



Relación entre perfil y visión emprendedora de estudiantes universitarios

Relationship between profile and entrepreneurial vision of university students

Dra. Rosario Mireya Romero-Parra es profesora e investigadora de la Universidad Continental (Perú) (rromerop@continental.edu.pe) (<https://orcid.org/0000-0002-1319-1171>)

Dr. Jorge Luis Romero-Chacín es profesor e investigador de la Universidad Continental (Perú) (jromeroch@continental.edu.pe) (<https://orcid.org/0000-0002-5738-7504>)

Dr. Luis Andrés Barboza-Arenas es profesor e investigador de la Universidad Tecnológica del Perú (Perú) (c20752@utp.edu.pe) (<https://orcid.org/0000-0001-7793-1258>)

Resumen

El emprendimiento puede definirse como la ejecución de un proyecto o propósito donde la persona se encuentra totalmente preparada para arriesgarse y efectuar el proyecto. En el Perú, el emprendimiento empresarial es altamente reconocido, a nivel de América Latina, es el primer país con mayor percepción, en relación con la simplicidad a la hora de dar comienzo a un negocio; y el tercero respecto a las facultades y competencias, así como con mayores posibilidades para que el ciudadano pueda emprender. Este estudio determina la relación entre el perfil emprendedor y la visión emprendedora de estudiantes universitarios. La investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo correlacional, la muestra estuvo representada por 135 estudiantes matriculados en la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental en el ciclo académico 2022-2022. Se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0,78 lo que indica que existe una correlación positiva entre las variables del estudio, como el perfil emprendedor y la visión emprendedora de estudiantes universitarios. Esto comprueba la hipótesis de investigación: el perfil emprendedor tiene una correspondencia positiva con la visión emprendedora de estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental en el ciclo académico 2022-2022.

Abstract

Entrepreneurship can be defined as the execution of a project or purpose where the person is fully prepared to take the risk and carry out the project. In Peru, business entrepreneurship is highly recognized, at the Latin American level, it is the first country with the highest perception, in relation to the simplicity when starting a business; and the third with respect to the faculties and competencies, as well as with greater possibilities for the citizen to become an entrepreneur. The present study determines the relationship between the entrepreneurial profile and the entrepreneurial vision of university students. The research is developed under a quantitative approach with a descriptive correlational scope, the sample was represented by 135 students enrolled in the faculty of business sciences of the Program of Study Administration and Human Resources of the Continental University in the academic cycle 2022- 2. A Pearson correlation coefficient of 0.78 was obtained, which indicates that there is a positive correlation between the variables of the study, such as the entrepreneurial profile and the entrepreneurial vision of university students. This proves the research hypothesis: the entrepreneurial profile has a positive correspondence with the entrepreneurial vision of the students of the faculty of business sciences of the Program of Study Administration and Human Resources of the Universidad Continental in the academic cycle 2022- 2.

Palabras clave | keywords

Autonomía, creatividad, empresas, emprendimiento, estudiantes universitarios, perfil emprendedor, visión emprendedora, liderazgo.

Autonomy, creativity, business, entrepreneurship, university students, entrepreneurial profile, entrepreneurial vision, leadership.

Cómo citar: Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín, J., y Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de estudiantes universitarios. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), pp. 67-82. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.04>

1. Introducción

En el emprendimiento se distinguen tres corrientes filosóficas que efectúan investigaciones acerca del mismo: las teorías psicológicas, las teorías austríacas y la teoría del equilibrio neoclásico. Comenzando con esta última, las perspectivas neoclásicas analizan las particularidades de los emprendedores que los diferencian de aquellos que no lo son (Achiquen *et al.*, 2022). Por su parte, las teorías psicológicas, analizan las actitudes y habilidades de los individuos a fin de iniciarlos con acciones económicas. Mientras que las teorías austríacas, reconocen las informaciones diferentes que necesitan los individuos a fin de percibir posibilidades comerciales. Por lo tanto, cabe mencionar a García-Cabrera *et al.* (2015), quienes lo contemplan como un procedimiento de preparación de acciones económicas, para el cual se necesita de la expansión de incuestionables capacidades de liderazgo a fin de aceptar riesgos y utilizar la innovación y creatividad. Asimismo, Mayer *et al.* (2020), lo conciben como una cadena de correlaciones entre la conducta del emprendedor y las posibilidades que ofrece el comercio. Desde otro punto de vista, se plantea como un comportamiento orientado a fomentar transformaciones en el trabajo de los individuos y sus estilos de vida, por medio de decisiones originales y el financiamiento de medios.

Así mismo, el emprendimiento puede plantearse como una ejecución de un proyecto o propósito donde la persona; es decir el emprendedor, se encuentra totalmente preparado para arriesgarse y efectuar dicho proyecto. De esta forma, Rodríguez y Urbiola (2019), lo describen como un estilo de existencia o una filosofía de vida, que tiene como finalidad hacer realidad un sueño, un objetivo o un ideal. Además, en el método administrativo se alcanza a observar la distinción de labores, cómo es que se efectúan maniobras y gerencia de estas, también del dinamismo del emprendedor y la invención que este aprovecha. En otro orden de ideas, en el área psicológica, se manifiesta la motivación, desafíos, incentivos, creatividad, vías de comunicación, necesidad de autonomía; mientras que, en el área de sociología, se orienta en los valores, ídoles, redes, experiencias y capacidades; estas dualidades favorecen la importancia del individuo y su conducta en correspondencia a la sociedad.

En este orden de ideas, el emprendimiento empresarial se ha planteado a partir de las perspectivas sociopsicológicas, económicas y comportamentales. En primer lugar, la perspectiva sociopsicológica, propone que el emprendimiento se entiende por las particularidades propias de cada emprendedor. En segundo lugar, la perspectiva económica, el emprendimiento es un procedimiento de percibir posibilidades mediante la creatividad e innovación (Alaña *et al.*, 2017; Batista-Canino *et al.*, 2016; Romero *et al.*, 2022). Por último, la perspectiva comportamental, destaca que existen ciertos comportamientos precisos del emprendimiento; en otras palabras, que existen emprendedores por oportunidad o por necesidad.

Por otra parte, cuando las personas emprendedoras establecen su propio negocio anhelan que este sea exitoso, por tal razón la mayoría de ellas, se las ingenian a fin de lograrlo (Batista-Canino *et al.*, 2016). Sin embargo, muchas de ellas tienen en cuenta que la popularidad de su empresa es debida a proyectos innovadores; pero, es relevante destacar que hay otros elementos que interceden en el logro del éxito empresarial, no únicamente monetarios sino también elementos personales; los cuales le brindan la posibilidad de poseer una plataforma para llevar a cabo sus propósitos (Karabulut & Dogan, 2018). Ante estos planteamientos, en el presente estudio se analiza cuáles son los elementos personales que una persona emprendedora debe poseer y cómo dichos elementos inciden en la visión emprendedora. Cabe resaltar que, con el transcurso de los años, las investigaciones acerca del emprendimiento se han ido aumentando.

En efecto, en el Perú, el emprendimiento empresarial es altamente reconocido, a nivel de América Latina, es el primer país con mayor percepción, en relación con la simplicidad a la hora de dar comienzo a un negocio; y el tercero respecto a las facultades y competencias, así como con mayores posibilidades para que el ciudadano pueda emprender. Es por ello que, numerosos ciudadanos toman al emprendimiento como un asunto útil, no únicamente por posición social, sino por el deseo de obtener algo propio y progresar monetariamente (Serida *et al.*, 2020). Por otro lado, Mendoza (2018) indica que hay numerosas instituciones y empresas, que fomentan el adiestramiento mediante talleres, cursos o asesoramiento para los emprendedores que se van iniciando, tal es el caso de Emprendedor Peruano, el cual es patrocinado por el Ministerio de Producción.

De igual manera, hay casos de emprendedores que, aun cuando recibieron asesoría, no consiguen perfeccionar sus proyectos de comercio no solo por asuntos de escasez de finanzas, sino también por diversos componentes individuales que imposibilitan que se determine la consumación del comercio. No obstante, el emprendimiento exterioriza diversas atmósferas; las cuales son apreciadas en el presente estudio, examinando los elementos personales que guían a los emprendedores en la consideración de su éxito, bien sea por el grado de estudios, la edad, el entorno familiar, el género, la influencia del gobierno y la inversión promedio (Krauss *et al.*, 2020). En ese sentido, se tiene como objetivo determinar la relación existente entre el perfil emprendedor y la visión emprendedora de estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental en el ciclo académico 2022-2022.

1.1 Perfil del emprendedor

Se determina que las personas emprendedoras son aquellas que tienen una noción de negocio pero que todavía se encuentran en procedimiento de ejecución. Por lo tanto, Guachimbosa, Lavín y Santiago (2020) sustenta que los emprendedores surgen al ser creadores de oportunidades y se forman por una obligación. En este orden de ideas, puede definirse a un emprendedor como un individuo que no únicamente despliega una idea transformadora o un proyecto, sino que al mismo tiempo lo lleva a cabo con apoyo de una secuencia de acciones y destrezas particulares que le favorecerán para lograr el éxito. Por otra parte, la cultura emprendedora es el cúmulo de destrezas, conocimientos y cualidades imprescindibles que conserva un individuo, para administrar un propósito determinado (Orlandini-González, 2022; Reyes-Cruz *et al.*, 2019). Por lo dicho anteriormente, es posible establecer que un individuo que tiene una cultura emprendedora es capaz de alcanzar sus fines y lograr de manera exitosa cualquier proyecto o negocio que desee emprender.

Por último, la energía emprendedora es la fase sensitiva de un emprendedor al pretender reformar en su cultural. De igual manera, los individuos con dicha energía poseen la facultad de escuchar y evolucionar todo aquello que es escuchado en planes para transformar el mundo. Por lo tanto, una particularidad de los emprendedores es saber escuchar, lo cual es reflejado en el instante de: Saber escuchar a los usuarios, la historia y el cambio, así como características personales y sociales particulares. En ese sentido, Favretto *et al.* (2003) presentan el Test de actitud emprendedora (TAI), el cual plantea las siguientes variables: orientación hacia metas, liderazgo, adaptación, motivación de logro, realización personal, innovación, flexibilidad y autonomía. Sin embargo, para efecto del presente estudio, se considerarán las planteadas por Rubio-Rodríguez *et al.* (2020), las cuales son similares y describen de una forma más detallada la actividad emprendedora, expresándose en nueve valores imprescindibles en un individuo con energía emprendedora, los cuales se contextualizan y especifican a continuación.

1.1.1 Creatividad

La persona emprendedora posee la habilidad de percibir ideas o proyectos y al mismo tiempo plantear resultados innovadores frente a una complicación. Por tal razón, Borjas (2012) plantea que la creatividad es una de las características más relevantes en el perfil de un emprendedor; y esta no es más que la capacidad que tiene el individuo de resolver problemas de manera original, en otras palabras, la facultad de crear. Asimismo, las magnas designaciones del emprendimiento no consiguieron llegar donde están persiguiendo comportamientos habituales, como los que generalmente se tienen. Al mismo tiempo, se reconoce que ciertos individuos son más creativos que otros desde el nacimiento, pero cabe resaltar que la creatividad puede ser fomentada (Romero *et al.*, 2022). Por lo tanto, para ampliar una mente emprendedora, extender la creatividad y la facultad intelectual; se puede incitar al cerebro con acciones sencillas como, por ejemplo; meditar, ir a museos, practicar deportes o aprender cosas nuevas diariamente; dejando a un lado la rutina.

1.1.2 Autonomía

Este valor alude al ajuste del comportamiento por medio de reglas que emergen de la propia persona; puesto que el término autónomo menciona un individuo capaz de decidir conscientemente, las normas que orientan su conducta (Salazar *et al.*, 2019). Por lo tanto, cuando un emprendedor posee el valor de la autonomía, quiere decir que tiene la facultad de realizar lo que realmente cree que debe realizar, e igualmente representa que posee la capacidad de analizar lo que cree que debe realizar con todos los datos que tenga a su disposición y reflexionar si verdaderamente debe hacerse o se está engañando.

1.1.3 Confianza en uno mismo

Cuando este valor está presente en una persona emprendedora, esta se percibe así misma de manera positiva, es decir, tiene seguridad con sus recursos particulares y toma en cuenta todas las posibilidades para apostar por sus capacidades y aptitudes, puesto que al tener un negocio propio se necesita trabajar en su autoconfianza para fortificar dichas capacidades y dejar a un lado el miedo y todas aquellas dudas que puedan manifestarse debido a que el miedo es un gran enemigo de los emprendedores, un limitante a la hora de querer lograr el éxito (Brandle *et al.*, 2018). En este orden de ideas, para poder transmitirles credibilidad y confianza a los empleados, socios o clientes es fundamental el predominio de la autoconfianza, ya que la misma es la fuerza que se tiene para llevar a cabo los proyectos, tomar decisiones y estar seguros de los propios actos, en otras palabras, sentirse orgullosos de sí mismos y tener consciencia de las capacidades, procurando siempre innovar en los puntos frágiles para convertirlos en puntos fuertes.

1.1.4 Tenacidad

El emprendedor tiene firmeza y voluntad al iniciar un propósito, al mismo tiempo establece en sus actos la constancia, vehemencia y seguridad. Así mismo, un individuo tiene la posibilidad de decaer numerosas veces, no obstante, si tiene la disposición de aprender de sus desaciertos y continuar insistiendo, es posible que logre sus objetivos (Omidi *et al.*, 2016). A este respecto, el vocablo está relacionado a la concepción de perseverancia. Además, muchas personas estiman que la tenacidad es un valor indis-

pensable para lograr el éxito. Cabe resaltar que en la expresión «quien triunfa nunca abandona» se exterioriza la relevancia de insistir una y otra vez hasta ver realizadas las metas; de igual manera, deja sobreentendido que realmente el decaer radica en darse por vencido, en dejar de guerrear. Por otro lado, ciertos individuos aceptan erradamente que la tenacidad requiere una sucesión de integridades personales, que no todos poseen (Hoyte, 2019). En cambio, una cualidad tenaz busca el uso del 100 % de las facultades y entusiasmo para la ejecución de un propósito.

1.1.5 Sentido de la responsabilidad

La responsabilidad es un valor intrínseco, es decir se encuentra en la manera de razonar de cada individuo, brindándoles la oportunidad de administrar, reflexionar, guiar y valorar los efectos de sus acciones, siempre en materia de lo moral (Barajas *et al.*, 2020). Por lo tanto, inmediatamente al pasar a materia ética; es decir, la puesta en práctica, permanecen estas cuatro ideas a fin de decretar las dimensiones de dichos actos y afrontarlos de la forma mayormente integral y positiva, constantemente a favor del progreso laboral, social, personal, cultural y natural. Aunado a ello, el emprendedor posee una inclinación a ocuparse de los deberes de él mismo y de su equipo, por tal razón, el sentido de la responsabilidad se pondrá en marcha a partir de las más simples circunstancias de la vida diaria y en el trato que desde niño tenga con sus padres, sus maestros y sus iguales.

1.1.6 Capacidad para asumir riesgos

La capacidad para asumir riesgos según Ramos *et al.* (2022) es una cualidad que vincula la atracción por alcanzar un objetivo y la facultad de examinar las probables circunstancias que se puedan presentar, tanto favorables como perjudiciales. En otras palabras, lo que se requiere es que la persona pueda llevar a cabo las numerosas capacidades y que le permita realizar una suposición de contingencias vinculada con probabilidades de que acontezcan las cosas, es decir las alternativas que existirían y la manera de advertir los escenarios que dificulten el logro del objetivo o en su defecto reducir los resultados. Resulta importante resaltar que el emprendedor posee inclinación a proceder con determinación ante circunstancias que precisan indudable conflicto al momento de tomar una decisión.

Así mismo, el riesgo o peligro constantemente se encuentra vinculado a transformaciones y determinación. Por otro lado, la búsqueda de oportunidades para las organizaciones siempre es un aspecto invariable (Karabulut & Dogan, 2018). Por tanto, hacer provechosas las mencionadas oportunidades lleva implícito aceptar compromisos. Además, cuando todo líder hace una decisión, se ve obligado a saber valorar y considerar las probabilidades de ganar o perder, e inclinarse por la mejor alternativa. A su vez, el dominio del riesgo y su facultad para aceptarlo es una aptitud administrativa relevante.

1.1.7 Liderazgo

El liderazgo es uno de los valores mayormente sobresalientes en el perfil del emprendedor, debido a que posee la facultad de influenciar en los demás, reconocer sus capacidades particulares e incorporarlos en sus proyectos (López *et al.*, 2022). No obstante, la fase del liderazgo no puede reducirse a la representación del guía. Por consiguiente, un buen profesional que procure tener su propio comercio comprende que el liderazgo es la destreza de motivar e inspirar actos en un grupo de individuos, es decir, es la capacidad de generar seguidores. Al mismo tiempo, existe la posibilidad de

afinar la propia actitud de líder proporcionándole importancia a la labor del inicio de novedosas ideas, el equilibrio emocional y la sed de conocimiento. También de apreciar el acuerdo y la disposición del grupo siempre que se requiera, teniendo en cuenta que todos son significativos para diseñar y conseguir los objetivos propuestos. Cabe mencionar que aceptar proyectos, también es algo que requiere de mucho compromiso y que se aprecia sobremanera en los grandes líderes.

1.1.8 Espíritu en equipo

El emprendedor posee la facultad para trabajar en consonancia con los demás, dónde pone en común sus propósitos y técnicas de actuación. Por lo tanto, según Casanova *et al.* (2019) el espíritu en equipo se refiere a las afecciones que los participantes sienten al pertenecer a ese grupo, al conocimiento acerca del cúmulo de valores que tienen en común y que los distinguen como equipo; no es únicamente ser parte de un grupo de trabajo o estar en uno ni tampoco surge por el simple hecho de haber creado un equipo; sino que el espíritu de equipo recurre a ese sentir de pertenencia, de colaboración y de sentirse parte de ese equipo. Dicho sentimiento de equipo tiene una derivación bastante positiva y estimulante, debido a que es la fuerza, el motor y el impulso para seguir adelante, con responsabilidad y en correspondencia con el objetivo.

En el mismo orden de ideas, Shirokova *et al.* (2016) exponen que el espíritu de equipo se fundamenta en que el compromiso en las derivaciones es compartido, de modo tal que el éxito y las decaídas son producto de la voluntad o del desacierto de todos los participantes. Igualmente, ese mismo sentimiento permite que permanezcan unidos ante la calamidad y los conflictos, haciéndolos mucho más resistentes emocionalmente, debido a que los hace estar firmes ante el fracaso y permite el desarrollo de la resiliencia, la cual es la facultad que posee el individuo para adaptarse fácilmente a las dificultades y a las circunstancias traumáticas que se presentan en la vida.

1.1.9 Solidaridad

Con este valor el emprendedor es capaz de asumir y sentirse responsable por las decisiones que toma ya sea en su organización o grupo, es decir, se caracteriza por la contribución recíproca entre las personas (Tarapuez-Chamorro *et al.*, 2022). A este respecto, cabe definir la solidaridad como una virtud debido a que mediante ella las personas se sienten unidas a otras; intercambiando sus inquietudes, intereses y necesidades, sin la obligación de poseer un lazo afectuoso que los conecte. Dicho de otro modo, la solidaridad es una virtud porque acerca a los individuos que requieren compasión o una mano amiga en su vida.

1.2 Visión de un emprendedor

Refiriéndose a términos empresariales el enfoque o visión puede definirse con el objetivo a largo plazo de una corporación. Además, se puede ver como el punto donde se quiere llegar, lo que se desea. Ante este planteamiento, la visión de un emprendedor es sumamente relevante debido a que es la plataforma de su trabajo, porque si no sabe hacia dónde se dirige no va a saber qué vía recorrer (Eyel & Vatansever, 2019). Por consiguiente, al comprender la visión una clase de propósito, se pueden diseñar y planear estrategias para brindar la oportunidad de llegar a dicho objetivo.

Así mismo, de manera sencilla se puede definir la visión como los sueños en acción; la misma unifica las expectativas, las metas y los deseos que se quieran lograr en la vida, en diferentes esferas y órdenes, ubicados en el campo del trabajo, situados

en el contexto cotidiano de lo que se realiza, de la programación de actividades que se plantean y sobre todo que se ejecutan (Nowiński & Haddoud, 2019). Al mismo tiempo, el esquema de la visión permite trazar el futuro que se desea alcanzar. Por tal razón, es relevante reconocer las metas que se quieren lograr, especificarlas en sus elementos, para posteriormente reflejarlas y redactarlas en papel, lo cual compondrá el instrumento que servirá de norte en momentos en los que se deba eludir establecidos conflictos. Por consiguiente, cabe hacer mención de que todo individuo tiene sueños y toda persona emprendedora también; y dichos sueños son los que le dan sentido a su labor diaria, por los que activa las energías para iniciar la difícil tarea de poner a funcionar un negocio. En fin, la visión es una conceptualización que excede la distinción de objetivos, siendo una representación integral, homogénea y completa que proporciona forma y orientación a la vida del emprendedor.

Para finalizar, cuando se maneja el término visión se enmarca en el área sensitiva, lo cual representa que el emprendedor debe emplear la descripción en imágenes de aquello que desea lograr. Cabe resaltar, que la visión ya sea profesional, personal o emprendedora procura conseguir una secuencia de componentes previos de frente a planificar y llevar a cabo el propósito emprendedor. Por tanto, se debe lograr que el emprendedor mediante el compromiso de visión tenga presente según Serrano *et al.*, (2013), los aspectos referidos a la predicción, la previsión y el presentir, los cuales se describen a continuación.

1.2.1 Predicción

El emprendedor debe pronosticar qué es lo que procura conseguir, desarrollando una narración detallada de cómo es la estancia de llegada de los objetivos que desea alcanzar; debido a que mayor sea el nivel de detalle, mayor será la probabilidad de reconocer vertientes que conjeturen campos de acción o de trabajo de frente al futuro (Krauss *et al.*, 2018). Por consiguiente, esta técnica se puntualiza en la práctica de la conversación, la redacción y la escritura, puesto que, inmediatamente puntualizado qué es lo que realmente se desea lograr, se deberá presentar a diferentes participantes, es decir, a aquellos individuos que de una u otra forma estarán implicados en el proyecto emprendedor (Aloulou, 2016). De igual manera, se debe tener presente que cuando se transmite a los otros lo que se desea realizar, en cierto modo se establece un compromiso en su ejecución.

1.2.2 Previsión

Cotidianamente se hacen muchas predicciones, muchas veces sin conferir la relevancia meritoria a la misma. Sin embargo, en el asunto empresarial no se debe actuar así, debido a que no se consiguen acertar en la toma de decisiones sin realizar los pronósticos necesarios (Suárez-Álvarez & Pedrosa, 2016). En pocas palabras hay que prevenir; realizando un análisis y evaluación de vertientes que completarán el logro de la meta emprendedora.

1.2.3 Presentir

Se refiere a la energía, a los motivos que el individuo tenga para actuar, al sentimiento, la emoción que presupone el logro, eso es lo que permite impulsar a la persona al inicio del proyecto emprendedor (Soria-Barreto *et al.*, 2016). Por lo tanto, se debe recordar las diferentes sensaciones y estados anímicos que van a permitir obtener los resultados, y facilitarán las energías y fuerzas para comenzar a extender las actividades y tareas planificadas.

2 Materiales y método

La investigación se desarrolla con enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo correlacional, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) los estudios descriptivos consisten en “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno” (p. 92). En efecto, se describen las variables perfil emprendedor y visión emprendedora de estudiantes universitarios de la Universidad Continental de Perú. Además, se determina la relación entre ambas variables. Por ello, tiene un alcance también correlacional, puesto estos “tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p. 93).

Por otro lado, el diseño fue no experimental con clasificación transeccional correlacional-causal, “estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto” (Hernández *et al.*, 2014, p. 157). Particularmente en el presente estudio se determina solo la correlación de las variables, sin establecer causas y efectos. Con respecto a la población estuvo representada por 205 estudiantes matriculados en la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental en el ciclo académico 2022-2022. Al realizar el cálculo de la muestra con el programa “STATS”, utilizando un margen de error del 5 % y un nivel de confianza de 95%, quedando representada por 135 estudiantes, los cuales fueron seleccionados de manera aleatoria y se les solicitó su consentimiento para la participación en el estudio.

La fórmula empleada para determinar el tamaño muestral fue la siguiente y se detallan sus componentes en la tabla 1.

$$\text{Fórmula para calcular la muestra: } n = \frac{4 \cdot N \cdot p \cdot q}{(E^2 \cdot (N-1) + 4 \cdot p \cdot q)}$$

Tabla 1

Componentes de la fórmula para el cálculo de la muestra

n	Tamaño de la Muestra
N	Tamaño de la Población
p	Probabilidad de Éxito=50%
q	Probabilidad de Fracaso = 50%
E ²	Error de Selección por el Investigador
4	Constante

Por otra parte, la técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se utilizó un cuestionario denominado “perfil y visión de emprendedores”, diseñado para tal fin, con 36 ítems y tres alternativas de respuestas, las cuales fueron siempre, a veces y nunca. El cuestionario fue validado por cinco (5) expertos y se determinó su confiabilidad con un coeficiente Alfa de Cronbach altamente confiable de 0.93.

Es importante señalar que, el cuestionario estuvo constituido en dos grandes partes que abarcan las variables: perfil emprendedor y visión emprendedora y estos aspectos a su vez contienen los indicadores de cada una de ellas, de la primera son:

creatividad, tenacidad, autoconfianza, liderazgo, autonomía, solidaridad, responsabilidad, espíritu de equipo y capacidad para asumir riesgos, y de la segunda son: predicción, previsión y presentir. Las respuestas del instrumento referido fueron codificadas y tabuladas con la ayuda del programa estadístico SPSS mediante el cual se realizó el procesamiento de los datos, determinando las medias aritméticas, porcentajes y coeficiente de correlación de Pearson.

Para el análisis de los datos se diseñaron dos baremos a través de los cuales se establecen las categorías y rangos utilizados para el estudio de cada variable con sus respectivos indicadores, en efecto para el perfil emprendedor las categorías son: poco pertinente, pertinente y muy pertinente, mientras que para la visión emprendedora son: baja, mediana y alta, como se especifica en la tabla 2.

Tabla 2

Baremo utilizado para el análisis de datos de las variables del estudio

VARIABLES DE ESTUDIO	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	RANGOS DE \bar{x}
Perfil emprendedor	Poco pertinente	0 – 1
	Pertinente	1,1 – 2
	Muy pertinente	2,1 – 3
Visión emprendedora	Baja	0 – 1
	Mediana	1,1 – 2
	Alta	2,1 – 3

3. Resultados

El reporte de las medias aritméticas se presentan en la tabla 3 de acuerdo con los indicadores de la variable perfil emprendedor; observándose que la mayor media aritmética la obtiene el indicador autonomía con 2,7 reportando esta característica de forma muy pertinente atendiendo el baremo establecido, así como las características de responsabilidad y autoconfianza; mientras que la menor media aritmética la obtiene el indicador espíritu de equipo con 0,5 lo cual indica que esta característica está de manera poco pertinente en estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental, al igual que las características de solidaridad y capacidad para asumir riesgos. Por otro lado, es importante recalcar que las características de la tenacidad, liderazgo y creatividad son asumidas por los estudiantes de forma pertinente atendiendo el baremo indicado.

Tabla 3

Medias aritméticas de la variable perfil emprendedor por indicadores

INDICADORES	MEDIAS ARITMÉTICAS \bar{x}
Creatividad	1,2
Tenacidad	1,8
Autoconfianza	2,1
Liderazgo	1,6
Autonomía	2,7

Indicadores	Medias aritméticas \bar{x}
Solidaridad	0,8
Responsabilidad	2,3
Espíritu de equipo	0,5
Capacidad para asumir riesgos	0,9
Media aritmética por variable	1,5

En la tabla 4 se presentan las medias aritméticas de los indicadores de la variable visión emprendedora donde se aprecia que el indicador predicción es el que obtiene la mayor media aritmética con 2.4 lo cual indica según el baremo establecido que esta se desarrolla de manera alta en estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental, mientras que el menor puntaje lo obtiene el indicador presentir con 0.9 y atendiendo el baremo establecido este se desarrolla de forma baja. Es importante señalar que, el indicador previsión se desarrolla medianamente atendiendo el baremo indicado.

Tabla 4

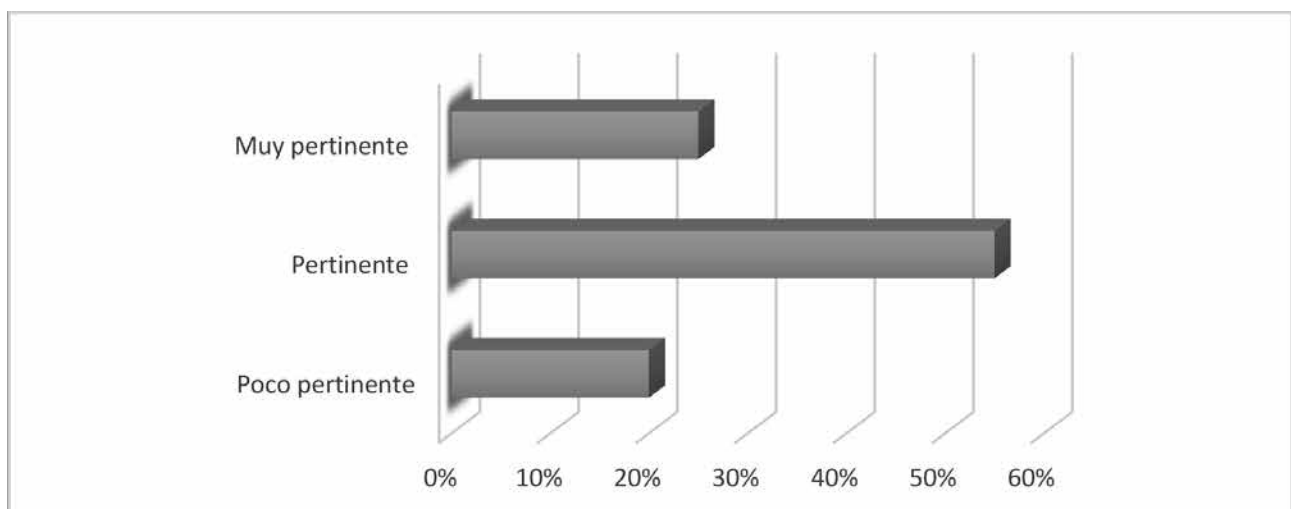
Medias aritméticas de la variable visión emprendedora por categorías

Medias aritméticas \bar{x}	Predicción	Previsión	Presentir
Por indicador	2,4	1,7	0,9
Por variable		1,6	

En el gráfico 1 se presentan los porcentajes por estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental con perfil emprendedor por categorías, en el cual se aprecia que el 55 % presenta un pertinente perfil, mientras que el 25 % presenta un perfil muy pertinente y solo el 20 % tienen un perfil poco pertinente atendiendo el baremo establecido.

Gráfico 1

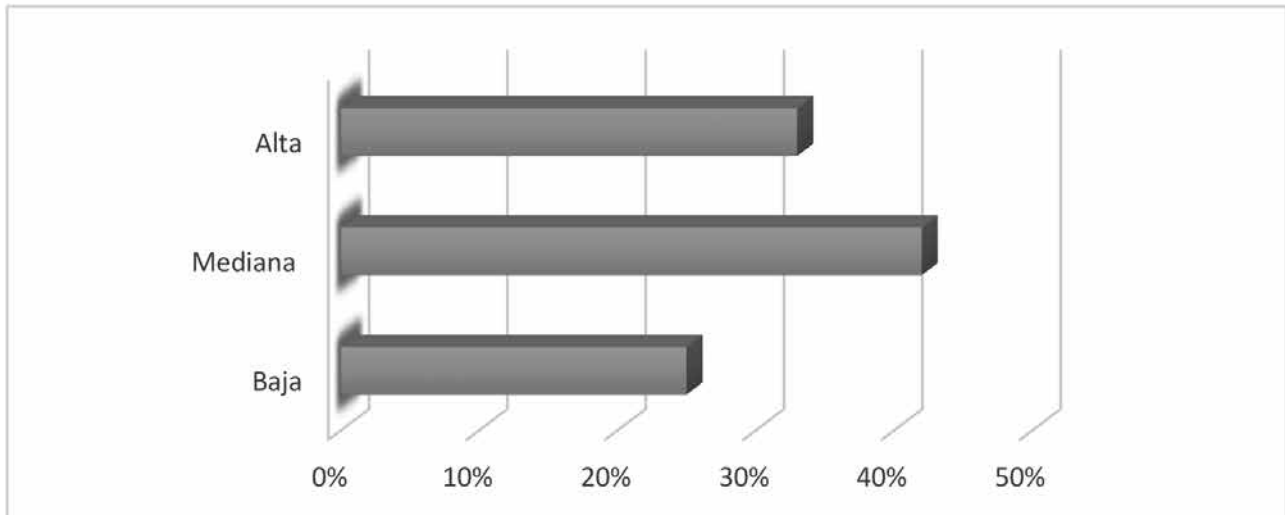
Porcentajes de estudiantes con perfil emprendedor por categorías



En el gráfico 2 se presentan los porcentajes por estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental con visión emprendedora por categorías, en el cual se aprecia que el 42 % presenta una mediana visión emprendedora, mientras que el 33 % presenta una alta visión y solo el 25 % tienen una visión baja atendiendo el baremo establecido.

Gráfico 2

Porcentajes de estudiantes con visión emprendedora por categorías



Por otro lado, antes de determinar la relación entre las variables del estudio se procedió a realizar la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov, en la cual se estableció con el valor de p mayor a 0,05 de significancia, que existen evidencias para afirmar que los datos examinados tienen una distribución normal, con un nivel de riesgo del 5 %. Por ello, para determinar el coeficiente de correlación se utilizó el estadístico de Pearson.

En la tabla 5 se detallan los coeficientes de correlación de Pearson entre variables e indicadores, entre los cuales se observa que existe una correlación positiva perfecta entre la autoconfianza y el presentir, así como también entre el liderazgo y la predicción. Esto es realmente relevante si se considera lo planteado por Soria-Barreto *et al.* (2016), que refieren que el presentir proporciona los motivos que el individuo tenga para actuar, permitiendo su impulso para iniciar un proyecto emprendedor. Por otro lado, Krauss *et al.* (2018) el emprendedor debe prever lo que pretende conseguir, por lo que la probabilidad de reconocer aspectos que conjeturen campos de acción o trabajo en el futuro es mayor.

Mientras que entre la responsabilidad y la predicción no existe relación lineal entre la responsabilidad y el presentir. También se aprecia que el coeficiente más bajo está en la solidaridad y el presentir y el más alto lo representa la creatividad y el presentir. Es importante resaltar que, el coeficiente de correlación de Pearson entre las variables del estudio es 0,78 lo cual indica que existe una correlación positiva entre el perfil emprendedor y la visión emprendedora de estudiantes universitarios. Esto comprueba la hipótesis de investigación: el perfil emprendedor tiene una correspondencia positiva con la visión emprendedora que tengan los estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental en el ciclo académico 2022-2022.

Tabla 5*Coefficiente de correlación de Pearson entre variables e indicadores*

Indicadores	Predicción	Previsión	Presentir
Creatividad	0.96	0.99	0.93
Tenacidad	0.79	0.81	0.97
Autoconfianza	0.64	0.75	1
Liderazgo	1	0.96	0.71
Autonomía	0.37	0.94	0.52
Solidaridad	0.91	0.79	0.29
Responsabilidad	0.67	0.92	0
Espíritu de equipo	0.89	0.59	0.38
Capacidad para asumir riesgos	0.98	0.72	0,86
Variables	Perfil emprendedor		
Visión emprendedora	0,78		

4. Conclusiones y discusión

El estudio determinó una relación positiva entre el perfil emprendedor y la visión emprendedora de estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa del Programa de Estudio Administración y Recursos Humanos de la Universidad Continental en el ciclo académico 2022- 2. Los resultados reportados concuerdan con los presentados por Gómez *et al.* (2018), quienes encuentran en su investigación sobre la relación del perfil de emprendimiento y la posibilidad de crear empresas de forma exitosa, que existe una estrecha relación entre ambas variables analizadas, así como el estudio realizado por Valreymond (2020) estudio demuestra que uno de los factores que influyen de manera positiva y significativa en la actitud emprendedora es la expectativa de trabajo, la cual está estrechamente ligada a la predicción, la previsión y el presentir, las cuales reportan también una relación positiva con el resto de las variables analizadas. Asimismo, Gorostiaga *et al.* (2018) constataron que la iniciativa personal en estudiantes se relaciona de forma positiva con la actitud emprendedora y por supuesto la iniciativa indicada también está ligada a la predicción, previsión y presentir de estudiantes para actuar de forma emprendedora. Por otro lado, se refuerzan también los hallazgos de Jiménez *et al.* (2022), quienes reportan que en el perfil emprendedor destacan quedar atento a nuevas oportunidades y las destrezas que conviene desarrollar están el ser perseverante y ocuparse con eficacia y disposición al éxito, así como los de Quezada *et al.* (2022) quienes indican que la mayoría de los individuos estiman que comenzar emprendimientos es una alternativa muy viable, debido a la satisfacción de alcanzar el éxito, sin embargo no consideran las características y visión que deben tener como emprendedores y la relación entre ambas variables.

Por otra parte, de acuerdo con Serida *et al.* (2020) los informes del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) muestran que el emprendimiento en el Perú ha ido aumentando longitudinalmente en el tiempo. De esta manera, es oportuno mencionar que el GEM es alusivo a nivel global, analiza el progreso del emprendimiento en las naciones que se han anexado a esta propuesta, y gracias al seguimiento de sus acciones,

el GEM ha conseguido ser de mucho soporte para las decisiones privadas y públicas acerca del emprendimiento. Asimismo, Serida *et al.* destacan que el Perú se vinculó a esta propuesta y por ello, cada año se efectúan sondeos a millones de emprendedores, con la finalidad de obtener un análisis acerca de la conservación del emprendimiento en este país, el cual conserva una buena puntuación en paralelo a otras economías de América Latina, pues estos porcentajes exceden el promedio de los países del continente mencionados, que son los que se fundamentan en la eficacia. En este mismo sentido, el análisis de valoraciones, percepciones e intención de emprendimiento ejecutado por el GEM enfatiza que, frente a la perspectiva, se ha observado que los ciudadanos peruanos como emprendedores poseen habilidades, experiencias y conocimientos en un 69 %, cifra altamente positiva en relación con la facultad para emprender, no obstante, esto no representa que todos tengan preparación en administración, por lo tanto, la mayoría tienen la posibilidad de adquirir preparación empíricamente.

Por otro lado, emprender representa un inicio para solventarse a ejercer algo esforzado y dificultoso; colocar en progreso y/o actuación; efectuar. Por lo tanto, simboliza que ingresar en esta materia es aceptar desafíos y examinar las destrezas pertinentes para ampliar el emprendimiento, tales como valentía o una perspectiva que exceda lo anhelado. Desde otro punto de vista, por no ser la vía profesional más frecuente, la mayoría de las personas que están empezando a emprender observan el recorrido de los emprendedores más reconocidos del mundo y consideran que puede llegar a ser una meta imposible de lograr; numerosas personas anhelan empezar con su propio negocio, pero se topan con la incertidumbre y ni siquiera terminan de dar el primer paso. Todo ello, es debido a que, al hacer el intento de planear un método distinto de lo habitual, es normal que aparezcan interrogantes o desconfianzas. Aun cuando no exista un patrón riguroso y concluyente, en virtud de que los individuos poseen formas de pensar distintas, ciertas particularidades acostumbra a prevalecer entre quienes tienen éxito.

La visión tiene un punto de vista multidimensional. Dicho de otro modo, no es rectilíneo en un solo aspecto de la vida de un individuo; sino que es un asunto que altera múltiples aspectos personales, pero cada uno de ellos está interrelacionado con los otros, es decir, cuando el individuo construye la imagen de aquello que desea ser, hay aspectos que componen el cuadro completo, estos aspectos son los amigos, la familia, el aprendizaje y la formación, el elemento económico y el profesional, la vertiente espiritual e imaginativa, todo esto forma componentes que permiten edificar la meta de aquello que el individuo desea ser. Asimismo, el emprendedor debe empezar por lo que desea edificar en su aspecto profesional, entendiendo “profesional” desde este ámbito como productor de su propia acción por la que recibirá su compensación monetaria, que se fundamentará en la reconstrucción de un propósito emprendedor valorado y desde este aspecto, instaurar las vías y las relaciones que se deben facilitar con el resto de las fases personales.

Referencias bibliográficas

- Achiquen, J., Santoyo, V., Martínez, E., & Muñoz, M. (2022). El Ecosistema Emprendedor en las Principales Instituciones de Enseñanza e Investigación Agrícola de México. *Journal of technology management & innovation*, 16(3), 21-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242022000300021>
- Aloulou, W. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1142-1164. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2016-0028>
- Alaña, T., Gonzaga, S., & González, A. (2017). Espíritu innovador del emprendedor como estra-

- tegia de competitividad. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 329-335. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.387>
- Barajas, J., Benítez, B., & Ramírez, R. (2020). Responsabilidad Social del Estudiante en una Universidad Pública de México. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(91), 1140-1158. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33207>
- Batista-Canino, R., Bolívar-Cruz, A., & Medina-Brito, P. (2016). Monitorización del proceso emprendedor a través del modelo de negocio. *Innovar*, 26(61), 83-102. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n61.57168>
- Borjas, L. (2012). La educación empresarial en instituciones de educación superior venezolanas. *Estudios Gerenciales*, 28(125), 51-58. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(12\)70007-4](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(12)70007-4)
- Brandle, L., Berger, E., & Kuckertz, A. (2018). Soy lo que soy: cómo la identidad social de los empresarios nacientes afecta su autoeficacia empresarial. *Diario de Business Venturing Insights*, 9, 17-23. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.12.001>
- Casanova, I., Canquiz, L., Paredes, I., & Inciarte, A. (2019). Visión general del enfoque por competencias en Latinoamérica. *Revista De Ciencias Sociales*, 24(4), 114-125. <https://doi.org/10.31876/rcs.v24i4.24913>
- Eyel, C., & Vatansever, İ. (2019). Entrepreneurial intentions of Generation-Z: Compare of social sciences and natural sciences undergraduate students at Bahçeşehir university. *Procedia Computer Science*, 158, 861-868. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.124>
- Favretto, G., Pasini, M., & Sartori, R. (2003). *Attitudine Imprenditoriale e misura psicometrica: il TAI (Test di Attitudine Imprenditoriale)*. Italia: Risorsa Uomo.
- García-Cabrera, A., García-Soto, M., & Días-Furtado, J. (2015). Emprender en economías emergentes: el entorno institucional y su desarrollo. *Innovar*, 25(57), 133-156. <https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50357>
- Gómez, C., Silva, M., González, Y., & Parga, N. (2018). El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Jal. *Conciencia Tecnológica*, (55). <https://bit.ly/3Fhh4cs>
- Gorostiaga, A., Balluerka, N., Ulacia, I., & Aliri, J. (2018). Evaluación de la iniciativa personal en el ámbito educativo y su relación con la actitud emprendedora y el rendimiento académico. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica*, 3(48), 105-116. <https://doi.org/10.21865/RIDEP48.3.09>
- Guachimposa, V., Lavín, J., & Santiago, N. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(85), 31-47. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23827>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hoyte, C. (2019). Emprendimiento artesanal: ¿una cuestión de estructura de la personalidad? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 615-632. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2018-0099>
- Jiménez, R., Zeta, A., Farfán, R., More, J., & Atoche, C. (2022). Emprendimientos y emprendedores en un contexto peruano. *Revista Científica, Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 6(2), 33-40. <https://bit.ly/3K7rGOH>
- Karabulut, E., & Dogan, P. (2018). Investigación de Tendencias de Emprendimiento y Niveles de Competencia General de Estudiantes Universitarios de la Facultad de Ciencias del Deporte. *Revista de Estudios de Educación y Formación*, 6(4), 212-220. <http://dx.doi.org/10.11114/jets.v6i4.3128>
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of technology management & innovation*, 13(4), 84-93. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242018000400084>
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2020). Empoderar el emprendimiento femenino universi-

- tario. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 71-80. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>
- López, V., Sánchez, Y., Moreno, L., & Pérez, D. (2022). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de Ciencias Sociales*, 27, 127-146. <https://bit.ly/3FvHqrt>
- Mayer, E., Blanco, F., Alonso, M., & Charles, J. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(1), 107-127. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31314>
- Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores socio-demográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19-33. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Nowiński, W., & Haddoud, M. (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>
- Omidi, M., Zamani, M., & Mirdamadi, M. (2016). Designing a model for entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Education for Business*, 91(6), 338-346. <https://doi.org/10.1080/08832323.2016.1218318>
- Orlandini-González, I. (2022). Relación entre el perfil directivo femenino, la orientación al mercado y el rendimiento de la organización. Validación de un instrumento de medición. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 333-346. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2022.09>
- Quezada, M., Vega-Valero, C., & Nava-Quiroz, C. (2022). Evaluación de las competencias genéricas del comportamiento emprendedor. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 301-314. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2022.07>
- Ramos, E., Otero, C., Heredia, F., & Sotomayor, G. (2022). Formación por competencias del profesional en administración: Desde un enfoque contingencial. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(2), 451-466. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35933>
- Reyes-Cruz, J., Sánchez-Trujillo, M., & Mejía-Ramírez, R. (2019). Influencia de la formación universitaria en las actitudes emprendedoras. *Revista CEA*, 5(10), 117-133. <https://doi.org/10.22430/24223182.1240>
- Rodríguez, M., & Urbiola, A. (2019). Capital Social y Emprendimiento: reflexiones teóricas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(85), 13-29. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23784>
- Romero, J., Gutiérrez, J., Hernández, L., & Portillo, R. (2022). Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(4), 113-130. <https://bit.ly/3qvWQYw>
- Romero, J., Romero, R., Barboza, L., & Faría, J. (2022). Gestión de servicio basada en programación neurolingüística en tiempos de pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 585-602. <https://doi.org/10.52080/rvgluzv26n94.8>
- Rubio-Rodríguez, G., Rodríguez, M., Flórez, M., & Molina, A. (2020). Perfil emprendedor en estudiantes: divergencias entre dos universidades colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(2), 456-473. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31503>
- Salazar, C., Olgún, C., & Muñoz, Y. (2019). Competencias genéricas en la educación superior: una experiencia en la Universidad del Bío-Bío, Chile. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 807-825. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i87.24638>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2020). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019. ESAN Publicaciones. <https://bit.ly/3riJjCv>
- Serrano, J., García-Minguillán, M., & Jareño, J. (2013). *Jóvenes, talento y perfil emprendedor*. Editorial. Instituto de la Juventud. <https://bit.ly/3A7aNzj>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Explorando el vínculo intención-comportamiento en el espíritu empresarial de los estudiantes: Efectos moderadores de las características individuales y ambientales. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Soria-Barreto, K., Zúñiga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedo-

ra en estudiantes universitarios: un estudio de caso. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Suárez-Álvarez, J., & Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, 37(1), 62-68. <https://bit.ly/371Td59>

Tarapuez-Chamorro, E., Aristizábal-Tamayo, J., & Uribe-Uran, A. (2022). Intención empresarial y dimensiones culturales en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Tendencias*, 22(1), 120-144. <https://doi.org/10.22267/rtend.202202.157>

Valreymond, D. (2020). Modelo de actitud emprendedora de los estudiantes de administración de las universidades de la región Apurímac. *Revista de Investigaciones: Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno*, 9(1), 6. <https://bit.ly/3toLaqF>