustración y desencanto (Polanco Hernández, 2005).

En cuanto a la formulación de la propuesta del Modelo de emprendedurismo universitario, se tomará en consideración componentes que involucren la motivación intrínseca, para incrementar y motivar la intención emprendedora de los estudiantes, ya que como evidencia la literatura, muy aparte que la meta relacionada a la toma de decisión de emprender es un factor individual, que bien puede ser orientado más no impositivo, la concepción de fomentar el emprendedurismo tiene que valerse en la búsqueda de experiencias y conocimientos emprendedores bajo habilidades particulares.

Gestión institucional

De acuerdo a Alvariño et al. (2000), la gestión es determinante para el cumplimiento de objetivos de calidad de las instituciones, sobre todo en el incremento de la descentralización del proceso de toma de decisiones en los sistemas educacionales. Una buena gestión conlleva al éxito y ello incide en el clima organizacional, las formas

de liderazgo y manejo o administración institucional. De esta forma, se logra el aprovechamiento de los recursos humanos y la periodicidad de gestión, así como, la planificación adecuada de las actividades y la distribución de las tareas, eficiencia administrativa y rendimiento de los recursos materiales.

Siguiendo con Alvariño et al. (2000), mencionan un conjunto de iniciativas desarrolladas por los sistemas institucionales educativos para incidir en la gestión institucional bajo regímenes descentralizados como:

- Amparar procedimientos de acreditación.
- Utilizar incentivos para premiar o sancionar el desempeño de la gestión.
- Mayor exigencia de rendición de cuenta a través de la aplicación de métodos de información como el uso de reportes.
- Evaluar y analizar los procesos inmersos en la gestión institucional como modelo para las escuelas.
- Diseñar mecanismos de participación estudiantil, sociedad social y agentes externos, que generen exigencias y apoyo para el mejoramiento de la gestión.

Estos indicadores han generado la necesidad de que las instituciones cuenten con nuevos modelos e instrumentos de gestión que les permita identificar las capacidades de las unidades o departamentos educacionales que se anexan institucionalmente para producir “valor agregado” a los procesos, tanto de enseñanza y aprendizaje, como de la propia gestión. Esta estrategia posibilita implantar mejoras potenciales que contribuyan a la gestión de calidad institucional.

Desde el punto de vista de Acevedo et al. (2017), para que la gestión institucional sea efectiva, debe impactar en el núcleo pedagógico, es decir, dentro de las aulas. No obstante, a diferencia del involucramiento del docente en el proceso de enseñanza y aprendizaje, tal impacto en el núcleo no corresponde a fenómenos visibles, sino que se encuentran inmersos en relaciones indirectas y mediatizadas entre las siguientes variables basadas en la literatura especializada y consideradas componentes principales de la gestión institucional:

- Aquellas que apuntan a la gestión institucional directa, el cual involucra al director y el monitoreo del proceso de enseñanza y aprendizaje, desde la observación de la forma en que se desenvuelven en el aula y la evaluación de su planeación y ejecución de sesiones.
- El segundo componente de la gestión institucional consiste en buscar la comunicación con los agentes escolares, para que se logren discutir y acordar temas

pedagógicos, especialmente en relación a los inconvenientes o dificultades presentados para lograr sus objetivos profesionales.

- El tercer componente se orienta de forma específica al aspecto organizacional, tales como ascensos de docentes y control de asistencia. Se penetra más en acciones organizacionales administrativas que se fundamentan en la generación y procesamiento de la información.

Teniendo en cuenta estas teorías, se podría afirmar que el emprendedurismo universitario, mediado por la capacidad formadora de las IES, tiene una alta dependencia de la gestión institucional, ya que como se manifiesta en el componente dos de la gestión institucional, se debe orientar modelos que involucren el perfil y habilidades de los estudiantes para su intención emprendedora afianzado a componente motivacionales que se sustenten en los conocimientos teóricos y apoyos técnicos de profesionales. Por ello, se tomará en cuenta regir la formulación del modelo bajo estos estándares, que finalmente robustezcan la calidad institucional según el logro emprendedor.

Intención emprendedora

En primera instancia, el emprendimiento es la capacidad que desarrolla una persona para identificar oportunidades o necesidades, pues esto implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa, mediante habilidades como la creatividad, la visión, exposición al riesgo y la persistencia, siendo la fuerza de voluntad y la intención emprendedora el primer paso para crear e integrar un emprendimiento (Yukongdi & Lopa, 2017).

Miranda et al. (2017) definen al emprendedor como una persona que cuenta con la curiosidad e intención de comenzar un negocio, sin embargo, no solo es aquel que inicia y vende su producto, si no quien posee liderazgo e iniciativa, además de ser una persona dispuesta a aceptar retos.

Las actitudes que un emprendedor posee están relacionadas con la disposición que tiene un ser humano, sus comportamientos, expectativas, intereses, motivación, pasión, voluntad y carácter (Koe, 2016). Turulja et al. (2020) indican que, un emprendedor es aquella persona que es singular, única, creativa, original e irreversible, además de ser autónoma y tiene la libertad de optar, decidir y elegir con responsabilidad. Nowiński & Haddoud (2019) definen al emprendedor como una persona que descubre su vocación y proyecto de vida, está abierto a los demás y se considera trascendente por el impacto que produce.

Por lo general, todos los emprendedores son personas que nunca generan conflicto, son capaces de encontrar solución y no formar parte del problema, así mismo, son emocionalmente inteligentes y poseen valores esenciales como la responsabilidad y el respeto; muchas de sus obras están relacionadas con la fraternidad, la justicia, la tolerancia, la equidad, la asertividad, entre otras (Elali & Al-Yacoub, 2016).

Juliana et al. (2021) señalan que, un emprendedor cuenta con aptitudes académicas y científicas, es decir, tiene conocimientos rigurosos y son capaces de comprender, analizar, concluir y sistematizar sus experiencias exitosas, resultan ser creativos y propositivos, sin embargo, no solo se basa en el conocimiento y comprensión de un emprendedor sobre sus capacidades académicas y científicas, sino en la práctica.

Passaro et al. (2018) indican que, existen características que sobresalen sobre otras en un emprendedor como lo son la autogestión, la proactividad, el protagonismo, el compromiso, la laboriosidad, la productividad, y las capacidades que desarrolla.

- La autogestión: Sucede cuando el individuo no necesita que su entorno le diga que hacer porque él mismo sabe que es lo que tiene que hacer y asume el trabajo.
- La proactividad: Sucede cuando el individuo no necesita recibir órdenes o el control de su tiempo porque éste se organiza anticipadamente, se propone metas y objetivos, además, maneja su tiempo de forma independiente de forma eficiente, eficaz y efectiva.
- El protagonismo: Sucede cuando el individuo sabe cómo actuar y no tiene que pagar para ver actuar a otros.
- El compromiso: Sucede cuando el individuo se compromete consigo mismo, con su trabajo, con la empresa, con su proyecto de vida y con la sociedad, nunca comete fallos porque es una persona comprometedora.
- La laboriosidad: Se manifiesta cuando el individuo posee voluntad, fuerza y carácter en su trabajo, éste no solo trabaja de su talento, sino que incluso aprende cosas que no sabe y se demuestra así mismo que está diseñado para hacer cualquier cosa.
- La productividad: Permite al individuo ser mejor y saber desarrollarse en nuevas cosas, así como sentirse pleno y obtener mejores resultados.
- Capacidades: Predomina el ser empático y el trabajo en equipo con otras personas, así mismo cumple con sus funciones, establece su relación de manera apropiada con los demás y favorece de su talento las carencias que tienen las otras personas.

Es preciso señalar que, el espíritu empresarial es un proceso complejo que involucra varias etapas; donde uno de ellos es la formación de la intención emprendedora, es

decir, la etapa inicial para convertirse en un emprendedor desde la intención de crear una empresa (Miranda et al., 2017).

Karabulut (2016) define la intención como una declaración clara y positiva de un resultado que se desea experimentar, es decir, es una meta o visión que guía las actividades, pensamientos, actitudes y elecciones que influyen en las experiencias reales; además, puede establecerse en cualquier área la vida, ya sea física, mental, emocional o espiritualmente, y éstas requieren de concentración, acción y energía positiva para manifestarse.

Por lo tanto, Entrialgo & Iglesias (2016), la intención emprendedora se concibe como el foco de atención, experiencia y acción para posibilitar la creación de un negocio. De manera complementaria Chipeta & Surujal (2017) definen la intención emprendedora como la acción de las actitudes de un individuo hacia los resultados y su autoeficacia, percepción de deseabilidad y viabilidad para actuar sobre las oportunidades.

Oportunidad de emprendimiento

El emprendedor es una persona creativa, caracterizada por la capacidad de establecer y alcanzar metas, con un alto nivel de control del entorno en el que vive, utilizándolo para identificar oportunidades de negocio (Tseng & Tseng, 2019). Por lo tanto, el emprendimiento es el descubrimiento de negocios por parte de quienes son capaces de aprovechar la oportunidad del entorno para crear nuevas empresas (Majdouline et al., 2020).

Nikolaev et al. (2018) explica que el espíritu emprendedor es la vigilancia constante de las oportunidades ambientales, basada principalmente en las diferencias de percepción de las personas, y explica que el valor más significativo de los emprendedores está en aprovechar las oportunidades que provienen de las deficiencias del mercado como las tecnologías, materias primas, clientes, etc.

Innovación de productos y/o servicios

El concepto de innovación se diversifica dependiendo principalmente de su aplicación. Según Miguez & Lezana (2018), el espíritu empresarial y la innovación son dos constructos estrechamente relacionados que se utilizan principalmente en el entorno empresarial y, aunque estos términos no pueden usarse indistintamente, ambos están relacionados con el mismo concepto. El emprendedor no espera la innovación, ello busca sistemáticamente a través de acciones proactivas (Pauceanu, 2016).

El espíritu empresarial y la innovación desempeñan un papel importante en las actividades económicas, no solo en los países con economías desarrolladas, sino también en países con economías en desarrollo, en consecuencia, la esencia en relación de estos dos términos está en la percepción y el uso de nuevas oportunidades de negocio y creación de nuevas formas de uso de los recursos (Dastourian et al., 2017).

Toms et al. (2020) afirman que, el emprendedor innova mediante la introducción de nuevos productos o mejorando los existentes, a través nuevos métodos de producción, abriendo nuevos mercados, especialmente cuando se trata de nuevos territorios o mercados de exportación, mediante el acceso a materiales o fuentes de semielaborados.

Minafam (2019) indica que existen 3 factores que se han relacionado con el desempeño de la innovación en una empresa:

- **Innovación de producto:** Es un tema vital para cualquier empresa establecida que compite con sus competidores. Como las nuevas tecnologías son desarrolladas y nuestro conocimiento se mejora, la innovación de productos se convierte en una más importante preocupación para las empresas establecidas que se esfuerzan por tener éxito en este mundo competitivo.
- **Innovación de procesos:** Los enfoques de innovación de procesos se utilizan ampliamente en empresas emprendedoras. Realizar mejoras radicales, sustanciales o incluso graduales en los procesos existentes de una manera que esos procesos se vuelven más productivos o rentables es el principal resultado de seguir este enfoque en empresas emprendedoras.
- **Indicadores de tecnología:** Se refiere a implementaciones tecnológicas que pueden ser obtenidas desde las diferentes plataformas mediante herramientas de gestión.

Influencia sociofamiliar

Para Obschonka et al. (2017), el espíritu empresarial comienza cuando un individuo decide iniciar un negocio, no obstante, antes de emprender una nueva empresa, este está expuesto a factores específicos que lo animan a desarrollar una intención empresarial. Es así que cuando se trata de antecedentes o predictores de la intención emprendedora, la literatura reconoce muchos factores, como rasgos cognitivos y psicológicos, apoyo social o informal, soporte formal o estructural, entre otros (Marques et al., 2018).

Teixeira et al. (2018) aluden que el emprendimiento es considerado una realidad cultural por la importante conexión entre el hombre y la historia, basada en los significados que

lo impulsan a superar las visiones objetivistas e instrumentalistas del mundo. Así, la responsabilidad social está relacionada con la educación, ya que es el único medio para lograr el cambio y la transformación de la sociedad (Ndofirepi, 2020). Por tanto, es imprescindible puntualizar el papel trascendental que juegan la familia, la escuela y las instituciones en la construcción del sujeto.

Para Law & Breznik (2017), la formación para el emprendimiento se define no solo por el autoconocimiento, la autodeterminación y la autovaloración de los sujetos emprendedores, sino también del papel que juegan las organizaciones de alto rango o los individuos involucrados en el mundo social y el conocimiento interactivo creado por el emprendedor como posibilidad de comprender el tema en la vida con los demás.

En la Teoría de Redes, Valencia Arias et al. (2016) sintetizan que la función empresarial se desarrolla en una red de relaciones sociales constituida por las relaciones entre empresarios, proveedores clientes, amigos, familiares u otras empresas que puedan formar asociaciones estratégicas para desarrollar nuevos proyectos empresariales.

En este orden de ideas, Kraus et al. (2018) manifiestan que, en sociedades con culturas emprendedoras es más propenso a que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social, ser independientes o seguir los pasos de otros empresarios a los que admiran. Así mismo Marques et al. (2018) afirman que, la familia, el sistema educativo, las empresas con las que trabajaron anteriormente y los medios de comunicación están abordando condiciones que son particularmente influyentes para la cultura e influyen en el desarrollo de la motivación por emprender.

Según Hahn et al. (2020), el emprendedor que crea empresa es afectado por unos factores que condicionan su actividad, tales como los factores fundamentales (antecedentes fruto del contexto familiar, valores personales, experiencias y vivencias de la infancia) y factores precipitantes (rasgos psicológicos, formación y experiencia de trabajo) (Tiwari et al., 2017).

Se considera que la familia es el núcleo de la sociedad, y de ella depende crear miembros que contribuyan al bienestar de la humanidad a través de actividades (Lingappa et al., 2020). Así, en una familia donde la actividad emprendedora se desarrolla satisfactoriamente y se asocia a una situación social (alta), los miembros aprenden la naturaleza del trabajo interactuando con sus maestros que tienen confianza y suelen estar más motivados para triunfar. (Georgescu & Herman, 2020).

Equilibrio laboral personal

Arribas Urrutia (2007) afirma que “la conciliación de la vida personal (independientemente del modelo familiar y de convivencia) y laboral afecta a toda la sociedad” (p. 61). Constituir un adecuado equilibrio laboral personal impacta en el ámbito del equipo humano (interno) y la sociedad (externo), y esto debe velarse en un eje transversal de actuación entre las políticas públicas y/o empresariales.

Teorías organizacionales como la Teoría de la Burocracia, Teoría de la Dirección Científica y Teoría Clásica, han quedado en creencias tradicionales dado a que consideraban que para lograr el éxito laboral era necesario no preocuparse por la vida personal. Así, se creó una nueva terminología en el ámbito organizativo, denominado Equilibrio laboral personal, o también llamado Flexibilidad laboral, en el que se prioriza la motivación y el compromiso de los trabajadores para lograr la eficiencia en los centros laborales. Al promover esta iniciativa, los empleados son capaces de mantener un equilibrio entre sus obligaciones laborales y personales (Arribas Urrutia, 2007).

El beneficio principal del equilibrio laboral personal, según Arribas Urrutia (2007), es la conversión del empleado al ser el único responsable de su tiempo, trabajo o cualquier obligación, ya que genera mayor ímpetu para cumplir sus responsabilidades y desempeñar eficientemente en sus funciones laborales que, a la par, conlleva a las empresas ser más productivos.

Un estudio bibliométrico realizado por Rodríguez & Dabos (2016) sobre la gestión individual entre el equilibrio laboral personal en base a literatura científica justificada, resultó con la sistematización de las variables o dimensiones del equilibrio trabajo-vida, las mismas que han sido el soporte de múltiples estudios del tema tratado. Entre los moderadores de dicho equilibrio se destacan: Situaciones demandantes, Apoyo en el proceso decisorio, Atributos de la personalidad, Gestión de transiciones de rol y Normas sociales en el trabajo. Las consecuencias de la Gestión Individual del equilibrio son las siguientes:

- Desde el nivel organizacional se manifiestan: Procesos de búsqueda y reclutamiento, Acuerdo de empleo y Estabilidad de la relación laboral.
- En cuanto al nivel individual se tiene: Desarrollo de carrera, Intención de permanecer en la organización, Identificación y compromiso con la organización, y Satisfacción laboral.

En vista a lo anterior, el equilibrio laboral personal es un atributo para la correcta gestión estratégica de los recursos humanos en una organización. También es considerado un

mediador para la intención emprendedora, y si lo relacionados a un contexto universitario, se podría percibir que la motivación de los estudiantes para emprender, dependen del equilibrio laboral personal que puedan obtener por sus propias acciones, al percibir mejoras de rentabilidad, estabilidad, toma de decisiones, entre otros. De este modo, el Modelo de emprendedurismo universitario que se pretende formular deberá involucrar componentes internos que atribuyan al éxito de la intención emprendedora a partir de la persecución del equilibrio laboral personal.

Situación motivadora

La evolución de la intención emprendedora ha estado dirigida también en otras direcciones, registrándose una evolución desde los enfoques y autores que intentan definir el concepto del emprendedor con respecto a los aspectos relevantes de su personalidad, así como los factores económicos, culturales y sociales determinados todos por un enfoque situacional (Fragoso et al., 2020).

Desde esta perspectiva Nguyen (2018) señala que, al observar la literatura sobre la intención emprendedora, existe un número creciente de estudios, sin embargo, en su estudio menciona algunos modelos dominantes de intención emprendedora son el de Shapero y Sokol con su Modelo del Evento Empresarial y el de Ajzen con su Teoría del Comportamiento Planificado que se describirán a continuación:

Modelo del Evento Empresarial: Fue el primer modelo aplicado en el campo de la intención empresarial y propuesta por Shapero & Sokol (1982) quienes toman la creación de empresas como resultado de interacciones entre factores contextuales, que actuarían a través de su influencia en las percepciones de un individuo. Así mismo, enumera tres dimensiones que determinan la intención empresarial: la percepción de deseabilidad (percepción que tiene una persona sobre qué pensará su entorno acerca de la oportunidad de crear una empresa), la percepción de viabilidad (habilidad de la persona para ejercer eficazmente una conducta emprendedora) y la propensión a ejecutar ante nuevas alternativas (factor precipitador que induce a la persona a crear una empresa) (Tran & Von Korfflesch, 2016).

Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP): Es la teoría más estudiada y utilizada en investigaciones sobre la conducta emprendedora y fue propuesta por Ajzen (1991). Este modelo sustenta en que todo comportamiento necesita cierto grado de planificación que sea capaz de anticipar la intención de realizar dicho comportamiento.

Tran & Von Korfflesch (2016) argumentan que las intenciones de comportamiento de los individuos y los comportamientos reales están moldeadas por las actitudes de los individuos hacia el comportamiento, las normas subjetivas y su control conductual percibido, descritas por García-Rodríguez et al. (2017) a continuación:

- Actitudes hacia un determinado comportamiento: Refiere al grado en que los individuos tienen una evaluación personal positiva o negativa de sí mismos.
- Normas subjetivas: Refleja la percepción del grado de acuerdo o no por parte de familiares, amigos y otras personas de referencia respecto a la decisión de adoptar una determinada conducta.
- Control del comportamiento percibido: Representa la facilidad o dificultad percibida para controlar ese comportamiento. Este concepto engloba tanto la capacidad de auto percepción como el grado de control percibido.

Por tanto, cuanto más favorable sea la actitud hacia la conducta y la norma subjetiva, más fuerte será la intención de la persona a realizar dicho comportamiento, dada una percepción proporcionalmente y el intenso control de comportamiento personal (Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

2.3. Definición de términos básicos

Emprendimiento. Yukongdi & Lopa (2017) refiere a la capacidad que un individuo desarrolla con el fin de identificar necesidades o oportunidades, pues esto implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa acompañada de habilidades.

Universidad. Moreno López & Venceslao Puevo (2016) definen la Universidad como centros de educación superior dividida en facultades que poseen dos funciones principales: impartir instrucción sobre asuntos de importancia intelectual y realizar investigaciones sobre esos mismos asuntos.

Espíritu emprendedor. Según Guzman & Kacperczyk (2019) el espíritu emprendedor es la motivación y la capacidad que tiene una persona, capaz de solucionar problemas de manera innovadora adaptándose a los cambios, afrontando los riesgos y manteniendo un pensamiento crítico.

Cultura emprendedora. Es el resultado de un proceso que brinda a los emprendedores un conjunto de conocimientos y habilidades culturales y tecnológicas que les permitirá comprender la comunidad en la que viven e intentar influir en las acciones de su empresa (Fichter & Tiemann, 2018).

Gestión institucional. Se entiende por gestión institucional al conjunto de políticas y mecanismos encaminados a organizar las acciones y metas de la institución y los recursos materiales, humanos y financieros en función de las metas y objetivos declarados. (Bernasconi & Rodríguez, 2018).

Formador. Iriarte-Pupo (2020) explica que un formador es aquella persona que tiene la inteligencia para transmitir sabiamente sus conocimientos a los demás para que aquellos receptores puedan despertar, descubrir y aprender nuevas habilidades o conocimientos, y estos permanezcan en integrado a ellos.

Innovación. Para Kahn (2018) la innovación es el motor que transforma las ideas en valor, su objetivo principal es incrementar la productividad y competitividad de empresa a través de la invención de nuevos productos.

Empresa. Narkunienė & Ulbinaitė (2018) conceptualizan la empresa como un ente socioeconómico integrado por elementos humanos, tecnológicos y materiales, cuyo fin es obtener ganancias mediante la provisión de bienes y servicios a sus clientes.

TIC. También llamado Tecnologías de Información y Comunicación, hace referencia a los recursos y herramientas empleadas para gestionar información. El propósito principal es garantizar la comunicación entre las personas a través de elementos tecnológicos (hardware y software), permitiendo el desarrollo y surgimiento de una sociedad.

Google Forms. Es un producto de la compañía de Google que brinda herramientas para formular encuestas virtuales. Ofrece configuraciones para adecuar cuestionarios a diferentes formatos y estilos. Actualmente, es muy utilitario en el proceso investigativo por brindar facilidad en la elaboración de encuestas y por generar reportes basados en dashboard y hojas de cálculo en excel.

Validación. Cumple el propósito de verificar si un proceso, método, estrategia, protocolo o cualquier procedimiento formulado en fases, desempeña el objetivo de lograr su cometido, así como, las especificaciones preestablecidas, es decir, la validación es el proceso de revisar la factibilidad y/o viabilidad de un procedimiento.

CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1 Contexto de la investigación

El estudio se desarrolló en la Universidad Nacional de San Martín, creada por Decreto Ley N°22803 el 18 de diciembre de 1979, en el gobierno del Presidente de la República, General de División Ejército Peruano Francisco Morales Bermúdez Cerruti. Actualmente, la institución cuenta con 10 facultades y 20 carreras profesionales, ofertando un abanico de especialidades que forman profesionales con capacidad y habilidad investigativa y humanística a favor de la sociedad.

3.1.2 Periodo de ejecución

La investigación se ejecutó en un periodo de 14 meses, desde noviembre del 2021 hasta enero del 2023.

3.1.3 Autorizaciones y permisos

Para aplicar las encuestas, se coordinó los permisos de autorización correspondiente con los docentes de los tres últimos ciclos de las diferentes carreras profesionales de la Universidad Nacional de San Martín; asimismo, se presentó una declaración a los encuestados solicitándoles su participación voluntaria.

3.1.4 Control ambiental y protocolos de bioseguridad

La investigación no efectuó experimentos que involucrarse el medio ambiente o seres humanos.

3.1.5 Aplicación de principios éticos internacionales

Se consideraron los siguientes principios éticos internacionales: a) Respeto por las personas, al considerar la participación voluntaria de los encuestados; b) Beneficencia, porque los resultados del estudio aportarán a la gestión institucional universitaria para incrementar la intención emprendedora de los universitarios; y c) Justicia, ya que se demuestran los resultados obtenidos sin manipulación o fabricación de datos.

3.2. Sistema de variables

3.2.1 Variables principales

- Variable teórica: Modelo de emprendedurismo universitario
- Variable dependiente: Intención emprendedora

Tabla 1.

Descripción de variables por objetivos específicos

Objetivo específico N° 1: Identificar las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Modelo de emprendedurismo universitario	Formación en emprendedurismo	Cuestionario	Ordinal 1=Muy de acuerdo
	Perfil de formadores académicos		2=En desacuerdo
	Gestión institucional de emprendedurismo universitario		3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5= Muy de acuerdo
Objetivo específico N° 2: Identificar los niveles de los indicadores de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Intención emprendedora	Oportunidad de emprendimiento	Cuestionario	Ordinal 1=Muy de acuerdo
	Influencia sociofamiliar		2=En desacuerdo
	Equilibrio laboral-personal		3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	Situación motivadora		4=De acuerdo 5= Muy de acuerdo
Objetivo específico N° 3: Medir la relación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Relación de variables	Modelo de emprendedurismo universitario Intención emprendedora	Prueba de correlación	Numérico
Objetivo específico N° 4: Diseñar y proponer un modelo de emprendedurismo universitario que incremente la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Propuesta de modelo de emprendedurismo universitario	Definición de premisas	Cuestionario	Ordinal C1=Inadecuado C2=Poco adecuado C3=Adecuado C4=Bastante adecuado C5= Muy adecuado
	Importancia de los componentes		
	Fundamentación de componentes		
	Argumentos de la organización		
	Relevancia del componente teórico		
	Coherencia entre los componentes		
Importancia de la normatividad			
Importancia de los contenidos			

3.2.2 Variables secundarias

No corresponde.

3.3 Procedimientos de la investigación

a) Tipo y nivel de investigación

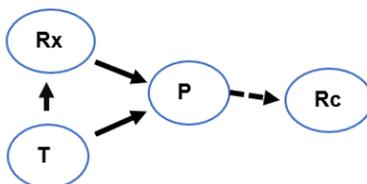
La investigación fue de enfoque mixto, ya que, según Hernández Sampieri et al. (2014), permite lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno que se pretende estudiar, esto a partir de dos etapas, la primera cuantitativa, para hacer el diagnóstico de la realidad y la segunda cualitativa, para elaborar una propuesta. Al utilizar ambos métodos, la credibilidad de los resultados y procedimientos son reforzados y su aplicación en estudios tiene mayor potencialidad de uso.

Se aplicó un nivel de investigación descriptivo, ya que se describió la realidad de la intención emprendedora en estudiantes y la forma de cómo se gesta el emprendedurismo universitario, para luego proponer un modelo de la misma basado en factores o componentes pertinentes, que, si bien, por el propio diseño no fue aplicada, sin embargo, debe ser probada con su implementación en futuros estudios.

b) Diseño de investigación

Se asumió un diseño no experimental transversal correlacional de alcance descriptivo-propositivo puesto que, según Pimienta & de la Orden (2017), el investigador está limitado a la acción de manipular las variables por ende las condiciones de medida de sus niveles mantendrán sus atribuciones intactas; transversal porque los datos se recopilaban en un periodo único y descriptivo-propositivo porque se buscó describir la realidad de un fenómeno y proponer un modelo que si se aplica produzca cambios.

De acuerdo al modelo metodológico propuesto, el esquema del diseño fue:



Dónde: **Rx** = Diagnóstico de la realidad (etapa cuantitativa); **T** = Estudios teóricos; **P** = Modelo de emprendedurismo universitario (etapa cualitativa); **Rc** = Realidad cambiada

c) Población y muestra

Población: Se conformó por los estudiantes matriculados en los tres últimos ciclos de las 20 carreras profesionales que integran las 10 facultades de la Universidad Nacional de San Martín durante el semestre 2021-II que, según lo reportado por la oficina de asunto académicos, fueron 1481 alumnos.

Tipo de muestreo: Se aplicó el muestreo estratificado proporcional sobre una muestra “x” obtenido del cálculo representativo de la población mediante la fórmula de muestreo para una población finita a un nivel de confianza del 95% y un 5% de margen de error. La muestra se distribuirá según la tabla 3.

Tamaño de muestra: Primero calculamos la unidad muestral representativa del estudio mediante la técnica del muestreo para una población finita:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza = 1,96

p: Probabilidad de aciertos o éxito = 0,5

q: Probabilidad de desaciertos o fracaso = 0,5

N: Tamaño de la población = 1481

E: Nivel de precisión para generalizar los resultados = 0.05

Así obtuvimos:

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 1481}{0.0025 * 1480 + 0.9604} \quad n = \frac{1\ 505.9072}{4.88} = 305$$

La muestra de la investigación se conformó por 305 estudiantes de la UNSM. Ahora, encontramos la distribución de los individuos aplicando el tipo de muestreo estratificado proporcional (ver Tabla 2, siguiente página):

Tabla 2
Distribución de la muestra estratificada

Facultad	Escuela	Ciclo	Población	Muestra
Ciencias Agrarias	Agronomía	8	18	4
		9	43	9
		10	29	6
	Veterinaria	8	6	1
		9	9	2
		10	9	2
Ciencias de la Salud	Enfermería	8	41	8
		9	15	3
		10	12	2
	Obstetricia	8	33	7
		9	14	3
		10	14	3
Ingeniería Agroindustrial	Ingeniería Agroindustrial	8	37	8
		9	41	8
		10	25	5
Ingeniería Civil y Arquitectura	Ingeniería Civil	8	32	7
		9	18	4
		10	18	4
	Arquitectura	8	18	4
		9	29	6
		10	22	5
Ingeniería de Sistemas e Informática	Ingeniería de Sistemas e Informática	8	28	6
		9	32	7
		10	35	7
Ecología	Ingeniería Ambiental	8	24	5
		9	30	6
		10	23	5
	Ingeniería Sanitaria	8	29	6
		9	35	7
		10	18	4
Derecho y Ciencias Políticas	Derecho	10	33	7
		11	23	5
		12	23	5
Medicina Humana	Medicina Humana	10	37	8
		11	40	8
		12	20	4
Ciencias Económicas	Administración	8	29	6
		9	35	7
		10	23	5
	Contabilidad	8	54	11
		9	67	14
		10	66	14
	Economía	8	31	6
		9	29	6
		10	32	7
	Turismo	8	10	2
		9	14	3
		10	13	3
Educación y Humanidades	Educación Inicial	8	9	2
		9	25	5
		10	23	5
	Educación Primaria	8	7	1
		9	11	2
		10	12	2
	Educación Secundaria	8	5	1
		9	27	6
		10	3	1
	Idiomas	8	7	1
		9	16	3
		10	20	4
		Total	1481	x = 305

Criterios de inclusión y exclusión:

En toda investigación científica es pertinente aplicar criterios de selección de la muestra considerando las características o particularidad semejantes de la unidad de análisis. Es así que, a continuación, se presentan los criterios que fueron tomados en cuenta:

Criterios de inclusión

- Estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional de San Martín que cursaron los tres últimos ciclos de su carrera profesional.
- Estudiantes universitarios matriculados en el semestre académico 2021-II.
- Estudiantes universitarios con predisposición de participar en el estudio.

Criterios de exclusión

- Estudiantes de posgrado de la Universidad Nacional de San Martín.
- Estudiantes universitarios no matriculados en el semestre académico 2021-II.
- Estudiantes que no aceptaron participar en el estudio.

d) Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: Se empleó el análisis documental para la consolidación del estado arte. Para ello, se efectuó una búsqueda en base de datos académicos-científicos de artículos u otro tipo de fuentes científicas publicados en revistas tanto en idioma español e inglés. Después, se analizaron críticamente para así referenciar información pertinente. Se prestó mayor interés a los documentos con valor teórico que estipula las variables identificadas.

Para fines del estudio se utilizó la técnica de la encuesta, a lo cual Arias (2006) sostiene que es una estrategia, sea oral o escrita, con el propósito de obtener información de un grupo o muestra determinado de individuos. Cabe aclarar que esta técnica recoge opinión directa, sin embargo, dado las circunstancias de la pandemia COVID-19 y los constantes rebotes generados, en el presente estudio se aplicó de forma online a través de formularios de Google Forms.

Instrumentos: Se aplicó el instrumento de fichaje para la técnica del análisis documental y apoyado del software bibliográfico Mendeley, se gestionó la información científica. Esta herramienta tecnológica permitió automatizar las citas y referencias bibliográficas, garantizando el cumplimiento de criterios bibliográficos.

En cuanto al instrumento para la técnica de la encuesta se utilizó el cuestionario. Según Arias (2006), los instrumentos son recursos indispensables en toda investigación

científica que permiten obtener, registrar y recolectar datos en formatos físicos o digitales cuyas respuestas suministradas están bajo una estructura establecida. Así, para el presente estudio se aplicaron los siguientes instrumentos:

1. Encuesta para evaluar la intención emprendedora en estudiantes universitarios, que constó de 26 reactivos dimensionados en cuatro dimensiones: Oportunidad de emprendimiento con cinco ítems, Influencia sociofamiliar con ocho ítems, Equilibrio laboral-personal con siete ítems y Situación motivadora con seis ítems.

2. Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM, que constó de 23 reactivos dimensionados en tres dimensiones: Formación en emprendedurismo con nueve ítems, Perfil de formadores académicos con cinco ítems y Gestión institucional de emprendedurismo universitario con nueve ítems.

Ambos instrumentos tuvieron una escala valorativa tipo Likert de 1 a 5, donde 1) Muy en desacuerdo, 2) En desacuerdo, 3) Ni en acuerdo ni desacuerdo, 4) De acuerdo y 5) Muy de acuerdo.

Validez: Los instrumentos de recolección de datos fueron validados por jueces expertos o test de Delphi. Con este método se evaluó el constructo de los cuestionarios diseñados, a través de 10 criterios y con una escala de valoración tipo Likert de 1 a 5. Cabe precisar que los jueces seleccionados fueron expertos en el tema de gestión empresarial, gestión universitaria, gestión pública o gobernabilidad con grado de doctor.

De acuerdo a lo mencionado, en el Anexo 4. Informe de validación de instrumentos, se presenta la validez de los instrumentos, en el cual se obtuvo para ambas variables, teórica: Modelo de emprendedurismo universitario y práctica: Intención emprendedora, un promedio equivalente a 4,9; lo que indica que tuvieron alta validez y cumplieron las condiciones metodológicas para ser aplicadas.

Confiabilidad: Se efectuó el análisis de confiabilidad a nivel de variable con el programa estadístico SPSS sobre una consolidación de datos de una prueba piloto que se aplicó a un grupo de individuos con las mismas características de la unidad muestral. Por la naturaleza de la escala de medición de las variables se empleó el estadístico de Alpha de Crombach, el mismo presenta valores que oscilan entre 0 y 1, y mientras el resultado obtenido sea más cercano a 1 mayor confiabilidad reflejará.

A continuación, se presenta una tabla diseñada por Corral (2009), donde se puede visualizar tanto la escala para interpretar el resultado obtenido como la magnitud de confiabilidad que se puede obtener.

Tabla 3
Magnitud de la confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Tomado de Corral (2009)

Según lo indicado, en el Anexo. 5 Análisis de confiabilidad, se muestra el proceso llevado a cabo para la prueba de confiabilidad de los instrumentos, la misma que se aplicó a través de una prueba piloto a 20 individuos, teniendo como resultado 0,95 y 0,97 para la variable práctica: Intención emprendedora y teórica: Modelo de emprendedurismo universitario, respectivamente; ambos al ser superior a 0,81, resultaron altamente confiables para su aplicación.

e) Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Ya que los cuestionarios fueron aplicados de forma online, los datos recopilados se exportaron a Excel y se realizaron las transformaciones según escala valorativa tipo Likert, categorizando las dimensiones y variables según la Tabla 4. Posteriormente, fueron importados en el programa estadístico SPSS versión 26, donde se procesaron en función de frecuencias y se generaron tablas y figuras. Por otra parte, se realizó el análisis inferencial aplicando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para datos categóricos-ordinales.

Tabla 4
Baremos por dimensión y variable

Variable/Dimensión	Baremos		
	Min	Max	Nivel
Modelo de emprendedurismo universitario	23	53	Bajo
	54	83	Regular
	84	115	Alto
Formación en emprendedurismo	9	20	Bajo
	21	32	Regular
	33	45	Alto
Perfil de formadores académicos	5	11	Bajo
	12	18	Regular
	19	25	Alto
Gestión institucional de emprendedurismo universitario	9	20	Bajo
	21	32	Regular
	33	45	Alto
Intención emprendedora	26	60	Bajo
	61	95	Regular
	96	130	Alto
Oportunidad de emprendimiento	5	11	Bajo
	12	18	Regular
	19	25	Alto
Influencia sociofamiliar	8	18	Bajo
	19	29	Regular
	30	40	Alto
Equilibrio laboral-personal	7	15	Bajo
	16	24	Regular
	25	35	Alto
Situación motivadora	6	13	Bajo
	14	21	Regular
	22	30	Alto

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultado específico 1: Identificar las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM

En la Tabla 5 se evidencia que la formación en emprendedurismo gestado en la UNSM fue percibida como regular por el 59,7% de encuestados, seguido de bueno (28,5%) y malo (11,8%). En cuanto al perfil de los formadores académicos, 48,5% manifestaron que es bueno, seguido de regular (45,6%) y malo (5,9%). Asimismo, la gestión institucional de emprendedurismo universitario fue percibida como regular por el 48,2%, seguido de bueno (40,0%) y malo (11,8%).

Tabla 5

Características del modelo de emprendedurismo universitario

Dimensiones	Nivel de percepción					
	Malo		Regular		Bueno	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Formación en emprendedurismo	36	11,8%	182	59,7%	87	28,5%
Perfil de formadores académicos	18	5,9%	139	45,6%	148	48,5%
Gestión institucional de emprendedurismo universitario	36	11,8%	147	48,2%	122	40,0%

La Figura 1 muestra el panorama general del modelo de emprendedurismo universitario gestado por la UNSM, donde prevaleció una percepción de regular por el 56,1% de encuestados, bueno por el 32,1% y malo por el 11,8%.

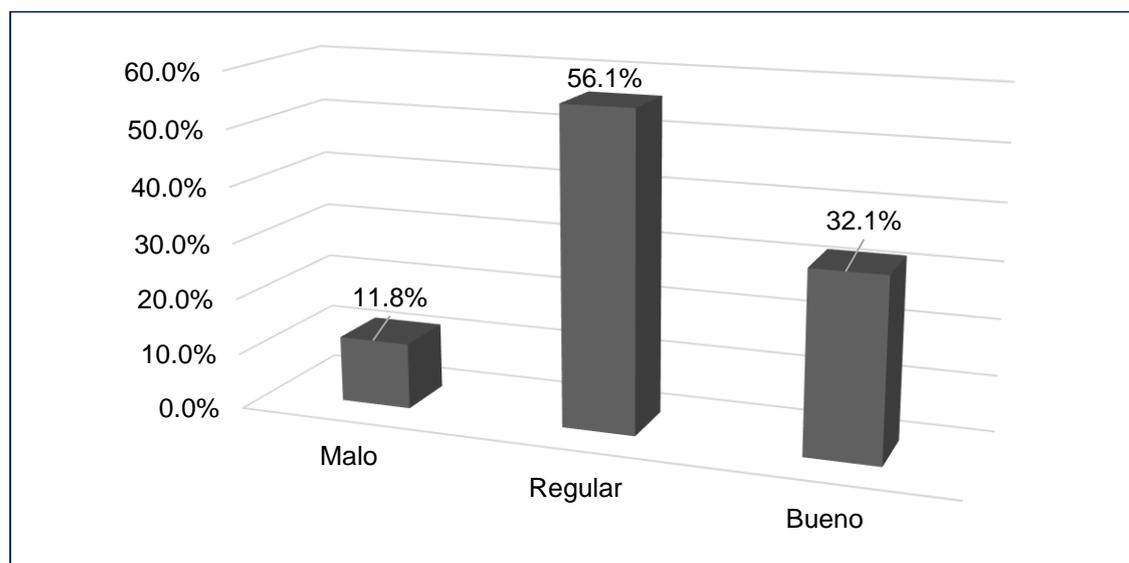


Figura 1. Nivel de emprendedurismo universitario en la UNSM

Los hallazgos permiten inferir que los estudiantes de la UNSM carecen de formación en emprendedurismo que los incentive y motive a emprender negocios, pues el apoyo al ímpetu y sensibilidad para forjar un sentido empresarial es regular (56,1%), también porque se identifica pocas capacitaciones y brechas de información sobre políticas y acceso a financiamientos para consolidar emprendimientos. Realidad contraria a lo reportado por Merino Núñez & Quiroz Veliz (2017) en la Universidad Señor de Sipán, donde alumnos de VIII (10%), IX (10,43%) y X (5,22%) afirmaron que se incentiva al espíritu emprendedor mediante charlas, expo ferias y conferencias; sin embargo, hay coincidencia al señalar que la mayor dificultad para emprender es el financiamiento y los trámites.

Respecto al perfil de los formadores académicos, existe una posición casi equivalente entre regular (45,6%) y bueno (48,5%); por lo que se infiere que gran parte de docentes de la UNSM que dictan asignaturas relacionadas a emprendimiento tienen regular experiencia empresarial, así como dominio de enseñanza, o disponen de tiempo limitado para orientar o resolver dudas. En este sentido, Wang et al. (2021) sostienen que en las instituciones se escatima formadores con experiencia o perfil empresarial que se involucren en el emprendedurismo académico, afectando la intención emprendedora de los universitarios que impide el logro de habilidades y capacidades esenciales para iniciar y formalizar emprendimientos (Bravo Bravo et al., 2021).

Ahora, la gestión institucional de emprendedurismo universitario en la UNSM, también reportó un nivel regular (48,2%) debido a que los encuestados perciben baja articulación de los currículos o planes de estudio con temáticas de emprendimiento, muy poco se emplea mecanismos para apoyar el perfil emprendedor y se identifica regular apoyo tecnológico, económico o político al emprendedurismo académico. Hallazgos que coinciden con Merino Núñez & Quiroz Veliz (2017) al manifestar que la deficiente formación empresarial se origina por temáticas inapropiadas de emprendedurismo en los currículos de las carreras profesionales; así como, por el ineficiente apoyo económico o político y la ausencia de ferias de emprendimientos que desmotivan la intención emprendedora de los universitarios (Escobedo et al., 2020).

Según los resultados, se rechaza la hipótesis específica H₁: Las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM aporta al incremento de la intención emprendedora; ya que de acuerdo a la Figura 1, el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM es regular, por tanto, no se aporta satisfactoriamente al incremento de la intención emprendedora de los universitarios.

4.2 Resultado específico 2: Identificar los niveles de los indicadores de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.

En la Tabla 6 se aprecia que los estudiantes de la UNSM reportaron una alta intención emprendedora de acuerdo a las dimensiones de oportunidad de emprendimiento (63,6%), influencia sociofamiliar (63,3%), equilibrio laboral-personal (73,4%) y situación motivadora (56,4%). Asimismo, se percibe muy pocos universitarios con baja y regular intención emprendedora, ya que los datos estadísticos reportan una tendencia de alta intención emprendedora.

Tabla 6

Niveles de la intención emprendedora por dimensiones

Dimensiones	Nivel de percepción					
	Baja		Regular		Alta	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Oportunidad de emprendimiento	13	4,3%	98	32,1%	194	63,6%
Influencia sociofamiliar	16	5,2%	96	31,5%	193	63,3%
Equilibrio laboral-personal	20	6,6%	61	20,0%	224	73,4%
Situación motivadora	23	7,5%	110	36,1%	172	56,4%

En la Figura 2 se evidencia el panorama general de la intención emprendedora de los estudiantes de los tres últimos ciclos de la UNSM, donde prevaleció una alta intención emprendedora 59,6%, aunque, por otra parte, también se reportó regular intención 36,1%, y un mínimo porcentaje manifestaron baja intención 4,3%. Esta realidad permite inferir que gran parte de los universitarios tienen intención y motivación emprendedora para – a partir de sus habilidades y capacidades – generar emprendimientos que mejoren sus condiciones socioeconómicas.

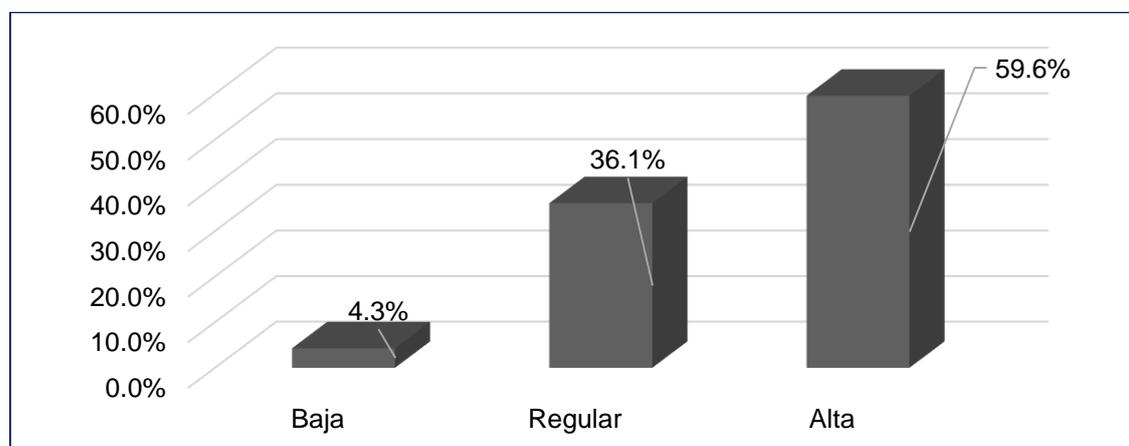


Figura 2. Nivel de intención emprendedora en la UNSM

La dimensión que presentó mayor percepción de intención emprendedora fue el equilibrio laboral-personal (73,4%), reflejando que los estudiantes de la UNSM intentarían emprender para obtener estabilidad, rentabilidad, beneficios sociales, mejorar su calidad de vida, dependencia salarial y/o dirección propia; resultados que coinciden con lo expuesto por Galvez Albarracin et al. (2020), quienes manifestaron que la intención emprendedora de estudiantes colombianos de administración y contaduría está ligada a la seguridad familiar y personal ($m=4,56$), recompensas personales ($m=4,50$), independencia ($m=4,45$), y otros factores de equilibrio laboral-personal.

La oportunidad de emprendimiento fue la segunda dimensión en presentar alto índice de intención emprendedora (63,6%), la misma que se basa en la percepción de emprender para brindar servicios o productos innovadores, oportunidad del mercado, competitividad, adopción de tecnologías y disponibilidad de recursos económicos; hallazgos que se asemejan a lo reportado por Lloja Rengifo et al. (2021) , quienes encontraron que la intención emprendedora de universitarios de la ciudad de Tarapoto está determinado por las altas facilidades externas (68%), regulares capacidades blandas (56%) y regulares relaciones humanas (54%), como contar con habilidades para identificar oportunidades de negocios, tener habilidad de liderazgo, capacidad de adaptación, comunicación, etc.

Como tercera dimensión que favorece la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM está la influencia socio-familiar (63,3%), es decir, los universitarios estarían dispuestos a emprender porque su entorno social o familiar incide en el establecimiento de negocios propios, cuentan con apoyo familiar, experiencia laboral, conocimientos administrativos y otros indicadores que garantizarían un emprendimiento exitoso. Por su parte, Contreras Cueva et al. (2020) reportaron resultados semejantes al presente, ya que las ventajas (aprovechamiento de conocimientos adquiridos en la universidad, creación y oferta de productos novedosos, control e inversión propia, etc.) para emprender tiene influencia positiva y directa (0,481) sobre la actitud emprendedora de los universitarios, que a su vez influye positivamente en la intención emprendedora.

Finalmente, la situación motivadora es el último factor que condiciona la alta intención emprendedora (56,4%), que incluye la superación personal, reconocimientos, brindar empleo y/o desarrollo social; resultados que también se percibieron en el estudio de Galvez Albarracin et al. (2020), donde los universitarios tienen intención emprendedora por motivos de inversión y obtención de un patrimonio personal ($m=4,45$) y cumplir sus sueños ($m=4,41$).

En base a los resultados, es posible aceptar la hipótesis específica H₂: Los niveles de los indicadores identificados de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM son altos.

4.3 Resultado específico 3: Medir la relación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.

La Tabla 7 muestra que la dimensión formación en emprendedurismo tiene relación positiva muy baja ($Rho=0,014$) con la intención emprendedora, sin embargo, el p-valor (0,811) es superior a 0,05; por lo que se confirma la nula correlación. Por otra parte, el perfil de formadores académicos si presentó correlación con la intención emprendedora ($p\text{-valor}<0,05$), aunque se percibe una relación positiva muy baja ($Rho=0,140$); del mismo modo que ocurre con la gestión institucional del emprendedurismo universitario ($Rho=0,134$). Es posible también afirmar la correlación positiva moderada entre las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario a un nivel de confianza del 99%.

Tabla 7

Correlación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora

		Formación en emprendedurismo	Perfil de formadores académicos	Gestión institucional de emprendedurismo universitario	Intención emprendedora	
Rho de Spearman	Formación en emprendedurismo	Coefficiente de correlación	1.000	,513**	,660**	0.014
		Sig. (bilateral)		0.000	0.000	0.811
		N	305	305	305	305
	Perfil de formadores académicos	Coefficiente de correlación	,513**	1.000	,613**	,140*
		Sig. (bilateral)	0.000		0.000	0.014
		N	305	305	305	305
	Gestión institucional de emprendedurismo universitario	Coefficiente de correlación	,660**	,613**	1.000	,134*
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000		0.020
		N	305	305	305	305
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	0.014	,140*	,134*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.811	0.014	0.020	
		N	305	305	305	305

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Los resultados evidencian que la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM no está condicionada por la formación en emprendedurismo, pero guarda cierta relación positiva baja con el perfil de los formadores académicos y la gestión institucional de emprendedurismo universitario; por lo que a mejor se conciba el perfil de formadores y la gestión institucional, mejor será la intención emprendedora de los estudiantes.

Al analizar la relación entre las variables estudiadas (Tabla 8), se identificó la correlación positiva muy baja ($p\text{-valor} < 0,05$, $Rho = 0,131$) a un nivel de confianza del 95%. Esta condición se debe a las percepciones bajas (11,8%) y regulares (56,1%) sobre la gesta institucional de la UNSM respecto al emprendedurismo universitario, el mismo que no estaría repercutiendo efectivamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes.

Tabla 8

Correlación entre el modelo de emprendedurismo universitario y la intención emprendedora

			Modelo de emprendedurismo universitario	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Modelo de emprendedurismo universitario	Coeficiente de correlación	1,000	,131*
		Sig. (bilateral)	.	,022
		N	305	305
	Intención emprendedora	Coeficiente de correlación	,131*	1,000
		Sig. (bilateral)	,022	.
		N	305	305

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Realidad semejante fue evidenciado por Vélez et al. (2020), quienes indicaron que la educación emprendedora tiene incidencia relativamente baja en la intención emprendedora universitaria, pero no es significativa; las variables que sí mostraron incidencia fueron la conveniencia y viabilidad por emprender; por ello, los autores manifiestan que dictar cursos de educación emprendedora fortalecería las habilidades y competencias emprendedoras de los estudiantes, siendo importante plantear estrategias institucionales que apunten a incrementar la intención emprendedora en el contexto universitario.

Por su parte, Borja et al. (2020) sostienen que el emprendimiento y la educación deben concebir una estrecha relación, donde las instituciones de diferentes niveles impartan enseñanzas abarcando los ámbitos económicos, sociales e institucionales, a partir de mallas curriculares que maticen la formación emprendedora valiéndose de las capacidades, destrezas y habilidades. En este sentido, los resultados reportados en la presente, demuestran la nula relación entre la formación en emprendimiento con la intención emprendedora de los universitarios, reflejando la necesidad de reformular o proponer mejoras en la gestión académica universitaria.

Bajo estas premisas, la hipótesis H₃: Las variables del modelo de emprendedurismo universitario guardan relación con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM, resulta aceptable, sin embargo, de halló nula relación con la dimensión formación en emprendimiento y muy baja relación con las dimensiones restantes.

4.4 Resultado específico 4: Diseñar y proponer un modelo de emprendedurismo universitario que incremente la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.

4.4.1. Representación gráfica

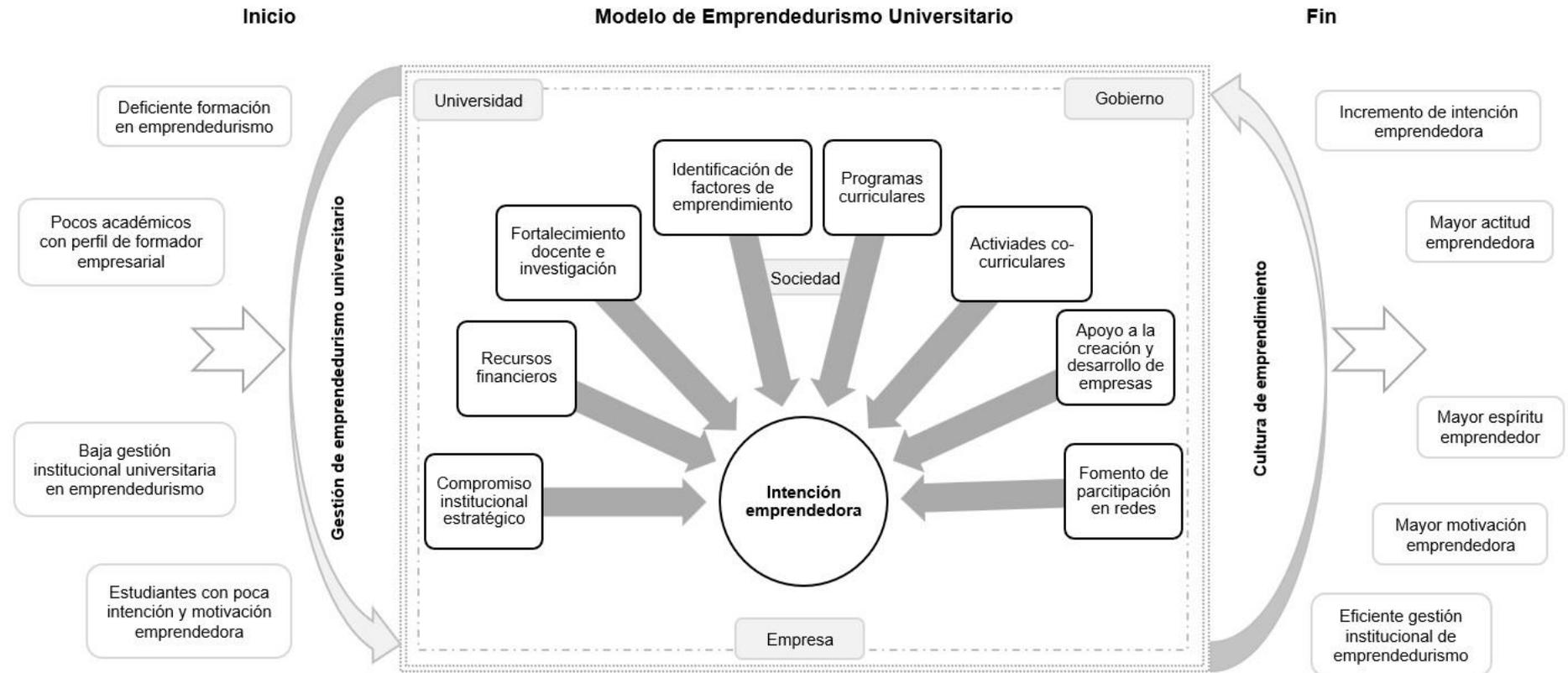


Figura 3. Representación gráfica de la propuesta basada en la revisión de la literatura

4.4.2. Introducción

Según Audretsch et al. (2020), el emprendedurismo es un tema importante que ha surgido como resultado de la globalización, tanto en la economía como en el sector educativo, y las realidades socioeconómicas que se derivan de ella. El emprendedurismo es polifacético, tanto conceptualmente como por su contexto y dimensiones (Henrekson & Sanandaji, 2020). Por tanto, en estos últimos años, el emprendedurismo se ha convertido parte integral de las IES (Instituciones de Educación Superior), dado a la gran demanda por parte de los gobiernos de países industrializados y en desarrollo, viéndose estas en la necesidad de desempeñar un papel más activo en la contribución al crecimiento y desarrollo económico (Linton & Klinton, 2019).

En este contexto, las instituciones universitarias son idóneas para asumir el compromiso de ayuda y fomento al emprendedurismo; una de sus misiones es la creación de conocimiento científico y tecnológico, es decir, la investigación (Pugh et al., 2018). Es necesario que este conocimiento se redistribuya para así ser capaz de satisfacer demandas y necesidades de la región en donde la institución se emplaza. De acuerdo a Wagner et al. (2021), numerosos investigadores han resaltado el impacto que genera las universidades frente al espíritu empresarial, señalando que estas instituciones tienen un papel estratégico en la aplicación o transferencia del conocimiento científico y tecnológico, atendiendo a los requerimientos sociales de la región en la que se ubican, lo que se denomina “compromiso social universitario”.

Esta nueva mirada a la universidad como emprendedora demanda un rediseño de su estrategia global, a fin de superar los desafíos que plantea su nuevo rol en la sociedad. La fomentación y difusión de la cultura del emprendedurismo dentro de la universidad y en todos los niveles se muestra como parte esencial de dicha estrategia y en beneficio del aporte económico y social de la universidad de una forma verdaderamente eficaz (Hasan et al., 2017). Ciertamente, las instituciones universitarias pueden fomentar u obstaculizar el desarrollo de la cultura empresarial; sin embargo, la cultura emprendedora en la universidad no solo enseña el espíritu emprendedor o el emprendimiento, sino también fomenta el pensamiento creativo y contribuye a la formación integral de los emprendedores (Blankesteyn et al., 2021).

Ahora bien, en el presente trabajo se evidenció regular emprendedurismo universitario según la percepción de los estudiantes de los tres últimos ciclos de la Universidad Nacional de San Martín, existiendo la necesidad de proponer un modelo de emprendedurismo para lograr incrementar la intención emprendedora de los estudiantes, así formar una cultura de emprendimiento que fortalezca las aptitudes,

habilidades y capacidades de los universitarios para crear y desarrollar empresas en favor del desarrollo socioeconómico de la región.

4.4.3. Objetivos y/o propósitos

Objetivo general:

Incrementar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la UNSM.

Objetivos específicos:

- Evaluar los factores de intención emprendedora de los estudiantes universitarios para aplicar estrategias de emprendedurismo universitario.
- Fortalecer la gestión institucional para fomentar el emprendedurismo universitario asegurando la participación conjunta de la universidad, gobierno, empresa y sociedad.
- Mejorar la cultura de emprendimiento en el contexto universitario para promover la intención emprendedora de universitarios a favor del desarrollo socioeconómico de la región.

4.4.4. Teorías

El trabajo propuesto se fundamenta y basa en las investigaciones de los modelos de emprendedurismo universitarios de Sáez & Arroyo Vázquez (2009) y Herrera-Valverde et al. (2020), cuyos reportes proponen componentes, dimensiones, pilares, estrategias u otros factores que encaminan la correcta gestión de emprendedurismo universitario que a su vez influyen en la intención emprendedora.

El emprendedurismo, según el Global Entrepreneurship Monitor, es el intento llevado a cabo por un individuo para crear una empresa, incluyendo intentos de volverse auto empleado. A esta definición es oportuno aclarar algunas teorías de modelos de emprendedurismo de acuerdo a Autio (2007) citado en Narváez Sandino (2012):

- Joseph Schumpeter manifestó que el emprendedurismo es tomar riesgos y responsabilidades en el diseño e implementación de una estrategia de negocio.
- Desde el punto de vista de Israel Kirzner, una actividad emprendedora consiste en encontrar una oportunidad de negocio que no esté siendo explotada, a partir de un aprendizaje espontáneo.
- Para Frank Knight asumir incertidumbre deriva a situaciones excepcionales en los que desean emprender, y define tres funciones: 1) liderazgo en cambios e innovación; 2) adaptabilidad a los cambios; y 3) soporte del riesgo generado por eventos fortuitos.

- En cuanto Henrekson manifestó que la actividad del emprendedor puede ser tanto la creación de empresas como respuesta a necesidades; emprendedurismo es una actividad que puede ser productiva, improductiva o destructiva desde una perspectiva social; se puede asumir que los emprendedores esperan generar ganancia; y un individuo crea una empresa por sí misma o en equipo, con la intención de crear nuevas oportunidades económicas e introducir al mercado a pesar de incertidumbre.

Las teorías mencionadas procuran representar las dimensiones del emprendedurismo desde una posición amplia; no obstante, se debe tener en claro los tipos de emprendedores que pueden generarse desde diferentes visiones y alcances:

- Intrapreneur: emprendedor que aplica su talento dentro de una organización.
- Entrepreneur: aquel que desarrolla su emprendimiento.

Es ineludible reconocer que, dentro de cada empresa creada por un emprendedor, hay un individuo que lo hizo posible, pudiendo ser este un emprendedor económico, social, tecnológico, altruista o político. Por ende, construir las dimensiones del emprendedurismo universitario, depende la intención de emprendedores que una institución desea forjar, para ello, Narváez Sandino (2012), refiere que la implementación del emprendedurismo en las universidades puede valerse de la siguiente metodología:

- Desarrollar un marco conceptual del emprendedurismo y la cultura emprendedora a partir de la formación de valores, virtudes y actitudes positivas en el emprendedor.
- Definir acciones según los dos tipos de emprendedores y seleccionar en cuál de ellos se hará énfasis.
- Identificar los factores que promueven el espíritu emprendedor.
- Definir mecanismos para seguir y medir el emprendedurismo.
- Promocionar clústeres industriales que motiven el espíritu emprendedor a partir de convenios entre sectores productivos y servicios, sector público y las IES.
- Conocer las iniciativas gubernamentales y el entorno en el que se puede desarrollar emprendimientos.

Sáez & Arroyo Vázquez (2009) señalan que fomentar el Emprendedurismo en una IES dependerá de tres componentes fundamentales: 1) Sensibilización, 2) Investigación y 3) Docencia. Entre las actividades y objetivos de esta propuesta, el primero debe velar por los emprendedores, el personal y las empresas; el segundo se orienta al emprendedurismo, apoyo a empresas e innovación y empresas; y el tercero abarca las acciones de fortalecimiento en habilidad emprendedoras, emprendedurismo y su

entorno, y desarrollo de empresas. En este sentido, los comportamientos emprendedores entre los diferentes agentes institucionales son cruciales para el emprendedurismo universitario.

Bajo esta perspectiva, la presente investigación sustenta la medición de indicadores que identifiquen los factores que promueven la intención emprendedora en los estudiantes universitarios y la gesta propia de la institución, para proponer un modelo de emprendedurismo universitario que contemple las acciones o actividades que una IES debe aplicar para promover emprendimientos desde una visión organizacional que cuente con el apoyo institucional y se conciba bajo un marco responsable y fundamentado en principios de la cultura emprendedora para incrementar la intención emprendedora.

4.4.5. Fundamentación

Filosófica: La Ley Universitaria N° 30220 señala en el Artículo 52:

La universidad, como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. (p .11)

Bajo este marco, la investigación se justifica filosóficamente al tratar de fortalecer el emprendedurismo universitario bajo un modelo que fomente la cultura emprendedora mediante iniciativas estratégicas institucionales que se basen en actitudes, aptitudes, virtudes, habilidades y/o capacidades de los estudiantes y los factores que contribuyen a la intención emprendedora, respetando así sus ideas y decisión de cada universitario.

Epistemológica: La realidad problemática del emprendedurismo universitario gestado en la UNSM, conduce a la necesidad de plantear un modelo de gestión de emprendedurismo que incremente y motive la intención emprendedora de los estudiantes. Hecho que refleja la importancia de aplicar y validar el modelo, el mismo que se fundamenta en la literatura científica y será evaluado por expertos, dejando así la oportunidad de ser aplicado en una institución universitaria en aras de aportar a la mejora de la gestión institucional para cumplir las exigencias o demandas de la sociedad con profesionales capacitados en la creación, desarrollo y sostenibilidad de empresas.

Académica: La universidad, como ente generadora de conocimiento, está obligada a transferirlos a la sociedad, para ello, una las estrategias actuales de impacto social, es mediante el emprendimiento para la oferta de servicios y/o productos derivados de las

intervenciones académicas-investigativas de los estudiantes en base a sus capacidades adquiridas durante su carrera profesional; sin embargo, el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM es deficiente, por lo que es importante, desde la arista de la gestión institucional académica, mejorar las políticas o estrategias de gestión del emprendimiento para incrementar la intención emprendedora.

Científica: La investigación científica en el campo del emprendedurismo universitario es poco tratado en la literatura, sobre todo en latinoamérica, a pesar de ser uno de los pilares del desarrollo socioeconómico de una región, por ende, este proyecto aportará científicamente a la comunidad académica, quienes podrán aplicar, reformular o refutar el modelo de emprendedurismo universitario propuesto, adecuando los componentes o dimensiones a la realidad de otras instituciones.

4.4.6. Pilares

Compromiso institucional: Incrementar la intención emprendedora de los universitarios involucra el compromiso institucional de todos los agentes (alumnos, docentes, autoridades, directores, jefes y administrativos). Para que el modelo de emprendedurismo universitario pueda generar impacto, se debe tener en consideración la gestión del cumplimiento de los componentes propuestos, para ello es importante el pilar de compromiso institucional.

Especialización docente: Se tiene en cuenta que los docentes son los responsables del proceso de enseñanza-aprendizaje, y es el ámbito universitario donde deben mejorar sus capacidades y/o competencias en la formación en emprendedurismo aplicando los programas curriculares y co-curriculares para incrementar la intención emprendedora de los estudiantes.

Espíritu emprendedor: Los mecanismos de emprendedurismo universitario deben velar por el espíritu emprendedor de los universitarios mediante motivaciones que integre los factores familiares, sociales, económicos, etc. para emprender, ello será determinante para la creación y desarrollo exitoso de una empresa individual o grupal.

4.4.7. Principios

Integridad: Las autoridades y sus direcciones de apoyo institucional deben asegurar la gestión de emprendedurismo universitario bajo el principio de integridad, al tomar decisiones sin afectar los intereses de otros individuos; solo así se logrará el impacto deseado de forjar profesionales con alta intención emprendedora.

Respeto: Cada estudiante posee sus motivaciones y espíritu emprendedor, por ende, se deben identificar y respetar los factores que determinan la intención emprendedora.

Beneficencia: La universidad está en la obligación de brindar soporte técnico-funcional para la creación y desarrollo de las empresas, por ende, el modelo busca beneficiar a los universitarios a través de la buena formación en emprendedurismo, que a futuro puedan aportar al desarrollo socioeconómico de la región.

4.4.8. Características

El modelo de emprendedurismo universitario propuesto tiene como fin incrementar la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM, basándose en las siguientes características:

Integrador social: El modelo busca que los universitarios incrementen su intención emprendedora, para ello se debe integrar el sistema Universidad-Gobierno-Empresa, ya que cubrir las necesidades del entorno requiere de profesionales capacitados, con experiencia y dispuesto a afrontar retos, ello se puede formar y fortalecer desde los vínculos entre las universidades y empresas públicas o privadas; de modo que los estudiantes puedan actuar en diferentes entornos.

Perfectible: Al ser un modelo propuesto, debe aplicarse para medir el impacto generado sobre la intención emprendedora de los universitarios, por lo cual, a medida que se implemente, puede surgir recomendaciones de mejora para cumplir el fin institucional, buscando la personalización según los requerimiento, necesidades y realidad universitaria.

Apertura: El modelo contribuye a la apertura institucional a través de la participación en redes de emprendimiento que promuevan la formación empresarial-académica e inversión en emprendimiento generado en el contexto universitario. De este modo, los agentes podrán visionar otros panoramas de emprendedurismo que motiven a mejorar procedimientos y despertar el espíritu emprendedor a través de ideas innovadoras y escalables para el mercado.

4.4.9. Contenido

El contenido de la propuesta se fundamenta en el modelo integrador de fomento de emprendedurismo universitario planteado por Sáez & Arroyo Vázquez (2009) y en el ecosistema emprendedor universitario costarricense explorado por Herrera-Valverde et al. (2020), que a continuación se describe:

Inicio: Son los problemas identificados en la universidad que se pretende mejorar:

- Deficiente formación en emprendedurismo
- Pocos académicos con perfil de formador empresarial
- Baja gestión institucional universitaria en emprendedurismo
- Estudiantes con poca intención y motivación emprendedora

Proceso: Es la propuesta del modelo de emprendedurismo universitario que, si se aplica, incrementará la intención emprendedora. Para ello, se requiere el siguiente procedimiento:

i. Gestión de emprendedurismo universitario: Para mejorar el emprendedurismo universitario, se debe velar por la correcta toma de decisiones estratégicas y operativas en los órganos dependientes de la alta dirección. En este caso, la gestión principal para incrementar la intención emprendedora, recaería sobre la Dirección Incubadora de Empresas, no obstante, es necesario que todos los actores interactúen en las propuestas o planes estratégicos de mejora del emprendimiento universitarios, estos incluyen a la Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica, Dirección de Producción de Bienes y Servicios, Dirección de Bienestar Universitario, Dirección de Proyección Social y Extensión Cultural, Instituto de Investigación, Facultades, Escuelas y Posgrado.

ii. Pilares: De acuerdo a Herrera-Valverde et al. (2020), el emprendedurismo universitario se basa en pilares para promover la intención emprendedora en el contexto universitario, en este caso, acorde a la realidad de la UNSM, se propone:

- **Compromiso institucional estratégico:** Las autoridades y direcciones deben involucrarse activamente en temas de emprendimiento estudiantil, para así concebir la importancia de fomentar un valor agregado y de impacto a la sociedad que aporte al desarrollo socioeconómico de la región. Es decir, debe existir un compromiso institucional estratégico que tome las riendas de decisión eficiente para incrementar la intención emprendedora de los universitarios.
- **Recursos financieros:** En la gestión académica, las autoridades deben promover la asignación de presupuesto para la inversión en capital humano y tecnológico que generen beneficios para incrementar las competencias, capacidades, habilidades y recursos de los agentes principales (docentes y estudiantes) involucrados en el emprendedurismo universitario, con el fin de garantizar la correcta planificación y desarrollo de las ideas de emprendimiento.
- **Fortalecimiento docente e investigación:** Por una parte, se debe mejorar el perfil de los docentes universitarios en un sentido empresarial, es decir, que a través de

la recepción de capacitaciones logren percibir la importancia del emprendedurismo universitario y estos propongan en sus planes académicos iniciativas que conduzcan a las propuestas de emprendimientos basado en las capacidades y/o habilidades de los estudiantes. Claro está, que esto debe adecuarse al perfil y motivación de cada universitario. Por otra, se debe fortalecer la investigación científica mediante la inclusión de la evaluación e identificación de oportunidades de negocios que se puedan generar a partir de los hallazgos satisfactorios, de manera que algunos estudios se orienten a desarrollar productos y/o servicios innovadores que, con el apoyo de recursos financieros, puedan ser factibles y escalables en la creación y desarrollo de empresas.

- **Identificación de factores de emprendimiento:** Es imprescindible que, para promover la intención emprendedora en el contexto universitario, primero, se debe conocer cuáles son los factores de emprendimiento que motivan o incentivan a los estudiantes a querer y poder generar un emprendimiento exitoso, y en base a ello, se diseñarán o reformularán las estrategias académicas-institucionales que guíen adecuadamente el proceso de creación y desarrollo de empresas.
- **Programas curriculares:** La literatura científica muestra que los planes curriculares presentan baja incorporación de métodos, herramientas y/o recursos para fomentar el emprendedurismo universitario; realidad que debe mejorarse para incrementar la intención emprendedora en los estudiantes. Para ello, se debe gestionar en las facultades la incorporación de actividades e iniciativas emprendedoras en los currículos, donde aquellos cursos de acuerdo a su naturaleza, propongan como resultados finales propuestas, creación y/o desarrollo de emprendimientos. Ello permitirá despertar el interés por emprender y reconocer capacidades y habilidades útiles para el pensamiento crítico.
- **Actividades co-curriculares:** Promover actividades e iniciativas co-curriculares son estrategias que los docentes universitarios podrían gestionar para incentivar el espíritu y la intención emprendedora de los estudiantes, ya que es una forma de estimular potenciales emprendimientos en base a experiencias secundarias del ambiente universitario que podrían combinarse con las especialidades adquiridas en la universidad.
- **Apoyo a la creación y desarrollo de empresas:** Es importante que se gestione el reconocimiento y monitoreo constante de potenciales estudiantes con perfil e ideas de emprendimiento, y proporcionarles apoyo directo en la materialización de la creación y desarrollo de empresas. Para ello, la universidad debe brindar todas las facilidades necesarias para consolidar el emprendedurismo como asesorías legales, recursos financieros y tecnologías de requerirse.

- **Fomento de participación en redes:** La universidad debe incentivar a los estudiantes a participar en redes de emprendimiento donde puedan adquirir conocimientos sobre administración y gestión empresarial, concebir experiencias satisfactorias de emprendimiento, conocer fuentes de financiamiento externo y generar posibles grupos del mismo interés para apoyarse en la creación y desarrollo de empresas.

iii. Sistema Universidad-Gobierno-Empresa: Para fomentar el emprendedurismo universitario se requiere de actores internos y externos, en este caso, el modelo propuesto se enmarca en el sistema universidad-gobierno-empresa, ya que es en el contexto universitario donde se deberán formar a los profesional altamente capacitados para generar emprendimientos que resuelvan las exigencias de la sociedad, pero que a su vez puedan vincularse o soportase en el apoyo de las empresas, quien podrían ser los principal consumidores o inversores de las ideas innovadoras. En este sentido, se deben proponer convenios institucionales que favorezcan a la intención emprendedora de los universitarios.

iv. Cultura de emprendimiento: Al desarrollar los pilares para incrementar la intención emprendedora, directamente se está contribuyendo a mejorar la cultura de emprendimiento en el contexto universitario y social. El mismo, que se verá reflejado en el desarrollo socioeconómico de la región, no obstante, para mantener esta cultura, es esencial la práctica continua (ciclo) de gestión de emprendedurismo universitario eficiente, donde el compromiso institucional estratégico juega un rol importante para incrementar la intención emprendedora.

Si bien, en la UNSM se reconocen iniciativas de formación emprendedora que aportan mínimamente a la cultura de emprendimiento, sin embargo, según la percepción de los estudiantes, es regular, ya que, un hecho identificable, son los pocos cursos, talleres y/o conferencias que aportan al emprendedurismo universitario, y casi nula fomentación de ferias que integren a las empresas y sociedad en general.

Fin: Son los resultados que generaría el modelo de emprendedurismo universitario:

- Incremento de la intención emprendedora
- Mayor actitud emprendedora
- Mayor espíritu emprendedor
- Mayor motivación emprendedora
- Eficiente gestión institucional de emprendedurismo

4.4.10. Documentos normativos

Rango de Ley:

- Ley Universitaria No 30220

- Estatuto UNSM
- Reglamento General de la UNSM
- Plan Estratégico Institucional de la UNSM
- Reglamento General de Ciencia, Tecnología e Innovación

Normativa pendiente de ser creada y modificada:

- Agregar un subcapítulo al manual de investigación para describir la novedad y viabilidad del proyecto de investigación para emprender según corresponda.
- Reglamento de subvención para estudiantes con planes de negocios innovadores

4.4.11. Evaluación

Al ser un modelo basado en resultados, su evaluación se realizará en función a las acciones desarrolladas en el tiempo, de acuerdo a los objetivos propuestos y recursos designados; por ejemplo, medir cuantos talleres, conferencias, cursos o ferias de emprendimiento se ejecutaron por año; cuantas propuestas de planes de negocios innovadores se han presentado; cuantos estudiantes y docentes participaron activamente en la promoción o formación de emprendedurismo; cuantos convenios institucionales se han consolidado; y otros que determinen la intención emprendedora de los universitarios.

4.4.12. Vigencia

Para lograr los objetivos propuestos, el modelo tendrá una vigencia de 3 años, de acuerdo al siguiente despliegue:

Primer año: Corresponde a la etapa de socialización del modelo de emprendedurismo universitario con los actores de la institución (autoridades, direcciones, facultades, etc.). En esta etapa se debe aprobar o retroalimentar de los pilares presentados, y designar los recursos financieros necesarios para la gestión en emprendedurismo universitario.

Segundo año: Etapa de fortalecimiento docente y estudiante, mediante capacitaciones basados en cursos, talleres, diplomados, especializaciones, participación en eventos, ferias y redes, direccionados a la formación en emprendedurismo. Asimismo, en esta etapa se debe planificar estratégicamente los programas curriculares y actividades co-curriculares para fomentar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Tercer año: Se incrementa la intención emprendedora de los estudiantes a través de la participación activa en propuestas de creación y desarrollo de empresas; se cuenta con un área especializada de apoyo en asesoría legal, financiamiento y otros recursos necesarios para lograr emprendimientos exitosos. Existe un sistema estable entre la

CONCLUSIONES

1. El nivel de emprendedurismo universitario gestado por la UNSM, según la percepción de los estudiantes de los tres últimos ciclos de las 20 carreras profesionales, es regular (56,1%), seguido de bueno (32,1%) y malo (11,8%); reflejando la deficiente formación en emprendedurismo, regular perfil emprendedor de formadores académicos y deficiente gestión institucional.
2. La intención emprendedora de los estudiantes universitarios es alta (59,6%), seguida de regular (36,1%) y baja (4,3%). Se identifica que los factores que determinan la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM se ordenan en buscar i) equilibrio laboral-personal, ii) oportunidad de emprendimiento, iii) influencia sociofamiliar y iv) situación motivadora.
3. Existe relación positiva muy baja ($p\text{-valor} < 0,05$, $Rho = 0,131$) entre el modelo de emprendedurismo universitario gestado por la UNSM y la intención emprendedora de los estudiantes, a un nivel de confianza del 95%. Realidad que se atribuye a la baja percepción de la formación en emprendedurismo universitario y la gestión institucional, lo cual no estaría aportando positivamente a la intención emprendedora de los universitarios.
4. Se propone un modelo del emprendedurismo universitario basado en el modelo integrador de fomento de emprendedurismo planteado por Sáez & Arroyo Vázquez (2009) y en el ecosistema emprendedor universitario costarricense explorado por Herrera-Valverde et al. (2020). El modelo toma en cuenta los problemas identificados en la UNSM, y en base a 8 pilares o ejes transversal que se gestionarán por los actores de la institución (alta dirección, dependencias, facultades, etc.), se incrementará la intención emprendedora y la cultura de emprendimiento.
5. El modelo de emprendedurismo universitario formulado acorde a la realidad de la UNSM para incrementar la intención emprendedora de estudiantes es válida y aplicable según la opinión de los jueces expertos. De esta manera, se contribuye a la gestión institucional que deberá mantener un compromiso estratégico para aplicar el modelo a mediano plazo y generar impactos positivos al desarrollo de la sociedad mediante la consolidación de la iniciativa universidad emprendedora.

RECOMENDACIONES

1. A las autoridades de la UNSM, implementar el modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora de los estudiantes, de forma gradual, empezando por la socialización del modelo con las dependencias, facultades, docentes y administrativos; y después ir cumpliendo los pilares propuestos hasta lograr una cultura de emprendimiento permanente mediante la participación activa del sistema universidad-gobierno-empresa.
2. A los docentes de la UNSM, es recomendable recibir capacitación continua interna o externa en temáticas de emprendedurismo para incluir en sus planes curriculares y co-curriculares enfoques de emprendimientos que despierten el interés de los estudiantes por planificar, crear y desarrollar empresas.
3. A los docentes investigadores o que dictan los cursos de investigación en la UNSM, incentivar a las propuestas de trabajos académicos y científicos que busquen innovación de procesos, productos y/o servicios para promover ideas de negocio que sean viables y escalables, a fin de incrementar la intención emprendedora de los estudiantes de los últimos ciclos, teniendo la oportunidad de formalizar emprendimientos al finalizar sus carreras profesionales.
4. Es necesario que las autoridades de la UNSM fortalezcan mayores vínculos institucionales mediante convenios específicos con empresas u organizaciones del sector público o privado, centros de investigación, institutos, etc; para que los estudiantes puedan ganar experiencias y motivación por emprender participando en pasantías académicas, investigativas o culturales.
5. Se recomienda futuras investigaciones que identifiquen los factores que determinan el espíritu, intención y motivación emprendedora de los estudiantes universitarios de la UNSM, así mismo, que no se limiten a los tres últimos ciclos para evidenciar un mejor panorama y realidades acorde a las condiciones sociodemográficas de los estudiantes en general, pues sería oportuno mejorar o proponer las estrategias de emprendedurismo universitario según los diferentes ciclos académicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, C., Valenti, G., & Aguiñaga, E. (2017). Gestión institucional, involucramiento docente y de padres de familia en escuelas públicas de México. *Calidad en la educación*, 46, 53-95. <https://doi.org/10.4067/S0718-45652017000100053>
- 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)
- Alean Pico, A., Del Rio, J., Simancas Trujillo, R., & Rodríguez Arias, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107-123. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.1470>
- Alvariño, C., Arzola, S., Brunner, J. J., Recart, M. O., & R.Vizcarra. (2000). Gestión escolar: un estado del arte de la literatura. *Revista Paideia*, 29, 15-43. https://orion2020.org/archivo/educacion/00_4_gestionescolar.pdf
- Amador Martínez, M. de L., García Hernández, Y., & Díaz Quintanilla, J. F. (2020). Comparación del perfil emprendedor en estudiantes del área empresarial e industrial México-Perú. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(20). <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.598>
- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). The Impact of Entrepreneurial Passion on the Entrepreneurial Intention; Moderating Impact of Perception of University Support. *Administrative Sciences*, 11(2), 45. <https://doi.org/10.3390/admsci11020045>
- Araya-Pizarro, S. C. (2021). Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario. *Revista Educación*, 45(2), e43748. <https://doi.org/10.15517/revedu.v45i1.43748>
- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (Editorial Episteme (ed.); Pimera Edi).
- Arribas Urrutia, A. (2007). El equilibrio personal y profesional como valor de la cultura corporativa. *Organicom*, 4(6), 48-63. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2007.138925>
- Atiya, T., & Osman, Z. (2021). The effect of entrepreneurial characteristics on the entrepreneurial intention of university students in Oman and Sudan.

- Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), 217-234.
[https://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.4\(12\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.4(12))
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Lehmann, E. E. (2020). Knowledge management and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 373-385. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00648-z>
- Ausubel, D. (1981). *Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo*. Editorial Trillas.
- Bernasconi, A., & Rodríguez, E. (2018). Importancia de la gestión institucional en los procesos de acreditación universitaria en Chile. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 34(86), 20-48.
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/23822>
- Betáková, J., Havierníková, K., Okręglicka, M., Mynarzova, M., & Magda, R. (2020). The role of universities in supporting entrepreneurial intentions of students toward sustainable entrepreneurship. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 573-589. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(40\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(40))
- Blanckesteijn, M., Bossink, B., & Van der Sijde, P. (2021). Science-based entrepreneurship education as a means for university-industry technology transfer. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 779-808.
<https://doi.org/10.1007/s11365-019-00623-3>
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24).
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/20412415.html>
- Bravo Bravo, I. F., Bravo Bravo, M. X., Preciado Ramírez, J. D., & Mendoza Ferrín, M. M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía Y Política*, 33, 139-155.
<https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/3492>
- Calla Vásquez, K., Judith, Y. V., José, R. L., & Guerrero Bejarano, M. A. (2019). Aplicación del programa de intención emprendedora en el distrito de ate. *INNOVA Research Journal*, 4(2), 21-31. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.1004>
- Campuzano Vásquez, J. A., Chuquirima Espinoza, S. E., & Betancourt Gonzaga, V. (2018). Incubadoras universitarias y su papel en la comercialización del conocimiento: caso Universidad Técnica de Machala. *INNOVA Research Journal*, 3(7), 84-94. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n7.2018.597>

- Chávez Paz, E. Y., Suárez Quijano, J. C., García Salirrosas, E., & Apaza Tarqui, E. E. (2020). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 4(1), 29-42. <https://doi.org/10.17162/riva.v4i1.1271>
- Chipeta, E. M., & Surujlal, J. (2017). Influence of attitude, risk taking propensity and proactive personality on social entrepreneurship intentions. *Polish Journal of Management Studies*, 15(2), 27-36. <https://doi.org/10.17512/pjms.2017.15.2.03>
- Contreras Cueva, A. B., González Morales, O., & Macías Álvarez, P. (2020). Intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *IE Revista de Investigación Educativa de La REDIECH*, 11, e780. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v11i0.780
- Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista ciencia de la educación*, 19(33), 228-247.
- Dastourian, B., Kawamorita Kesim, H., Seyyed Amiri, N., & Moradi, S. (2017). Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge. *AD-minister*, 115-130. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.30.6>
- Ding, Y.-Y. (2017). The constraints of innovation and entrepreneurship education for university students. *Journal of Interdisciplinary Mathematics*, 20(6-7), 1431-1434. <https://doi.org/10.1080/09720502.2017.1382152>
- Echeverri-Sanchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., & Barrera-Del Toro, A. (2018). Factors that affect the entrepreneurial intention in university students: A qualitative analysis. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 1-19. <https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10>
- Eesley, C. E., & Lee, Y. S. (2021). Do university entrepreneurship programs promote entrepreneurship? *Strategic Management Journal*, 42(4), 833-861. <https://doi.org/10.1002/smj.3246>
- Elali, W., & Al-Yacoub, B. (2016). Factors affecting entrepreneurial intentions among Kuwaitis. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(1), 18-34. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-07-2015-0029>
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4). <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4>

- Escobedo, R., Véliz, T., Ballón, J., & Midolo, W. (2020). Emprendimiento empresarial y la intención emprendedora en estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú. *Revista Innova Educación*, 2(1), 177-192. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.01.011>
- Espinoza-Islas, V. M., Rubiales-Sánchez, F. S., & Santana-Galindo, A. L. (2021). Desigualdades y retos que enfrenta la educación en el Colegio de Ciencias y Humanidades durante la pandemia COVID 19. *Revista RedCA*, 4(10), 186-201. <https://doi.org/10.36677/redca.v4i10.16407>
- Espinoza Montes, F. A. (2018). Formación para el emprendimiento en la Universidad Nacional José María Arguedas de Andahuaylas – Perú. En *La vinculación universidad-empresa para el desarrollo integral con impacto social*. Ciudad de México, México: REDUE-ALCUE, UDUAL. <https://redue-alcue.org/website/content/publicaciones/vueimpactosocial/Cap-09.pdf>
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.031>
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 33-57. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551459>
- Galvez Albarracin, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79-105. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Gutiérrez-Taño, D. (2017). Entrepreneurial potential in less innovative regions: the impact of social and cultural environment. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(2), 163-179. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2017-010>
- Georgescu, M.-A., & Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: an empirical analysis. *Sustainability*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of*

- Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605-1620.
<https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2018-0810>
- González-García, G., Becerril Carbajal, M. L., & Fonseca Munguía, A. (2018). El engagement como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios. *IE Revista de investigación educativa de la REDIECH*, 9(27), 103-118.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-85502018000200103
- Gonzalez-Garcia, G., Estrada-Gutierrez, C. E., Leite, E., & Alvarez-Botello, J. (2017). Aportaciones al diseño de formación de emprendedores dese la medición de actitudes del estudiante universitario. Caso UAEMEX - UPTC (2016). *HOLOS*, 2, 290. <https://doi.org/10.15628/holos.2017.5577>
- Guzman, J., & Kacperczyk, A. (Olenka). (2019). Gender gap in entrepreneurship. *Research Policy*, 48(7), 1666-1680. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.012>
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55(1), 257-282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
- Hasan, S. M., Khan, E. A., & Nabi, M. N. U. (2017). Entrepreneurial education at university level and entrepreneurship development. *Education + Training*, 59(7/8), 888-906. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2016-0020>
- Henrekson, M., & Sanandaji, T. (2020). Measuring entrepreneurship: do established metrics capture schumpeterian entrepreneurship? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(4), 733-760. <https://doi.org/10.1177/1042258719844500>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGraw-Hill Education (ed.); Sexta Edic).
- Herrera-Valverde, D., Mora-Esquivel, R., & Leiva, J. C. (2020). Ecosistema emprendedor universitario costarricense y su vínculo con la intención emprendedora: un estudio exploratorio. *Tec Empresarial*, 14(2), 64–83. <https://doi.org/10.18845/te.v14i2.5121>
- Hou, F., Su, Y., Lu, M., & Qi, M. (2019). Model of the Entrepreneurial Intention of University Students in the Pearl River Delta of China. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00916>

- Huang, Y., Liu, L., & An, L. (2020). Are the Teachers and Students Satisfied: Sustainable Development Mode of Entrepreneurship Education in Chinese Universities? *Frontiers in Psychology, 11*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01738>
- Iriarte-Pupo, A. J. (2020). Fenomenología-hermenéutica de la investigación formativa. El formador de formadores: de la imposición a la transformación. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación, 10(2)*, 311-322. <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10722>
- Israr, M., & Saleem, M. (2018). Entrepreneurial intentions among university students in Italy. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 8(1)*, 20. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0107-5>
- Juliana, N. O., Hui, H. J., Clement, M., Solomon, E. N., & Elvis, O. K. (2021). The impact of creativity and innovation on entrepreneurship development: evidence from Nigeria. *Open Journal of Business and Management, 09(04)*, 1743-1770. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2021.94095>
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons, 61(3)*, 453-460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 229*, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Koe, W.-L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 6(1)*, 13. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Kraus, S., Kallmuenzer, A., Stieger, D., Peters, M., & Calabrò, A. (2018). Entrepreneurial paths to family firm performance. *Journal of Business Research, 88*, 382-387. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.046>
- Law, K. M. Y., & Breznik, K. (2017). Impacts of innovativeness and attitude on entrepreneurial intention: among engineering and non-engineering students. *International Journal of Technology and Design Education, 27(4)*, 683-700. <https://doi.org/10.1007/s10798-016-9373-0>
- Leiva, J. C., Mora-Esquivel, R., Krauss-Delorme, C., Bonomo-Odizzio, A., & Solís-Salazar, M. (2021). Entrepreneurial intention among Latin American university students. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. <https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2020-0106>

- Liñán, F., & Jaén, I. (2020). The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: some reflections. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2020-0491>
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, family, and peer influence on entrepreneurial intention of engineering students. *SAGE Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020933877>
- Linton, G., & Klinton, M. (2019). University entrepreneurship education: a design thinking approach to learning. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0098-z>
- Lloja Rengifo, H., Chugnas Malimba, E. S., Tello Fasanando, Z., & Cruz Tarrillo, J. J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269–281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>
- Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., Huang, X., Huang, Y., & Huang, L. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12, 655868. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655868>
- Majdouline, I., El Baz, J., & Jebli, F. (2020). Entrepreneurship orientation and innovation linkage: the case of Moroccan firms. *Projectics Proyética Projectique*, 25(1), 27. <https://doi.org/10.3917/proj.025.0027>
- Marques, C. S. E., Santos, G., Galvão, A., Mascarenhas, C., & Justino, E. (2018). Entrepreneurship education, gender and family background as antecedents on the entrepreneurial orientation of university students. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 58-70. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0067>
- Marques, C. S., Valente, S., & Lages, M. (2018). The influence of personal and organisational factors on entrepreneurship intention: An application in the health care sector. *Journal of Nursing Management*, 26(6), 696-706. <https://doi.org/10.1111/jonm.12604>
- Martínez Aguilar, M. F., Hernández Chacón, L., & Peñalosa Otero, M. E. (2018). Emprendedurimos desde la perspectiva de dos grupos de universitarios: México vs Ecuador. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 18(2), 39-49. <http://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/496>

- Merino Núñez, M., & Quiroz Veliz, Á. de J. (2017). Evaluación del nivel de emprendedurismo de los jóvenes estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán. *Tzhoecoen*, 9(4), 83-90. <https://doi.org/10.26495/rtzh179.424539>
- Mian, S., Klofsten, M., & Lamine, W. (2021). *Handbook of research on business and technology incubation and acceleration*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788974783>
- Miguez, V. B., & Lezana, Á. G. R. (2018). Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo. *Navus*, 8(2), 112-132. <https://doi.org/10.22279/navus.2018.v8n2.p112-132.624>
- Minafam, Z. (2019). Corporate Entrepreneurship and Innovation Performance in Established Iranian Media Firms. *AD-minister*, 34, 69-92. <https://doi.org/10.17230/Ad-minister.34.4>
- 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>
- Monitor, G. . (2018). *Global Report 2017/18*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). The Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Wellesley, Massachusetts: USA. <http://www.gemconsortium.org/report>
- Moreno López, R., & Venceslao Puevo, M. (2016). La universidad y las profesiones. *Educatio Siglo XXI*, 34(3), 233-238. <https://revistas.um.es/educatio/article/view/276641>
- Morris, M. H., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European J. of International Management*, 11(1), 65. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.081251>
- Müller, A., & Parzych, D. (2019). Determinants of Entrepreneurial Intentions at Universities. Warsaw University of Technology Case. *Problemy Zarzadzania*, 4/2018(77), 11-26. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.77.1>
- Narkunienė, J., & Ulbinaitė, A. (2018). Comparative analysis of company performance evaluation methods. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(1), 125-138. [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.1\(10\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.1(10))

- Narváez Sandino, M. J. (2012). Dimensiones del emprendedurismo desde una visión universitaria. *ING-NOVACIÓN*, 4, 1-7. <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1969/1/0-editorial-dimensiones-del-emprendedurismo-desde-una-vision-universitaria.pdf>
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: why? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>
- Nikolaev, B. N., Boudreaux, C. J., & Palich, L. (2018). Cross-country determinants of early-stage necessity and opportunity-motivated entrepreneurship: accounting for model uncertainty. *Journal of Small Business Management*, 56, 243-280. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12400>
- Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183-193. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.005>
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361-379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>
- Obschonka, M., Hakkarainen, K., Lonka, K., & Salmela-Aro, K. (2017). Entrepreneurship as a twenty-first century skill: entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. *Small Business Economics*, 48(3), 487-501. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9798-6>
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Passaro, R., Quinto, I., & Thomas, A. (2018). The impact of higher education on entrepreneurial intention and human capital. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1),

- 135-156. <https://doi.org/10.1108/JIC-04-2017-0056>
- Pauceanu, A. M. (2016). Innovation and entrepreneurship in Sultanate of Oman – an empirical study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 4(1), 83-99. [https://doi.org/10.9770/jesi.2016.4.1\(8\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2016.4.1(8))
- Pertuz-Peralta, V. P., Rojas-Caicedo, G. Y., Navarro-Rodríguez, A., & Quintero, L. T. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educación y Educadores*, 19(1), 29-45. <https://doi.org/10.5294/edu.2016.19.1.2>
- Pimienta, J., & de la Orden, A. (2017). *Metodología de la investigación* (Perason Educación (ed.); Tercera Ed).
- Polanco Hernández, A. (2005). La motivación en los estudiantes universitarios. *Revista Electrónica «Actualidades Investigativas en Educación»*, 5(2), 1-13. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44750219.pdf>
- Pugh, R., Lamine, W., Jack, S., & Hamilton, E. (2018). The entrepreneurial university and the region: what role for entrepreneurship departments? *European Planning Studies*, 26(9), 1835-1855. <https://doi.org/10.1080/09654313.2018.1447551>
- Ratten, V. (2021). COVID-19 and entrepreneurship: Future research directions. *Strategic Change*, 30(2), 91-98. <https://doi.org/10.1002/jsc.2392>
- Rodríguez, M. C., & Dabos, G. E. (2016). Gestión individual del equilibrio entre el trabajo y la vida personal: Revisión e integración de la literatura. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(1), 2019-2242. <https://doi.org/10.18359/rfce.1055>
- Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D., & García-Rodríguez, F. J. (2020). Social Entrepreneurial Intention and the Impact of COVID-19 Pandemic: A Structural Model. *Sustainability*, 12(17), 6970. <https://doi.org/10.3390/su12176970>
- Sáez, F. J., & Arroyo Vázquez, M. (2009). El fomento del emprendedurismo universitario a través de un modelo integrador. *XIII Seminario Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica: «Innovación para el desarrollo sostenible»*. <http://hdl.handle.net/10261/20580>
- San-Martín, P., Fernández-Laviada, A., Pérez, A., & Palazuelos, E. (2021). The teacher of entrepreneurship as a role model: Students' and teachers' perceptions. *The International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100358>

- Sánchez Mendiola, M., Martínez Hernández, A. M. del P., Torres Carrasco, R., de Agüero Servín, M., Hernández Romo, A. K., Benavides Lara, M. A., Rendón González, V. J., & Jaimes Vergara, C. A. (2020). Retos educativos durante la pandemia de COVID-19: una encuesta a profesores de la UNAM. *Revista Digital Universitaria*, 21(3). <https://doi.org/10.22201/codeic.16076079e.2020.v21n3.a12>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. <https://ssrn.com/abstract=1497759>
- Stradi Granados, M. S. (2016). El emprendedurismo universitario en estudiantes de Administración de Empresas de la UNED de Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*, 7(2), 81-102. <https://doi.org/10.22458/rna.v7i2.1574>
- Teixeira, S. J., Casteleiro, C. M. L., Rodrigues, R. G., & Guerra, M. D. (2018). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 22-42. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0062>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). Predictors of social entrepreneurial intention: an empirical study. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(1), 53-79. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-04-2016-0032>
- Toms, S., Wilson, N., & Wright, M. (2020). Innovation, intermediation, and the nature of entrepreneurship: a historical perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(1), 105-121. <https://doi.org/10.1002/sej.1310>
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(7), 1423-1447. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2019-0370>
- Tran, A. T. P., & Von Korfflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38. <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2016-007>
- Tseng, C., & Tseng, C.-C. (2019). Corporate entrepreneurship as a strategic approach for internal innovation performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 108-120. <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2018-0047>
- Turulja, L., Veselinovic, L., Agic, E., & Pasic-Mesihovic, A. (2020). Entrepreneurial

- intention of students in Bosnia and Herzegovina: what type of support matters? *Economic Research*, 33(1), 2713-2732. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1730216>
- Valencia Arias, A., Montoya Restrepo, I., & Montoya Restrepo, A. (2016). University students' entrepreneurial intentions: A bibliometric study. *Intangible Capital*, 12(4), 881. <https://doi.org/10.3926/ic.730>
- Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A., & Afcha, S. M. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, 13(2), 63–72. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>
- Wagner, M., Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Fichter, K. (2021). University-linked programmes for sustainable entrepreneurship and regional development: how and with what impact? *Small Business Economics*, 56(3), 1141-1158. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00280-4>
- Wang, M., Soetanto, D., Cai, J., & Munir, H. (2021). Scientist or Entrepreneur? Identity centrality, university entrepreneurial mission, and academic entrepreneurial intention. *The Journal of Technology Transfer*. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09845-6>
- Wegner, D., Thomas, E., Teixeira, E. K., & Maehler, A. E. (2019). University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(2), 307-325. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2018-0648>
- Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios: Un estudio de caso en Querétaro, México. *Economía coyuntural, Revista de temas de coyuntura y perspectivas*, 5(4), 161-202. http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v5n4/v5n4_a08.pdf
- Yukongdi, V., & Lopa, N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 333-352. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM					
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables y Dimensiones		
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable práctica	Dimensiones	Escala
<p>General ¿Cuál es el modelo de emprendedurismo universitario que permite incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM?</p> <p>Específico ¿Cuáles son las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM?</p> <p>¿Cuáles son los indicadores que permiten identificar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM?</p> <p>¿En qué medida las variables del modelo de emprendedurismo universitario se relacionan con la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM?</p>	<p>General Formular un modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.</p> <p>Específico Identificar las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM.</p> <p>Identificar los niveles de los indicadores de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.</p> <p>Medir la relación de las dimensiones del modelo de emprendedurismo universitario con la intención emprendedora de los</p>	<p>General Si aplicamos un modelo de emprendedurismo universitario se incrementará la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.</p> <p>Específico H₁: Las características del modelo de emprendedurismo universitarios gestado por la UNSM aporta al incremento y motivación de la intención emprendedora.</p> <p>H₂: Los indicadores identificados de la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM están articulados con el emprendedurismo universitario.</p> <p>H₃: Las variables del modelo de emprendedurismo universitario guardan relación con la intención</p>	Intención emprendedora	Oportunidad de emprendimiento Influencia sociofamiliar Equilibrio laboral-personal Situación motivadora	Ordinal
			Variable teórica	Dimensiones	Escala
			Modelo de emprendedurismo universitario	Formación en emprendedurismo Perfil de formadores académicos Gestión institucional de emprendedurismo universitario	Ordinal

¿De qué manera un modelo de emprendedurismo universitario incrementará la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM?	estudiantes de la UNSM. Diseñar y proponer un modelo de emprendedurismo universitario que incremente la intención emprendedora de los estudiantes de la UNSM.	emprendedora de los estudiantes de la UNSM. H4: El modelo de emprendedurismo universitario incrementará satisfactoriamente la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM.			
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar		
<p>Tipo: mixto</p> <p>Nivel: descriptivo</p> <p>Diseño: no experimental, correlacional</p> <p>Corte: transversal</p> <p>Alcance: descriptivo-propositivo</p>	<p>Población: 1481 estudiantes de los tres últimos ciclos de las 20 carreras profesionales que integran las 10 facultades de la Universidad Nacional de San Martín durante el semestre académico 2021-II.</p> <p>Tipo de muestreo: muestreo estratificado proporcional.</p> <p>Tamaño de muestra: la unidad muestral estará conformada por 305 estudiantes.</p>	<p>Técnicas: encuesta</p> <p>Instrumentos: cuestionario</p> <p>Los instrumentos serán validados y confiabilizados, tanto por juicios de expertos y prueba piloto.</p>	<p>DESCRIPTIVA: Análisis de frecuencia y porcentaje</p> <p>INFERENCIAL: Tau-b de Kendall o Rho Spearman</p>		

Anexo 2. Operacionalización de variables extendido

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Intención emprendedora	Según (Wang et al., 2021) la intención emprendedora se refiere a la orientación y/o motivación para identificar oportunidades de negocio en un entorno competitivo del mercado. Para ello, es importante que el individuo requiera una mentalidad emprendedora para crear o formalizar nuevas empresas a partir de la organización de recursos y el compromiso proactivo.	La intención emprendedora en estudiantes universitarios se medirá a partir de un cuestionario con 26 reactivos adaptados del estudio exploratorio de (Echeverri-Sanchez et al., 2018). Estas se dimensionarán en oportunidad de emprendimiento; influencia sociofamiliar; equilibrio laboral-personal; y situación motivadora.	Oportunidad de emprendimiento	Innovación de productos o servicios	Ordinal
				Conocimiento de necesidades del mercado	Ordinal
				Competitividad empresarial	Ordinal
				Prospectiva tecnológica	Ordinal
				Disponibilidad de recursos económicos	Ordinal
			Influencia sociofamiliar	Percepción del pensamiento social	Ordinal
				Percepción del apoyo familiar	Ordinal
				Percepción de apoyo académico	Ordinal
				Influencia de experiencias laborales	Ordinal
				Influencia de experiencia administrativa	Ordinal
				Cumplimiento de normativas	Ordinal
				Percepción de aporte de nuevas ideas	Ordinal
			Equilibrio laboral-personal	Percepción de aporte a solución de problemas	Ordinal
				Pretensión de rentabilidad	Ordinal
				Pretensión de estabilidad	Ordinal
				Pretensión de beneficios	Ordinal
				Pretensión de mejoría de calidad de vida	Ordinal
				Pretensión de sacrificio	Ordinal
				Pretensión de dependencia salarial	Ordinal
			Pretensión de toma de decisiones	Ordinal	
Situación motivadora	Intención por superación	Ordinal			
	Intención por aplicación de conocimientos	Ordinal			
	Intención por expansión	Ordinal			
	Intención por demostración de logros	Ordinal			
	Intención por generación de empleo	Ordinal			
	Intención por desarrollo social	Ordinal			

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Modelo de emprendedurismo universitario	Emprendedurismo universitario se fundamenta en el principio de incrementar la tasa de creación de empresas por parte de los estudiantes a fin de mejorar su calidad socioeconómica. Para abordar su eficacia es necesario utilizar enfoques e iniciativas de programas multidisciplinarios que motiven y sumen interés al espíritu empresarial (Eesley & Lee, 2021).	La variable será medida a través de un cuestionario aplicado a los estudiantes de pregrado de la UNSM con un total de 23 reactivos dimensionados en formación en emprendedurismo; perfil de formadores académicos; y gestión institucional de emprendedurismo universitario.	Formación en emprendedurismo	Contenidos académicos promovedores	Ordinal
				Contenidos académicos teórico-práctico	Ordinal
				Contenidos actuales	Ordinal
				Actividades estudiantiles	Ordinal
				Apoyo al emprendedurismo	Ordinal
				Sensibilización al estudiante	Ordinal
				Capacitaciones técnicas operativas	Ordinal
				Conocimiento de leyes promotoras	Ordinal
				Conocimiento de fuentes de financiamiento	Ordinal
			Perfil de formadores académicos	Formador con empresas formalizadas	Ordinal
				Formador con experiencia empresarial	Ordinal
				Formador con perfil emprendedor	Ordinal
				Articulado a fortalecer competencias profesionales	Ordinal
				Disponibilidad de orientación	Ordinal
			Gestión institucional de emprendedurismo universitario	Formación en cultura empresarial	Ordinal
				Temática de emprendedurismo en currículos	Ordinal
				Mecanismos de medición emprendedor	Ordinal
				Vínculos con sectores públicos o privados	Ordinal
				Institucionalización del emprendedurismo	Ordinal
				Iniciativas de políticas en emprendedurismo	Ordinal
				Apoyo tecnológico, económico o político	Ordinal
				Gestión de ferias de emprendimientos	Ordinal
			Promoción de talleres en emprendedurismo	Ordinal	

Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN



Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM



Reciba mi cordial saludo. El presente cuestionario es parte de una investigación denominada “Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM”, por ello se le solicita su colaboración para responder el presente cuestionario de encuesta, marcando las respuestas de forma honesta y con certeza, ya que de esta manera se lograrán correctamente los objetivos de la investigación.

Instrucciones

Se le recomienda leer con cuidado las siguientes preguntas y marcar con un aspa (X) cada una de las alternativas que se asemeje más a su realidad y su forma de pensar, solo se le pide una respuesta por pregunta y lo puede responder en cualquier orden que le parezca más cómodo teniendo en consideración la escala valorativa y la escala numérica.

Recuerde cumplir con la totalidad de preguntas.

Leyenda

Escala valorativa	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Escala numérica	1	2	3	4	5

Nº	VARIABLE TEÓRICA: MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO	ESCALA				
		1	2	3	4	5
Formación en emprendedurismo						
1	Los contenidos académicos impartidos en la UNSM promueven el emprendedurismo.					
2	Los contenidos académicos impartidos en la UNSM sobre emprendedurismo son de forma teórico-práctico.					
3	Los contenidos académicos impartidos en la UNSM sobre emprendedurismo académico son actuales.					
4	La UNSM realiza actividades estudiantiles para la presentación de emprendedurismo.					
5	La UNSM apoya al ímpetu del emprendedurismo para forjar un sentido empresarial.					
6	La UNSM sensibiliza a los estudiantes para fomentar el emprendedurismo.					
7	La UNSM fomenta capacitaciones técnicas operativas para socializar el emprendedurismo.					
8	La UNSM brinda conocimientos sobre políticas de fomento al emprendedurismo universitario.					
9	La UNSM brinda información sobre fuentes de financiamientos para consolidar el emprendedurismo.					
Perfil de formadores académicos						
10	Los docentes de la UNSM que imparten asignaturas de emprendedurismo tienen empresas formalizadas.					

11	Los docentes de la UNSM que imparten asignaturas de emprendedurismo tienen experiencia empresarial.						
12	Los docentes de la UNSM que imparten asignaturas de emprendedurismo tienen un perfil empresarial que demuestre dominio de enseñanza.						
13	Los docentes de la UNSM que imparten asignaturas de emprendedurismo se articulan a las competencias profesionales propias.						
14	Los docentes de la UNSM que imparten asignaturas de emprendedurismo disponen de tiempo para orientar o resolver dudas.						
Gestión institucional de emprendedurismo universitario							
15	La UNSM forma en los estudiantes una cultura empresarial para el emprendedurismo.						
16	La UNSM incluye en los currículos o planes de estudio temáticas en emprendedurismo académico.						
17	La UNSM emplea mecanismos para medir o detectar a estudiantes con perfil emprendedor.						
18	La UNSM se vincula con sectores públicos o privados para fortalecer convenios que apoyen al emprendedurismo.						
19	La UNSM institucionaliza al emprendedurismo como eje importante para el desarrollo académico, social y económico.						
20	La UNSM genera iniciativas políticas en emprendedurismo como incubadoras de empresas.						
21	La UNSM brinda apoyo tecnológico, económico o político al emprendedurismo académico.						
22	La UNSM gestiona ferias de emprendedurismo para su socialización.						
23	La UNSM promociona talleres o cursos sobre emprendedurismo universitario.						

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN



**Encuesta para evaluar la intención emprendedora en
estudiantes universitarios**



Reciba mi cordial saludo. El presente cuestionario es parte de una investigación denominada “Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM”, por ello se le solicita su colaboración para responder el presente cuestionario de encuesta, marcando las respuestas de forma honesta y con certeza, ya que de esta manera se lograrán correctamente los objetivos de la investigación.

Instrucciones

Se le recomienda leer con cuidado las siguientes preguntas y marcar con un aspa (X) cada una de las alternativas que se asemeje más a su realidad y su forma de pensar, solo se le pide una respuesta por pregunta y lo puede responder en cualquier orden que le parezca más cómodo teniendo en consideración la escala valorativa y la escala numérica.

Recuerde cumplir con la totalidad de preguntas.

Leyenda

Escala valorativa	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Escala numérica	1	2	3	4	5

Nº	VARIABLE PRÁCTICA: INTECIÓN EMPRENDEORA	ESCALA				
		1	2	3	4	5
Oportunidad de emprendimiento						
1	He pensado en aperturar una empresa para brindar servicios o productos innovadores.					
2	He pensado en aperturar una empresa por las necesidades del mercado que requieren ser cubiertas.					
3	He pensado en aperturar una empresa porque tengo conocimiento para ser competitivo (a) y satisfacer a los consumidores.					
4	He pensado en aperturar una empresa que adopte tecnologías para tener mayor beneficio económico y social.					
5	He pensado en aperturar una empresa para tener disponibilidad de recursos económicos suficientes.					
Influencia sociofamiliar						
6	He pensado en aperturar una empresa porque las personas de mi entorno desean que establezca mi propio negocio.					
7	He pensado en aperturar una empresa porque tengo el apoyo familiar.					
8	He pensado en apertura una empresa porque recibo de la universidad fundamentos para emprender.					
9	He pensado en aperturar una empresa porque poseo experiencia profesional del algún trabajo.					
10	He pensado en aperturar una empresa porque poseo experiencia o conocimiento administrativo.					
11	He pensado en aperturar una empresa porque conozco las normativas o leyes vigentes empresariales.					
12	He pensado en aperturar una empresa porque tengo ideas novedosas es resulten de gran impacto.					

13	He pensado en aperturar una empresa porque la sociedad requiere de negocios que solucionen problemas que solo yo puedo satisfacer.					
Equilibrio laboral-personal						
14	He pensado en aperturar una empresa por brindarme rentabilidad.					
15	He pensado en aperturar una empresa por brindarme estabilidad.					
16	He pensado en aperturar una empresa por brindarme beneficios sociales.					
17	He pensado en aperturar una empresa por mejorar mi calidad de vida.					
18	He pensado en aperturar una empresa por demostrar sacrificio a los demás.					
19	He pensado en aperturar una empresa por tener dependencia salarial					
20	He pensado en aperturar una empresa por ser quien tome las decisiones y dirija la empresa.					
Situación motivadora						
21	He pensado en aperturar una empresa por superación personal.					
22	He pensado en aperturar una empresa por aplicar mis conocimientos.					
23	He pensado en aperturar una empresa porque sé que puede expandirse y lograr reconocimiento.					
24	He pensado en aperturar una empresa por demostrar mi necesidad de logro.					
25	He pensado en aperturar una empresa porque deseo brindar empleo.					
26	He pensado en aperturar una empresa por el desarrollo social de mi comunidad.					

Anexo 4. Informe de validación de instrumentos

INFORME N°01 DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

AL : Dr. Miguel Angel Valles Coral
Docente de la asignatura Elaboración y/o Aplicación de Instrumentos

DEL : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas
Alumno del doctorado en Gestión Empresarial

ASUNTO : Informa validación de los instrumentos de recolección de datos

FECHA : Tarapoto, 27 de agosto de 2021

Es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y a la vez hacer de su conocimiento que se hizo la validación de los instrumentos de recolección de datos a través del juicio de cinco expertos; ya que es requisito indispensable para aplicar los instrumentos a la muestra de estudio; en consecuencia, desarrollar el trabajo de investigación lo que permitirá llegar a los resultados y conclusiones del presente estudio.

Cabe destacar que las fichas de validación fueron para cada variable; siendo los resultados la siguiente manera:

1. DE LOS RESULTADOS DE JUCIO DE EXPERTOS

Se entiende por experto al individuo en sí como a un grupo de personas u organizaciones capaces de ofrecer valoraciones conclusivas de un problema en cuestión y hacer recomendaciones fundamentales con un máximo de competencia.

RESUMEN DE VALORACIÓN DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Tabla 01: Variable práctica, **Intención emprendedora**

JUECES	VALORACIÓN
JUEZ 1	4.9
JUEZ 2	4.8
JUEZ 3	4.8
JUEZ 4	4.8
JUEZ 5	5.0
TOTAL	24.3
PROMEDIO	4.9

En la tabla n° 01, que corresponde a la variable **Intención emprendedora**, se puede observar que la calificación de los jueces expertos arrojó un promedio de **4.9**; lo que

indica que tiene alta validez; por lo que el instrumento reúne las condiciones metodológicas para ser aplicado.

Tabla 02: Variable teórica, **Modelo de emprendedurismo universitario**

JUECES	VALORACIÓN
JUEZ 1	4.9
JUEZ 2	4.9
JUEZ 3	5.0
JUEZ 4	4.8
JUEZ 5	4.9
TOTAL	24.5
PROMEDIO	4.9

En la tabla nº 02, que corresponde a la variable **Modelo de emprendedurismo universitario**, se puede observar que la calificación de los jueces expertos arrojó un promedio de **4.9**; lo que indica que tiene alta validez; por lo que el instrumento reúne las condiciones metodológicas para ser aplicado.

2. INFORMES DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTOS DISEÑADOS

En las páginas posteriores se anexan los informes de opinión de los jueces expertos sobre la evaluación de los instrumentos diseñados.

A la espera de la conformidad del presente informe, me despido atentamente.



Pierre Vidaurre Rojas
 Doctorando en Gestión Empresarial
 DNI: 01146597



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Juan Rafael Juárez Díaz
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Ciencias de la Educación
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar la intención emprendedora en estudiantes universitarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						49

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento cumple con los criterios de validación, por lo cual puede ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.9

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Dr. Juan Rafael Juárez Díaz
 Instituto Tecnológico

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Juan Rafael Juárez Díaz
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Ciencias de la Educación
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						49

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento cumple con los criterios de validación, por lo cual puede ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.9

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Miguel Angel Valles Coral
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Metodólogo (Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad)
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar la intención emprendedora en estudiantes universitarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es consistente, puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Miguel Angel Valles Coral
 Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Miguel Angel Valles Coral
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Metodólogo (Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad)
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5	
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X		
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X	
PUNTAJE TOTAL							49

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es consistente, puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.9

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021


 Miguel Angel Valles Coral
 Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Wildoro Ramirez Ramirez
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Ciencias de la Educación
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar la intención emprendedora en estudiantes universitarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL		48				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Wildoro Ramirez Ramirez
 Dr. en Ciencias de la Educación

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Wildoro Ramirez Ramirez
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Ciencias de la Educación
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL		50				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5.0

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Wildoro Ramirez Ramirez
Dr. en Ciencias de la Educación

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Victor Manuel Vallejos Monja
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar la intención emprendedora en estudiantes universitarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Victor Manuel Vallejos Monja
Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Victor Manuel Vallejos Monja
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021


 Victor Manuel Vallejos Monja
 Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Rony Flores Ramírez
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar la intención emprendedora en estudiantes universitarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL		50				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 5.0

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021

Rony Flores Ramírez
 Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad

Firma y sello personal



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Rony Flores Ramírez
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad
 Instrumento de evaluación : "Encuesta para evaluar el modelo de emprendedurismo universitario en la UNSM"
 Autor (s) del instrumento (s) : Ing. M. Sc. Pierre Vidaurre Rojas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						49

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede aplicarse.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.9

Tarapoto, 27 de Agosto de 2021


 Rony Flores Ramírez
 Dr. en Gestión Pública y Gobernabilidad

Firma y sello personal

Resultados:

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	26

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem_1	95,05	305,313	,835	,942
Ítem_2	95,20	307,853	,728	,943
Ítem_3	95,40	294,779	,823	,942
Ítem_4	95,05	313,524	,525	,945
ítem_5	95,05	319,945	,330	,947
Ítem_6	95,80	296,800	,722	,943
Ítem_7	95,80	299,642	,705	,943
Ítem_8	95,90	312,621	,352	,949
Ítem_9	95,65	306,555	,662	,944
Ítem_10	95,80	299,537	,707	,943
Ítem_11	96,30	302,221	,743	,943
Ítem_12	95,45	302,155	,722	,943
Ítem_13	95,60	301,305	,680	,944
Ítem_14	94,75	320,197	,545	,946
Ítem_15	94,75	320,618	,524	,946
Ítem_16	95,30	304,432	,803	,943
Ítem_17	94,75	305,671	,733	,943
Ítem_18	95,85	309,082	,505	,946
Ítem_19	95,15	320,239	,321	,947
Ítem_20	95,40	318,884	,309	,948
Ítem_21	94,80	306,800	,668	,944
Ítem_22	94,80	305,432	,748	,943
Ítem_23	94,85	304,766	,698	,943
Ítem_24	95,30	311,379	,436	,947
Ítem_25	95,00	303,579	,769	,943
Ítem_26	94,75	304,303	,775	,943

Según los resultados obtenidos se calcula la confiabilidad general de la prueba la cual da como resultado **0.95**, al ser superior a 0.61 estos resultan significativos; por lo que tienen una alta confiabilidad.

2. Variable teórica: Modelo de emprendedurismo universitario

Tabla 02: Consolidación de la prueba piloto por el Alpha de Cronbach

sujeto	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	item_16	item_17	item_18	item_19	item_20	item_21	item_22	item_23	
1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
6	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
10	2	1	1	2	2	3	1	2	1	4	4	4	3	2	2	2	2	3	1	3	3	2	1	1
11	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
12	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2
13	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	1	1	1
14	1	1	3	3	3	3	3	3	2	5	5	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3
15	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
16	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4

Resultados:

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,976	23

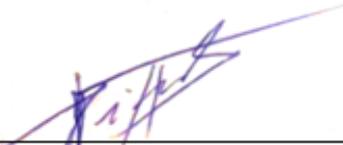
La estadística de total de elementos se presenta en la siguiente página.

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem_1	73,25	285,882	,705	,976
Ítem_2	73,30	287,274	,747	,976
Ítem_3	73,15	285,713	,847	,975
Ítem_4	73,25	289,987	,845	,975
ítem_5	73,10	286,305	,932	,974
Ítem_6	73,00	290,632	,719	,976
Ítem_7	73,25	284,934	,803	,975
Ítem_8	73,40	291,832	,786	,975
Ítem_9	73,50	286,789	,844	,975
Ítem_10	72,95	296,050	,584	,977
Ítem_11	72,90	296,411	,619	,977
Ítem_12	72,90	292,516	,761	,976
Ítem_13	72,90	290,411	,838	,975
Ítem_14	73,05	285,103	,851	,975
Ítem_15	73,20	287,853	,904	,975
Ítem_16	73,10	288,621	,851	,975
Ítem_17	73,05	288,892	,834	,975
Ítem_18	73,00	291,789	,860	,975
Ítem_19	73,10	283,042	,873	,975
Ítem_20	73,00	285,474	,887	,975
Ítem_21	73,10	287,042	,846	,975
Ítem_22	73,15	282,766	,743	,976
Ítem_23	73,30	283,800	,740	,976

Según los resultados obtenidos se calcula la confiabilidad general de la prueba la cual da como resultado **0.98**, al ser superior a 0.61 estos resultan significativos; por lo que tienen una alta confiabilidad.

Finalmente se puede garantizar la confiabilidad de los instrumentos para ser aplicados, luego, procesados para llegar a los resultados que permitirán emitir conclusiones y las recomendaciones correspondientes en el desarrollo de la tesis.

A la espera de la conformidad del presente informe, me despido atentamente.


 Pierre Vidaurre Rojas
 Doctorando en Gestión Empresarial
 DNI: 01146597

Anexo 6. Cuestionarios de validación de instrumentos

CUESTIONARIO

ASPECTOS A TENER EN CUENTA POR LOS EXPERTOS PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN DEL: MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO PARA INCREMENTAR Y MOTIVAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNSM

Estimado experto(a): **Dr. Miguel Angel Valles Coral**

Usted ha sido seleccionado, por su calificación y capacidad científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta la propuesta, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar y motivar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM".

C5	C4	C3	C2	C1
Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas					X
2	Importancia de los componentes				X	
3	Fundamentación de cada componente				X	
4	Argumentos de la organización					X
5	Relevancia del componente teórico					X
6	Coherencia entre los componentes					X
7	Importancia de la normatividad				X	
8	Importancia de los contenidos					X

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

3. Valoración de algunos aspectos de la propuesta, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en la propuesta, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

Nº	Aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario"	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del "Modelo de emprendedurismo universitario" refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.									X
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del "Modelo de emprendedurismo universitario"								X	
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.									X
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el "Modelo de emprendedurismo universitario", como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.									X
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.								X	
8	Valorar la contribución que realiza el "Modelo de emprendedurismo universitario" a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.								X	
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.									X

4. Marque cuál de los siguientes ítems antes mencionados usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (I), (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

Nº	Posible cambio sugerido	Bien concebido	Haría cambios	Haría adiciones	Haría supresiones
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1					
2					

3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y comentarios críticos contribuirán a perfeccionar la propuesta, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

Modelo aplicable

Fecha: 03 / 02 / 2023



.....
MIGUEL ANGEL VALLES CORAL
 Dr. Gestión Pública y Gobernabilidad

Sello, firma, DNI: 40810431

CUESTIONARIO
ASPECTOS A TENER EN CUENTA POR LOS EXPERTOS PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN
DEL: MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO PARA INCREMENTAR Y
MOTIVAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNSM

Estimado experto(a): **Dr. Jhaisinio Salomon Valera Vela**

Usted ha sido seleccionado, por su calificación y capacidad científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta la propuesta, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del “Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar y motivar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM”.

C5	C4	C3	C2	C1
Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas					X
2	Importancia de los componentes					X
3	Fundamentación de cada componente					X
4	Argumentos de la organización				X	
5	Relevancia del componente teórico					X
6	Coherencia entre los componentes					X
7	Importancia de la normatividad				X	
8	Importancia de los contenidos					X

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

3. Valoración de algunos aspectos de la propuesta, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en la propuesta, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

Nº	Aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario"	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del "Modelo de emprendedurismo universitario" refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.									X
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del "Modelo de emprendedurismo universitario"								X	
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.								X	
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el "Modelo de emprendedurismo universitario", como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.									X
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.									X
8	Valorar la contribución que realiza el "Modelo de emprendedurismo universitario" a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.									X
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.									X

4. Marque cuál de los siguientes ítems antes mencionados usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (I), (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

Nº	Posible cambio sugerido	Bien concebido	Haría cambios	Haría adiciones	Haría supresiones
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1					
2					

3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y comentarios críticos contribuirán a perfeccionar la propuesta, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

Aplicable

Fecha: / /



Dr. Jhaisinho S. Valera Vela
 Gestión Pública y Gobernabilidad
 CPPe N° 0374052

 Sello, firma, DNI: 80361548

CUESTIONARIO
ASPECTOS A TENER EN CUENTA POR LOS EXPERTOS PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN
DEL: MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO PARA INCREMENTAR Y
MOTIVAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNSM

Estimado experto(a): **Dr. Victor Manuel Vallejos Monja**

Usted ha sido seleccionado, por su calificación y capacidad científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta la propuesta, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar y motivar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM".

C5	C4	C3	C2	C1
Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas					X
2	Importancia de los componentes					X
3	Fundamentación de cada componente					X
4	Argumentos de la organización				X	
5	Relevancia del componente teórico				X	
6	Coherencia entre los componentes				X	
7	Importancia de la normatividad					X
8	Importancia de los contenidos					X

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

3. Valoración de algunos aspectos de la propuesta, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en la propuesta, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

Nº	Aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario"	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del "Modelo de emprendedurismo universitario" refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.								X	
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del "Modelo de emprendedurismo universitario"									X
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.									X
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el "Modelo de emprendedurismo universitario", como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.								X	
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.									X
8	Valorar la contribución que realiza el "Modelo de emprendedurismo universitario" a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.								X	
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.									X

4. Marque cuál de los siguientes ítems antes mencionados usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (I), (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

Nº	Posible cambio sugerido	Bien concebido	Haría cambios	Haría adiciones	Haría supresiones
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1					
2					

3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y comentarios críticos contribuirán a perfeccionar la propuesta, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

El modelo cumple los estándares de calidad, puede ser aplicado

Fecha: / /


Sello, firma, DNI: 42183659

CUESTIONARIO
ASPECTOS A TENER EN CUENTA POR LOS EXPERTOS PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN
DEL: MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO PARA INCREMENTAR Y
MOTIVAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNSM

Estimado experto(a): **Dr. Juan Rafael Juárez Díaz**

Usted ha sido seleccionado, por su calificación y capacidad científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta la propuesta, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar y motivar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM".

C5	C4	C3	C2	C1
Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas				X	
2	Importancia de los componentes				X	
3	Fundamentación de cada componente				X	
4	Argumentos de la organización					X
5	Relevancia del componente teórico				X	
6	Coherencia entre los componentes					X
7	Importancia de la normatividad				X	
8	Importancia de los contenidos				X	

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

3. Valoración de algunos aspectos de la propuesta, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en la propuesta, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

Nº	Aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario"	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del "Modelo de emprendedurismo universitario" refleja los principios teóricos que la sustentan								X	
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.							X		
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.								X	
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del "Modelo de emprendedurismo universitario"							X		
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.									X
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el "Modelo de emprendedurismo universitario", como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.								X	
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.							X		
8	Valorar la contribución que realiza el "Modelo de emprendedurismo universitario" a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.								X	
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.								X	

4. Marque cuál de los siguientes ítems antes mencionados usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (I), (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

Nº	Posible cambio sugerido	Bien concebido	Haría cambios	Haría adiciones	Haría supresiones
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1					
2					

3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y comentarios críticos contribuirán a perfeccionar la propuesta, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad:

Modelo válido y aplicable

Fecha: 04/02/2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN - I
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
Dr. Juan Rafael Juárez Díaz
Decano Asociado de la FCSCH/UNASU

Sello, firma, DNI:

CUESTIONARIO
ASPECTOS A TENER EN CUENTA POR LOS EXPERTOS PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN
DEL: MODELO DE EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO PARA INCREMENTAR Y
MOTIVAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNSM

Estimado experto(a): **Dr. Fernando Ruiz Saavedra**

Usted ha sido seleccionado, por su calificación y capacidad científico-técnica, por el grado de doctor, por sus años de experiencia y los resultados alcanzados en su labor profesional, como experto para evaluar los resultados teóricos de esta investigación, por lo que como autor le pido que ofrezca sus ideas y criterios sobre las bondades, deficiencias e insuficiencias que presenta la propuesta, en cuanto a su concepción teórica y que pudiera presentar al ser aplicada en la práctica.

Instrumentos para la obtención de criterios valorativos de los expertos.

1. Marque con una cruz (X) su opinión, sobre los aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar y motivar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM".

C5	C4	C3	C2	C1
Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado

Nº	Aspectos a valorar del Modelo	C1	C2	C3	C4	C5
1	Definición de premisas					X
2	Importancia de los componentes					X
3	Fundamentación de cada componente				X	
4	Argumentos de la organización				X	
5	Relevancia del componente teórico					X
6	Coherencia entre los componentes				X	
7	Importancia de la normatividad				X	
8	Importancia de los contenidos					X

2. Se le agradecería que en cada aspecto valorado indicara cuál de ellos modificaría y las sugerencias que al respecto usted considere.

Aspectos	¿Qué modificaría?	Sugerencias de modificación
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

3. Valoración de algunos aspectos de la propuesta, que se relatan a continuación marque con una cruz (X) ordenándolos de manera decreciente, asignando el número 9 al aspecto (o los aspectos) que usted considere que mejor se revelan o se manifiestan en la propuesta, el número 8 al siguiente y así sucesivamente hasta el número 1.

Nº	Aspectos a valorar del "Modelo de emprendedurismo universitario"	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Valorar si la concepción teórica del "Modelo de emprendedurismo universitario" refleja los principios teóricos que la sustentan							X		
2	Valorar si la concepción estructural favorece el logro del objetivo por el cual se elaboró.								X	
3	Valorar si las etapas declaradas en el componente de los procesos planteadas para la solución de problemas han sido ordenadas atendiendo a criterios lógicos y metodológicos de la disciplina.							X		
4	Valorar si se reflejan con calidad y precisión las orientaciones para el tratamiento metodológico de las acciones a desarrollar en cada componente del "Modelo de emprendedurismo universitario"							X		
5	Valorar si los indicadores y categorías del sistema de ciencia tecnología e investigación son precisos y miden el cumplimiento del objetivo esperado.								X	
6	Valorar el nivel de satisfacción práctica que podría presentar el "Modelo de emprendedurismo universitario", como solución al problema y posibilidades reales de su generalización en la práctica científica.									X
7	Valorar si existe correspondencia entre la complejidad de las actividades, a desarrollar en las actividades y las particularidades de su formación científica.								X	
8	Valorar la contribución que realiza el "Modelo de emprendedurismo universitario" a la formación de cualidades de la personalidad en las esferas: intelectual, afectivo volitiva y moral.							X		
9	Valorar la contribución que realiza el modelo al conocimiento, de los procesos y fenómenos de la práctica social en las esferas: social, económica y ambiental.							X		

4. Marque cuál de los siguientes ítems antes mencionados usted considera que se pone de manifiesto en cada aspecto: Siempre que usted marque una de las columnas (I), (II), (III) ó (IV) especifique el cambio, adición o supresión que usted haría.

Nº	Posible cambio sugerido	Bien concebido	Haría cambios	Haría adiciones	Haría supresiones
		(I)	(II)	(III)	(IV)
1					
2					

3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

Para finalizar, queremos expresarle que sus criterios y opiniones se manejarán de forma anónima, además le agradecemos por anticipado su valiosa colaboración y estamos seguros que sus sugerencias y comentarios críticos contribuirán a perfeccionar la propuesta, tanto en su concepción teórica como en su futura aplicación en la formación científica.

Muchas gracias por su cooperación y le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas.

5. Opinión de Aplicabilidad: *Es aplicable*

Fecha: / /

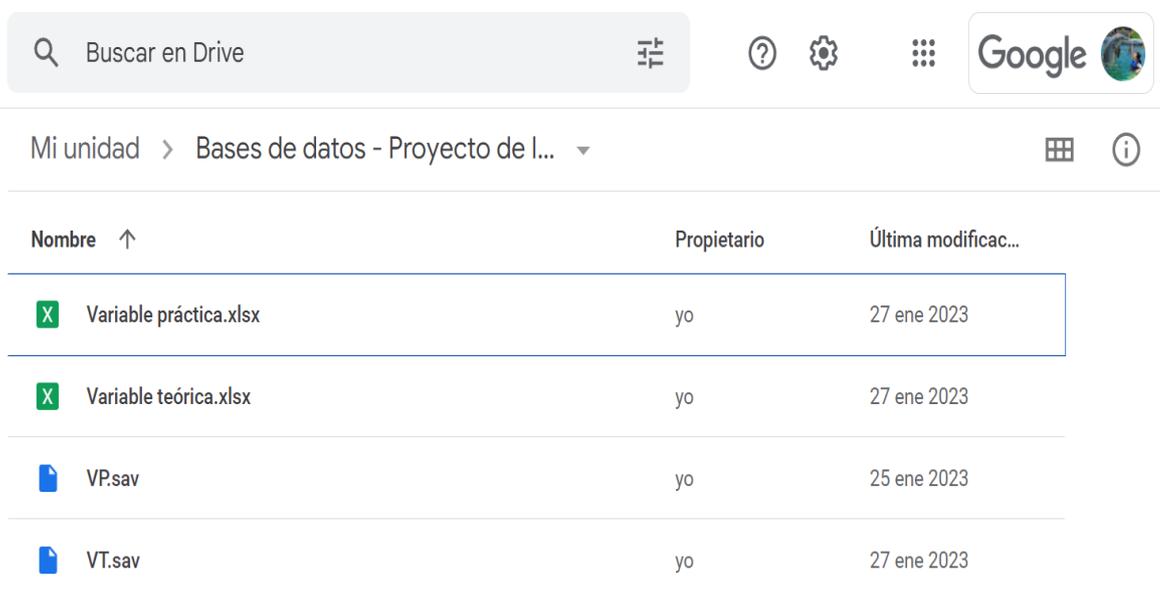

 EPUSA
 Dr. Fernando Ruiz Souveda
 Docente Adscrito al PAFCA
 UNMSM
 Sello, firma, DNI: 0114891

Anexo 7. Bases de datos

Las bases de datos se encuentran disponibles en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/drive/folders/1qJJ04xG9GngqMxMgu7pk7W8u_eAK2ccZ?usp=share_link

- Excel variable práctica: Datos tabulados de la variable intención emprendedora
- Excel variable teórica: Datos tabulados de la variable modelo de emprendedurismo universitario
- También están disponibles los archivos del SPSS versión 26.



Buscar en Drive

Mi unidad > Bases de datos - Proyecto de I... ▾

Nombre ↑	Propietario	Última modificac...
 Variable práctica.xlsx	yo	27 ene 2023
 Variable teórica.xlsx	yo	27 ene 2023
 VP.sav	yo	25 ene 2023
 VT.sav	yo	27 ene 2023

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

por Pierre Vidaurre Rojas

Fecha de entrega: 21-mar-2023 08:29a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2042644074

Nombre del archivo: DOCT.-_GEST._EMP._-_Pierre_Vidaurre_Rojas.docx (8.87M)

Total de palabras: 24520

Total de caracteres: 150633

Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de la UNSM

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uncp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to Universidad Nacional de San Martín

Trabajo del estudiante

1%

3

repositorio.unsm.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

idus.us.es

Fuente de Internet

1%

6

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

7

Submitted to Universidad de Huelva

Trabajo del estudiante

1%

8

revistas.unisucre.edu.co

Fuente de Internet

1%