

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Tesis

Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Administración de la filial de Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

Presentado por:

Mery Marleny Enriquez Cconchuro

Para optar el título de Licenciado en Administración

Tambobamba, Perú

2024



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los
estudiantes de la Facultad de Administración de la filial de Tambobamba de la
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021**

Presentado por **Mery Marleny Enriquez Cconchuro**, para optar el Título de:
Licenciado en Administración

Sustentado y aprobado el 05 de marzo del 2024, ante el jurado evaluador:

Presidente:


Mgt. Gregorio Gauna Chino

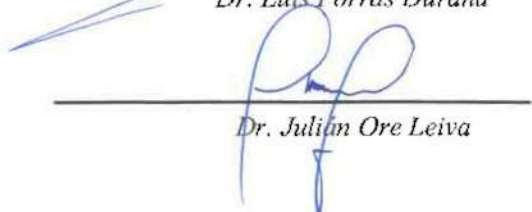
Primer Miembro:


Mgt. José Carlos Vilca Narváez

Segundo Miembro:


Dr. Luis Porras Durand

Asesor:


Dr. Julián Ore Leiva



UNIVERSIDAD NACIONAL
MICAELA BASTIDAS
DE APURIMAC

Licenciada por SUNEDU

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

N° 013-2024

La Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, a través de la Unidad de Investigación de la facultad de Administración, declara que, la tesis titulada **“Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de administración de la filial de Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021”**, para optar el título de Licenciado en Administración, presentado por la Bach. **Mery Marleny Enriquez Cconchuro**, ha sido sometido a un mecanismo de evaluación de verificación de similitud, a través del software TURNITIN, siendo el índice de similitud ACEPTABLE (13%), por lo que cumple con los criterios de originalidad establecidos por la Universidad.

Tamburco, 24 de julio de 2024


UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
Dra. Silvia M. López Ibañez
Directora (e) Unidad de Investigación

C.c:

Archivo.
SSLI/D-U.I.F.A.
Allison B.

Av. Inca Garcilaso de la Vega S/N - Ciudad Universitaria Tamburco
investigacionadministracion@unamba.edu.pe



Agradecimiento

A Dios por la vida, salud y por haberme ayudado y acompañado en todos mis momentos por ser mi fortaleza y socorro en aquellos días de inseguridad y desánimo por darme la sabiduría e inteligencia en todo el proceso de la tesis.

Seguidamente, estoy agradecida con mis padres Alejandro Enriquez y Nilda Cconchuro quienes de manera incondicional fueron y son mi soporte en todo momento.

Así mismo, agradezco a mi Asesor, Dr. Julián Ore Leiva, por su colaboración intelectual, suministro de ideas y retroalimentación, transmitiéndome mucho valor para yo lograr este reto. También, quiero agradecer a mis docentes de administración porque ellos pusieron base a mis conocimientos.

Finalmente, por los ánimos apoyo y consejos, a mi hermana Nohemí Nancy Enriquez, fundamentales para culminar este trabajo de investigación.

A todos los mencionados, mis más sinceros agradecimientos.



Dedicatoria

Dedico el resultado de esta tesis al creador del universo a mis queridos padres Alejandro y Nilda, a mis hermanos, Nohemí, Sarita, Yohan, Alex, y Nerida .Un sentimiento especial de gratitud a ellos.

También dedico mi tesis a Gio. mi compañero inseparable de vida. Todos ellos aportaron incondicionalmente en todo para culminar la presente tesis.

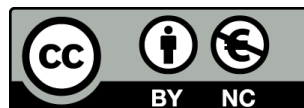


Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Administración de la filial de Tambobamba de la Universidad Nacional

Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

Línea de investigación: Gestión empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1 Descripción del problema.....	5
1.2 Enunciado del problema.....	8
1.2.1 Problema general	8
1.2.2 Problemas específicos.....	8
1.3 Justificación de la investigación.....	9
1.3.1 Justificación teórica	9
1.3.2 Justificación metodológica	9
1.3.3 Justificación social.....	10
CAPÍTULO II	11
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	11
2.1 Objetivos de la investigación.....	11
2.1.1 Objetivo general	11
2.1.2 Objetivos específicos	11
2.2 Hipótesis de la investigación.....	12
2.2.1 Hipótesis general	12
2.2.2 Hipótesis específicas.....	12
2.3 Operacionalización de variables.....	13
CAPÍTULO III	15
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	15
3.1 Antecedentes	15
3.1.1 Antecedente internacional	15
3.1.2 Antecedente nacional.....	21
3.1.3 Antecedente regional	26
3.2 Marco teórico	29
3.2.1 Teoría del ecosistema emprendedor	29
3.2.2 Orígenes del ecosistema emprendedor	30
3.2.3 Definiciones más importantes del ecosistema emprendedor	30
3.2.4 Importancia del ecosistema emprendedor.....	32
3.2.5 Modelo del ecosistema emprendedor	33
3.2.6 Teoría de la Intención emprendedora	54

3.2.7	Definiciones más importantes de la intención emprendedora.....	55
3.2.8	Importancia de la intención emprendedora.....	55
3.2.9	Modelo de la Intención emprendedora	56
3.3	Marco conceptual	63
CAPÍTULO IV.....		66
METODOLOGÍA.....		66
4.1	Tipo y nivel de investigación	66
4.1.1	Tipo de investigación.....	66
4.1.2	Nivel de investigación	66
4.2	Diseño de la investigación.....	67
4.3	Descripción ética de la investigación	68
4.4	Población y muestra	68
4.4.1	Población	68
4.4.2	Muestra.....	69
4.5	Procedimiento.....	69
4.6	Técnica e instrumentos	70
4.6.1	Técnicas.....	70
4.6.2	Instrumentos	70
4.7	Análisis estadístico	70
CAPÍTULO V.....		72
RESULTADOS Y DISCUSIONES.....		72
5.1	Análisis de resultados	72
5.1.1	Nivel de confiabilidad del instrumento.....	72
5.1.2	Resultados de los datos generales.....	72
5.1.3	Descripción de resultados de las variables	78
5.1.4	Descripción de resultados por dimensiones.....	80
5.2	Contrastación de hipótesis.....	89
5.2.1	Prueba de Normalidad	89
5.2.2	Hipótesis General	90
5.2.3	Hipótesis específicas.....	91
5.3	Discusión.....	97
CAPÍTULO VI.....		100
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		100
6.1	Conclusiones	100
6.2	Recomendaciones	102
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....		104
ANEXOS.....		119



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Operacionalización de variables.....	13
Tabla 2 Confiabilidad con alfa de crombach.....	72
Tabla 3 Frecuencia y porcentaje del estado civil de los encuestados	72
Tabla 4 Frecuencia y porcentaje del sexo de los encuestados	73
Tabla 5 Frecuencia y porcentaje de edad de los encuestados	74
Tabla 6 Frecuencia y porcentaje del ciclo de estudio de los encuestados	75
Tabla 7 Frecuencia y porcentaje del tipo de emprendimiento de los encuestados	76
Tabla 8 Frecuencia y porcentaje del rubro de emprendimiento de los encuestados.....	77
Tabla 9 Frecuencia y porcentaje de la variable independiente, ecosistema emprendedor ..	78
Tabla 10 Frecuencia y porcentaje de la variable dependiente, intención emprendedora	79
Tabla 11 Frecuencia y porcentaje de la dimensión, formación e investigación	80
Tabla 12 Frecuencia y porcentaje de la dimensión asesoramiento.....	81
Tabla 13 Frecuencia y porcentaje de la dimensión, financiación	82
Tabla 14 Frecuencia y porcentaje de la dimensión, innovación.....	83
Tabla 15 Frecuencia y porcentaje de la dimensión redes	84
Tabla 16 Frecuencia y porcentaje de la dimensión difusión	85
Tabla 17 Frecuencia y porcentaje de la dimensión actitud.....	86
Tabla 18 Frecuencia y porcentaje de la dimensión normas subjetivas.....	87
Tabla 19 Frecuencia y porcentaje de la dimensión autoeficacia emprendedora	88
Tabla 20 Prueba de normalidad	90
Tabla 21 Prueba de hipótesis general	91
Tabla 22 Prueba de hipótesis específica 1	92
Tabla 23 Prueba de hipótesis específica 2	93
Tabla 24 Prueba de hipótesis específica 3	94
Tabla 25 Prueba de hipótesis específico 4.....	95
Tabla 26 Prueba de hipótesis específico 5	96
Tabla 27 Prueba de hipótesis específico 6.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Componentes del ecosistema emprendedor.....	34
Figura 2 Modelo intención emprendedora.....	56
Figura 3 Estado civil de los encuestados.....	73
Figura 4 Porcentaje de sexo de los encuestados.....	74
Figura 5 Porcentaje de edad de los encuestados.....	75
Figura 6 Porcentaje de ciclo de estudio de encuestados.....	76
Figura 7 Porcentaje del tipo de emprendimiento de los encuestados.....	77
Figura 8 Porcentaje del rubro de emprendimiento de los encuestados.....	78
Figura 9 Porcentaje de la variable ecosistema emprendedor.....	79
Figura 10 Porcentaje de la variable intención emprendedora.....	80
Figura 11 Porcentaje de la dimensión, formación e investigación.....	81
Figura 12 Porcentaje de la dimensión, asesoramiento.....	82
Figura 13 Porcentaje del de la dimensión, financiación.....	83
Figura 14 Porcentaje de la dimensión, innovación.....	84
Figura 15 Porcentaje de la dimensión redes.....	85
Figura 16 Porcentaje de la dimensión difusión.....	86
Figura 17 Porcentaje de la dimensión actitud.....	87
Figura 18 Porcentaje de la dimensión normas subjetivas.....	88
Figura 19 Porcentaje de la dimensión autoeficacia emprendedora.....	89
Figura 20 Validación de instrumento con el primer experto.....	143
Figura 21 Validación de instrumento con el segundo experto.....	144
Figura 22 Ficha de validación de datos.....	145
Figura 23 Llenado de la encuesta elaborado para la recolección de datos.....	146
Figura 24 Llenado la encuesta elaborada para la recolección de datos.....	146

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se han desarrollado diversas formas para enfrentar el desarrollo empresarial, una alternativa interesante surge por medio de la influencia que ha generado los ecosistemas para el desarrollo de nuevos emprendimientos, el entorno donde se desarrolla los emprendimientos más exitosos en el mundo ha sido por la influencia favorable que ha recibido del entorno que lo rodea, por otro lado, los emprendimientos que se generan en los ambientes académicos como es el caso de las universidades donde se fomenta el desarrollo de la creatividad, innovación y emprendimiento empresarial, ha tenido un efecto positivo en estos últimos tiempos para el fomento y desarrollo de los proyectos más exitosos que se encuentran hoy en día en el mercado.

En las últimas décadas el movimiento de las economías de los países más desarrollados ha sido generado por los emprendimientos innovadores y la aparición de empresas con un alto valor potencial, de esta manera, en el presente trabajo de investigación se ha logrado explicar el nivel de influencia de la variable de ecosistema emprendedor y por otro lado el efecto que ha tenido en la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. De tal forma que el trabajo se ha realizado de acuerdo a la estructura que se ha implementado de la siguiente forma:

En el capítulo I, se ha desarrollado el planteamiento del problema, seguidamente se ha desarrollado la descripción del problema debidamente sustentado con la formulación del problema de investigación general y específicos, del mismo modo, la justificación.

En el capítulo II, se desarrolló los objetivo general y específicos, hipótesis de la investigación y la Operacionalización de variables.

El capítulo III, contiene los antecedentes de la investigación, marco referencial que comprende la base teórica y definición de términos relacionados al ecosistema emprendedor e intención emprendedora.

El capítulo IV, explica el diseño metodológico utilizado en la investigación, el tipo, nivel y diseño de la investigación; población y muestra; procedimientos de la investigación, técnica e instrumento y análisis estadístico.



El capítulo V, presenta los resultados que detalla, la descripción de los resultados a través de tablas, gráficos y su interpretación, la contratación de hipótesis y la discusión de resultados.

El capítulo VI, presenta las conclusiones y las recomendaciones. Y por último se presenta las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes a la investigación.



RESUMEN

La investigación ha tenido objetivo principal determinar el nivel de influencia del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Para lo cual fue necesario evaluar los elementos del ecosistema emprendedor, así como saber cuánto influían estos en la intención emprendedora de los estudiantes, y cuáles son esos factores o elementos.

Con respecto a la metodología utilizada se ha considerado para el desarrollo del presente estudio el enfoque cuantitativo, de tipo básico o sustancial, además, se ha considerado realizar de acuerdo al nivel o alcance explicativo, con respecto al diseño, se ha efectuado mediante los parametros del diseño no experimental y de tipo ex post facto, de corte transversal, por otro lado, la población de estudio ha sido considerado a los estudiantes universitarios de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Filial Tambobamba, a un total de 106 estudiantes de los semestres VII al X, la muestra se ha determinado como muestra censal ya que se consideró al total de los elementos. La técnica que se aplicó en el presente estudio ha sido la encuesta con su respectivo instrumento del cuestionario debidamente adecuada a la escala Likert.

La conclusión más destacable al que se ha podido llegar en el presente estudio, se ha encontrado que existe un grado de influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora, en los estudiantes universitarios, de acuerdo al valor hallado mediante el grado de significancia, donde el resultado es de 0.036 menor al 0.05 del P valor, por lo que, se puede afirmar estadísticamente que existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba.

Palabras clave: *ecosistema emprendedor, intención emprendedora y emprendimiento empresarial.*



ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the level of influence of the entrepreneurial ecosystem on the entrepreneurial intention of the students of the Tambobamba Branch Faculty of Administration of the Micaela Bastidas de Apurímac National University, year 2021. For which it was necessary to evaluate the elements of the ecosystem entrepreneur, as well as knowing how much these influenced the entrepreneurial intention of the students, and what those factors or elements are.

With respect to the methodology used, the quantitative approach, basic or substantial, has been considered for the development of this study. In addition, it has been considered to be carried out according to the explanatory level or scope, with respect to the design, it has been carried out through the parameters of the non-experimental and ex post facto type, cross-sectional design, on the other hand, the study population has been considered the university students of the Professional Academic School of Administration of the Tambobamba Branch, a total of 106 students from semesters VII to X, the sample has been determined as a census sample since all the elements were considered. The technique that was applied in the present study was the survey with its respective questionnaire instrument appropriately adapted to the Likert scale.

The most notable conclusion that has been reached in this study is that there is a significant degree of influence of the entrepreneurial ecosystem on entrepreneurial intention in university students, according to the value found through the degree of significance, where The result is 0.036 less than 0.05 of the P value, therefore, it can be statistically stated that there is a significant influence of the entrepreneurial ecosystem on the entrepreneurial intention of the students of the Tambobamba Branch Faculty of Administration.

Keywords: *entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial intention and business entrepreneurship.*



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Durante los últimos años los emprendimientos se han convertido en entes generadores de la economía de los países, para que sean emprendimientos exitosos y generen negocios de alto impacto es fundamental la existencia de un ambiente empresarial favorable que sea de soporte para generar una cultura emprendedora, los ambientes favorables que vienen impulsando algunos países en el mundo se denominan ecosistemas empresariales, tal como considera Martínez y Goma (s.f.) donde mencionan que “para poder florecer necesitan de un ambiente regulatorio estable, infraestructura, soporte, mentores, acceso a financiamiento, recursos humanos especializados y una cultura emprendedora que sirva de nutriente para que los emprendedores puedan generar negocios de alto impacto de forma exitosa” (p. 27).

Por otro lado en España se ha identificado barreras que impiden el desarrollo de nuevos emprendimientos, existe un alto porcentaje de las políticas gubernamentales como obstáculo que tienen que superar, el acceso a los productos financieros que necesitan los nuevos emprendimientos y normas sociales que forman parte de un ecosistema emprendedor que desalienta a los emprendedores, de acuerdo a lo señalado por Iñaki et al. (2020) donde sostienen que los “principales obstáculos para emprender en España han sido las políticas gubernamentales 85,3%, el acceso a la financiación 55,9%, y las normas sociales y culturales 23,5%” (p.107). por lo cual, generar un ecosistema emprendedor es de vital importancia para empresas sostenibles

Simultáneamente, estudios del proyecto internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' survey GUESS, muestran que en los centros de educación superior más prestigiosas del viejo continente, como Panamá, refleja un



porcentaje muy considerable de los encuestados que tienen poco interés por desarrollar emprendimientos luego de culminado su formación académica, en este sentido Frende Vega et al. (2019) donde señalan, que “la carrera emprendedora no es la prioritaria por parte de los universitarios panameños. Sólo el 20% quieren crear su propia empresa después de su graduación” (p. 20). Por lo cual, podemos deducir que 80% tiene preferencia por laborar de manera dependiente, caso similar ocurre en Antioquia, tomando en consideración a Morales Gualdrón (2019) donde menciona que:

El 13% de los estudiantes participantes de la Universidad de Antioquia esperan convertirse en fundadores al terminar sus estudios, el 71% desea convertirse en empleados y sólo un 2% tiene la expectativa de ser sucesor de la empresa familiar o en otra empresa (p. 10)

Cifra pequeña los que desean crear empresa, este hecho demuestra la falta de estrategias en emprendimiento como metodologías de formación emprendedora. Además, muchos emprendedores enfrentan barreras y obstáculos en el inicio de una empresa como la falta de capital, herramientas adecuadas para vender, desconocimiento de los requisitos legales para formalizar un negocio, poca investigación de mercado, y falta de constancia. En tal sentido Amaru Maximiano (2008), sostiene que, “muchos emprendedores tienen la idea y la voluntad, pero enfrentan dificultades como falta de capital o de instalaciones para comenzar, desconocimiento del mercado y falta de experiencia administrativa” (p. 19). Son desafíos que enfrentan aun sin pasar a la siguiente fase de desarrollo de la empresa. Para superarlos, es fundamental trabajar en un plan financiero, investigar fuentes de financiamiento, formarse en administración, realizar una investigación de mercado y buscar asesoramiento para evaluar la viabilidad de la idea empresarial.

Prosiguiendo, Perú es un país que engloba todas los deseos de emprender, no obstante el entorno empresarial es poco propicio sobre todo para los nuevos emprendimientos que surgen a modo de sumar a la economía del país, muchos de ellos afrontan distintas dificultades , como incapacidad de gestión, el desconocimiento del negocio y del mercado, desigual acceso a financiamiento, la informalidad, la falta de innovación, la inestabilidad económica, la falta de incentivos monetarios, la autopercepción emprendedora, la falta de conocimiento, la



ineficiente educación en emprendimiento, la falta de acceso a tecnología e internet, y las políticas gubernamentales desfavorables, por el que un gran número de emprendimientos emergentes fracasan (Redaccion RPP, 2019). De igual modo los estudios de Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2019) afirman que “por cada 100 emprendimientos en etapa temprana existen solo 37 emprendimientos establecidos”. (p.31). Por consiguiente, mantener condiciones favorables de emprendimiento es necesario.

En Apurímac, se conoce poco en cuanto a cifras acerca de los emprendimientos desarrollados y por desarrollarse en la región, pero se observó dentro del plan estratégico institucional PEI de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac (UNAMBA, 2011) donde señala, que los estudiantes universitarios han desarrollado un porcentaje mínimo de emprendimientos, a pesar que existe un regular ecosistema emprendedor universitario dentro de las instalaciones del campus universitario, el 56.1% de encuestados cree que el entorno emprendedor favorece en forma regular. Mientras que el 39.3% perciben al entorno empresarial como malo y solamente el 4.7% consideran como bueno (Contreras Gonzales, 2022). Lo cual evidencia que las iniciativas de fomentar emprendimientos, no están siendo efectivas. En definitiva, considerando lo descrito por Perez Palacios (2011) donde señala que “la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores, está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, de contribuir al sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior” (p. 100). De aquí que, es importante revisar las metodologías de enseñanza emprendedora.

El presente estudio se ha realizado con la finalidad de describir y explicar el comportamiento de las variables, a partir de los resultados obtenidos se pueden profundizar los conocimientos en las futuras investigaciones sobre los temas abordados, al mismo tiempo también se ha pretendido enriquecer los conocimientos en la línea de investigación de gestión empresarial, de esta manera, mejorar la comprensión sobre las ciencias empresariales.



1.2 Enunciado del Problema

1.2.1 Problema General

¿En qué medida influye el ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Qué grado de influencia existe entre la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?
- ¿Qué grado de influencia existe entre el asesoramiento y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?
- ¿Qué grado de influencia existe entre la financiación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?
- ¿Qué grado de influencia existe entre la innovación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?
- ¿Qué grado de influencia existe entre las redes de contacto y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?
- ¿Qué grado de influencia existe entre la difusión y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?



1.3 Justificación de la investigación

El estudio de investigación está debidamente justificada, porque cumple con las condiciones necesarias que exigen en el campo de las ciencias sociales, para realizar los trabajos académicos, asimismo también, cumple en generar las respuestas básicas de toda investigación, en este mismo sentido, se ha considerado lo propuesto por Arroyo Morales (2020) donde propone que la justificación “comprende un conjunto de fundamentos o argumentos o razones que sustenta la importancia, relevancia, urgencia, etc. de la investigación del hecho, fenómeno, situación, aspecto, actividad, materia de investigación” (p. 117). Por lo cual, es imprescindible conocer las variables de estudio en mayor detalle.

1.3.1 Justificación teórica

La justificación teórica en la investigación comprende la necesidad de enriquecer los conocimientos existentes en la disciplina de estudio, además, tiene como propósito llenar ciertos vacíos existentes en la explicación de los hechos ocurridos de la realidad, por ello el sustento teórico es necesario para explicar y describir el comportamiento de las variables de estudio, bajo esta perspectiva se ha tomado en cuenta a Carrasco Díaz (2009) donde considera que “los resultados de la investigación se podrán generalizar e incorporarse al conocimiento científico y además sirven para llenar vacíos o espacios cognoscitivos existentes” (p. 119). Por otro lado, también se ha considerado lo sustentado por Valderrama Mendoza (2002) donde hace referencia que “a partir de varios enfoques teóricos, se espera avanzar en el conocimiento planteado o encontrar esos enfoques” (p. 141).

Por lo cual, tomando como referencia ambos autores la justificación teórica del presente estudio está debidamente sustentada, de tal forma, con los resultados hallados se pretende generalizar los conocimientos y enriquecerlos para la mejor comprensión en las ciencias administrativas.

1.3.2 Justificación metodológica

El presente trabajo está debidamente justificado desde la perspectiva de la fundamentación metodológica, porque con los procesos metodológicos utilizados, se pretende compartir para las futuras investigaciones, en este sentido, se ha considerado lo planteado por Carrasco Díaz (2009) donde sostiene que:



los métodos, procedimientos y técnicas e instrumentos diseñados y empleados en el desarrollo de la investigación, tienen validez y confiabilidad y al ser empleados en otros trabajos de investigación resultan eficaces, y de ello se deduce que pueden estandarizarse, entonces podemos decir que tiene justificación metodológica (p. 119).

Por otro lado, se ha considerado también a Fuentes-Doria et al. (2020) donde enfatizan que “esta investigación acude a métodos, procedimientos y técnicas que sirven de apoyo a futuras investigaciones. Los resultados, válidos y confiables, podrán ser utilizados por otros investigadores que estudien temas de carácter administrativo mediante investigaciones cualitativas” (p. 45). Por lo tanto, la investigación sigue un orden lógico, desde el punto de vista de lo metodológico, el presente estudio se ha justificado su realización.

1.3.3 Justificación social

El presente estudio desde la perspectiva social está justificada debidamente, porque los resultados hallados ha generado una mejor comprensión sobre la realidad problemática y se ha generado un documento de referencia donde se considere los resultados para mejorar la situación del ecosistema del emprendedor, por ello, se ha considerado a Díaz Ledesma et al. (2012) donde manifiestan que “Con un estudio de estas características es posible proporcionar a la sociedad nuevos modos de entender la información a la que acceden constantemente en los medios masivos de comunicación y promover la desnaturalización de ciertas prácticas hegemónicas, totalmente instauradas en una comunidad” (p. 67). Por lo tanto, los resultados se ponen a disposición de la comunidad académica, autoridades de entidades públicas y privadas, para promover el emprendimiento empresarial y generar un ecosistema favorable para el surgimiento de nuevos emprendimientos.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1 Objetivos de la investigación

2.1.1 Objetivo general

Determinar el nivel de influencia del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

2.1.2 Objetivos específicos

- Establecer el nivel de influencia existente entre la formación e investigación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Establecer el nivel de influencia existente entre el asesoramiento y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Establecer el nivel de influencia existente entre la financiación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Establecer el nivel de influencia existente entre la innovación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Establecer el nivel de influencia existente entre las redes de contacto y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de



Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

- Establecer el nivel de influencia existente entre la difusión y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

2.2 Hipótesis de la investigación

2.2.1 Hipótesis general

Existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

2.2.2 Hipótesis específicas

- Existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.
- Existe un grado significativo de influencia de las redes de contacto en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de



Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

- Existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

2.3 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Definición	Indicadores
<p>Variable Independiente</p> <p>1.Ecosistema Emprendedor</p> <p>Leoro y Farfán (2017) sostienen que "La interacción dinámica entre individuos, organizaciones e instituciones que promueven la actividad emprendedora y facilitan la creación, el crecimiento y la supervivencia de nuevas empresas" (p. 205).</p>	1.1. Formación e investigación	La importancia que tiene la existencia de centros de formación emprendedora para contribuir en la cultura emprendedora.	1.1.1 Acompañamiento de docentes 1.1.2 Competencia profesional en la formación de emprendedores 1.1.3 Incentivo 1.1.4 Formación emprendedora
	1.2. Asesoramiento	El acompañamiento que requieren los emprendimientos en todas las fases de desarrollo.	1.2.1 Asesoramiento 1.2.2 Vínculo universidad con organizaciones externas 1.2.3 Apoyo de expertos 1.2.4 Relaciones emprendedoras 1.2.5 Espacio académico para desarrollar empresa
	1.3. Financiación	Disponibilidad y acceso a recursos financieros necesarios para el desarrollo y crecimiento de los proyectos empresariales	1.3.1 Fuentes de financiamiento 1.3.2 Tiempo y espacio para obtener capital semilla 1.3.3 Recursos para creación de empresas 1.3.4 Disponibilidad de apoyo económico
	1.4. Innovación	Promoción de una cultura de innovación, la transferencia de conocimiento y tecnología, la inversión en investigación y desarrollo, la colaboración entre diferentes actores y el acceso a financiamiento para proyectos innovadores.	1.4.1 Nuevas formas de trabajar 1.4.2 Proyectos clave 1.4.3 Soluciones 1.4.4 Reconocimiento de oportunidades para presentar proyectos
	1.5. Redes de contacto	Se establecen con el propósito de fomentar la cooperación, el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, y fortalecer el crecimiento y desarrollo de los emprendedores y sus proyectos.	1.5.1 Articulación empresarial 1.5.2 Eventos académicos 1.5.3 Relaciones, contacto con proveedores



	<p>1.6. Difusión</p>	<p>Esto fomenta la conciencia sobre el emprendimiento, el intercambio de conocimientos, la creación de redes de colaboración y el desarrollo de nuevos proyectos empresariales.</p>	<p>1.6.1 Medios de difusión 1.6.2 Feria empresarial 1.6.3 Espacios de difusión de la universidad</p>
<p>Variable Dependiente</p> <p>2. Intención Emprendedora</p>	<p>2.1 Actitud</p>	<p>La forma de comportarse y actuar ante una situación, para lo cual es importante considerar la confianza en uno mismo sabiendo que una persona emprendedora es capaz de crear y poner en marcha una empresa</p>	<p>2.1.1 Enfrentarse a nuevos retos 2.1.2 Crear empleo para otras personas 2.1.3 Ser creativo e innovar 2.1.4 Asumir riesgos calculados 2.1.5 Ser propio jefe</p>
<p>Intencionalidad de un individuo o estado mental que dirige al individuo a emprender un negocio (Rubio y Lisbona, 2022).</p>	<p>2.2 Norma subjetiva</p>	<p>Determinará su accionar y en relación al emprendimiento, es lo que influirá en el emprendedor de realizar o no su emprendimiento.</p>	<p>2.2.1 Familia directa 2.2.2 Amigos íntimos 2.2.3 Compañeros o colegas</p> <p>2.3.1 Definir idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa 2.3.2 Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa 2.3.3 Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos 2.3.4 Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios</p>
	<p>2.3. Autoeficacia emprendedora</p>	<p>Evalúa la confianza de una persona en su capacidad para cumplir con los objetivos comerciales de manera exitosa y eficiente.</p>	

Nota: datos tomados a partir de lo planteado por Torres Ortega, 2020; Laguna y Molero (2016)



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedente Internacional

Herrera et al. (2020) en la investigación intitulada “Ecosistema emprendedor universitario costarricense y su vínculo con la intención emprendedora: un estudio exploratorio”, investigación que ha tenido como propósito fundamental buscar aportar conocimiento sobre el ecosistema emprendedor, quienes lo conforman y el vínculo con la intención emprendedora, busca aportar conocimiento sobre el ecosistema emprendedor, quienes lo componen y el vínculo con la intención emprendedora. El estudio se realizó bajo el enfoque cuantitativo, según el alcance o grado de la investigación se ha realizado el nivel exploratorio, con una muestra representativa conformada por un grupo de profesionales de 10 instituciones con enfoque en el emprendimiento como tema. Algunos participantes fueron entrevistados cara a cara, mientras que otros fueron entrevistados de forma remota, es decir, a través de la plataforma Zoom, en la que se les pidió que emplearan el enfoque del diagrama de afinidad.

Entre las conclusiones extraídas del presente estudio, destacan las siguientes: las dimensiones del ecosistema emprendedor están vinculadas o relacionadas con la intención emprendedora de los estudiantes; y los cursos de emprendimiento que promuevan el desarrollo de habilidades empresariales deben incluirse en los planes de estudios universitarios. Se estudia la capacidad de los estudiantes para ser emprendedores.

Araya Pizarro (2021) realizó la investigación, titulado “Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario”, donde señaló que su objetivo era analizar la influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del estudiantado



universitario. La investigación se realizó utilizando una base de datos de 80 publicaciones relevantes publicadas entre 2010 y 2020. Del mismo modo, La revisión de la literatura reveló que la mayoría de los estudios aplican el Modelo del Comportamiento. Planificado de Ajzen, utilizando el enfoque cuantitativo y de corte transversal, empleando la técnica de encuestas y análisis estadístico multivariante.

Los resultados muestran que la educación emprendedora influye significativamente en la intención de emprender, pero el efecto es positivo pero dependiente del contexto de estudio y del tipo de enseñanza impartida. Se sugiere que los programas de emprendimiento efectivos deben vincularse a una formación práctica y alineada al contexto y características del cuerpo estudiantil. Finalmente, se recomienda profundizar en el análisis de aquellos factores pedagógicos que influyen en la actitud del estudiante hacia el emprendimiento.

Li et al. (2021) en su investigación, titulada "La influencia de la educación emprendedora de pregrado en la intención emprendedora: evidencia de universidades en el delta del río Perla de China", que se publicó como un artículo científico en la revista *Understanding Startups From Idea To Market*, los investigadores descubrieron que la educación emprendedora de pregrado tiene un impacto en la intención emprendedora. Su objetivo era investigar el impacto de la educación comercial de pregrado en la probabilidad de emprender una empresa. La investigación se llevó a cabo utilizando una técnica cuantitativa y un nivel de análisis causal correlacional que no fue experimental. Como estrategia se empleó la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se encuestó a un total de 334 estudiantes universitarios en el delta del río Pearl de China, y los resultados de la encuesta se analizaron mediante una ecuación estructural.

Como resultado de la investigación se determinó que la educación emprendedora no tiene un impacto significativo en la intención emprendedora; la innovación de exploración y la innovación de explotación tienen un impacto positivo en la intención emprendedora, con la innovación de exploración y la innovación de explotación actuando como un efecto mediador entre la educación emprendedora y la intención emprendedora; y



los subsidios gubernamentales tienen un impacto regulatorio positivo en las innovaciones de exploración y las innovaciones de explotación. Según este artículo, la aplicación de la teoría del comportamiento cognitivo en el campo de la investigación empresarial se amplía con el fin de proporcionar una base teórica para el desarrollo de un ecosistema de educación empresarial que fomenta la innovación y el espíritu empresarial y, por lo tanto, contribuye al desarrollo de las economías regionales.

Subhadrammal (2019) durante el curso de su investigación, que se tituló "Ecosistema empresarial universitario e intenciones empresariales: evidencia del sur de la India", escribieron un artículo académico para la revista ResearchOnline@ND, que se publicó en línea. Es decir, el estudio buscó determinar la influencia de los Ecosistemas Empresariales Basados en la Universidad (UBEE), específicamente la infraestructura de apoyo empresarial dentro de un ecosistema universitario, en las intenciones empresariales de los estudiantes en el sur de la India. La técnica cuantitativa se utilizó en este estudio ya que se consideró que era la más adecuada para el diseño de investigación cuantitativa no experimental del estudio y el nivel de análisis correlacional. En este estudio se empleó como estrategia la encuesta y sirvió como instrumento el cuestionario de escala de Likert. Se recibieron un total de 314 encuestas, de las cuales solo 303 se pueden utilizar para fines de análisis de datos.

Los hallazgos de este estudio implican que la infraestructura de apoyo empresarial disponible para los estudiantes en un programa de educación empresarial de pregrado tiene un impacto sustancial en sus creencias de autoeficacia empresarial, lo que a su vez predice sus intenciones de iniciar nuevos negocios. Se demostró que la autoeficacia empresarial tiene una influencia de mediación entre el ecosistema universitario y las intenciones empresariales de los estudiantes en el sur de la India, según los hallazgos de este estudio. Varias consecuencias legislativas y prácticas surgen de los resultados del estudio para el gobierno, la administración universitaria y los instructores empresariales, por nombrar algunos ejemplos. Como resultado de esta investigación, se está desarrollando un nuevo cuerpo de literatura sobre el entorno emprendedor universitario.



Rueda et al. (2013) en su investigación titulado “¿Existen niveles adecuados de formación y financiación que incentivan la intención emprendedora?” artículo de investigación en el que muestra que, un entorno económico en recesión como el actual, donde la tasa de empleo supera el 25%, el emprendimiento se presenta como una opción a considerar, especialmente si se tiene en cuenta que más del 99% de las empresas en España son PYMEs (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas). Dada la relevancia del emprendimiento como medio para impulsar el desarrollo económico y social en las regiones, resulta especialmente relevante analizar cuáles son los factores que influyen en la intención emprendedora de los individuos. Utilizando la Teoría de Comporte Ambiente Planificado como marco de referencia, este trabajo analiza la influencia del entorno sobre la intención emprendedora de los universitarios.

Las principales conclusiones obtenidas, sobre una muestra de 302 estudiantes, ponen de manifiesto que los alumnos perciben que la formación existente es aceptable pero que el acceso a la financiación es limitado. Por lo tanto, se sugiere que es necesario mejorar y facilitar el acceso a la financiación para estudiantes universitarios interesados en el emprendimiento, con el fin de potenciar el desarrollo económico y social en sus respectivos entornos regionales.

Elnadi y Gheith (2021) Cuando realizó su investigación, que se tituló "Ecosistema empresarial, autoeficacia empresarial e intención empresarial en la educación superior: evidencia de Arabia Saudita", lo hizo como un artículo académico para The International Journal of Management Education. Se examinaron las percepciones de los estudiantes sobre los factores del ecosistema emprendedor para determinar la influencia de las intenciones emprendedoras, tanto directa como indirectamente a través de la autoeficacia emprendedora, en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Los investigadores también analizaron el efecto moderador del género de los estudiantes sobre las intenciones empresariales. Se pidió a los estudiantes matriculados en una institución pública en Arabia Saudita que completaran un cuestionario en línea, que se utilizó para recopilar la información que se utilizó para probar las hipótesis. Cuando se combina con datos de 259



encuestados, el enfoque de modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) se utiliza para evaluar hipótesis sobre asociaciones.

Los hallazgos indican que las opiniones de los estudiantes sobre el ecosistema empresarial tienen un impacto en sus ambiciones empresariales tanto directa como indirectamente a través de la autoeficacia empresarial, como lo demuestran los hallazgos. Un análisis multigrupo indicó que había diferencias estadísticamente significativas entre estudiantes masculinos y femeninos en el efecto de la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora entre los estudiantes. Los formuladores de políticas gubernamentales en Arabia Saudita pueden usar los hallazgos como evidencia empírica. Deben concentrarse en desarrollar un ecosistema empresarial que incluya una infraestructura institucional adecuada, mecanismos de apoyo y una cultura que fomente y aumente la autoeficacia y el deseo de convertirse en empresarios de los estudiantes.

Leite et al. (2021) en su investigación, titulada "¿Influyen los entornos universitarios en la actividad emprendedora de los estudiantes?" se publicó como artículo académico en *Brazilian Administración Review*, y los hallazgos se publicaron en la revista. En concreto, el objetivo de este estudio es proporcionar un modelo conceptual para evaluar la influencia de los entornos universitarios de apoyo al emprendimiento (ESUE) sobre dos rasgos de comportamiento asociados al emprendimiento estudiantil: la intención emprendedora (IE) y las características emprendedoras (EC).

Con una muestra de 1012 observaciones, se empleó el modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) en la investigación empírica. De acuerdo con los hallazgos, una ESUE tiene un impacto favorable en la intención emprendedora (IE) de un estudiante. Esta influencia, por otra parte, se percibe más en la alteración de las capacidades cognitivas (CS) de los estudiantes que en el estímulo directo para emprender. Aparte de eso, la IE de los estudiantes se ve afectada por el gran entorno empresarial en el que están inmersas las instituciones, como se mencionó anteriormente.



La evidencia habla de la probabilidad de que el deseo de la universidad de fomentar el espíritu empresarial no sea lo suficientemente fuerte como para ser efectivo. Los investigadores de universidades y/o agencias gubernamentales se beneficiarán de nuestros resultados para reevaluar sus arreglos actuales para fomentar el espíritu empresarial de los estudiantes y desarrollar procedimientos nuevos y más eficientes. Aparte de eso, si bien la literatura tiene varias evaluaciones localizadas de naciones pequeñas, esta investigación brinda una visión general amplia a nivel nacional de una nación del tamaño de un continente, lo que ayudará a probar el modelo en una variedad de entornos.

Binti et al. (2021) realizó un estudio académico sobre los impactos de un entorno empresarial en la intención empresarial para el Journal Of Economic Information. El propósito de este estudio fue investigar el impacto de un ecosistema emprendedor en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de ingeniería en general. Utilizando tres factores independientes, como la educación empresarial, social y cultural, y el crecimiento económico, el investigador postuló un vínculo entre estas tres variables independientes y la intención empresarial.

La información se recopiló mediante una encuesta de cuestionario administrada a 313 encuestados seleccionados al azar de instituciones de ingeniería. Se utilizó el programa SPSS para examinar los datos. Se desarrolló un modelo de regresión múltiple para pronosticar los estudiantes de ingeniería con base en factores como la educación empresarial, social y cultural, así como el crecimiento financiero, entre otros.

Se demostró que la educación comercial, social y cultural, así como la prosperidad financiera, tienen un impacto beneficioso en la inclinación empresarial, según los hallazgos. Debido a esto, es necesario aumentar la educación empresarial a nivel universitario para aumentar la intención empresarial entre los estudiantes de ingeniería. De manera similar, los factores sociales y culturales tienen un impacto en las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios.



3.1.2 Antecedente nacional

Acuña y Gamarra (2018) en su investigación titulada “Factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado de una universidad privada de Lima 2018”, la cual fue realizada con el fin de optar al título profesional de Licenciado en Administración y Emprendimiento en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad San Ignacio de Loyola. Ciencias Empresariales, descubrió que existen varios factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado. Uno de los propósitos principales ha sido examinar cómo los diferentes factores afectan las intenciones empresariales del alumnado, y este ha sido el enfoque principal del estudio. De acuerdo al alcance o nivel de la investigación explicativa, el presente estudio se ha realizado con un enfoque cuantitativo, con un tipo de investigación Cuantitativa Explicativa, un diseño no experimental transversal, y una técnica de muestreo basada en una técnica probabilística estratificada. La muestra representativa ha sido extraída del grupo de estudiantes masculinos y femeninos de grado de la Universidad San Ignacio de Loyola. En este estudio se utilizó el enfoque de encuesta y se administró el cuestionario con la escala de Likert a 376 estudiantes de la población de estudio. Este instrumento ha sido verificado con un valor Alfa de Cronbach de 0,879, y los resultados fueron publicados en esta revista.

En este estudio, los hallazgos más destacables incluyen los siguientes: si existen factores que inciden de manera positiva y favorable en relación con la intención emprendedora de los estudiantes de la mencionada Universidad en la que se realizó el estudio, se recomienda que promover una educación de calidad basada en el conocimiento para lograr cambios sociales, económicos, ambientales y culturales; también se debe promover la educación que apunte a formar el espíritu emprendedor.

Farias et al. (2018) En su investigación titulada “Intención Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad de Piura: Campus Piura, Administración de Empresas”, se realizó una investigación para determinar si los estudiantes de la Universidad de Piura estarían interesados o no en cursar la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas en el programa académico de Administración de Empresas. La intención emprendedora de los estudiantes



se midió desde el segundo año hasta el quinto año en este estudio, siendo su propósito principal determinar la relación entre los factores y la ambición emprendedora de los estudiantes. Se dio uso a un desarrollo cuantitativo, tipo de investigación descriptivo correlacional, y diseño no experimental de corte transversal, se llevó a cabo la investigación. La muestra fue seleccionada mediante la técnica de muestreo aleatorio estratificado, y la muestra representativa fue extraída de un grupo de estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de Piura. Se utilizó el enfoque de encuesta y se administró un cuestionario con una escala de Likert a una población de estudio de 261 estudiantes. Este instrumento ha sido verificado, con un valor de Alfa de Cronbach de 0,868, y los resultados fueron publicados.

Uno de los hallazgos más destacables de este estudio es que, de las cinco variables examinadas (intención emprendedora, actitud emprendedora, autoeficacia emprendedora y norma subjetiva), la autoeficacia emprendedora es el factor que tiene una relación más fuerte con la intención de emprender una aventura empresarial. Este es uno de los hallazgos más significativos de este estudio.

Ccama (2017) En su investigación titulada “Análisis del Emprendimiento Universitario y la Intención Emprendedora en Estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano – 2016”, que se realizó con el fin de optar al título profesional de Licenciado en Administración, encontró que los emprendedores universitarios y emprendedores intención en la administración los estudiantes estaban presentes. Su objetivo principal ha sido describir los emprendimientos realizados, así como las dimensiones de intención emprendedora que prevalecen más entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, con el fin de comprender mejor sus propias intenciones emprendedoras. En este estudio cuantitativo, el diseño fue no experimental y el nivel de análisis fue descriptivo; siguió el método deductivo y la muestra fue probabilística aleatoria simple; Participaron del estudio un total de 153 estudiantes matriculados del 6° al 10° semestre de 2016 - II. Se emplearon



como técnicas e instrumentos, respectivamente, la encuesta, el análisis documental, la firma y el cuestionario.

Las conclusiones a las que se llegó fueron que la Escuela Profesional de Administración es la más activa en cuanto a participación en los distintos concursos, como lo demuestra la participación en el III concurso de ideas, prototipos e invenciones, que representó el 19,35 por ciento del total de la parte de intervención; en el IV concurso representó el 48,30 por ciento del total de la parte de intervención; y en las incubadoras de empresas, tres de cada cuatro equipos están integrados por estudiantes de la Escuela Profesional de Administración. Adicionalmente, las dimensiones de intención emprendedora que más prevalecen entre los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son las siguientes: norma subjetiva (86 por ciento), que indica que la opinión del entorno es importante para los estudiantes, y control conductual percibido. (78 por ciento), lo que indica que los estudiantes tienen control sobre su propio comportamiento

Suaquita (2017) Durante su investigación, que llevó por título “Evaluación de las Competencias Empresariales y la Generación de Ideas de Negocios en Estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2017”, la cual se realizó con el fin de optar al título profesional de Licenciado en Administración, el autor descubrió que tenía muchas habilidades empresariales. El objetivo principal del estudio fue determinar qué habilidades emprendedoras han desarrollado los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración como resultado de su participación en concursos organizados por la Universidad Nacional del Altiplano y la generación de ideas de negocios en estos concursos. Siguiendo un enfoque cuantitativo, el diseño del estudio fue no experimental y su nivel fue descriptivo; siguió el método deductivo, y su muestra fue probabilística aleatoria simple, participando en la investigación un total de 56 estudiantes que cursaron el 2017-II y pertenecían al séptimo al décimo semestre. Se emplearon como técnicas la encuesta, el análisis documental, la observación, la firma y el cuestionario, y como instrumento se utilizó el cuestionario.



Las conclusiones a las que se llegó fueron que la competencia emprendedora que desarrollan los estudiantes de administración es la motivación de logro con un 32 por ciento, se aplicó la Escala de Competencia Emprendedora que tiene cinco grupos de competencias: autoconocimiento, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión. A similar conclusión se llegó en cuanto a la participación de la Escuela Profesional de Administración en diversos concursos para la elaboración de conceptos empresariales, con un 49 por ciento de participantes en comparación con otras vocaciones profesionales de acuerdo con la hipótesis de la investigación.

Acuña y Gamarra (2018) en su investigación titulada “Factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado de una universidad privada de Lima 2018”, investigación que se realizó para optar al título profesional de Licenciado en Administración y Emprendimiento. El objetivo principal del estudio fue identificar y evaluar las características que impactan las intenciones empresariales de los estudiantes de pregrado de la Universidad San Ignacio de Loyola. El estudio que se realizó fue de nivel descriptivo, el diseño fue no experimental con enfoque cuantitativo, y la población para el año 2017 fue de 18,336 personas, siendo los estudiantes de pregrado de la universidad seleccionada la mayoría de ese número. Hay 376 estudiantes en la muestra. El procedimiento de muestreo fue directo y de naturaleza probabilística. En este estudio se empleó como estrategia la encuesta y sirvió como instrumento el cuestionario de escala de Likert.

Los investigadores llegaron a la conclusión de que la creatividad está asociada con la intención emprendedora entre los estudiantes de pregrado de la Universidad San Ignacio de Loyola, y que existe una asociación positiva entre la creatividad y la intención emprendedora. Por lo tanto, se ha decidido que la creatividad puede considerarse como un aspecto crucial en el mundo de la empresa.

Peralta (2018) En su investigación, titulada “La Influencia de la Cultura Emprendedora en la Formulación de Planes de Negocios”, encontró que la cultura emprendedora incide en la elaboración de planes de negocios. Para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, I. E. Experimental Agrícola. Chota 2018" realizó un estudio que resultó en la



decisión. El objetivo principal del estudio fue investigar el efecto de la Cultura Emprendedora en la redacción de ideas de empresas por parte de alumnos de Quinto Grado. La investigación que se realizó fue de carácter elemental, el nivel fue descriptivo, el diseño fue no experimental con enfoque cuantitativo, y la población estuvo conformada por todos los alumnos de Quinto Grado. La muestra estuvo conformada por 30 niños escogidos al azar de dos secciones del Quinto Grado de la I. E. Experimental Agropecuario, la cual se encuentra ubicada en el mismo edificio. Se utilizó un muestreo aleatorio simple en lugar de un muestreo estratificado. En este estudio se empleó como estrategia la encuesta y sirvió como instrumento el cuestionario de escala de Likert.

Las conclusiones en cuanto al primer objetivo específico, se determinó que el nivel de cultura emprendedora entre los estudiantes de Quinto Grado es de 3.4; este monto representa el 68 por ciento de sus indicadores, y el nivel es "Ni alto ni bajo", lo que significa que 13 estudiantes se identificaron en este nivel. De igual forma, se concluyó que, si existe una relación altamente significativa entre la Cultura Emprendedora y la elaboración de Planes de Negocios, siendo la relación positiva, fuerte y directa, como lo demuestra un valor crítico de 0.70 obtenido en el coeficiente de Spearman, el cual contrastado con el valor de la tabla (0.31), rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1); es decir, a mayor Cultura Emprendedora, mayor probabilidad de creación de Planes de Negocios.

Barboza (2019) Durante su estudio, que se tituló "La cultura emprendedora y las restricciones del mercado en las MYPES de la región comercial de Ceres, Ate 2019", realizó un estudio con el objetivo principal de determinar si la cultura emprendedora está asociada con restricciones de mercado en las MYPES del sector comercial, con el objetivo secundario de determinar si la cultura emprendedora está asociada con restricciones de mercado en el sector comercial. El estudio que se realizó fue elemental; el nivel fue descriptivo; el diseño fue no experimental con enfoque cuantitativo; y la población estuvo conformada por un total de 302 MYPES, lo que representó la totalidad del centro comercial. La muestra estuvo conformada por 169 MYPES. Para la elección de los participantes se utilizó un muestreo aleatorio simple. En este



estudio se empleó como estrategia la encuesta y sirvió como instrumento el cuestionario de escala de Likert.

Los hallazgos revelan que existe una asociación un tanto positiva entre cultura emprendedora y restricciones de mercado en las MYPES de la región comercial de Ceres, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.444, en Ate 2019, y que el emprendimiento siempre se da por hecho. Debido a que muchos emprendedores son conscientes del nivel de riesgo asociado a emprender un nuevo negocio, la iniciativa y la cultura emprendedora son factores importantes en el desempeño del mismo; sin embargo, estas características no son suficientes, pues estas personas prosperan cuando el entorno institucional y económico les es favorable, lo cual es frecuente.

3.1.3 Antecedente Regional

Salas (2021) En su investigación, titulada “Intención Emprendedora en los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la UNAMBA, 2019”, que se llevó a cabo para determinar si cursar o no el título profesional de Licenciado en Administración, encontró que los estudiantes tenían un fuerte deseo de ser empresarios. A los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración se les solicitó completar una encuesta cuyo objetivo principal era definir sus intenciones emprendedoras. El estudio que se realizó fue fundamental, el nivel fue descriptivo y el diseño fue no experimental. La población para la presente indagatoria estuvo conformada por 483 estudiantes, y la muestra estuvo conformada por 80 estudiantes de octavo y noveno semestre. Por conveniencia, el muestreo fue no probabilístico. En este estudio se empleó como estrategia la encuesta y sirvió como instrumento el cuestionario de escala de Likert.

Según los resultados, el 77,5 por ciento de los encuestados tiene un alto grado de ambición empresarial, el 21,3 por ciento tiene un nivel medio y el 1,3 por ciento tiene un bajo nivel de deseo empresarial. Tomando en cuenta estos hallazgos, la gran mayoría de los estudiantes indica tener una meta empresarial, la cual se compone de una actitud hacia la conducta, los estándares sociales o subjetivos y un sentido de control/autoeficacia



empresarial. Los estudiantes de administración en la UNAMBA deberían tener una mentalidad emprendedora como resultado de esto.

Atanacio y Pacco (2019) en su investigación, titulada “Competencia Emprendedora y Sostenibilidad Empresarial de las Microempresas en los Restaurantes Intervenidos por la ONG PERSPEKTIVA de la Ciudad de Abancay, 2018”, que se llevó a cabo para determinar si cursar o no el título profesional de Licenciado en Administración. Se planteó como objetivo general determinar el grado de relación que existe entre la competencia emprendedora y sostenibilidad empresarial de las microempresas en los restaurantes intervenidos por la ONG PERSPEKTIVA, donde se pretende fortalecer las competencias emprendedoras de los microempresarios para la sostenibilidad del negocio. Por otra parte la metodología que se desarrolló en la investigación fue de tipo básica porque se profundizó el conocimiento científico existente a cerca de la realidad, asimismo, el nivel de investigación fue correlacional, también el método utilizado fue deductivo con un enfoque cuantitativo; y finalmente el diseño de investigación que se utilizó fue no experimental transeccional o transversal porque el estudio se realizó sin la manipulación deliberada de variables y los datos se recolectaron en un solo momento. La población estuvo conformada de 50 microempresarios con una muestra no probabilística donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario conformado por un total de 54 interrogantes, de las cuales 41 pertenecen a la variable de competencia emprendedora y 13 pertenecen a la variable de sostenibilidad empresarial.

De acuerdo a los resultados se obtuvo que el nivel de Sig. (Bilateral) = 0,000 lo cual nos muestra que es menor a 0,05 (5%) que permite señalar que es significativa la relación entre las variables competencia emprendedora y sostenibilidad empresarial, por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, se afirmó con un nivel confianza del 95% que existe un grado de relación favorable positivo entre la competencia emprendedora y la sostenibilidad empresarial de las microempresas en los restaurantes intervenidos por la ONG PERSPEKTIVA de la ciudad de Abancay. Además, el nivel coeficiente de correlación de Rho



de Spearman es igual 0.675 lo que indica según el baremo de estimación una correlación directa, positiva y alta entre las variables en contraste.

Huaraca y Cáceres (2017) En su investigación, titulada “La formación profesional y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la escuela académico profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas De Apurímac, 2014”, que se llevó a cabo para determinar si cursar o no el título profesional de Licenciado en Administración. La presente investigación tiene por objetivo "Determinar la influencia de la formación profesional en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la escuela académico profesional de administración". Para ello fue necesario evaluar el proceso de enseñanza y aprendizaje, así como las iniciativas de emprendimiento que tienen los estudiantes y la determinación de los principales factores de motivación empresarial.

Metodológicamente el trabajo investigativo se aborda desde la perspectiva del tipo de estudio básico-correlacional que busca encontrar el nivel de relación entre las variables de formación profesional y emprendimiento empresarial. La población fue comprendida de 489 estudiantes y una muestra de 150 estudiantes que fueron encuestadas a través de un cuestionario de 29 preguntas cerradas, contrastados con la prueba de hipótesis.

Se concluyó que la formación profesional influye significativamente en el Emprendimiento Empresarial de los estudiantes, debido a que el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes son factores indispensables para iniciar un emprendimiento, así como identificar y analizar los factores de motivación empresarial pues de ellos dependerán si los estudiantes generen ideas de negocio y los lleven a desarrollar.

El proceso de enseñanza influye significativamente en las iniciativas de emprendimiento de los estudiantes de manera negativa debido a las inadecuadas condiciones de enseñanza como las secuencias de asignaturas del plan de estudio, la capacitación de docentes y la organización de seminarios y talleres de emprendimiento que repercuten en la poca generación de ideas de negocio, evidenciando la falta de actitudes para el desarrollo de los mismos.



3.2 Marco teórico

3.2.1 Teoría del ecosistema emprendedor

Isenberg 2011 (como se citó en Zaravia y Delhumeau, 2019, p.2) donde se considera que El concepto de ecosistema emprendedor ha sido abordado por varias teorías. Una de ellas es que, un ecosistema de emprendimiento es considerado como una estrategia efectiva para lograr una estabilidad económica, y esta es una interrelación de factores como la política, cultura, financiamiento, capital humano, soporte y mercado, lo cuales se encargan de brindar las condiciones adecuadas para el surgimiento y desarrollo exitoso de nuevas empresas.

Por otra parte, el ecosistema emprendedor es tomado como el contexto favorable que apoya, incita, motiva y promueve para que las ideas de negocio salgan adelante, este contexto lo componen un abanico de variables, sin embargo, tres variables son clave: la política, los recursos financieros y la cultura predominante en la sociedad (Casares Pertusa, 2020). Así, es como se genera la confianza y seguridad en los emprendedores para atreverse a emprender.

Además, otra teoría del ecosistema emprendedor expuesto por Vernis y Navarro (2011) donde, mencionan al ecosistema emprendedor social en el que existen tres tipos de emprendimientos: los tradicionales, que se enfocan en una misión económica y buscan el impacto económico; los emprendimientos con consecuencia social, que son similares a los tradicionales, pero algunas de sus prácticas pueden generar beneficios sociales; y las organizaciones no lucrativas, que inician una actividad comercial para obtener una mayor independencia financiera y buscan un impacto social. A diferencia de los emprendimientos sociales, estas organizaciones no generan un cambio sistémico producido por distintos medios innovadores capaces de generar un valor social en forma sostenible y de gran impacto. Las teorías del ecosistema emprendedor resaltan la complejidad y la interacción de múltiples factores que influyen en el desarrollo de un ecosistema emprendedor.



3.2.2 Orígenes del ecosistema emprendedor

Aunque los detalles de la historia de un tema no se conocen en este momento, es fundamental comprender cómo fue en el pasado, cómo se definió, dónde nació y cómo se percibe actualmente, incluso si no se conocen los detalles. en este momento porque el tema ha estado dando vueltas durante bastante tiempo. En tal sentido López Agudelo (s.f.) donde sostiene que:

La palabra emprendedor viene del francés “entrepreneur” y significa pionero. Hasta ahora, no existe una definición en la que todos los autores estén de acuerdo, además, a lo largo de la historia, se observa una constante evolución de este significado. (p.12)

Por lo que, es necesario comprender una aproximación más exacta, y esto aún más por el hecho de que los ecosistemas han cambiado con el tiempo.

Por otra parte, Moore 1993 (citado en Martínez Estrada y Goma, s.f.), refiere que “el término ecosistema emprendedor fue utilizado por primera vez en 1993 por James Moore, en un artículo publicado por la Universidad de Harvard” (p. 14).

Hasta ahora, no ha habido una definición en la que todos los escritores puedan estar de acuerdo; además, a lo largo de la historia, ha habido un desarrollo constante en el significado del término a pesar de que las partes que componen un ecosistema emprendedor existen desde hace mucho tiempo, la noción de ecosistema emprendedor es relativamente nueva. Esto se debe a que es la sociedad en su conjunto la que hace posible que se conciban ideas creativas en la búsqueda de la realización personal y, en consecuencia, del crecimiento de un país en general. Como resultado, es fundamental tener un conocimiento más claro de cómo se produce el emprendimiento, ya que hasta ahora no ha habido acuerdo sobre cómo concebirlo y describirlo en términos concretos.

3.2.3 Definiciones más importantes del ecosistema emprendedor

A lo largo de los años, la frase ecosistema emprendedor ha despertado la curiosidad de muchas personas en las ciencias empresariales, razón por la cual existe un gran volumen de literatura sobre el tema. En el mismo sentido, y tomando como referencia la descripción proporcionada por los más



destacados expertos en la materia, por ello se ha tomado en cuenta lo propuesto por Zaravia et al. (2019) donde sostienen que "Una comunidad en la que múltiples actores y sus procesos están vinculados entre sí y se forman a partir de un mismo entorno; donde los emprendedores pueden iniciar empresas" (p. 2). Por ello, una economía saludable requiere un espacio de conexión y confianza entre los actores económicos que deben operar de manera saludable para que las empresas tengan éxito y continúen funcionando en el futuro previsible.

Asimismo, las personas, los roles y las variables ambientales que interactúan tienen un papel que influye en el desempeño comercial de una región o lugar, y la complejidad y variedad de individuos, roles y aspectos ambientales que interactúan son factores clave a considerar en tal sentido. De acuerdo con Leoro y Farfán (2017) sostienen que "La interacción dinámica entre individuos, organizaciones e instituciones que promueven la actividad emprendedora y facilitan la creación, el crecimiento y la supervivencia de nuevas empresas" (p. 205). Por ello, para el desarrollo exitoso de las empresas emergentes, el ambiente debe ser sumamente favorable, brindando seguridad y apoyo en que el emprendedor acepte e implemente su idea de proyecto, indicando que las instituciones de educación superior son entidades esenciales para la formación de personas estratégicas, con la capacidad de crear un entorno propicio para el funcionamiento de un negocio.

Igualmente, para que las iniciativas de la empresa tengan éxito a largo plazo, un ecosistema emprendedor debe crear un entorno en el que puedan verificar sus ideas, replicar el modelo de negocio y recibir apoyo confiable y de apoyo. Rodríguez (2020) plantea que a través de las universidades se reúnen emprendedores y representantes de los sectores académico, empresarial y gubernamental, que juegan un papel importante en la articulación del ecosistema emprendedor. Las universidades convierten a los emprendedores en actores importantes en el crecimiento del ecosistema emprendedor al mediar intereses y expectativas entre ellos y con otros stakeholders.

Asimismo se ha considerado lo propuesto por Kantis y Angelelli (2020) donde afirman que "Para que los esfuerzos empresariales tengan éxito, son necesarias una serie de interacciones sofisticadas entre entidades y



empresarios, así como entre entidades y empresarios y sus entornos técnico, intelectual, social, político y económico” (p. 12). Por otro, se ha tendido en cuenta a Guerrero y Santamaría (2020) consideran que:

Un grupo interconectado de personas emprendedoras (potenciales, nacientes y existentes), de agentes financiadores (empresas, capital riesgo, *business angels*, bancos), y de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) que comparten una orientación de generar valor en un territorio (s.p.)

En consecuencia, un ecosistema emprendedor es una colección de relaciones complejas entre entidades emprendedoras y personas y sus entornos tecnológico, académico, social, político y económico, asimismo el ecosistema emprendedor sirve para dinamizar el desarrollo de iniciativas empresariales en el territorio. También se subraya la necesidad de mantener relaciones sólidas entre los muchos sectores que conforman el ecosistema emprendedor, porque en última instancia, eso es lo que se pretende que haga el ecosistema: actuar como un catalizador para la formación de nuevas empresas.

3.2.4 Importancia del ecosistema emprendedor

Es fundamental examinar los ecosistemas empresariales desde una variedad de ángulos para comprenderlos por completo. Buscar incubadoras, negocios de inversión, aceleradores y otros actores que puedan ayudar a los emprendedores a hacer realidad sus ideas es un aspecto de esta búsqueda. La ejecución de una idea de negocio requiere la presencia de un entorno que estimule e inspire confianza, y si existe sinergia entre estos ecosistemas se pueden generar nuevos promotores de apoyo, además de la consolidación de una empresa y el establecimiento de una base estable que conduzca al establecimiento de negocios prósperos. Como mencionan Lederman et al. (2014):

Cuando el entorno es propicio, los emprendedores se arriesgan e invierten en innovación y así estimulan la productividad mediante las dinámicas de



entrada y salida del mercado de las empresas y la innovación de las ya establecidas, lo que promueve el desarrollo económico. (p. 1)

Indica que desde una perspectiva global, el ecosistema emprendedor como entorno favorable promueve proyectos empresariales competitivos y de largo plazo al mismo tiempo que reduce la burocracia en la formalización de la empresa desde una perspectiva política, basada en la educación, formando personas con conocimiento y habilidades para emprender sin miedo al fracaso, y desde la perspectiva del acceso a la financiación, conectando con sociedades inversoras y otras organizaciones y emprendedores.

Asimismo. Barrero et al (2019) sostienen que, “Las iniciativas que funcionan en un ambiente saludable tienen la capacidad de crear nuevos empleos, benefician a la economía a través de sus ingresos y actúan como motores de crecimiento para sociedades con recursos económicos limitados ya que elevan la productividad” (p. 22). Por ello, cuando el entorno es favorable, los emprendedores están más dispuestos a asumir riesgos e invertir en innovación, lo que a su vez estimula la productividad a través de la dinámica de entrada y salida del mercado, así como la innovación de las empresas ya establecidas, fomentando así desarrollo y crecimiento económico.

Esto significa que un ecosistema emprendedor de calidad es fundamental para la promoción de emprendimientos excelentes y duraderos, así como para motivar al emprendedor a seguir perseverando en su idea de formar una empresa, así como para generar confianza para emprender. riesgos incluso cuando se invierte una mayor cantidad de capital. aumento de la actividad económica como resultado del estímulo.

3.2.5 Modelo del ecosistema emprendedor.

Vernis y Navarro (2011) exponen un modelo, donde existe una forma mixta de emprendimiento que está compuesto por varios componentes interrelacionados, incluyendo la formación e investigación, el asesoramiento, la financiación, la innovación, las redes y la difusión del conocimiento. La difusión del conocimiento es un componente esencial del ecosistema emprendedor y su impacto puede ser medido mediante diversos indicadores de desarrollo y crecimiento empresarial.



Figura

1

Componentes del ecosistema emprendedor.



Nota: La figura muestra el ecosistema de apoyo a emprendedores. Fuente: Tomado de Vernis y Navarro (2011).

3.2.5.1. Formación e investigación

Para generar y desarrollar nuevas empresas es indispensable los pilares como la tecnología, innovación, digitalización y formación para mejorar la eficiencia de responder frente a las necesidades del mercado. Núñez y Leiva (2020) refieren que, en la actualidad se observa que el mundo cada vez más mantiene una comunicación digital, lo que asegura el éxito en cualquier iniciativa que tenga como objetivo prosperar, además de que las posibilidades de emprender han aumentado.

Por otro lado, se enfatiza que la formación e investigación son componentes altamente relacionados con la tecnología, ciencia e innovación, que también demuestra la capacidad de crear nuevos productos generando su productividad con la tecnología a través de procesos innovadores. Zaravia et al. (2019) mencionan que un emprendedor necesita de formación apropiada, para ello el gobierno de país es quien efectúa inversión eficiente en el sistema educativo, para brindar una formación que garantice el conocimiento esencial



para desarrollar y gestionar empresa, iniciativas que formen gente preparada para iniciar con su idea de negocio y que este sea viable y solido en el tiempo, redundando en el progreso de la sociedad a largo plazo.

Por lo tanto, podemos concluir que la formación e investigación tiene como pilares fundamentales a la tecnología, digitalización, y acceso a una formación y conocimiento adecuado, generalmente está en manos de los gobiernos de cada país, ya que estos son los más propicios para promover el emprendimiento, intervenir en la sostenibilidad social, dando acceso a centros que ayuden en su formación ya que muchos emprendedores experimentan dificultades en el inicio de sus actividades de emprendimiento, Hasta que se elimine del contexto, un ambiente inadecuado puede tener una influencia desproporcionada en el funcionamiento de una empresa, lo que resulta en un atraso económico en la sociedad hasta que se aborde el ambiente insuficiente.

- **Acompañamiento**

Se refiere al apoyo y orientación que los docentes brindan a los emprendedores en su proceso de formación y desarrollo empresarial. Los docentes, con experiencia y conocimientos en emprendimiento, desempeñan un papel fundamental al ofrecer mentoría, asesoramiento y seguimiento a los emprendedores, proporcionando una visión experta, compartiendo conocimientos especializados y ofreciendo retroalimentación constructiva. Los docentes, con experiencia y conocimientos en emprendimiento, ofrecen mentoría, asesoramiento y seguimiento a los emprendedores, compartiendo conocimientos especializados, brindando retroalimentación constructiva y proporcionando recursos adicionales.

Para formar personas con espíritu emprendedor desde una casa de estudios, los promotores idóneos son los docentes, profesionales capaces de transformar y multiplicar emprendedores, en ese entender un docente formador de emprendedores cuenta con ciertos perfiles. Según la Camara de comercio de Bogota (CCB, 2009): donde consideran que un acompañante es aquel que “transmite saber,



conocimiento y experiencia sobre el emprendimiento y la capacidad de emprender, que el estudiante aplica en su proyecto de vida” (p. 17). Por otro, se considera también como un acompañante a los facilitadores que brindan los recursos necesarios para llevar adelante los procesos emprendedores, sobre todo en las etapas iniciales, por tal motivo se toma en cuenta lo señalado por CCB (2009) donde considera al facilitador como alguien que “contribuye a que el estudiante desarrolle su vocación emprendedora y sus competencias empresariales, dándole orientación o recomendación y entregándole herramientas y medios que hagan más fácil su labor” (p. 17). Finalmente, también tomando en cuenta a CCB (2009) considera necesario la participación del promotor a quien consideran que “Incentiva el desarrollo de trabajos y proyectos donde el estudiante aplica y pone a prueba su iniciativa empresarial” (p. 17).

En absoluto ya que el docente como promotor de emprendimiento, organiza eventos o actividades relacionados con emprendimiento mediante el cual surgen ideas de emprendimiento también en donde se pueden dar a conocer sobre los distintos programas que ayudan a emprendedores, acompañar al estudiante enseñando a formar planes de negocio, ya que el apoyo y la guía de docentes con experiencia pueden aumentar las posibilidades de éxito de los emprendedores al brindarles una visión experta, ayudarles a evitar errores comunes y proporcionarles recursos y herramientas adicionales para su desarrollo empresarial.

- **Competencia profesional en la formación de emprendedores**

Se refiere al nivel de habilidades, conocimientos y capacidades que se desarrollan en los emprendedores a través de la formación y educación empresarial. Como lo mencionan Pertuz et al. (2016), “El docente formador de emprendedores requiere unas características y unas competencias específicas de manera integral, para el desarrollo efectivo del proceso de enseñanza-aprendizaje” (p.2). Por lo cual, la formación de emprendedores se enfoca en proporcionar una base sólida de competencias profesionales necesarias para el éxito empresarial. Estas competencias aseguran que los emprendedores



estén debidamente preparados para enfrentar los desafíos del mercado, identificar oportunidades, gestionar los recursos y tomar decisiones informadas, maximizando así sus posibilidades de éxito y creando empresas sostenibles y rentables.

La formación de emprendedores se enfoca en proporcionar una base sólida de competencias profesionales necesarias para emprender y gestionar exitosamente un negocio. Wei (2022) plantea que estas competencias abarcan áreas como la planificación estratégica, la gestión financiera, el marketing, la gestión de recursos humanos, la innovación, la resolución de problemas y la toma de decisiones empresariales, además es el nivel de habilidades, conocimientos y capacidades que se desarrollan en los emprendedores a través de la formación y educación empresarial. Asimismo, es un conjunto de actores y factores interdependientes coordinados de tal manera que permiten el emprendimiento productivo dentro de un territorio particular.

Los que integran el sistema educativo de emprendimiento son agentes clave y deben poseer capacidades y competencias relacionados al emprendimiento para formar e impulsar personas competentes y capaces de asumir retos de superación agregando valor a la sociedad, como menciona (Arellano, 2016) donde afirma que: Para desarrollar el enfoque por competencias en el ámbito universitario como medio para alcanzar la calidad y la excelencia, se requiere de un docente formado para orientar el proceso de enseñanza y de aprendizaje bajo la nueva concepción de la educación universitaria, como puerta de acceso a la sociedad del conocimiento (p. 23)

Por lo que es fundamental dentro del ecosistema emprendedor, generar la competencia profesional en la formación de emprendedores, asegura que los emprendedores estén debidamente preparados para enfrentar los desafíos del mercado, identificar oportunidades, gestionar los recursos y tomar decisiones informadas. Una formación sólida en competencias profesionales permite a los



emprendedores maximizar sus posibilidades de éxito y crear empresas sostenibles y rentables.

- **Incentivo**

Son los estímulos y motivaciones se puede explicar en otras palabras que, se brindan a los emprendedores para participar en programas de formación y llevar a cabo investigaciones relacionadas con el emprendimiento, existen incentivos tanto económicos como no económicos para fomentar la participación activa de los emprendedores en actividades de formación y en la generación de conocimiento en el ámbito del emprendimiento (Ferreira y Wanke 2020).

Por otro lado, también se puede entender que como los estímulos y motivaciones que se brindan a los emprendedores para participar en programas de formación y llevar a cabo investigaciones relacionadas con el emprendimiento. Lo cual estimula el surgimiento de ecosistemas empresariales o alienta los procesos clave de giro y el surgimiento del apoyo empresarial en sus diferentes formas.

Se reconoce que existen incentivos tanto económicos como no económicos para fomentar la participación activa de los emprendedores en estas actividades. Estos incentivos pueden incluir becas, premios, financiamiento para proyectos de investigación, reconocimientos y oportunidades de colaboración con expertos y mentores, pero la ausencia de estos podría ser desalentador. En ese sentido tomando en consideración a Monge (2020) donde sostiene que, “La inexistencia o deficiente tamaño de los fondos de capital semilla, capital de riesgo, redes de ángeles inversionistas, financiamiento accionario, crowdfunding, entre otros instrumentos, constituye una importante limitante para los emprendimientos en Costa Rica” (p.1). Por lo que podemos decir que el incentivo es fundamental para promover la participación y el compromiso de los emprendedores en programas de formación y en la generación de nuevo conocimiento. Estos incentivos buscan reconocer y recompensar los esfuerzos y logros de los emprendedores, así como



estimular su motivación para seguir aprendiendo, investigando y mejorando sus habilidades empresariales.

- **Formación emprendedora**

Se refiere a la oferta y disponibilidad de programas de formación académica específicamente diseñados para desarrollar habilidades y conocimientos empresariales en los emprendedores, este indicador implica que existen programas de formación emprendedora que se centran en proporcionar a los emprendedores las herramientas necesarias para planificar, lanzar y gestionar exitosamente sus negocios abarcando una amplia gama de temas relacionadas con el emprendimiento. Plata et al. (2021) refieren a la oferta y disponibilidad de programas de formación específicamente diseñados para desarrollar habilidades y conocimientos empresariales en los emprendedores. Por lo cual las empresas participantes se involucran en actividades de intercambio de conocimientos y cómo pueden acelerar la producción de innovación, la formación emprendedora se enfoca en proporcionar a los emprendedores las herramientas necesarias para planificar, lanzar y gestionar exitosamente sus negocios, cubriendo una amplia gama de temas esenciales relacionados con el emprendimiento, como la generación de ideas, el plan de negocios, la estrategia empresarial, el marketing, las finanzas, la gestión de equipos y la innovación.

Asimismo, de acuerdo a Leon Mendoza (2019), “Algunos estudios encuentran que a mayor nivel educativo alcanzado la persona presenta una mayor probabilidad de establecer negocios propios” (p.22). Por tal razón, la educación en emprendimiento será de gran ayuda para perdurar en el emprendimiento.

La formación emprendedora se enfoca en brindar a los emprendedores las habilidades empresariales esenciales, así como el conocimiento de los desafíos y las mejores prácticas relacionadas con el emprendimiento. Tomando en consideración a Fernandez de caleya et al. (2019) donde manifiestan que:

La valoración de la preparación para emprender es fundamental para ganar tanto actitud como habilidades en el desempeño del



emprendimiento. por otro lado, el estudiante, sea cual sea su intencionalidad profesional, puede tener la confianza o no de emprender, pero declara que para emprender con una intención alta es necesario contar con la preparación adecuada. (p.19)

Esto puede incluir tanto conocimientos teóricos como experiencias prácticas, a través de metodologías de enseñanza interactivas, estudios de casos y proyectos empresariales reales.

3.2.5.2. Asesoramiento

El asesoramiento consiste en brindarle un acompañamiento personalizado a los emprendedores, con la finalidad de orientarlos para tomar en consideración algunos aspectos que son de vital importancia en el desarrollo de los negocios, implica que los emprendedores tienen acceso a expertos y profesionales con experiencia en emprendimiento, quienes brindan orientación y asesoramiento en áreas críticas como la planificación estratégica, el modelo de negocio, la gestión financiera, el marketing, la gestión de recursos humanos y otros aspectos relacionados con la creación y gestión de empresas. En tal sentido, se refiere a “la disponibilidad y accesibilidad de servicios de asesoramiento y mentoría para los emprendedores en diferentes etapas de desarrollo de sus negocios. (Shi y Shib, 2022). En ese sentido, permiten la asignación de recursos limitados espacialmente en la literatura existente.

Esta dimensión es considerada fundamental dentro del ecosistema emprendedor, ya que brinda apoyo personalizado y especializado a los emprendedores, ayudándolos a superar desafíos, tomar decisiones informadas y maximizar las oportunidades de crecimiento. Las empresas demuestran intenciones de comprometerse en el asesoramiento empresarial lo que se reflejan en los ecosistemas que las rodean (Johnson et al., 2022). Por lo cual, esta dimensión es crucial dentro del ecosistema emprendedor.

Asimismo, se considera a Barrero et al. (2012) donde señala que: Consejo sobre todo lo relativo a la puesta en marcha de la empresa; asesoramiento sobre la protección de los derechos de propiedad industrial y solicitud de patentes; definición del modelo de negocio;



apoyo en el desarrollo del plan de negocio; apoyo en la búsqueda de financiación: inversores, préstamos, socios capitalistas, capital riesgo o business angels; acceso a incubadoras de empresas. (p. 134) Por lo cual, implica que los emprendedores tienen acceso a expertos y profesionales con perfil y experiencia en emprendimiento, quienes brindan orientación y asesoramiento en áreas críticas como la planificación estratégica, el modelo de negocio, la gestión financiera, el marketing, la gestión de recursos humanos y otros aspectos relacionados con la creación y gestión de empresas. Estos asesores pueden ofrecer sus conocimientos, experiencias y contactos para ayudar a los emprendedores a superar desafíos, tomar decisiones informadas y maximizar las oportunidades de crecimiento.

- **Vínculo universidad con organizaciones externas.**

La conexión entre las distintas instituciones educativas, especialmente las universidades, y las organizaciones externas de emprendimiento, como empresas, incubadoras, aceleradoras y entidades gubernamentales. Kriz et al. (2022) indican que, es la colaboración y conexión entre las instituciones educativas, especialmente las universidades, y las organizaciones externas relacionadas con el emprendimiento. Debido a que conecta las organizaciones de investigación con los mercados comerciales. Por lo cual, esta colaboración es fundamental para promover la transferencia de conocimientos y tecnologías, impulsar la innovación y el desarrollo empresarial.

Al brindar acceso a conocimientos especializados, infraestructura, redes de contactos y oportunidades de financiamiento, la colaboración entre la universidad y las organizaciones externas crea un entorno propicio para el crecimiento y el éxito de los emprendedores. Como menciona, Vargas y Villalobos (2012), “Estos vínculos permiten, en algunos casos, financiar vía patrocinio las principales actividades de formalización empresarial de las nuevas iniciativas. Además, los recursos se invierten en acciones concretas que permiten la consolidación de las nuevas empresas” (p.406). Por lo cual, estos vínculos pueden manifestarse a través de diferentes



formas, como programas conjuntos de incubación y aceleración, intercambio de conocimientos y experiencias, proyectos de investigación aplicada, desarrollo de programas de formación y la participación de profesionales de las organizaciones externas en la enseñanza y tutoría de emprendedores.

El vínculo entre la universidad y las organizaciones externas en el ecosistema emprendedor es fundamental para promover la transferencia de conocimientos y tecnologías, así como para impulsar la innovación y el desarrollo empresarial. Las universidades, con su expertise académica y recursos, pueden colaborar estrechamente con las organizaciones externas para proporcionar al emprendedor acceso a conocimientos especializados, infraestructura, redes de contactos y oportunidades de financiamiento.

- **Apoyo de expertos**

Se refiere a la disponibilidad de apoyo y orientación por parte de expertos y profesionales en emprendimiento externos a través de organizaciones especializadas en emprendimiento, implica que los emprendedores tienen acceso a expertos con conocimientos y experiencia en áreas específicas relacionadas con el emprendimiento, como estrategia empresarial, financiamiento, marketing, gestión de proyectos, aspectos legales y otros campos relevantes. Estos expertos pueden provenir de organizaciones externas como incubadoras, aceleradoras, consultoras, redes de mentores y expertos independientes.

El apoyo de expertos con organizaciones externas es fundamental para los emprendedores, ya que les permite obtener una perspectiva externa imparcial, adquirir conocimientos valiosos y recibir orientación de profesionales experimentados. En tal sentido Barrero et al. (2012) mencionan que: Los objetivos de estos tutores expertos son apoyar el desarrollo de las ideas de negocio, generalmente en fase de propuesta, que tengan poca madurez, pero un alto potencial de desarrollo; apoyo en la búsqueda de socios gestores y tecnológicos de cara a fortalecer y equilibrar el equipo de emprendedores;



desarrollo de las ideas de negocio para su presentación y acceso a inversores y financiación. (p.134)

Este tipo de apoyo puede ayudar a los emprendedores a tomar decisiones informadas, minimizar riesgos, evitar errores comunes y maximizar sus posibilidades de éxito en el entorno empresarial.

- **Relaciones emprendedoras**

Existencia y fortalecimiento de las relaciones y conexiones entre emprendedores, tanto entre ellos como con otros actores del ecosistema emprendedor, implica que los emprendedores tienen la oportunidad de establecer relaciones y redes de contactos con otros emprendedores, empresarios exitosos, mentores, inversores y otros actores clave en el entorno empresarial. Estas relaciones emprendedoras fomentan el intercambio de conocimientos, experiencias, recursos y oportunidades, creando un entorno colaborativo y de apoyo mutuo. Por ello las relaciones emprendedoras también pueden facilitar la identificación de posibles socios comerciales, colaboradores estratégicos y oportunidades de expansión. Estas conexiones pueden abrir puertas a alianzas estratégicas, concreción de proyectos, acceso a nuevos mercados y sinergias empresariales que beneficien a todos los involucrados.

El fomento de las relaciones emprendedoras dentro del ecosistema emprendedor es fundamental, ya que no solo brinda apoyo emocional y motivacional a los emprendedores, sino que también amplía su visión, aumenta su conocimiento y le proporciona acceso a una red diversa de recursos y oportunidades (Auerswald y Dani, 2022). Así, Las relaciones emprendedoras fortalecen la colaboración y la cohesión dentro del ecosistema, promoviendo un entorno propicio para el crecimiento empresarial y la innovación.

- **Espacio académico para desarrollar empresa**

Existencia de un espacio dentro de las instituciones educativas donde los estudiantes pueden desarrollar y fortalecer sus proyectos empresariales, por medio de materias de pre incubación, incubación y postincubación sostenidos con asesoría, entrenamiento, y



consultoría de emprendimiento. En ese sentido Fischer et al. (2022) donde señalan que, la existencia de un entorno propicio dentro de las instituciones académicas donde los emprendedores pueden desarrollar y fortalecer sus proyectos empresariales. Estas estructuras se caracterizan como acuerdos de colaboración entre empresas y gobiernos, instituciones, universidades, institutos de investigación y redes de emprendedores.

Eso implica que las instituciones académicas, como universidades o centros de formación, brindan un espacio físico y/o virtual donde los emprendedores tienen la oportunidad de trabajar en sus proyectos empresariales. Este espacio académico puede incluir laboratorios, centros de innovación, incubadoras de empresas o espacios de coworking, donde los emprendedores pueden acceder a recursos, tecnología, infraestructura y conexiones que facilitan el desarrollo de sus ideas de negocio.

3.2.5.3. Financiación

Esta dimensión abarca todas las actividades, mecanismos y fuentes de financiamiento que están disponibles para los emprendedores. Incluye tanto la financiación inicial para la puesta en marcha de la empresa como los recursos financieros necesarios para su expansión y consolidación en el mercado.

Proporciona los recursos necesarios para la implementación de estrategias, el desarrollo de productos, la expansión geográfica, la contratación de personal y otros aspectos clave. Ya que a menudo las empresas se ven limitadas por la escasez de recursos (Kang, 2022, p. 5)

En ese sentido, es la disponibilidad y acceso a recursos financieros necesarios para el desarrollo y crecimiento de los proyectos empresariales, señalar también que esta dimensión abarca diferentes fuentes de financiamiento, desde capital semilla hasta financiación pública, privada, redes de inversores y mercado de capitales, que permiten a los emprendedores obtener los recursos necesarios para desarrollar sus ideas de negocio. Según Duque Rodriguez (2012) afirma que, “Generalmente, los recursos financieros sirven para



complementar la capital semilla e iniciar la unidad productiva. Se obtienen a crédito y son siempre reembolsables” (p.376). En ese entender es crucial para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos, ya que proporciona los recursos necesarios para la implementación de estrategias, el desarrollo de productos, la expansión geográfica, la contratación de personal, entre otros aspectos clave.

- **Fuentes de financiamiento**

Diferentes fuentes o vías a través de las cuales los emprendedores pueden obtener los recursos financieros necesarios para sus proyectos empresariales, tener el capital financiero inicial para empezar a emprender es indispensable, ya que al contar con este recurso es posible que la empresa persista en su actividad y no perezca al toparse con la barrera del capital, el financiamiento puede ser propio o solicitados de alguna financiera, en tal sentido. Según Gonzales et al. (2017) afirman que: Las actividades de arranque generalmente incluyen el uso de ahorros personales y tarjetas de crédito para acceder al efectivo, así como trabajar desde casa, buscando asesoramiento gratuito, utilizando crédito de los socios comerciales como clientes y proveedores y aprovechando las redes personales para ahorrar en costos de inicio de actividades. (p.34)

En ese entender las fuentes de financiamiento, se enfocan en la diversidad y disponibilidad de opciones financieras para los emprendedores. Esto garantiza que haya diferentes alternativas adaptadas a las necesidades y etapas de desarrollo de los proyectos empresariales, lo que aumenta las posibilidades de obtener los recursos financieros necesarios para su éxito.

- **Tiempo y espacio para obtener capital semilla**

Período de tiempo y los espacios de acceso disponibles para que los emprendedores obtengan capital semilla, que es el financiamiento inicial necesario para iniciar y desarrollar su proyecto empresarial, las universidades a través de diferentes programas de financiamiento, concursos de proyectos potenciales, son las más idóneas para dar



acceso a estos espacios en la que los estudiantes con ideas emprendedoras puedan participar y ser acreedoras de este recurso de financiamiento inicial necesario para iniciar y desarrollar su proyecto empresarial, como indican, Orozco et al. (2017), “el rol de la Universidad dentro del ecosistema emprendedor está orientado al fomento y acompañamiento de los emprendedores y a la ejecución de los recursos de capital semilla” (p.58). En ese sentido, las universidades están para fomentar la creación de empresas con los estudiantes, garantizar un acceso ágil y eficiente al capital semilla permita a los emprendedores contar con los recursos necesarios en el momento adecuado para impulsar el éxito de sus proyectos empresariales.

Por otro lado, la capital semilla se considera importante puesto que cubrirá gastos iniciales como la compra de algunos o principales herramientas o materias primas, para empezar con el emprendimiento, y que la falta de este recurso podría ser un limitante. Tomando en consideración a Beltran (2013) donde señala lo siguiente:

Si no existe capital disponible para emprender en un negocio, difícilmente se podrá poner en marcha y funcionamiento el mismo, puesto que existen una serie de gastos incurridos por el sólo hecho de trámites de iniciación de actividades, sin contar la adquisición de maquinaria, adquisición de materia prima, arriendo o compra del local comercial, etc. (p.92)

En ese entender implica establecer procesos ágiles, espacios de acceso y redes de apoyo que faciliten la obtención de capital semilla de manera oportuna y eficiente.

- **Recursos para creación de empresa**

Los recursos financieros, técnicos y de apoyo juegan un papel fundamental al proporcionar a los emprendedores las herramientas necesarias para superar los desafíos iniciales y lograr el éxito empresarial. Fuster et al. (2019) plantean que son los diferentes recursos y herramientas disponibles para apoyar la creación y desarrollo de nuevas empresas. Por lo cual, la interacción entre los



participantes consiste en relaciones colaborativas y competitivas simultáneas, su conexión se centra en redes de valor, lo que permite que las empresas creen valor que ninguna empresa podría crear por sí misma.

Garantizar la disponibilidad de estos recursos facilita el establecimiento y crecimiento de las empresas, creando un entorno favorable para el emprendimiento y la innovación.

- **Disponibilidad de apoyo económico**

La disponibilidad de apoyo económico es fundamental para proporcionar a los emprendedores los recursos financieros necesarios y los mecanismos de apoyo adecuados para establecer y hacer crecer sus negocios. Existencia de recursos financieros y mecanismos de apoyo que están disponibles para respaldar a los emprendedores en el inicio y desarrollo de sus empresas. Fuster et al. (2019) hacen mención que la disponibilidad de programas de financiamiento y redes de inversores, entre otros recursos financieros, brinda a los emprendedores las oportunidades necesarias para obtener los recursos financieros y el apoyo adecuados en cada etapa de sus negocios. Esto facilita el establecimiento y crecimiento de las empresas, creando un entorno favorable para el emprendimiento y la innovación.

3.2.5.4. Innovación

Fundamental para impulsar el crecimiento y la diferenciación de las empresas, y abarca una serie de aspectos, desde una cultura de innovación hasta la transferencia de conocimiento y tecnología, la inversión en investigación y desarrollo, la colaboración y el acceso a financiamiento para proyectos innovadores. Capacidad y promoción de la generación y aplicación de ideas y soluciones creativas para resolver problemas, mejorar procesos y crear valor en el ámbito empresarial (Sharma et al., 2023). En ese sentido, la dimensión de Innovación en el ecosistema emprendedor se refiere a la capacidad de generar y aplicar ideas y soluciones creativas para impulsar el crecimiento y la diferenciación de las empresas. Esta dimensión implica la promoción de una cultura de innovación, la transferencia



de conocimiento y tecnología, la inversión en investigación y desarrollo, la colaboración entre diferentes actores y el acceso a financiamiento para proyectos innovadores.

- **Nuevas formas de trabajar**

Dentro del ecosistema emprendedor, la dimensión de innovación engloba diferentes indicadores que impulsan la adopción de métodos y enfoques innovadores en el ámbito laboral. uno de estos indicadores es nuevas formas de trabajar, el cual se refiere a la adopción y promoción de métodos y enfoques innovadores en la forma de trabajar y organizar el trabajo dentro de las empresas emergentes y emprendimientos. También se puede nutrir con inclusión financiera, desarrollo económico, apertura comercial, facilidad para hacer negocios, uso de las instalaciones de internet y aumento de salarios y trabajadores asalariados (Sharma et al., 2023). Por lo cual, su implementación busca maximizar la eficiencia, flexibilidad y adaptación a los desafíos y oportunidades de innovación. Esto implica la adopción de metodologías ágiles, el diseño centrado en el usuario, el trabajo colaborativo y multidisciplinario, el uso de tecnologías digitales, y la flexibilidad y adaptabilidad para aprovechar las oportunidades de innovación en el entorno empresarial.

- **Proyectos clave**

La dimensión de innovación abarca diversos indicadores que promueven el impulso de proyectos estratégicos y de alto impacto. uno de estos indicadores es proyectos clave, el cual se refiere a la identificación y desarrollo de proyectos estratégicos que impulsan la innovación dentro de las empresas emergentes. Estos proyectos se caracterizan por su enfoque innovador, su potencial de generar ventajas competitivas y su contribución a la evolución del ecosistema. Esto incluye constitutivamente la participación de las partes interesadas afectadas o relevantes en el proceso del ecosistema emprendedor (Bussola et al., 2021). Por lo cual, estos proyectos son considerados fundamentales para el crecimiento y la consolidación



de los emprendimientos, y se caracterizan por su enfoque innovador, su generación de valor, su gestión eficiente de recursos, su capacidad de colaboración y sinergia, y su enfoque en la evaluación y el aprendizaje continuo. Su implementación contribuye al desarrollo y evolución del ecosistema emprendedor, fortaleciendo la capacidad de innovación de las empresas emergentes.

- **Soluciones**

Se refiere al desarrollo y la implementación de soluciones creativas e innovadoras para abordar desafíos y necesidades en el mercado. (Reis et al., 2022) indican que este indicador implica que en el ecosistema emprendedor se promueve la generación de soluciones disruptivas que se diferencien de las existentes en el mercado y que ofrezcan beneficios significativos para los usuarios finales. Estas soluciones pueden manifestarse en forma de productos, servicios, procesos o modelos de negocio innovadores.

Además, los docentes en el proceso de enseñanza ofrecen a los estudiantes el desarrollo y la implementación de soluciones creativas e innovadoras para abordar desafíos y necesidades en el mercado. Esto implica identificar desafíos y necesidades, fomentar la creatividad e innovación, validar y prototipar las soluciones, generar ventajas competitivas y asegurar la escalabilidad y el crecimiento de las soluciones desarrolladas.

- **Reconocimiento de oportunidades para presentar proyectos**

La universidad en su proceso de formación debe complementar con promover a los estudiantes para la identificación de nuevas oportunidades en los cuales presentar las ideas de proyectos, fortalecer la capacidad de los emprendedores para identificar y aprovechar oportunidades propicias para presentar proyectos innovadores. Según Lockward y Valle (2019) donde señalan:

Es por esta razón que, para lograr la iniciativa emprendedora, es necesario el fomento del espíritu emprendedor, entendiéndose por este el que las personas, dentro o fuera de las organizaciones, se



encuentren motivadas y capacitadas para identificar oportunidades y para reaccionar ante ellas de manera diferente e innovadora. (p. 9) Por lo que es importante que los estudiantes reciban una formación al nivel de buscar e identificar las oportunidades en el mercado, en la industria o en el entorno empresarial que puedan servir como plataforma para presentar proyectos de innovación. Esto implica estar atento al entorno, establecer redes de contacto, analizar y evaluar oportunidades, presentar una propuesta de valor convincente y considerar el timing adecuado para maximizar las posibilidades de éxito en la presentación de proyectos de innovación.

3.2.5.5. Redes de contacto

Interconexión y colaboración entre diferentes actores y organizaciones que forman parte de dicho ecosistema. Estas redes se establecen con el propósito de fomentar la cooperación, el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, y fortalecer el crecimiento y desarrollo de los emprendedores y sus proyectos.

Además, las redes en el ecosistema emprendedor se refieren a la interconexión y colaboración entre emprendedores, mentores, inversores, instituciones académicas y organizaciones de apoyo al emprendimiento. De acuerdo a lo señalado por Red Emprendia (2012) donde indica que “Relaciones formales con otros agentes implicados en el proceso de emprendimiento (universidades, fundaciones, gobiernos locales, regionales o nacionales, etc.) se pone a disposición de las empresas un importante capital relacional que genera un valor añadido en sus actividades” (p. 16). En este sentido, estas redes facilitan el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, y contribuyen al crecimiento y desarrollo de los emprendedores y sus proyectos.

- **Articulación empresarial**

Se refiere a la capacidad de los emprendedores y las empresas para establecer relaciones colaborativas y de cooperación entre sí, con el objetivo de fortalecer sus actividades comerciales y promover el crecimiento mutuo y fomentar la innovación en el ecosistema emprendedor. Implica que en el ecosistema emprendedor se fomente



la interacción y la sinergia entre emprendedores y empresas establecidas, con el fin de aprovechar las oportunidades de colaboración, compartir recursos, conocimientos y experiencias, y promover la innovación y el crecimiento económico (Figueira et al., 2023). Esto indica que, estas interacciones y colaboraciones promueven el crecimiento y la competitividad de los emprendedores.

- **Eventos académicos**

En el ecosistema emprendedor se refiere a la organización y participación en eventos y actividades académicas relacionadas con el emprendimiento. Estos eventos reúnen a emprendedores, investigadores, académicos, estudiantes y profesionales del campo, con el objetivo de intercambiar conocimientos, compartir experiencias, promover la colaboración y fortalecer las redes de contacto. Estos eventos, como conferencias, simposios, talleres, seminarios, mesas redondas y congresos, ofrecen oportunidades para el intercambio de conocimientos, el aprendizaje, la colaboración y el establecimiento de redes entre emprendedores (Fuster et al., 2019). Por lo tanto, ofrecen oportunidades para el intercambio de conocimientos, el aprendizaje, la colaboración y el establecimiento de redes entre emprendedores, académicos y profesionales del campo ya que estos eventos suelen estar centrados en temas específicos relacionados con el emprendimiento, como la innovación, la creación de empresas, la gestión empresarial, el desarrollo de habilidades emprendedoras, entre otros.

- **Relaciones, contacto con proveedores**

Es establecer y conservar relaciones consistentes con socios comerciales clave. Estas relaciones estratégicas y colaborativas con proveedores son fundamentales para el desarrollo y funcionamiento de los emprendimientos. En ese sentido, se refiere a la capacidad de los emprendedores para establecer y mantener relaciones sólidas con proveedores clave. Esto implica identificar proveedores estratégicos, establecer relaciones sólidas, negociar condiciones favorables, colaborar en la mejora continua y buscar nuevas oportunidades y



proveedores (Gamble y Muñoz, 2021). Por lo cual, se destaca la importancia de establecer vínculos estratégicos y colaborativos con proveedores de productos, servicios o recursos necesarios para el desarrollo y funcionamiento de los emprendimientos. Esto implica identificar proveedores estratégicos, establecer relaciones sólidas, negociar condiciones favorables, colaborar en la mejora continua y buscar nuevas oportunidades y proveedores. Estas relaciones sólidas y estratégicas con proveedores contribuyen al desarrollo y crecimiento exitoso del emprendimiento.

3.2.5.6. Difusion

La difusión en el ecosistema emprendedor es una estrategia que la universidad debe tomar para incentivar en el emprendimiento ya que este busca generar conciencia sobre el emprendimiento, fomentar el intercambio de conocimientos, crear redes de colaboración y promover el espíritu emprendedor en los estudiantes, en ese sentido. Se refiere a la promoción y divulgación de información, conocimientos y experiencias relacionadas con el emprendimiento. Esto implica difundir ideas emprendedoras, buenas prácticas, oportunidades de negocio y recursos disponibles para emprendedores y actores involucrados en el ecosistema emprendedor. (Hernández-Chea et al. 2021, p.5).

Por lo tanto, a través de la comunicación y promoción, la generación de contenido relevante, la organización de eventos y actividades de difusión, la colaboración con otros actores y la medición y evaluación de la difusión, se busca difundir el emprendimiento de manera efectiva y alcanzar a un público más amplio. Esto fomenta la conciencia sobre el emprendimiento, el intercambio de conocimientos, la creación de redes de colaboración y el desarrollo de nuevos proyectos empresariales.

- **Medios de difusion**

Este indicador se centra en identificar los medios de comunicación utilizados para llegar al público objetivo y transmitir mensajes clave sobre el emprendimiento. En ese sentido, el indicador se refiere a los canales y plataformas utilizados para transmitir información y



contenido relacionado con el emprendimiento. Esto incluye medios tradicionales, medios digitales, eventos y conferencias, así como publicaciones especializadas, lo cual aporta a los proyectos las infraestructuras y medios necesarios para su puesta en marcha. (Comeche et al. 2018)

Por lo cual, el indicador desempeña un papel crucial en la difusión de información y contenido relacionado con el emprendimiento. Estos medios pueden ser tanto tradicionales como digitales, incluyendo medios de comunicación, correo electrónico y boletines informativos, eventos y conferencias, así como publicaciones especializadas. La elección de los medios de difusión adecuados depende del público objetivo y los objetivos de comunicación específicos.

- **Feria empresarial**

Los eventos creados y fomentados por la universidad para promover la difusión del emprendimiento entre su comunidad académica y el público en general. En ese sentido, el indicador se refiere a los lugares y recursos que la universidad pone a disposición para promover el emprendimiento. Estos espacios incluyen centros de emprendimiento, incubadoras, aceleradoras, laboratorios de innovación, programas de capacitación y eventos relacionados (Kang, 2022). Por lo tanto, estos espacios, que incluyen centros de emprendimiento, incubadoras, aceleradoras, laboratorios de innovación, programas de capacitación y eventos relacionados, fomentan el espíritu emprendedor, brindan apoyo y recursos a los emprendedores y promueven la difusión del emprendimiento dentro de la comunidad universitaria y más allá.

- **Espacios de difusión de la universidad**

Espacios y actividades que la universidad debe poseer para impulsar el espíritu emprendedor de los estudiantes, también es el desarrollo de mecanismos para dar a conocer los diferentes eventos o actividades de emprendimiento, estos espacios de difusión que pueden ser murales, páginas web entre otros medios, deben ser de



fácil acceso como apoyo a aquellos estudiantes que necesiten divulgar y hacer conocer sus emprendimientos.

3.2.6 Teoría de la Intención emprendedora

La intención emprendedora es un tema de interés en diversos contextos, como el sector privado, las comunidades académicas y el entorno universitario. Se ha investigado en estudiantes universitarios, empleados del sector privado y jóvenes universitarios, ya que se les considera potenciales emprendedores. La intención emprendedora se define como el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Diversos estudios han explorado los factores que influyen en la intención emprendedora, incluyendo variables cognitivas, sociopersonales, el entorno universitario, el contexto económico y las actitudes y habilidades personales. La intención emprendedora es un predictor fundamental del comportamiento planeado, y su estudio es relevante para comprender y promover el emprendimiento en diferentes ámbitos.

Para iniciar con la creación de una empresa debe nacer en uno el deseo de emprender, conducta encaminada a crear una empresa, sabiendo las oportunidades e inseguridades a enfrentar para lograr el lucro, considerando a Krueger (como se citó en Osorio y Londoño (2015) donde sostienen que: La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora. (p. 107)

El objetivo empresarial más que ser un antecedente para construir una empresa debe ser una actitud mundial, es altamente probable el desarrollo permanente del negocio si la actitud estuvo predispuesta a la formación de empresas. Sería bueno que el estudiante se diera cuenta de la importancia y los beneficios del emprendimiento antes de graduarse, y estos deseos los puede adquirir a partir de los conocimientos que la universidad les ofrece, pero también la experiencia laboral le brinda al estudiante ciertas habilidades e información para identificar oportunidades y evaluar riesgos.



3.2.7 Definiciones más importantes de la intención emprendedora

La intención emprendedora se refiere a la intencionalidad de un individuo o estado mental que dirige al individuo a emprender un negocio (Rubio y Lisbona, 2022). Por lo que es muy importante comprender el comportamiento del individuo.

Así mismo, la intención emprendedora, es un predictor fundamental del comportamiento planeado y se define como el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora y ha sido estudiada en diferentes contextos, como el sector privado, las comunidades académicas y el entorno universitario. Los factores que influyen en la intención emprendedora incluyen variables cognitivas, sociopersonales, el entorno universitario, el contexto económico y las actitudes y habilidades personales. (Hernandez et al., 2018). Así, la intención emprendedora es relevante para comprender y promover el emprendimiento en diferentes ámbitos, y su estudio ha recibido atención gubernamental y académica en las últimas décadas.

3.2.8 Importancia de la intención emprendedora

La intención emprendedora es un estado mental que dirige al individuo a emprender un negocio y es un predictor fundamental del comportamiento planeado. Su estudio es relevante para comprender y promover el emprendimiento en diferentes ámbitos, como el sector privado, las comunidades académicas y el entorno universitario. Los factores que influyen en la intención emprendedora incluyen variables cognitivas, sociopersonales, el entorno universitario, el contexto económico y las actitudes y habilidades personales. La intención emprendedora ha recibido atención gubernamental y académica en las últimas décadas, y su medición puede ser evaluada a través de una combinación de indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan evaluar el impacto en la comunidad y en las empresas emergentes. En resumen, la intención emprendedora es un tema de interés en diversos contextos y su estudio es relevante para comprender y promover el emprendimiento en diferentes ámbitos.



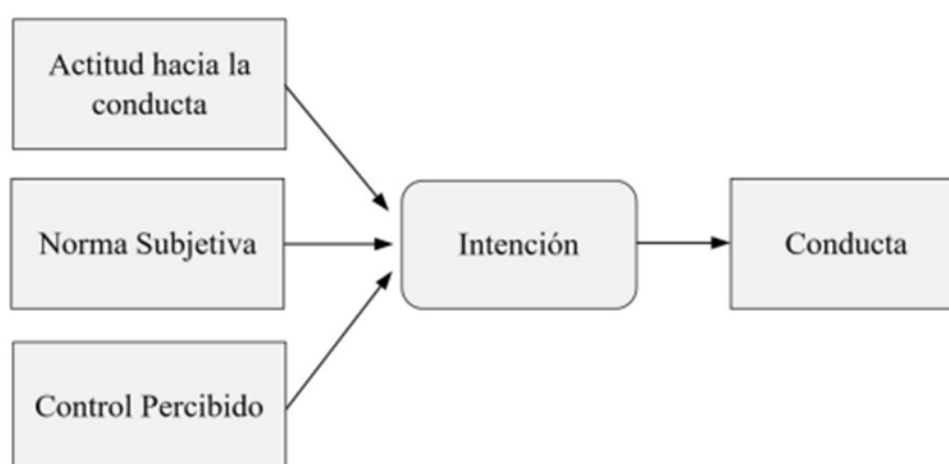
3.2.9 Modelo de la Intención emprendedora

Por otra parte, se considera ciertos factores que influyen en la intención de emprender de acuerdo a (Ajzen, 1991) plantea que la intención de realizar conductas puede predecirse con precisión a partir de las actitudes hacia la conducta, las normas subjetivas y el control conductual percibido están relacionados con conjuntos apropiados de creencias conductuales, normativas y de control destacadas sobre el comportamiento, pero la naturaleza exacta de estas relaciones aún es incierta. La limitada evidencia disponible sobre esta cuestión muestra que la teoría predice el comportamiento bastante bien en comparación con el límite impuesto por la confiabilidad del comportamiento.

En resumen, la intención emprendedora es un estado mental que dirige al individuo a emprender un negocio y es un predictor fundamental del comportamiento planeado. Su estudio es relevante para comprender y promover el emprendimiento en diferentes ámbitos, y su medición puede ser evaluada a través de una combinación de indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan evaluar el impacto en la comunidad y en las empresas emergentes.

Figura 2

Modelo intención emprendedora



Nota. Modelo de la teoría del comportamiento planificado. Fuente: Elaboración propia tomado de Ajzen (1991).



3.2.9.1. Actitud

La forma de comportarse y actuar ante una situación, para lo cual es importante considerar la confianza en uno mismo sabiendo que una persona emprendedora es capaz de crear y poner en marcha una empresa, lo cual dependerá de una actitud positiva de emprendimiento hacerlo sin dudar porque se entiende el objetivo al que se quiere alcanzar. Tomando en consideración a Osorio y Londoño Roldán (2015) donde sostienen que: Se entiende como el grado con el cual un individuo tiene una valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión, en este caso de llevar a cabo una acción emprendedora. Es un reflejo de las creencias y opiniones que posee el individuo sobre dicho comportamiento. (p. 109)

Es ese sentido, podemos decir que es la actitud que cambia acaba o inicia algo, además de que es la acción que determina realmente un perfil emprendedor.

- **Enfrentarse a nuevos retos**

Los emprendedores enfrentan obstáculos significativos a diario y sus esfuerzos pueden verse comprometidos si no tienen las habilidades adecuadas para enfrentar estos problemas. En consecuencia, los empresarios deben ser plenamente conscientes de los obstáculos que encuentran, así como de las soluciones disponibles para superarlos. La única opción para que avancen en el camino de la consolidación y posicionamiento de sus proyectos es hacerlo de esta manera. Tomando en consideración a Mejia et al. (2015):

De esta manera, todo ese enriquecedor y arduo camino del emprendimiento requiere personas competentes para asumir retos y ser grandes agentes de transformación, de modo que sean ellas los motores de cambios en un mundo caracterizado por nuevas y complejas exigencias en materia laboral, productiva y humana. (p. 8)

Lo cual indica que, las personas pueden tener varias ideas emprendedoras y ejecutarlas hasta ahí todo parece marchar bien, sin embargo, conforme se avanza se presentan distintas dificultades, los



cuales deben ser tomadas como retos que asumir mas no como piedra para estancarse o retroceder, pues de eso se trata el camino del emprendedor, de seguir avanzando y visionando más logros.

- **Crear empleo para otras personas**

Debido a la economía globalizada, aunado a un proceso de descentralización de las funciones estratégicas municipales, la generación de empleo como variable socioeconómica ha cobrado cada vez más importancia, particularmente la generación de empleo derivada de la promoción de empresas jóvenes. Una de las tareas principales de las universidades es instruir a los estudiantes en torno a la creación de emprendimientos, para mejorar la posición de la sociedad. En tal sentido Alonso (2012), menciona “ El emprendimiento provee de un extenso conjunto de oportunidades de empleo y mejores oportunidades para innovar” (P. 2). En consecuencia, el desarrollo económico y estabilidad económica de las personas depende de cuantos emprendimientos exitosos y perdurables surjan, es por ello que es fundamental sumar importancia al espíritu empresarial para realizar o crear empresas.

- **Ser creativo e innovar**

Para el emprendedor, la creatividad debe ser un proceso fundamental a la hora de desarrollar un plan de negocio porque le ayudará a diferenciar su producto o servicio de la competencia. Es la semilla que puede germinar en un producto o servicio con un importante valor añadido, que cosechará un gran éxito y posicionamiento en el mercado. Todo el arduo esfuerzo que implica lanzar un nuevo negocio o iniciativa se conoce como innovación. También son considerados como factores de motivación personal, para lograr resultados sobresalientes de otros. Como menciona Montoya (2015), “La importancia de estos elementos deriva del desarrollo de nuevos procesos, productos y servicios que conllevan y que, a su vez, asegurarán la supervivencia y el éxito de las empresas en la industria” (p.2). En ese sentido, incluye no solo ponerse a trabajar operativamente, sino también crear objetivos claros y alcanzables



para lograrlos en un marco de tiempo previamente acordado, así como desarrollar las estrategias esenciales para ingresar a nuevos mercados.

- **Asumir riesgos calculados**

Para ser un emprendedor, es necesario estar dispuesto a correr riesgos. Esta es una de las partes más importantes de la vida. Los emprendedores están preparados para correr riesgos y son conscientes de lo que pueden perder si su plan no funciona, así como de lo que pueden ganar si su estrategia funciona. Así como mencionan Alvarado et al. (2019), "Requiere de una visión, pasión y compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión y de la disposición a tomar riesgos calculados" (p.2). En ese sentido, el riesgo es reconocido por todos o por la mayoría de los individuos como un componente ineludible de toda actividad. Sin embargo, los estudiantes también aprenden a reconocer el riesgo, cuantificarlo y tomar medidas para disminuirlo en un momento determinado.

Asimismo, la persona emprendedora toma toda situación de riesgo de manera calculada, analizando previamente esos posibles riesgos, determinando soluciones a los mismos, y hasta convirtiéndolas en oportunidades de ventaja frente al competidor, el sujeto orientado al emprendimiento estará dispuesto a pasar todo sin importar lo desalentador que sea, con el solo fin de lograr lo que se propuso.

- **Ser su propio jefe**

Lo primero que debe comprender es que no existe una receta única que haya demostrado ser exitosa para todas las personas que han intentado establecer su propia empresa. Cada uno de las personas debe ser capaz de transformar la profesión de sus sueños en una realidad que sea financieramente factible y personalmente satisfactoria. Por otro lado, proporciona cuatro pautas que deben seguirse para convertirse en su propio jefe: espere que sus expectativas cambien, ahorre y confíe en sus propias habilidades y recursos. Además, conocerse a sí mismo (León Mendoza, 2018).



3.2.9.2. Norma subjetiva

La norma subjetiva es la percepción que tiene la persona de su entorno, lo cual determinara su accionar y en relación al emprendimiento, es lo que influirá en el emprendedor de realizar o no su emprendimiento, ese entorno está relacionado con la familia, amigos íntimos, compañeros de trabajo o estudio, destacando el entorno de la familia, pues su deseabilidad de este es muy relevante para motivar al emprendedor próximo. Liza (2018) sostiene como continua:

Esta norma está conformada por dos aspectos: el primero trata sobre las creencias normativas, es decir los pensamientos de los demás respecto a si se debe realizar o no determinado comportamiento, tener su aprobación; y el segundo, trata sobre las motivaciones que tiene una persona por satisfacer las expectativas que otros tienen sobre uno mismo, en otras palabras, hasta qué punto una persona está dispuesta realizar lo que otros pretenden que realice. (p.19)

Por lo que se explica cómo es que el comportamiento de aceptación o rechazo del ambiente sociocultural sobre el comportamiento, puede definir el accionar de una persona, además se entiende que son las conductas de las personas más importantes para el emprendedor, que definirán sobre su intención de emprender.

Como resultado, la familia, amigos, colegas y compañeros son los que están cada vez más interesados en comprender estos fenómenos y los factores que los estimulan y favorecen. Cada vez más estudiantes universitarios y profesionales se animan a seguir carreras como empresarios que tienen un amplio conocimiento de la sostenibilidad de sus negocios. En este contexto, es fundamental recordar que las personas, así como el entorno general y empresarial, juegan un papel importante en cualquier proceso emprendedor que conduzca a la viabilidad a largo plazo, y que se deben identificar oportunidades y recursos.

- **Familia directa**

La familia es el ente que juega un rol importante en formar a sus miembros con buenas costumbres y decisiones que contribuyan al



buen desarrollo de la sociedad, de esta manera su intervención será fundamental para que se lleve a cabo el emprendimiento.

Para que el emprendedor tenga éxito, primero debe conseguir el apoyo de su familia. Es la unidad familiar la que le puede brindar el apoyo moral y emocional que necesita para salir adelante y alcanzar las metas que beneficiarán a todos en la comunidad. Los empresarios necesitan su ayuda para tener éxito, y su ayuda es muy apreciada. (Elías 2016, p.2)

De ahí, se entiende que el proceder de emprendimiento esta insertada al accionar de la persona en su emprendimiento empresarial.

- **Amigos íntimos**

Por naturaleza los humanos son seres sociales, por lo tanto, no pueden actuar ni hacer algo de manera aislada, es decir solos sin ayuda o intervención de otros, en esta dependencia el ser humano forma distintas relaciones ya sea compañeros de labor, de estudio, amigos y colegas con quienes a medida frecuente nacen los amigos íntimos, personas selectas para una relación más profunda, de ahí que sus comentarios, ánimos, consejos y demás comportamientos, podrán ser uno de los factores más en motivar al emprendedor (Bucardo et al., 2015). Para iniciar un negocio con éxito, es fundamental contar con el apoyo de amigos cercanos que tengan una percepción positiva de la actividad comercial en su entorno social. Además, cuando se trata de las ganas de emprender un viaje, prima la opinión familiar, seguida en último lugar por la de amigos y compañeros de trabajo.

- **Compañeros o colegas**

Es importante que se consideren criterios favorables en la familia del emprendedor y en los compañeros de trabajo o estudio del emprendedor, siendo un posible método la difusión de emprendedores exitosos para ayudar a que la actividad emprendedora contribuya a una identidad social positiva. El problema es transformar a los colegas en partes significativas que permitan una visión clara y una expresión temática que resulte en el



desarrollo de nuevos productos y servicios para el mercado. (Gálvez, et al 2018).

3.2.9.3. Autoeficacia emprendedora

La autoeficacia es la creencia o concepto que se tiene de uno mismo, juicio propio de las capacidades que poseen para poder hacer todo aquello que se propongan, aquello que en cierta medida explica el comportamiento de las personas en una determinada situación. Manosalvas et al. (2017) indican que debido a que se asocia positivamente con el objetivo de crear una empresa propia, la autoeficacia empresarial se considera una de las características más importantes de los empresarios exitosos. Además, es un constructo que evalúa la confianza de una persona en su capacidad para cumplir con los objetivos comerciales de manera exitosa y eficiente. Tener el deseo o la intención de iniciar un negocio o emprendimiento propio se caracteriza por tener ambición empresarial.

- **Definir idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa**

De acuerdo con la estrategia es una colección de maniobras y actividades competitivas que realiza una corporación para atraer consumidores, competir con éxito, aumentar el desempeño y lograr los objetivos de la organización. El desarrollo de una estrategia empresarial proporciona a la alta dirección un marco integrado para identificar, analizar y explotar posibilidades ventajosas, identificar y responder a posibles amenazas, aprovechar al máximo los recursos y fortalezas disponibles y contrarrestar las debilidades (León, 2018). Así, el emprendedor debe estar preparado para concretar sus ideas de negocio, juntamente estableciendo estrategias para lograr su éxito.

- **Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa**

El control representa una etapa crítica que cierra el ciclo y permite renovarlo. Alvarado et al. (2019) indican que su implementación nos permite entender lo que va bien y lo que no, y a partir de ello generar acciones tanto de carácter correctivo como preventivo sobre los



puntos originalmente planificados. El control en la empresa se ha caracterizado en términos de dos perspectivas principales: una perspectiva limitada y una perspectiva amplia. El término “control” se refiere a la verificación posterior de los resultados logrados en el seguimiento y cumplimiento de las metas establecidas, así como el control de los costos incurridos en el proceso realizado por los niveles gerenciales, donde la estandarización en términos cuantitativos es un componente principal de la acción de control.

- **Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos**

Mantener una relación de trabajo positiva con los inversores es fundamental para el éxito del crecimiento de su empresa. Herruzo et al. (2019) plantean que son ellos quienes decidirán su capacidad de entrega y negociación con los clientes, así como la rentabilidad y el tiempo de entrega del producto. Sus funciones y organización determinarán su capacidad para cumplir y negociar con los clientes. Aumentar sus ventas asegurándose de que su producto esté disponible cuando sus clientes lo deseen es fundamental; por lo tanto, asegúrese de formar asociaciones armoniosas con sus inversores para lograrlo.

- **Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios**

Al evaluar las posibilidades, es esencial tener en cuenta las actividades que están ganando popularidad. Para reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios, es fundamental seguir una estrategia de análisis sistemático que abarque diversas áreas clave.

3.3 Marco conceptual

- **Capital financiero**

Involucra inversores ángeles, firmas de capital de riesgo, instituciones financieras y programas de financiamiento gubernamentales que proporcionan capital inicial y financiamiento a las nuevas empresas en etapas tempranas y posteriores.

- **Ecosistema**



“Conjunto de organismos y su medio físico interactuando en un lugar” (Guerrero y Santamaría-Velasco 2017, p. 88).

- **Emprendedores**

Son individuos que tienen ideas innovadoras y están dispuestos a asumir riesgos para iniciar y dirigir sus propios negocios. Los emprendedores son el motor principal del ecosistema emprendedor.

- **Emprendimiento**

Las actividades que requieren de un esfuerzo, pues trae en consecuencia un arduo trabajo. El emprendimiento es vital para el crecimiento de las economías emergentes ya que son motores de inversión, empleo e innovación. Por ello, es vital descubrir qué circunstancias favorecen el surgimiento de emprendedores. El espíritu empresarial no se desarrolla espontáneamente. El entorno propicio para el espíritu empresarial exige enfoques funcionales que fomenten iniciativas empresariales viables, pero eviten apoyar las no rentables (Krauss et al., 2018).

- **Financiamiento**

Es dar apoyo económico para poder poner en marcha la empresa o para mantenerla a flote. Esto permite la anticipación de requerimientos financieros en el corto y mediano plazo. Esta sección del plan debe aclarar las necesidades de inversión en activos fijos para la construcción o adecuación de la infraestructura física de la incubadora de empresas. (Romero y Milone, 2016).

- **Instituciones y organizaciones de apoyo**

Incluyen incubadoras de negocios, aceleradoras, centros de innovación, universidades, agencias gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro que brindan recursos, capacitación, mentoría y asesoramiento a los emprendedores.

- **Infraestructura y servicios de apoyo**

Incluyen espacios de trabajo compartido (coworking), laboratorios de fabricación, servicios legales y contables especializados, servicios de marketing y comunicación, entre otros, que brindan soporte y facilitan las operaciones de las startups.

- **Incubadoras**

Dan el espacio físico para el trabajo de la nueva empresa en general para su marcha en forma normal. Las incubadoras de empresas se desarrollan con el objetivo de ayudar a las empresas con un fuerte contenido inventivo en su período



de puesta en marcha, proporcionando una gama de servicios y recursos. Desarrollan escenarios particulares que bajan el nivel de mortalidad de las empresas. (Valdivia et al., 2021).

- **Intención**

La actitud que se muestra como respuesta a algún estímulo favorable o desalentador. La intención es un indicador del esfuerzo que un individuo está dispuesto a realizar para lograr la conducta, encapsulando las variables impulsoras que impactan en ese comportamiento. Cuanto más grande sea el propósito del individuo, más probable será que lleve a cabo esa actividad, convirtiéndose así en el aspecto esencial para anticiparla (Valdivia et al., 2021).

- **Red de contactos**

Consiste en conexiones y oportunidades de establecer relaciones con otros emprendedores, expertos de la industria, mentores, inversores y posibles clientes. Estas redes de contactos pueden proporcionar acceso a recursos, oportunidades de colaboración y conocimiento compartido.



CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1 Tipo y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

El presente estudio ha sido considerado dentro del tipo de investigación según su propósito de tipo básica o sustancial, porque principalmente lo que se ha buscado es acrecentar y enriquecer los conocimientos existentes en las ciencias empresariales, por otro lado, con el presente estudio no se ha buscado resolver los problemas existentes, ni mucho menos se pretendió aplicar los conocimientos teóricos con el propósito de resolver problemas existentes en las organizaciones, en este mismo sentido se ha considerado lo propuesto por Vara Horna (2012) donde ha planteado que “la investigación básica investiga la relación entre variables o constructos, diagnostica alguna realidad empresarial o de mercado, prueba y adapta teorías, genera nuevas formas de entender los fenómenos empresariales, construye o adapta instrumentos de medición” (p. 34). El trabajo de investigación a desarrollarse es de tipo básica porque se pretende conocer, describir, explicar y predecir los fenómenos de la realidad.

Por otro lado, también tomando en consideración lo planteado según Sánchez Carlessi y Reyes Meza (1998) donde sostienen que:

La investigación básica, pura o fundamental lleva a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación, no tienen objetivos prácticos específicos. Mantiene como propósito recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento científico, orientándose al descubrimiento de principios y leyes (p. 13).

4.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación que se ha considerado en el presente estudio es de nivel o alcance explicativo, porque lo que se pretende es encontrar el grado



de influencia que tiene la variable independiente sobre la variable dependiente, en este sentido tomando como referencia a Hernandez y Mendoza (2018) donde sostiene que “los estudios explicativos pretenden encontrar las razones que provocan ciertos fenómenos o establecer relaciones de causalidad entre variables” (p. 116)

Por otro lado, también se ha considerado lo planteado por Valderrama Mendoza (2002) donde manifiesta que:

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, así como el establecimiento de relaciones entre conceptos. Están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales (...) su interés se concentra en explicar por qué ocurre los fenómenos y en qué condiciones se manifiesta, o bien por qué se relacionan dos o más variables (p. 173-174).

4.2 Diseño de la investigación

El diseño planteado en el presente trabajo de investigación con la finalidad de responder las preguntas de investigación se ha considerado el no experimental, porque no se ha tenido la intención de manipular las variables, además, tomando en cuenta el recojo de los datos se ha considerado de tipo transeccional o transversal, porque la recolección de los datos ha sido una sola vez en un determinado tiempo, en este mismo sentido se ha tomado en cuenta a Sanchez Carlessi y Reyes (1998) donde sostienen que “es una estructura u organización esquematizada que adopta el investigador para relacionar y controlar las variables de estudio, el objetivo de cualquier diseño es imponer restricciones controladas a las observaciones de los fenómenos” (p. 57).

Por otro lado también se ha considerado lo planteado por Hernandez-Sampieri y Mendoza Torres (2018) donde consideran que en la ruta cuantitativa el diseño de investigación el término de diseño se refiere “al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el propósito de responder al planteamiento del problema” (p. 150) Por lo tanto, el presente trabajo de investigación se ha desarrollado siguiendo los procesos establecidos en el diseño no experimental y se ha recogido los datos de la población en una sola oportunidad.



4.3 Descripción ética de la investigación

La presente investigación ha tomado en cuenta la ética de investigación, respetando las normas éticas de autoría, evitando el plagio y falsificación de datos, en ese entender Ñaupas et al. (2018) afirman que:

El investigador debe ser un celoso guardián del respeto a la propiedad intelectual... es necesario promover una cultura antiplagio o de la originalidad, para ello existen prácticas consideradas buenas, tales como: Aplicar estilo APA, estilo Vancouver y otras, que regulan la forma de dar crédito a la autoría del conocimiento normando la forma de citar, referenciar, presentar tablas y figuras, etc (p.49).

Por ello, se hizo también el uso del programa turniting para evitar en menor proporción similitudes a otros trabajos.

4.4 Población y muestra

4.4.1 Población

La población de estudio es el conjunto de personas que son sujetos a ser evaluados, para el presente estudio se ha considerado tomar en cuenta a los estudiantes de la facultad de administracion, filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac, quienes fueron considerados como la unidad de analisis para la aplicación de los instrumentos, en este mismo sentido para Arias (2012) donde afirma que la población “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p. 81).

Como tambien se tiene que considerar las unidades de analisis para aplicar el instrumento planteado, en este sentido Arias (2012) hace mension “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades” (p. 82). Para el presente estudio se ha considerado la población de estudio a los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración Filial Tambobamba.



4.4.2 Muestra

Para la presente investigación se trabajó con el total de las unidades de estudio, siendo así muestra censal, ya que todas las unidades de la población fueron tomadas para la recolección de datos. En este sentido Ramírez (1999) indica “La muestra censal es aquella donde todas las unidades son consideradas como muestras” (p. 32).

De este modo en esta investigación la muestra a estudiar fue de 106 estudiantes de los datos obtenidos de la dirección de servicios académicos de la escuela Académica Profesional de Administración filial Tambobamba matriculados del VII al X ciclo en el semestre académico 2021-I.

4.5 Procedimiento

Para el procesamiento de la información se ha realizado la selección y análisis de la información con la clasificación de datos a través de las dimensiones e indicadores de la variable de estudio, la tabulación de datos y procesamiento estadístico de datos en el programa SPSS y programa Excel, en este mismo sentido, se considera lo planteado por Vara Horna (2010) donde explica que “el procedimiento de investigación es que, una vez seleccionado el diseño de investigación y muestra adecuada, de acuerdo a su problema de estudio, la siguiente etapa consiste en particular la recolección de datos. Los procedimientos de investigación es la descripción, como todo detalle, del proceso que se realizara la etapa de recolección de datos” (p. 319)

Por otro lado, también se ha considerado lo propuesto por Hernández Escobar et al. (2018) donde señalan que “el primer paso para poder realizar el análisis de la información acopiada es el procesamiento de esta, lo que se cumple mediante un conjunto de actividades como son el establecimiento de categorías, la codificación, la tabulación de los resultados y el análisis estadístico” (p. 131). Por lo tanto, el procedimiento de investigación se ha realizado siguiendo los parámetros establecidos para las investigaciones de enfoque cuantitativo, los datos recogidos se han procesado y analizado con la finalidad de presentarlos mediante tablas y figuras por medio de la aplicación del software estadístico SPSS 24 y el EXCEL. A partir del cual se procedió con la interpretación de los resultados.

Además, con la finalidad de probar la confiabilidad y validez del instrumento para la recolección de datos, se hizo la evaluación del instrumento utilizando el alfa de



Cronbach, con la finalidad que el instrumento este dentro de los parámetros de acuerdo al nivel de confiabilidad.

4.6 Técnica e instrumentos

4.6.1 Técnicas

En el presente trabajo de investigación se ha utilizado la técnica de la encuesta, porque la técnica es propicia para los trabajos de investigación social y con enfoque cuantitativo, en este mismo sentido para Palella y Martino (2012) donde sostienen que “Una técnica es una forma particular para aplicar un método y está referida a los procedimientos empleados para la recolección y tratamiento de datos.” (p. 82).

La técnica de la encuesta es propicia para el uso del trabajo de investigación, de acuerdo a Palella y Martino (2012) donde señalan que la encuesta es “una tecnica destinada a obtener datos de varias persona cuyas opiniones interesan al investigador (...) se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos quienes, en forma anónima, las responden por escrito” (p. 123)

4.6.2 Instrumentos

En el estudio se ha considerado el uso del instrumento del cuestionario, instrumento que constituye una herramienta fundamental para éxito en la obtención de datos y la comprobación de la hipótesis, además, el cuestionario permite formular una serie de preguntas para sistematizar la información obtenida de la población de estudio, en este sentido se tomó en consideración lo señalado por Yuni y Urbano (s/f) donde sostienen que “el cuestionario es el instrumento a través del cual se realiza la indagación, consiste en el proceso estructurado de recolección de información a través de la respuesta a una serie predeterminada de preguntas”(p. 65)

Para la aplicación del instrumento se ha considerado la escala de Likert, donde se ha establecido una serie de preguntas relacionados a cada variable y por indicadores a la población de estudio identificados en el presente trabajo de investigación.

4.7 Análisis estadístico

De la proposición que una afirmación empírica es posiblemente verdadera y posiblemente falsa. Para poder establecer su veracidad se procederá a la recolección



de datos aplicados a la población de estudio para establecer conclusiones sobre esa población. Se trata de un proceso de inferencia estadística desde la muestra a la población. Es decir, la estadística inferencial es un proceso que supone obtener conclusiones sobre un valor poblacional (parámetro) a partir de un valor obtenido de una muestra aleatoria (estadístico). En definitiva, la Estadística utiliza datos para poder comprender un fenómeno y normalmente trabaja con muestras para poder inferir conclusiones sobre la población de estudio.

Para el proceso de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24 el cual permitió construir las tablas de frecuencias absolutas y relativas, permitiendo el análisis descriptivo de cada variable y respectivas dimensiones. Así mismo para una mejor interpretación y presentación de los resultados se utilizó la técnica de baremos para resumir los datos en tres categorías, bajo, medio y alto.

Para la prueba de hipótesis se utilizó la estadística inferencial y con la prueba de normalidad se determinó utilizar pruebas no paramétricas, en este caso la correlación Rho de spearman.



CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1 Análisis de resultados

5.1.1 Nivel de confiabilidad del instrumento

Tabla 2

Confiabilidad con alfa de crombach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,942	34

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

Como se observa en la tabla 2, la prueba de confiabilidad, donde el resultado es 0.942 estando cerca de 1, entre 0.70 y 0.90 en un nivel muy bueno de confiabilidad, lo cual significa que hay consistencia interna en el instrumento. (Ñaupas et al., 2018)

5.1.2 Resultados de los datos generales

Tabla 3

Frecuencia y porcentaje del estado civil de los encuestados

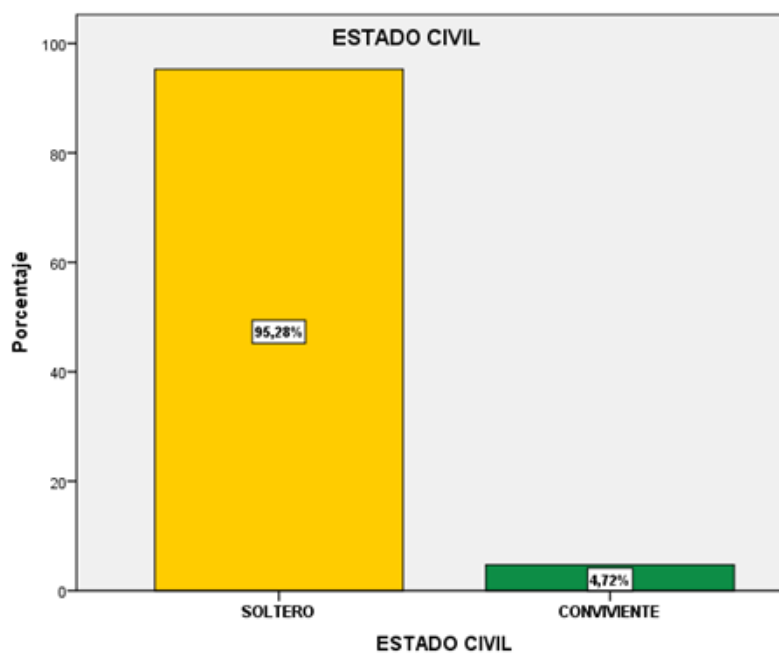
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero/a	101	95,28
	conviviente/a	5	4,72
Total		106	100,0

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 3

Estado civil de los encuestados



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a la tabla 2 y figura 1 se observa que, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, se observa que el 95.28% (101) son solteros, y un 4.72% (5) son convivientes. Por lo que se deduce que de los encuestados son en su mayoría solteros.

Tabla 4

Frecuencia y porcentaje del sexo de los encuestados

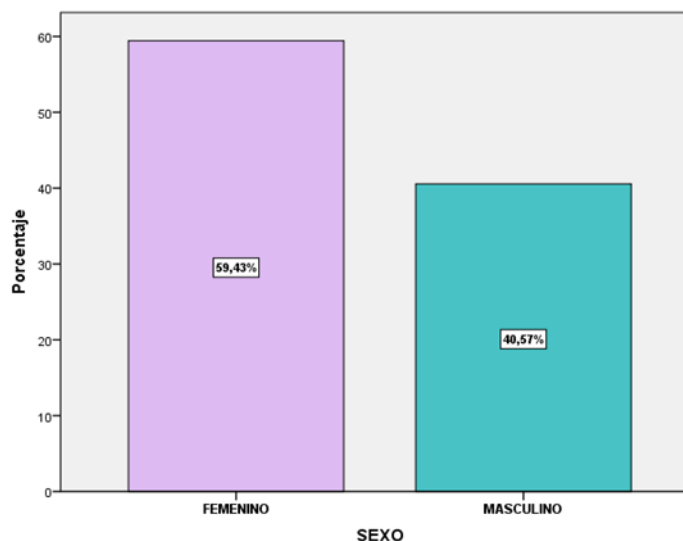
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	63	59,43	59,4
	Masculino	43	40,57	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 4

Porcentaje de sexo de los encuestados



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a la tabla 3 y figura 2 se observa que, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, se observa que el 59.43% (63) de los encuestados son de sexo femenino y un 40.57% (43) son de sexo masculino. Por lo que se deduce que de los encuestados son en su mayoría estudiantes de sexo femenino.

Tabla 5

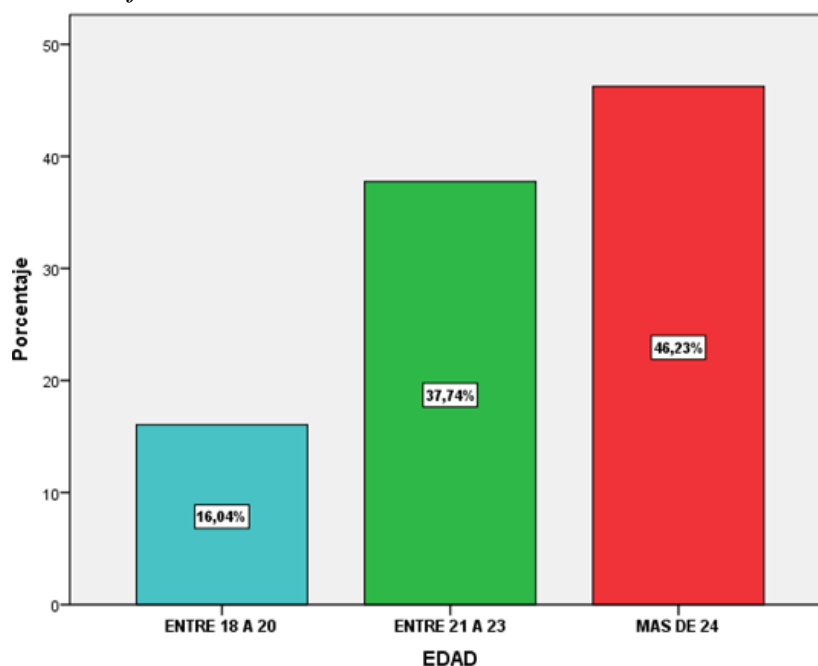
Frecuencia y porcentaje de edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 18 a 20	17	16,0	16,0
	Entre 21 a 23	40	37,7	53,8
	Más de 24	49	46,2	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 5
Porcentaje de edad de los encuestados



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a la tabla 4 y figura 3 se observa que, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, se observa que el 16,0% (17) tiene entre 18 a 20 años de edad, el 37,7%(40) tiene entre 21 a 23 años de edad, y el 46.2%(49) tiene más de 24 años de edad. Lo que indica que mayor prevalencia son de edad, más de 24 años.

Tabla 6
Frecuencia y porcentaje del ciclo de estudio de los encuestados

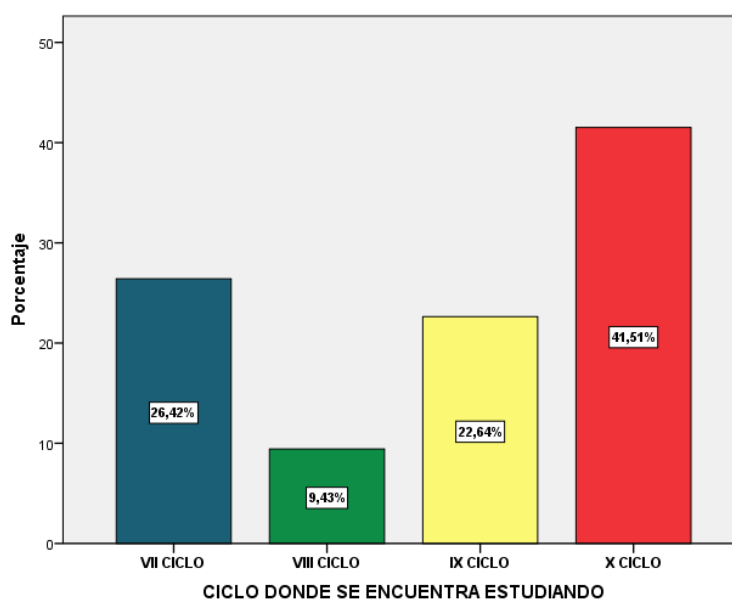
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	VII ciclo	28	26,42	26,4
	VIII ciclo	10	9,43	35,8
	IX ciclo	24	22,64	58,5
	X ciclo	44	41,51	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 6

Porcentaje de ciclo de estudio de encuestados



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a la tabla 5 y figura 4 se observa que, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, se observa que el 41.51%(44) de los encuestados pertenecen al X ciclo, el 26.42%(28) de los encuestados pertenecen al VII ciclo, 22.64%(24) de los encuestados pertenecen al IX ciclo, 9.43%(10) de los encuestados pertenecen al VIII ciclo. Es decir, prevalecen estudiantes del X ciclo.

Tabla 7

Frecuencia y porcentaje del tipo de emprendimiento de los encuestados

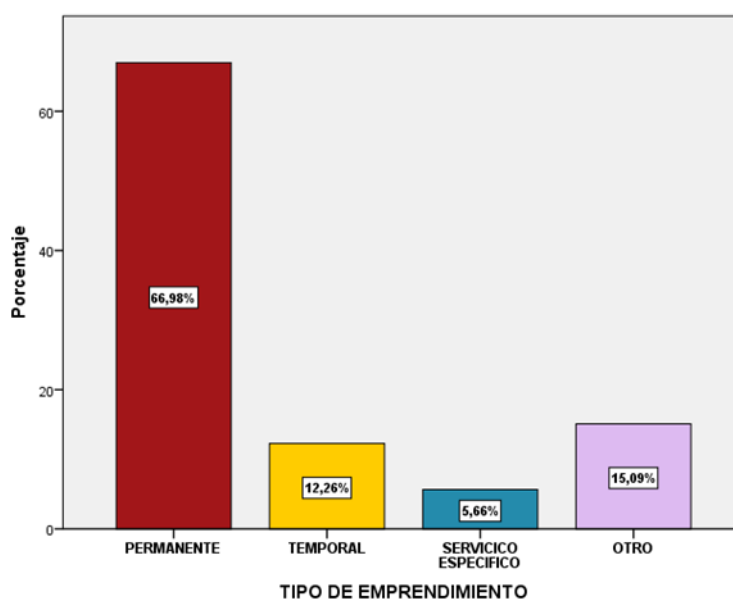
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	
Válido	Permanente	71	66,98	66,98
	Temporal	13	12,26	79,2
	Servicio específico	6	5,66	84,9
	Otro	16	15,09	100,0
Total	106	100,0		

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 7

Porcentaje del tipo de emprendimiento de los encuestados



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a la tabla 6 y figura 5 se observa que, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, se observa que, el 66.980% (71) tienen preferencia por un tipo de emprendimiento permanente, 12.26% (13) por tipo de emprendimiento temporal, 5.66% de los encuestados respondieron tipo de servicio específico, y 15.09% (16) de los encuestados de otro tipo.

Tabla 8

Frecuencia y porcentaje del rubro de emprendimiento de los encuestados

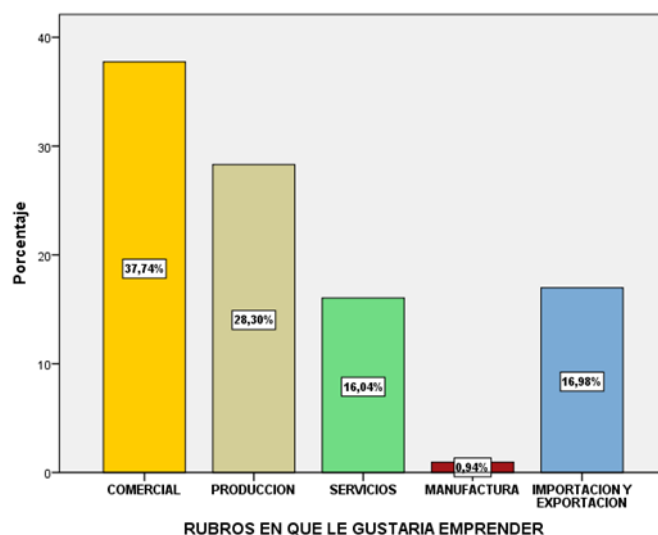
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido Comercial	40	37,74	37,7
Producción	30	28,3	66,0
Servicios	17	16,0	82,1
Manufactura	1	0,94	83,0
Importación y exportación	18	17,0	100,0
Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 8

Porcentaje del rubro de emprendimiento de los encuestados



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a la tabla 7 y figura 6 se observa que, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, se observa que el 37.74%(40) de los encuestados respondieron sobre el rubro en que le gustaría desarrollar el emprendimiento es de tipo comercial, el 28.30%(30) de los encuestados producción, 16.0%(17)de los encuestados respondieron Servicios, el 0.94%(1)de los encuestados respondieron manufactura, y el 17.0%(18) respondieron en el rubro Importación y exportación.

5.1.3 Descripción de resultados de las Variables

a. Variable Independiente, Ecosistema emprendedor

Tabla 9

Frecuencia y porcentaje de la variable independiente, ecosistema emprendedor

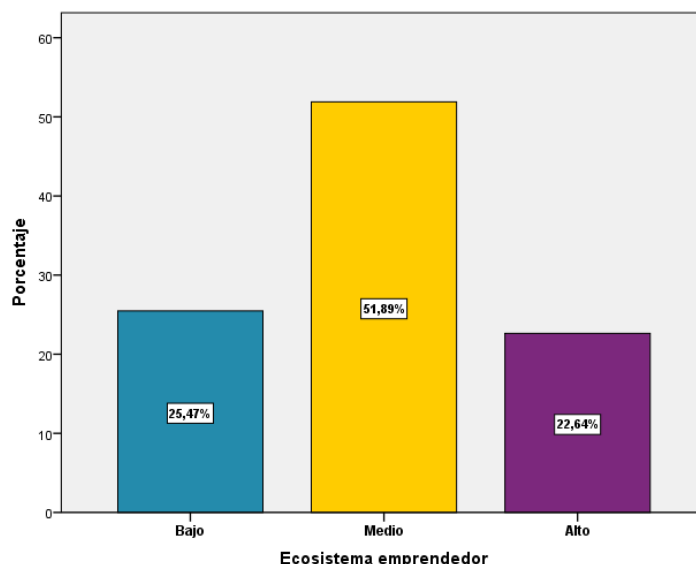
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	27	25,47	25,5
Válido Medio	55	51,89	21.777,4
Alto	24	22,64	100,0
Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 9

Porcentaje de la variable ecosistema emprendedor



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 8 y figura 7, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre el ecosistema emprendedor se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio que los estudiantes califican al ecosistema emprendedor con 51.89% (55), seguido por el nivel bajo con un indicador del 25.47% (27) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 22.64% (24).

b. Variable Dependiente, Intención emprendedora

Tabla 10

Frecuencia y porcentaje de la variable dependiente, intención emprendedora

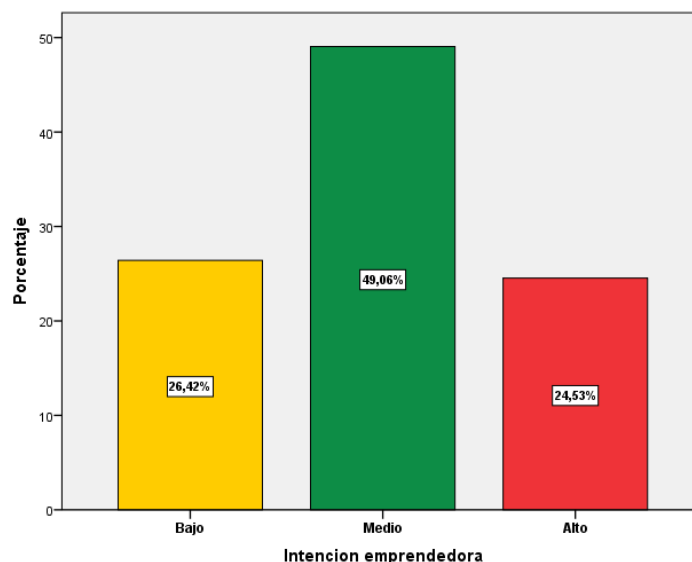
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	28	26,42	26,4
	Medio	52	49,06	75,5
	Alto	26	24,53	100,0
Total		106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 10

Porcentaje de la variable intención emprendedora



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 9 y figura 8, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, para conocer el nivel de intención emprendedora, se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio que los estudiantes califican la intención emprendedora con 49.06% (52), seguido por el nivel bajo con un indicador del 26.42% (28) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 24.53% (26).

5.1.4 Descripción de resultados por Dimensiones

Descripción de resultados de las dimensiones de la variable Independiente Ecosistema emprendedor

Tabla 11

Frecuencia y porcentaje de la dimensión, formación e investigación

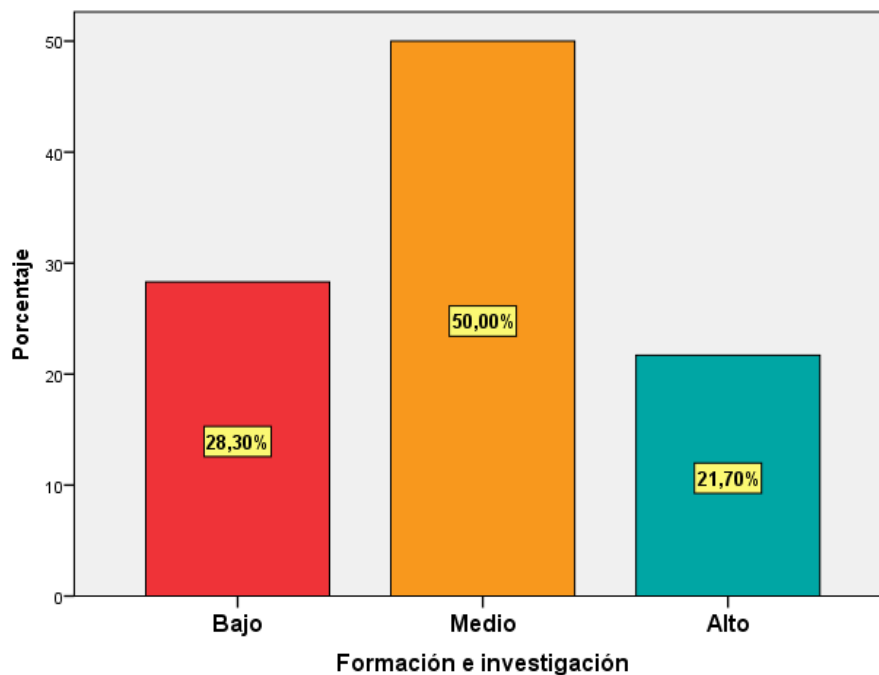
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	30	28,3	28,3
	Medio	53	50,0	78,3
	Alto	23	21,7	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 11

Porcentaje de la dimensión, formación e investigación



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 10 y figura 9, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre la formación e investigación que se imparte en las aulas universitarias se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio que los estudiantes califican la formación en investigación con 50% (53), seguido por el nivel bajo con un indicador del 28.30% (30) y finalmente los que califican en el nivel bajo con solo el 21.70% (23).

Tabla 12

Frecuencia y porcentaje de la dimensión asesoramiento

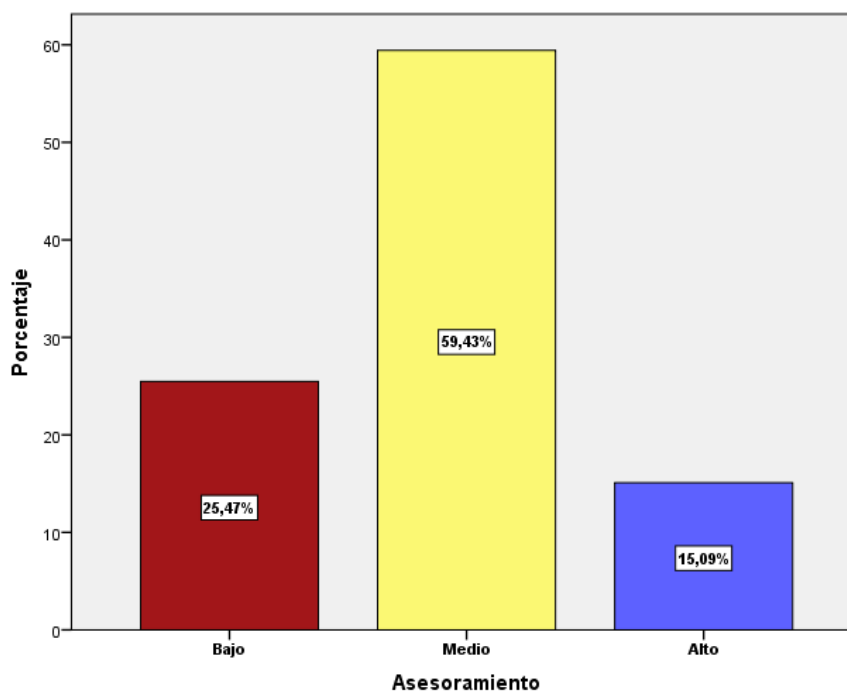
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	25,47	25,47
	Medio	63	59,43	84,9
	Alto	16	15,09	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 12

Porcentaje de la dimensión, asesoramiento



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 11 y figura 10, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre el asesoramiento se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 59.43% (63), seguido por el nivel bajo con un indicador del 25.47% (27) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 15.09% (16).

Tabla 13

Frecuencia y porcentaje de la dimensión, financiación

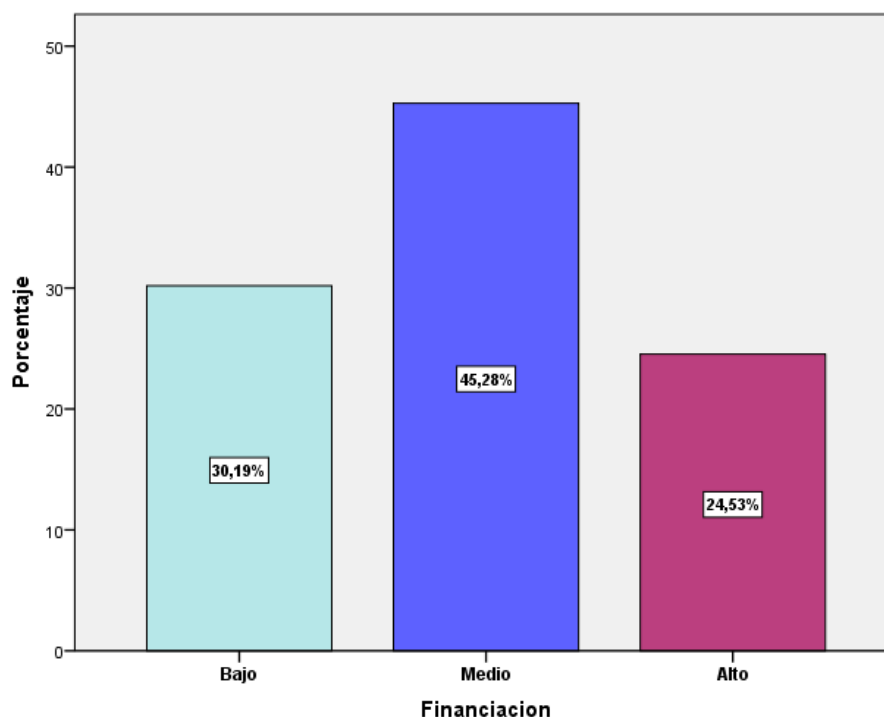
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	32	30,19	30,19
	Medio	48	45,28	75,5
	Alto	26	24,53	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 13

Porcentaje del de la dimensión, financiación



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 12 y figura 11, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre la financiación se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 45.28% (48), seguido por el nivel bajo con un indicador del 30.19% (32) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 24.53% (26).

Tabla 14

Frecuencia y porcentaje de la dimensión, innovación

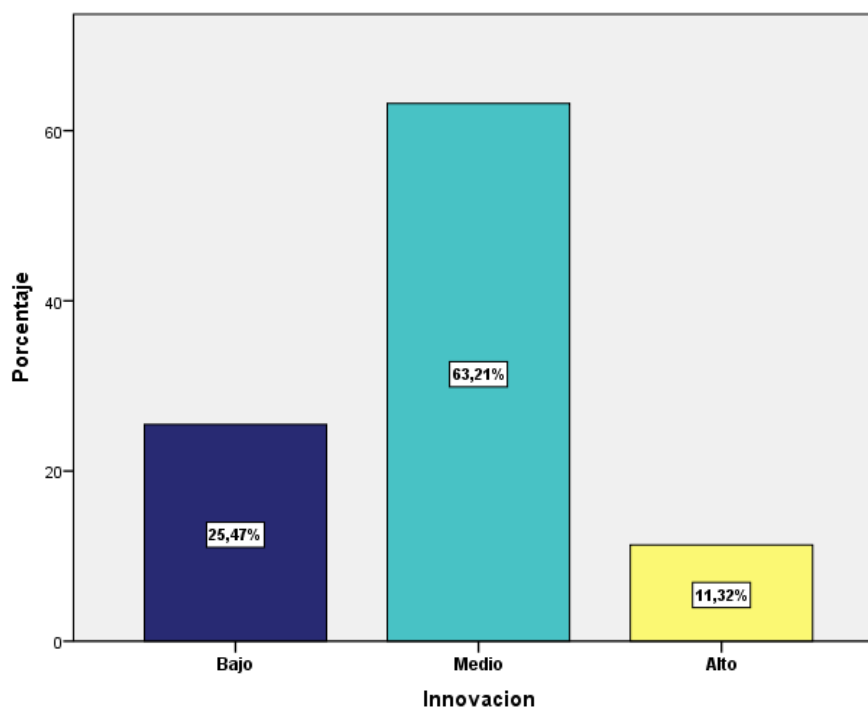
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	25,47	25,47
	Medio	67	63,21	88,7
	Alto	12	11,32	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 14

Porcentaje de la dimensión, innovación



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 13 y figura 12, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre la innovación se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 63.21% (67), seguido por el nivel bajo con un indicador del 25.47% (27) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 11.32% (12).

Tabla 15

Frecuencia y porcentaje de la dimensión redes

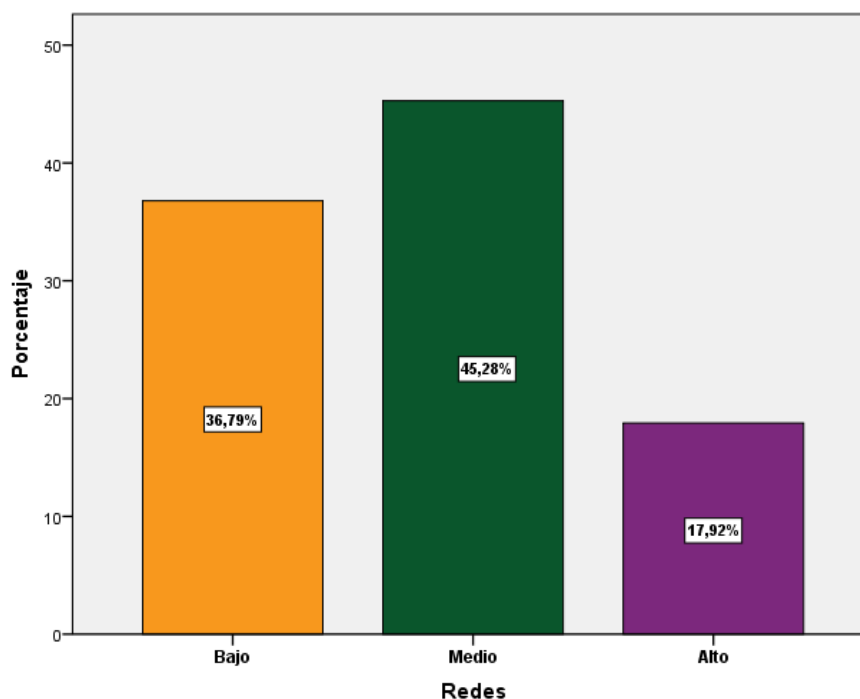
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	39	36,79	36,8
	Medio	48	45,28	82,1
	Alto	19	17,92	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 15

Porcentaje de la dimensión redes



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 13 y figura 12, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre las redes de contacto se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 45.28% (48), seguido por el nivel bajo con un indicador del 36.79% (39) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 17.92% (19).

Tabla 16

Frecuencia y porcentaje de la dimensión difusión

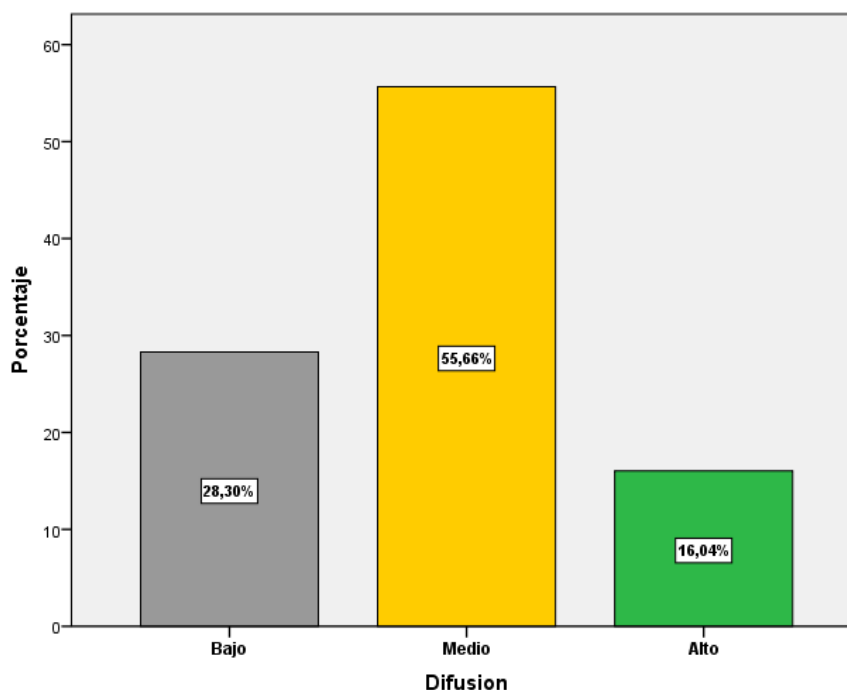
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	30	28,30	28,3
	Medio	59	55,66	84,0
	Alto	17	16,04	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 16

Porcentaje de la dimensión difusión



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 15 y figura 14, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre la difusión se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 55.66% (59), seguido por el nivel bajo con un indicador del 28.30% (30) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 16.04% (17).

**Descripción de resultados de las dimensiones de la variable Dependiente
Intención emprendedora**

Tabla 17

Frecuencia y porcentaje de la dimensión actitud

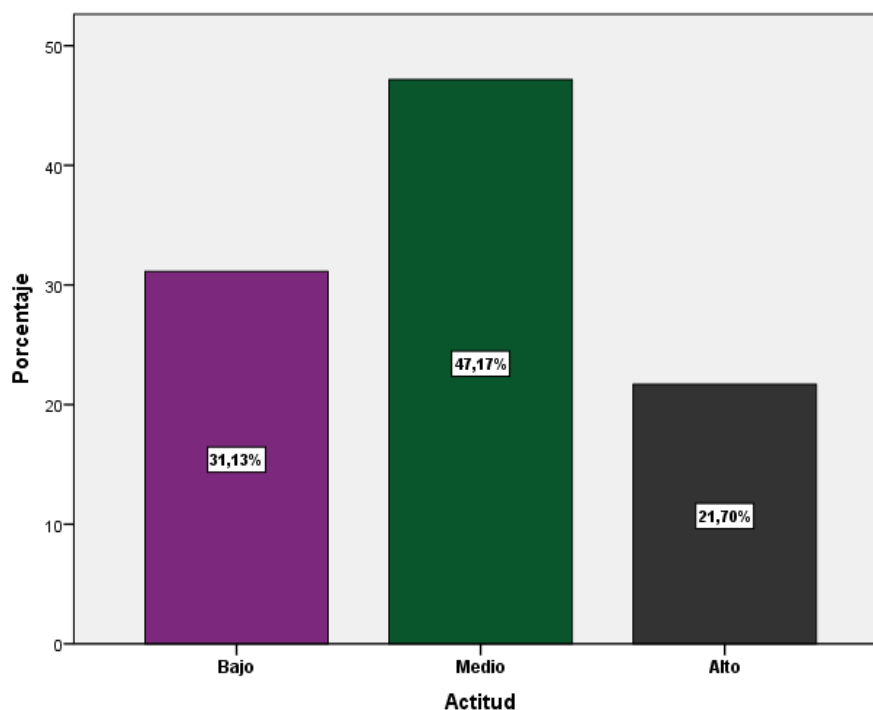
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	31,13	31,1
	Medio	50	47,17	78,3
	Alto	23	21,7	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 17

Porcentaje de la dimensión actitud



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 16 y figura 15, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre la actitud se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 47.17% (50), seguido por el nivel bajo con un indicador del 31.13% (33) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 21.7% (23).

Tabla 18

Frecuencia y porcentaje de la dimensión normas subjetivas

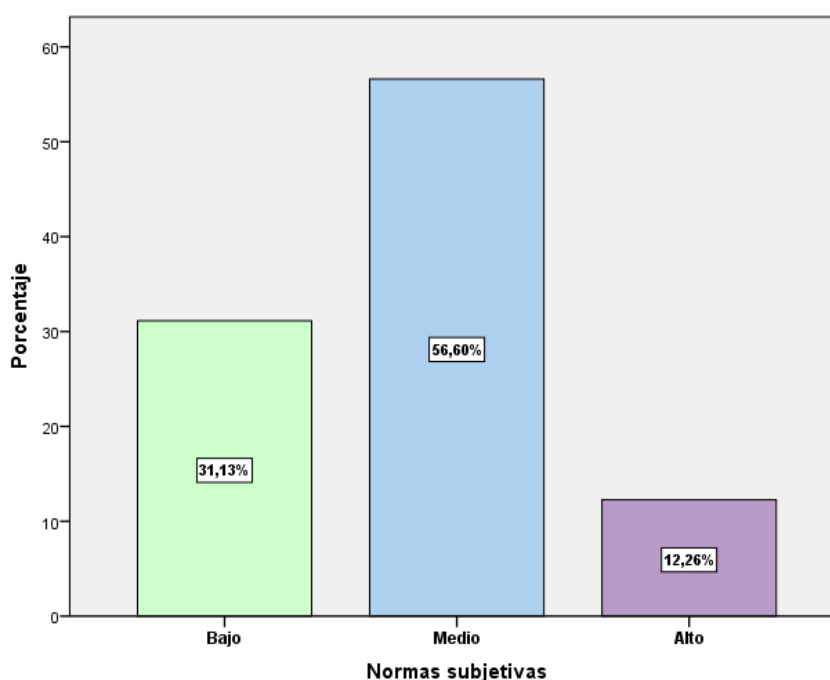
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	31,13	31,1
	Medio	60	56,6	87,7
	Alto	13	12,26	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 18

Porcentaje de la dimensión normas subjetivas



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 17 y figura 16, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre las normas subjetivas se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 56.6% (60), seguido por el nivel bajo con un indicador del 31.13% (33) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 21.26% (13).

Tabla 19

Frecuencia y porcentaje de la dimensión autoeficacia emprendedora

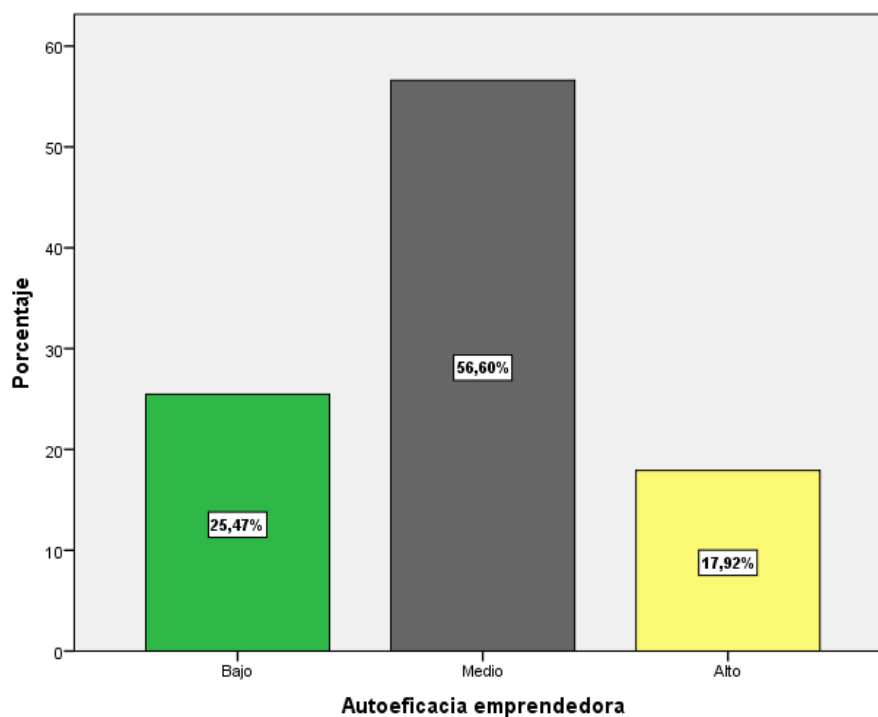
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	25,47	25,5
	Medio	60	56,6	82,1
	Alto	19	17,9	100,0
	Total	106	100,0	

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.



Figura 19

Porcentaje de la dimensión autoeficacia emprendedora



Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

De acuerdo a lo observado en la tabla 18 y figura 17, según el instrumento aplicado a 106 estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en la filial de la ciudad de Tambobamba, sobre la autoeficacia emprendedora se aprecia que existe mayor prevalencia un nivel medio con 56.6% (60), seguido por el nivel bajo con un indicador del 25.47% (27) y finalmente los que califican en el nivel alto con solo el 17.92% (19).

5.2 Contratación de hipótesis

5.2.1 Prueba de Normalidad

Para conocer la prueba estadística a utilizar en la prueba de hipótesis se debe determinar primero la prueba de normalidad. Los resultados se muestran en la tabla siguiente:



Tabla 20*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnova		
	Estadístico	g 1	Sig.
Situación de la variable			
Ecosistema emprendedor	0,261	.06	0,000
Situación de la variable			
Intención emprendedora	0,246	106	0,000

Como se observa en la tabla N°19 el grado de significancia para ambas variables es menor al alfa (0.05) por lo tanto, nuestra distribución no cumple con el supuesto de normalidad, en ese sentido se utilizará una prueba no paramétrica, en este caso por el diseño de investigación y los objetivos planteados se hará uso de la correlación Rho de spearman.

5.2.2 Hipótesis General

H1: Existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

H0: No existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.



Tabla 21*Prueba de hipótesis general*

		Correlaciones		
Rho de Spearman	Ecosistema emprendedor	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	0,204*
		N	106	106
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,204*	1,000
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,036	.
		N	106	106

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

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

$H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De acuerdo a la tabla N° 21 se demuestra que existe correlación positiva moderada ($r = 0.204$) entre las variables ecosistema emprendedor e intención emprendedora, así mismo es significativa (p -valor 0.036 es menor a 0.05). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de trabajo que es: Existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

5.2.3 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 01

H_{11} : Existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.



H0₂: No existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

Tabla 22

Prueba de hipótesis específica 1

			Formación e investigación	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Formación e investigación	Coefficiente de correlación	1.000	,199*
		Sig. (bilateral)		0.040
		N	106	106
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	,199*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.040	
		N	106	106

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

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

H₀: $r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

H₁: $r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De la tabla N° 22 se observa que el valor sig. es 0,040 estadísticamente significativo ($0.040 < 0.05$), lo que indica que se rechaza la hipótesis nula, consiguientemente se concluye que, si existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Además, el coeficiente de correlación es 0.199 ello implica una correlación positiva baja.

Hipótesis específica 02

H1₂: Existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

H0₂: No existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración



Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

Tabla 23

Prueba de hipótesis específica 2

		Asesoramiento	Intención emprendedora	
Rho de Spearman	Asesoramiento	Coefficiente de correlación	1.000	0.114666569
		Sig. (bilateral)		0.242
		N	106	106
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	0.1146	1.000
		Sig. (bilateral)	0.242	
		N	106	106

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

$H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El *coeficiente* de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De la tabla N° 23 se observa que el valor sig. Es 0,242 cerca de ser estadísticamente significativo ($0.242 > 0.05$), lo que indica que se acepta la hipótesis nula, consiguientemente podemos concluir que no existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Además, el coeficiente de correlación es 0.115 ello implica una correlación positiva baja.

Hipótesis específica 03

H13: Existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

H03: No existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.



Tabla 24

Prueba de hipótesis específica 3

		Financiación	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Financiación	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,211*
		N	106
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	,211*
		Sig. (bilateral)	0.030
		N	106

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

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

$H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De la tabla N° 24 se observa que el valor sig. Es 0,030 estadísticamente significativo ($0.030 < 0.05$), lo que indica que se rechaza la hipótesis nula, consiguientemente podemos concluir que, si existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Además, el coeficiente de correlación es 0.211 ello implica una correlación positiva baja.

Hipótesis específica 04

H14: Existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

H04: No existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021



Tabla 25

Prueba de hipótesis específico 4

			Situación de la dimensión Innovación	Situación de la variable Intención emprendedora
Rho de Spearman	Situación de la dimensión Innovación	Coeficiente de correlación	1.000	0.072332357
		Sig. (bilateral)		0.461
	Situación de la variable Intención emprendedora	N	106	106
		Coeficiente de correlación	0.072332357	1.000
		Sig. (bilateral)	0.461	
		N	106	106

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

$H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De la tabla N° 25 se observa que el valor sig. Es 0,046 estadísticamente significativo ($0.046 < 0.05$), lo que indica que se rechaza la hipótesis nula, consiguientemente podemos concluir que, si existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Además, el coeficiente de correlación es 0.072 ello implica una correlación positiva baja.

Hipótesis específica 05

H1s: Existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

H0s: No existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.



Tabla 26

Prueba de hipótesis específico 5

		Redes	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Redes	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.180208295
		N	106
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	0.180208295
		Sig. (bilateral)	0.065
		N	106

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

$H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De la tabla N° 26 se observa que el valor sig. Es 0,065 al borde de la significancia estadística ($0.065 > 0.05$), lo que indica que se acepta la hipótesis nula, consiguientemente podemos concluir que, no existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Además, el coeficiente de correlación es 0.180 ello implica una correlación positiva baja.

Hipótesis específica 6

H16: Existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

H06: No existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021



Tabla 27*Prueba de hipótesis específico 6*

		Difusión	Intención emprendedora
Rho de Spearman	Difusión	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.188050305
		N	106
	Intención emprendedora	Coefficiente de correlación	0.188050305
		Sig. (bilateral)	0.054
		N	106

Nota. Resultados obtenidos del SPSS versión 24.

$H_0: r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

Nivel de significación: $\alpha = 0,05 = 5\%$

De la tabla N° 27 se observa que el valor sig. Es 0,049 significativo estadísticamente ($0.049 > 0.05$), lo que indica que se rechaza la hipótesis nula, consiguientemente podemos concluir que, existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Además, el coeficiente de correlación es 0.188 ello implica una correlación positiva baja.

5.3 Discusión

Desde los hallazgos encontrados, respecto a la hipótesis general, se acepta la hipótesis alternativa donde se encontró la significancia de 0.036 que es menor al 0.05, por lo que se determinó que existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Estos resultados concuerdan con el estudio de Herrera et al. (2020) donde encontró que existe una relación significativa entre el ecosistema emprendedor con la intención emprendedora de los estudiantes, destaca la importancia que tiene promover el emprendimiento ya que, si es influyente en las intenciones de emprender de los estudiantes universitarios costarricenses. Del mismo modo en el estudio de Barboza (2019) se realizó la prueba de correlación de Spearman con una



significancia de 0.444, encontrando que la cultura emprendedora presenta una relación significativa y positiva con las restricciones del mercado.

Respecto a la hipótesis específica 1, se encontró que la significancia es 0.040 que es menor al 0.05, por lo que se determina que existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Esto se corrobora con el estudio de Huaraca y Cáceres (2017) ya que se encontró que el emprendimiento empresarial de los estudiantes se ve significativamente influenciado por su formación profesional, manifestando que el proceso de enseñanza y aprendizaje es fundamental para iniciar un emprendimiento y para la generación de ideas de negocio. De manera similar Binti et al. (2021) en sus hallazgos muestra que la educación comercial, social y cultural, tienen un impacto beneficioso en la inclinación empresarial. Por lo tanto, es necesario que la educación empresarial a nivel universitario aumente para aumentar la intención empresarial entre los estudiantes de ingeniería. Ello concuerda con esta investigación.

Respecto a la hipótesis específica 2, se encontró la significancia es 0.242 que es superior al 0.05, por lo que se determinó que no existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Estos resultados no concuerdan con la investigación de Araya Pizarro. (2021) ya que se encontró que la influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender es significativa y positiva, pero depende del contexto de estudio y del tipo de enseñanza impartida.

Respecto a la hipótesis específica 3, se encontró la significancia es 0.030 que es inferior al 0.05, por lo que se determinó que, si existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Ello se corrobora con el estudio de Binti et al. (2021) donde indicó que la prosperidad financiera tiene un impacto positivo en la inclinación empresarial, por lo que es necesario aumentar el incentivo financiero a nivel universitario para aumentar la intención empresarial entre los estudiantes de ingeniería.



Respecto a la hipótesis específica 4, se encontró la significancia es 0.046 que es menor al 0.05, por lo que se determinó que, si existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Esto concuerda con los resultados de la investigación de Li et al. (2021) donde se encontró que la innovación presenta una influencia positiva y significativa en la intención emprendedora, en otras palabras, se debe ampliar la investigación empresarial con el fin de que se desarrolle un ecosistema de educación empresarial fomentando la innovación para que contribuya al desarrollo de las economías. De manera semejante Acuña y Gamarra (2018) encontró que existe una asociación positiva entre la creatividad y la intención emprendedora. Por lo tanto, se ha decidido que la creatividad puede considerarse como un aspecto crucial en el mundo de la empresa.

Respecto a la hipótesis específica 5, se encontró la significancia es 0.065 que es superior al 0.05, por lo que se determinó que no existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Debido al nivel de investigación que fue descriptivo y el tamaño de muestra, los resultados no concuerdan con los hallazgos de Ccama (2017) donde mostraron que la Escuela Profesional de Administración es la más activa en cuanto a participación en los concursos y que los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano tienen una alta norma subjetiva y control conductual percibido en relación a la intención emprendedora.

Respecto a la hipótesis específica 6, se encontró la significancia es 0.049 que es menor al 0.05, por lo que se determinó que existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Ello concuerda con Elnadi y Gheith (2021) donde halló que la percepción de los estudiantes sobre el impacto del ecosistema empresarial en la autoeficacia empresarial es positiva, y deben concentrarse en desarrollar un ecosistema empresarial que incluya una infraestructura institucional adecuada, y una cultura que fomente y aumente la autoeficacia y el deseo de convertirse en empresarios.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primera. Respecto al objetivo general de investigación, existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Se determinó que, si existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora, con resultados estadísticos (Rho de Spearman = 0.204 y p-valor = 0.036 < 0.05), siendo esta una correlación positiva baja entre los variables generales. Por lo cual se determinó que a mayor entorno emprendedor favorable también se reflejara mayor intención emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021.

Segunda. Respecto al objetivo específico 1 de la investigación, existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021. Se determinó que si existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora. (Rho de Spearman = 0.199 y p-valor = 0.040 < 0.05), siendo esta una correlación positiva baja, por lo cual se determinó que a mayor formación e investigación mayor será la intención emprendedora en los estudiantes.

Tercera. Respecto al objetivo específico 2, existe un grado significativo de influencia del asesoramiento y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela



Bastidas de Apurímac, año 2021, se determinó que no existe un grado significativo del asesoramiento en la intención emprendedora. (Rho de Spearman = 0.115 y p-valor = 0.242 > 0.05), siendo esta una correlación positiva baja, por lo cual se determinó que a mayor formación e investigación mayor será la intención emprendedora en los estudiantes.

Cuarta. Respecto al objetivo específico 3, existe un grado significativo de influencia de la financiación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021, se determinó con resultados estadísticos que si existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora. (Rho de Spearman = 0.211 y p-valor = 0.030 < 0.05), siendo esta una correlación positiva baja, por lo cual se determinó que a mayor apoyo en conocimientos financieros mayor será la intención emprendedora en los estudiantes.

Quinta. Respecto al objetivo específico 4, Existe un grado significativo de influencia de la innovación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021, se determinó con resultados estadísticos que existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes (Rho de Spearman = 0.072 y p-valor = 0.046 < 0.05), siendo esta una correlación positiva baja, por lo cual se determinó que a mayor innovación mayor será la intención emprendedora en los estudiantes.

Sexta. Respecto al objetivo específico 5, existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021, se determinó con resultados estadísticos que no existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes (Rho de Spearman = 0.180 y p-valor = 0.065 > 0.05), siendo esta una correlación positiva baja, por lo cual se determinó que a mayor redes de contacto mayor será la intención emprendedora en los estudiantes.

Séptima. Respecto al objetivo específico 6, Existe un grado significativo de influencia de la difusión y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela



Bastidas de Apurímac, año 2021, se determinó con resultados estadísticos que existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes (Rho de Spearman = 0.188 y p -valor = 0.049 > 0.05), siendo esta una correlación positiva baja, por lo cual se determinó que a mayor difusión de las ideas de negocio mayor será la intención emprendedora en los estudiantes.

6.2 Recomendaciones

Primera. Al confirmar que existe un nivel significativo de influencia del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora, se recomienda el presente material ya que está disponible para los emprendedores y público en general como material de consulta, a fin de tomar conocimiento con mayor profundidad sobre el ecosistema emprendedor y la intención emprendedora, en este mismo sentido se recomienda a la comunidad académica e investigadores interesados en el tema de investigación, a partir de los resultados hallados en el presente estudio puedan desarrollar investigaciones con mayor profundidad y alcance, con la finalidad que a futuro pueda servir también en investigaciones de tipo aplicada para solucionar problemas en el ámbito empresarial y organizacional.

Segunda. Respecto al objetivo específico 1, al confirmar que existe una influencia moderada entre la formación en investigación y la intención emprendedora, se recomienda a la comunidad académica, puedan tomar como referencia los resultados de la investigación a fin de fomentar mejores condiciones para la investigación y a los investigadores de la línea de investigación realizar trabajos de investigación a mayor alcance y profundidad.

Tercera. Respecto al objetivo específico 2, al confirmar que no existe una influencia significativa entre el asesoramiento y la intención emprendedora, se recomienda a la comunidad académica, puedan tomar como referencia los resultados de la investigación a fin de fomentar mejores condiciones asesoramiento y a los investigadores de la línea de investigación realizar trabajos de investigación a mayor alcance y profundidad acerca de la influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de estudiantes, y corroborar si efectivamente no influye las actividades de asesoramiento en desarrollar emprendimientos.



Cuarta. Respecto al objetivo específico 3, al confirmar que existe una influencia entre la financiación y la intención emprendedora, se recomienda a la comunidad académica, puedan tomar como referencia los resultados de la investigación a fin de fomentar mejores condiciones de financiamiento y a los investigadores de la línea de investigación realizar trabajos de investigación a mayor alcance y profundidad.

Quinta. Respecto al objetivo específico 4, al confirmar que existe una influencia entre la innovación y la intención emprendedora, se recomienda a la comunidad académica, puedan tomar como referencia los resultados de la investigación a fin de fomentar mejores condiciones para generar la innovación y a los investigadores de la línea de investigación realizar trabajos de investigación a mayor alcance y profundidad.

Sexta. Respecto al objetivo específico 5, al confirmar que no existe una influencia entre las redes de contacto y la intención emprendedora, se recomienda a la comunidad académica, puedan tomar como referencia los resultados de la investigación a fin de fomentar mejores condiciones de redes de trabajo y a los investigadores de la línea de investigación realizar trabajos de investigación a mayor alcance y profundidad y corroborar si realmente no influyen las actividades de contacto con emprendedores exitosos a desarrollar emprendimientos.

Séptimo. Respecto al objetivo específico 6, al confirmar que existe una influencia entre la difusión y la intención emprendedora, se recomienda a la comunidad académica, puedan tomar como referencia los resultados de la investigación a fin de fomentar mejores condiciones para la difusión de los emprendimientos y a los investigadores de la línea de investigación realizar trabajos de investigación a mayor alcance y profundidad.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acuña Seguil , A. I., & Gamarra Oliart, M. F. (2018). *Factores que influyen en la intencion de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada de Lima 2018*. Lima, Peru. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8446/1/2018_Acu%C3%B1a-Seguil.pdf
- Agudo Peregrina, A. F., Chaparro Peláez, J., Hernández García, A., Iglesias Pradas, S., Navarro Carrillo, E., Pascual Miguel, F. J., & Portillo Garcia, J. (s.f.). *CREACIÓN DE EMPRESAS EN ENTORNOS UNIVERSITARIOS UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID*. Obtenido de [https://www.upm.es/sfs/Rectorado/Vicerrectorado%20de%20Investigacion/Oficina%20de%20Transferencia%20de%20Resultados%20de%20Investigacion%20\(OTRI\)/CreacionDeEmpresas/Traducciones%20en%20ingles/Creaci%C3%B3n%20de%20empresas%20en%20entornos%20universitarios](https://www.upm.es/sfs/Rectorado/Vicerrectorado%20de%20Investigacion/Oficina%20de%20Transferencia%20de%20Resultados%20de%20Investigacion%20(OTRI)/CreacionDeEmpresas/Traducciones%20en%20ingles/Creaci%C3%B3n%20de%20empresas%20en%20entornos%20universitarios)
- Aguirre Baztan, S. (2002). *la cultura de la empresa*. Brasil: Universidad de fortaleza . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/271/27120205.pdf>
- Ajzen, I. (1991). La teoría del comportamiento planificado. *ELSEVIER*, 50(2), 179-211. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
- Alba Castellanos, O., & Giler Zuñiga, C. F. (s.f.). Formación de emprendedores: antecedentes, actualidad y propuesta de modelo de rediseño curricular para su implementación. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/eds/v20n72/1729-8091-eds-20-72-205.pdf>
- Alonso Galicia, P. E. (2012). *“La configuracion de la intencion emprendedora entre academicos responsables de Proyectos de Investigacion en España. un enfoque de genero*. Santander. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96916/TesisPEAG.pdf;jses>
- Alvarado , O., Mora, P., Rivera, W. F., & Torres , I. S. (2019). Ruta Pedagógica para el Emprendimiento (RPE) en Educación Superior. *Espacios*, 40(39), 24. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n39/19403924.html>
- Alvarez, M. (2011). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Limusa.
- Amaru Maximiano, A. C. (2008). *Administracion para emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. Mexico: Pearson educación de Mexico.



- Obtenido de http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/4ebppmlFkWh8czfI1AcorO_ADMINISTRACION_PARA_EMPRENDEDORES_.pdf
- Ander Egg, E. (2011). *Aprender a investigar, nociones básicas para la investigación social*. Argentina: Brujas.
- Araya Pizarro, S. C. (2021). *Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario*. Costa Rica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/440/44066178029/html/>
- Arellano, A. M. (2016). Formación en competencias del docente universitario. *EDUCERE*, 529-538. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/356/35654966008/35654966008.pdf>
- Armenteras , Gonzales, Vergara, Luque, Rodriguez, & Bonilla. (2015). *Revision del concepto de ecosistema como " unidad de la naturaleza" 80 años despue de su formacion*. Bogota, Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/540/54045357011.pdf>
- Arroyo Morales, A. (2020). *Metología de la investigación en las ciencias empresariales*. Cusco - Perú: UNSAAC.
- Atanacio Zanabria , R., & Pacco Ferro , C. (2019). *Competencia emprendedora y sostenibilidad empresarial de las microempresas en los restaurantes intervenidos por la ONG Perspektiva de la ciudad de Abancay,2018*. Tesis, Abancay. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/889>
- Auerswald, F., & Dani, L. (2022). Oportunidad emprendedora y especialización relacionada en ecosistemas económicos. *ScienseDirect*, 51. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733321002377>
- Barboza Bonilla, E. (2019). *La cultura emprendedora y las restricciones del mercado en las mypes de la zona comercial de Ceres, Ate 2019*. Tesis. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56946>
- Barrero Rivera , F., Moreno , E., & Villamizar Fernandez, J. (2019). El emprendedor dominicano: identificación de sus rasgos de personalidad y competencias por medio de análisis de contenidos. *Ciencia, Economia y negocios*, 5-36. Obtenido de <https://doi.org/10.22206/ceyn.2019.v3i1.pp5-36>
- Barrero, A., Senra, A., & Prieto, R. (2012). *Competicion de crecaion de empresas UTP, ACTUAUPM*. Madrid. Obtenido de <https://observatorio.umh.es/files/2012/12/100-Buenas-Pr%C3%A1cticas-en-emprendimiento-universitario.pdf>



- Bazán Carlos, Gaultois, H., Shaikh, A., Federico, K., Federico, S., Amjad, A., . . . Belal, N. (2020). Una revisión sistemática de la literatura sobre la influencia del entorno y el sistema de apoyo de la universidad en los precursores de la intención empresarial social de los estudiantes. *Springer Open*. doi:<https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Beltran Acuña Ivone . (2013). *Manual de Fuentes de Financiamiento para Emprededores de la Provincia de Ñuble*. Chile. Obtenido de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/837/1/Beltran%20Acu%C3%B1a%2C%20Ivonne.pdf>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.
- Binti Adzman, N. F., Raza, H., Imran Qureshi, M., & Khan, N. (2021). Los efectos de un ecosistema emprendedor sobre la intención emprendedora. *Revista de información económica*, 78-87. Obtenido de <https://doi.org/10.31580/jei.v8i2.1829>
- Boveda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). *Manual del emprendedorismo*. Paraguay. Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf
- Brenes , E., & Haar Eds, J. (2017). *El futuro del emprendimiento en latinoamerica*. Cengage Learning Editores. Obtenido de <https://latam.cengage.com/libros/el-futuro-del-emprendimiento-en-latinoamerica/>
- Bucardo Castro, A., Saavedra Garcia, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Hacia unacompreñsion de los conceptos de emprendedores y empresarios. *ScienceDirect*(6), 98-107. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Bussola, F., Falco, E., Aukes, E., Stegmaier, P., Sorge, S., Ciolli, M., . . . Geneletti, D. (2021). Poniendo a prueba una estrategia de innovaci3n de gobernanza m1s inclusiva para la gesti3n de servicios de los ecosistemas forestales en Primiero, Italia. *ScienceDiect*, 52. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2021.101380>
- Camara de comercio de Bogota. (2009). El docente como formador y promotor del emprendimiento. *Programa de emprendimiento en la region Bogota cundinamarca*. Obtenido de <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc1eldocentecomopromotoryformadordelemprendimiento.pdf>
- Carrasco D1az, S. (2005). *Metodologia de la investigacion*. Lima, Per1: San Marcos.



- Casares Pertusa, H. L. (2020). Tres variables clave del ecosistema emprendedor. *Moneda Unica*. Obtenido de <https://www.monedaunica.net/2020/12/las-tres-variables-del-ecosistema-emprendedor/>
- Castillo Contreras , R. d. (2012). *Desarrollo del capital humano en las organizaciones*. Mexico. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Desarrollo_del_capital_humano_en_las_org.pdf
- Ccama Puma, S. M. (2017). *Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano-2016*. Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/4549/Ccama_Puma_Saydi_Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comeche, J., & Torcal Tomas, V. R. (2014). *Estructura, efectos y carencias de un ecosistema emprendedor: el caso español*. Valencia, España: Universidad de Valencia. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario-HP/Downloads/Libro201320oct2014.pdf>
- Contreras Gonzales , O. (2022). *Emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Sede Central Abancay, 2019*. Abancay. Obtenido de https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/1246/T_049.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Díaz Ledesma, L., Giordano, C., Miflorati, M., Otrocki, L., Palazzolo, F., Souza, M. S., . . . Vidarte Asorey, V. (2012). *Hacia la tesis, itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*. La Plata - Argentina: Instituto de investigaciones en comunicación.
- Duque Rodriguez , L. (2012). *Financiación de iniciativas empresariales*. Netbiblo. Obtenido de <https://observatorio.umh.es/files/2012/12/100-Buenas-Pr%C3%A1cticas-en-emprendimiento-universitario.pdf>
- Duran Aponte, E., & Arias Gomez , D. (2015). *Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales*. Venezuela: Revista Colombiana de Ciencias Sociales. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>



- El Nadi, M., & Hani Gheith, M. (Marzo de 2021). Ecosistema empresarial, autoeficacia empresarial e intención empresarial en la educación superior: evidencia de Arabia Saudita. *Elsevier, 1*. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- Farias Castro , K., & Panta Montero , I. (2018). *Intencion emprendedora de los alumnos de la universidad de Piura: Campus Piura*. Tesis para optar el titulo de Licenciado en Administracion de empresas, Piura. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4071/AE_314.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Feijó cuenca , N. P., Feijó cuenca, T. E., Salazar Cobeña, G., & Moreira Vélez , J. J. (2020). Formación emprendedora y mejoramiento empresarial. *Revista Científica , 6(2)*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario-HP/Downloads/Dialnet-FormacionEmprendedoraYMejoramientoEmpresarial-7425698.pdf>
- Fernandez de caleya Dalmau, R., Vasquez Martinez , U., Maylin Aguilar , C., & Rivera Kempis , C. (2019). *ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES PARA LA FORMACIÓN ACADÉMICA DE EMPRENDEDORES DURANTE SUS ESTUDIOS DE GRADO UNIVERSITARIO*. Madrid . Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Ferreira , J., & Wanke, P. (2020). Número especial sobre ecosistemas emprendedores y el sector público: una visión general. *Sciencedirect, 72*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0038012120307990?via%3Dihub>
- Fidias G., A. (2016). *El proyecto de investigacion*. Venezuela: Episteme.
- Figueira , S., Torres de Oliveira, R., Louise Verreynne, M., Nguyen, T., Indulska, M., & Tanveer, A. (2023). Emprendedores: efectos del género y de las instituciones de género en la innovación abierta. *ScienceDirect, 111*, 109-126. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850123000561?via%3Dihub>
- Fischer, B., Meibner, D., Vonortas, V., & Guerrero, M. (2022). Características espaciales de los ecosistemas emprendedores. *ScienceDirect, 147*, 27-36. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.018>
- Fracica Naranjo , G., Matiz, F. J., Hernandez, G., & Mogollon C., Y. (2011). Capital semilla para la financiacion de start ups con alto potencial de crecimiento en colombia.



- Escuela de Administración de Negocios*, 126-147. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157009.pdf>
- Frende Vega, M., Gonzales, J. M., Henriquez, T., & Vergara, O. (2019). *Intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá-GUESSS, Informe nacional de Panama*. Panamá: Universidad de Panamá. Obtenido de https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Panama.pdf
- Fuentes Doria, D. D., Toscano Hernández, A. E., Malvaceda Espinoza, E., Díaz Ballesteros, J. L., & Díaz Pertuz, L. (2020). *Metodología de la investigación: conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Medellín, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Fuster, E., Padilla Meléndez, A., Lockett, N., & Del Aguila Obra, A. R. (2019). El papel emergente de las spin-offs universitarias en el desarrollo de ecosistemas universitarios emprendedores regionales: el caso de Andalucía. *ScienceDirect*, 219-231. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162517309605>
- Gálvez Albarraacín, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Pérez Uribe, R. I. (2018). Impacto de la norma social subjetiva en la intención de emprendimiento sostenible: un caso de estudio con estudiantes colombianos. *EAN*, 85, 57-74. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/2048/1803>
- Gamble, E. N., & Muñoz, P. (2021). Cómo los incentivos fiscales frenan el cambio positivo en los ecosistemas de impacto social y qué podemos hacer al respecto. *ScienceDirect*, 16. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00284>
- García Dihigo, J. (2016). *Metodología de la investigación para Administradores*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018-2019). *Global Entrepreneurship Monitor*. Lima, Perú: Ada Ampuero.
- Gonzales, L., Suntaxi, K., & Zumba, R. (2017). *¿cómo financiar un emprendimiento?* Quito, Ecuador: Digital Publisher. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario-HP/Downloads/44-Art%C3%ADculo_manuscrito_ensayo-325-4-10-20191121.pdf
- Guerrero, M., & Santamaría Velasco, C. A. (2020). Ecosistema y actividad emprendedora en México. Obtenido de <https://doi.org/10.18504/pl2855-009-2020>
- Hernandez Chea, R., Mahdadb, M., Thi Minh, T., & Nico Hjortso, C. (2021). Más allá de la intermediación: cómo las organizaciones intermediarias dan forma a la dinámica de



- colaboración en los ecosistemas empresariales. *ScienceDirect*, 108. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497221001139?via%3Dihub>
- Hernández Escobar, A. A., Ramos Rodríguez, M. P., Placencia López, B. M., Indacochea Ganchozo, B., Quimis Gómez, A. J., & Moreno Ponce, L. A. (2018). *Metología de la investigación científica*. Alicante - España: 3 Ciencias.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México : McGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodologia de la investigacion*. Ciudad de Mexico: McGraw Hill Education.
- Herrera Fuentes, J. L. (2006). El vínculo universidad-empresa en la formación de los profesionales universitarios. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/447/44760203.pdf>
- Herrera Valverde, D., Mora Esquivel, R., & Carlos Leiva, J. (2020). Ecosistema emprendedor universitario costarricense y su vinculo con la intencion emprendedora:un estudio exploratorio. *ResearchGate*, 64-86. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/340883246_Ecosistema_emprendedor_universitario_costarricense_y_su_vinculo_con_la_intencion_emprendedora_un_estudio_exploratorio
- Herruzo Gómez, E., Hernández Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez García, J. C. (2019). *Emprendimiento e innovacion: Oportunidades para todos*. Madrid: DYKINSON,S.L. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Huaraca Rivero, R., & Cáceres Bolaños, Y. (2017). *La formación profesional y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la escuela académico profesional administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, 2014*. Tesis, Abancay. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/556>
- Iñaki Peña, L., Guerrero, M., González, J., & Montero, J. (2020). *Informe GEM España 2019-2020*. Universidad de Cantabria. Obtenido de https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-2019_20.pdf



- Johnson, E. E., Hematian, I., Lanahanc, L., & Joshi, A. M. (2022). Un marco y bases de datos para medir los ecosistemas emprendedores. *ScienceDirect*, 51. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733322001020?via%3Dihub>
- Kang, H. (2022). Compromiso tecnológico de mujeres emprendedoras en plataformas digitales en línea: evidencia de la App Store de Apple iOS. *ScienceDirect*, 114. doi:<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102522>
- Kantis, H., & Angelelli, P. (2020). Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: Impactos, necesidades y recomendaciones. *Bid.* Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18235/0002331>
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Scielo*, 13(4). Obtenido de <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242018000400084>
- Kriz, A., Rumyantseva, M., & Welch, C. (2022). Cómo coevolucionan las empresas emergentes basadas en la ciencia y sus ecosistemas empresariales: un estudio de proceso. *ScienceDirect*, 105, 439-452. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850122001493?via%3Dihub>
- Larios Meoño, J., Gonzáles Taranco, C., & Álvarez Quiroz, V. (2016). *Investigación en economía y negocios*. Lima: Fondo Editorial.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas poca innovación*. Washington. Obtenido de https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf
- Leite Campos, M., Salati Marcondes de Moraes, G. H., & Spatti, A. C. (2021). Do University Ecosystems Impact Student's Entrepreneurial Behavior? *Scielo*. Obtenido de <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021200079>
- Lemes Hernandez, A. (2015). *La intención emprendedora de los investigadores universitario: el caso de las SPIN-OFFS académicos*. las palmas de la gran canaria: Universidad de las palmas canarias. Obtenido de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/17472/4/0724696_00000_0000.pdf
- León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios*



- Gerenciales*, 34(146), 19-33. Obtenido de <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Leoro Llerena, M. J., & Farfán González, O. (2017). Ecosistema emprendedor y segmentación de emprendedores del sector hotelero. *Revista Científica Ciencia Y Tecnología*, 17(16). Obtenido de <https://doi.org/10.47189/rcct.v17i16.133>
- Li, J., Zheng Huang, S., Yin Chau, K., & Yu, L. (2021). The Influence of Undergraduate Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: Evidence From Universities in China's Pearl River Delta. *Front Psychol. Frontiers in Psychology*. doi: 10.3389/fpsyg.2021.732659
- Liza Rios de Morate, I. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625076/Liza_RI.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Lockward Dargam, A. M., & Valle Aguilar, X. E. (2019). *Emprendimiento nivel secundario, Modalidad tecnico Profesional*. Ministerio de Educacion de la Republica Dominicana. Obtenido de <https://oei.int/downloads/disk/eyJfcmlFpbHMiOmsibWVzc2FnZSI6IkJBaDdDRG9JYTJWNVNTSWhNVGh3WkRSdmJYcHNhamc1TldJME9HSTVOM1Z5ZWpCa k0zbzNZd1k2QmtWVU9oQmthWE53YjNOcGRHbHZia2tpYzJsdWJHbHVhVH NnWm1sc1pXNWhiV1U5SW0xaGJuVmhiQzFsYlhCeVpXNWtaV1J2Y21Wekx XVnpkSFZrYVdGdWRH>
- López Agudelo, Z. M.-L. (s.f.). *Los Ecosistemas de Emprendimiento como parte de la Estrategia de desarrollo de una region*.
- Lopez Sabater, V. (2013). *Aceleradoras del emprendimiento*. Obtenido de <https://www.empresaglobal.es/EGAFI/descargas/1274394/1601149/aceleradoras-del-emprendimiento.pdf>
- Lozano, M. (23 de Noviembre de 2016). *Estudios de la gestion revista internacional de la administracion*, 65. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario-HP/Downloads/578-Art%C3%ADculo-2164-1-10-20181005.pdf>
- Martinez Estrada, P., & Goma, E. (s.f.). *Modelo para el Analisis y Desarrollo de Ecosistemas de Emprendimiento en Ciudades Intermedias de Latinoamerica*. Obtenido de



https://www.academia.edu/40921015/Modelo_para_el_an%C3%A1lisis_y_desarrollo_de_ecosistemas_de_emprendimiento_en_ciudades_intermedias_de_Latinoam%C3%A9rica

- Marulanda Valencia, F. A., & Morales Gualdrón, S. T. (Agosto de 2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Escuela de administración de negocios*, 12-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705002.pdf>
- Mejía Quijano, R. C., Da Silva, I. M., Nuñez Patiño, M. A., Villanueva Herrera, E. H., Acevedo Sierra, C. A., Estrada Gomez, S. P., . . . Perez Betancur, A. (2015). *Riesgos del Emprendedor*. (R. C. Mejía Quijano , Ed.) UNIVERSIDAD EAFIT. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11904/riesgos_del_emprendedor.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Ministerio de Producción Presidencia de la Nación. (s.f.). *Guía de apoyo para gobiernos locales*. Argentina. Obtenido de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia-emprendedores-web-baja-1_0.pdf
- Monaservas Vaca, L., Monaservas Vaca , C. A., & Carrera Sanchez , K. (2017). La autoeficacia emprendedora en la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios del Ecuador. *Relaciones internacionales*, 127-136. Obtenido de http://world_business.espe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/01/910_Autoeficacia_emprendedora.pdf
- Monge Gonzales, R. (2016). Innovación y emprendimiento en Costa Rica, desafíos y oportunidades para sumarse a la sociedad del conocimiento. *SOPLA*, 119-135. Obtenido de https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=b240d8af-e21b-1387-f750-a15763106dd3&groupId=252038
- Monge, R. (2020). Apoyo a las empresas, nuevos emprendimientos y generación de empleo. *Ecoanálisis*. Obtenido de <https://www.ecoanálisis.org/eco-articulos/articulo/apoyo-a-las-empresas-nuevos-emprendimientos-y-generacion-de-empleo/>
- Montoya Flores , A. (2015). *CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DENTRO DE LAS EMPRESAS, Análisis y diagnóstico de los factores internos*. Madrid. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/5833/retrieve>
- Morales Gualdrón , S. (2019). *Global University entrepreneurial Spirit Students survey- Informe Universal de Antioquia 2018*. Medellín: Universidad de Antioquia. Obtenido de <https://www.eafit.edu.co/investigacion/produccion->



investigativa/guesss/SiteAssets/Paginas/publicaciones/8.%20Informe%20GUESSSS
%20UDEA.pdf

- Morales Gonzales , M. G., Alvarez Herrera, M., & Sanchez Tovar, Y. (2015). *Analisis de relacion de intencion emprendedora y la experiencia laboral en el contexto universitario*. Mexico: Universidad Autonoma de Tamaulipas. Obtenido de http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/ANALISIS_DE_LA_RELACION_DE_LA_INTENCION_EMPRESARIAL_Y_LA_EXPERIENCIA_LABORAL_EN_EL_CONTEXTO_UNIVERSI.pdf
- Munch Galindo, L., & Angeles, E. (2012). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Trillas.
- Núñez Álvarez, C., & Leiva, J. C. (2020). Evaluación integral del ecosistema emprendedor de Costa Rica y propuestas para su mejora. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 15. doi:<https://doi.org/10.21919/remef.v15i0.544>
- Ñaupas Paitán , H., Palacios Vilela, J. J., Romero Delgado, H. E., & Valdivia Dueñas, M. R. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa- cualitativa y redaccion de la tesis*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educacion media: Extendiendo la teoria de comportamiento planificado mediante el efecto exposicion. *Cuadernos de la administracion*, 103-131. Obtenido de https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/view/15206/13236
- Palella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas, Venezuela: Fedupel.
- Paz, M., Grau, J., & Posso, F. (2014). La Formación de un Profesional Universitario emprendedor. *Fermentum*, 24. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/42844/articulo1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peralta Latorre, J. R. (2018). *Influencia de la cultura emprendedora en la creación de planes de negocio. I. E. Experimental agropecuario. Chota 2018*. Tesis , Chiclayo . Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27756/Peralta_LJR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perez Palacios, E. (2011). ¿Como perciben lasa instituciones publicas y privadas a las universidadse en el fomento del emprendimiento? *14(27)*, 97-100. Obtenido de



https://www.academia.edu/75190711/_C%C3%B3mo_Perciben_Las_Instituciones_P%C3%ABlicas_y_Privadas_a_Las_Universidades_en_El_Fomento_Del_Emprendimiento

Pertuz Peralta , V. P., Rojas Caicedo, G. Y., Navarro Rodriguez , A., & Teresa Quintero, L. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: Búsqueda de una relacion. *redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/834/83445564002/html/>

Plata, G., Aparicio, S., & Scott, S. (2021). La suma de sus partes: examen de los efectos institucionales en los nodos empresariales en extensos ecosistemas de innovación. *ScienceDirect*, 99, 136-152. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850121002108?via%3Dihub>

Quispe Ludeña , N. (2020). *Perfil emprendedor en los estudiantes de IX-X ciclo de la escuela academico Profesional de Administracion de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac sede Abancay, 2019*. Tesis, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac, Abancay - Apurimac.

Redaccion RPP. (25 de Junio de 2019). Estos son los principales problemas de los peruanos al emprender. Peru. Obtenido de <https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/estos-son-los-principales-problemas-de-los-peruanos-al-emprender-noticia-1204915?ref=rpp>

REDEMPRENDIA. (2012). *100 Buenas Prácticas en emprendimiento universitario*. España: NETBIBLO. Obtenido de <https://observatorio.umh.es/files/2012/12/100-Buenas-Pr%C3%A1cticas-en-emprendimiento-universitario.pdf>

Rodríguez García, M. (2020). Ecosistema global del emprendedor desde una perspectiva financiera y tecnológica. *Revista Mexican de economia y Finanzas*. Obtenido de <https://www.remef.org.mx/index.php/remef/article/view/543/745>

Romero Martínez, A., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstaculos. *Redalyc*, 10(1), 95-109. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511854473005.pdf>

Rubio Hernández, F. J., & Lisbona Bañuelos, A. M. (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. 21. Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/36960>



- Rueda Sampedro, I., Sanchez Ruiz, L., Herrero Crespo, A., & Blanco, B. (junio de 2013). ¿Existen niveles adecuados de formación y financiación que incentivan la intención emprendedora? *ABETO*(3). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/250615144_Existen_niveles_adecuados_de_formacion_y_financiacion_que_incentiven_la_intencion_emprendedora
- Salas Laime, E. T. (2021). *Intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de administración UNAMBA, 2019*. Tesis, ABANCAY. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/1028>
- Sanchez Carlessi, H., & Reyes Meza, C. (1998). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima - Perú: Mantaro.
- Sharma, A., Das, N., & Singh, S. (2023). Asociación causal del ecosistema de emprendimiento y la inclusión financiera. *ScienceDirect*, 9. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14596>
- Shi, X., & Shib, Y. (2022). Analizando el proceso de asignación de recursos dentro de un ecosistema empresarial. *Sciencedirect*, 51. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104378>
- Soto Colich, M. (5 de octubre de 2018). *ASEP Emprender en Peru*. Obtenido de <https://asep.pe/index.php/emprender-en-peru/>
- Suaquita Mansilla, A. (2017). *Evaluación de las competencias emprendedoras y la generación de ideas de negocios de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno-2017*. Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/9334/Suaquita_Mansilla_Araceli.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Subhadrammal, D. (2019). *Ecosistema empresarial universitario e intenciones empresariales: evidencia del sur de la India*. Research Online@ND. Obtenido de <https://researchonline.nd.edu.au/theses>
- Torres Ortega, J. (2020). Construcción y validación de escalas de personalidad emprendedora y ecosistema de emprendimiento en una muestra de estudiantes secundarios en Chile. *ESPACIOS*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n30/a20v41n30p16.pdf>
- UNAMBA. (2012). *Plan estratégico institucional de la universidad nacional Micaela Bastidas de Apurímac 2013-2021*. Obtenido de https://www.peru.gob.pe/docs/planes/13625/plan_13625_plan_estrategico_2013.pdf



- Valderrama Mendoza, S. (2002). *Pasos para elaborar proyecto de tesis de investigacion cientifica*. Lima - Perú: San Marcos.
- Valdez Lias , M. E., & Vidal Burgos , R. (2012). *Guia del ecosistema emprendedor*. Madrid. Obtenido de https://www.academia.edu/31532158/ECOSISTEMA_EMPRENDEDOR
- Valdivia Velasco, M., Martínez Bautista, H., Coronado Guzmán, G., & Aguilera Dávila, A. (2021). Estudio de la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 51(1). Obtenido de <https://rlee.iberomx/index.php/rlee/article/view/336>
- Valencia rodriguez , M. (2005). *Capital humano, otro activo de su empresa*. Cali, Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265420471004.pdf>
- Vara Horna, A. A. (2012). *7 pasos para una tesis exitosa*. Lima - Perú: Facultad de ciencias administrativas y recursos humanos. Obtenido de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Vargas Montero, M., & Villalobos Rodriguez , G. (2012). *Modelo de incubacion Mixta. Impulsando emprendedores con responsabilidad social*. Costa Rica: Netbiblo. Obtenido de <https://observatorio.umh.es/files/2012/12/100-Buenas-Pr%C3%A1cticas-en-emprendimiento-universitario.pdf>
- Vásquez Estrada, R. (2013). Asesoría y consultoría en emprendimiento. Obtenido de <http://repository.unac.edu.co/bitstream/handle/11254/696/Asesoría%20y%20consultoría%20en%20emprendimiento%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velandi Soto, F. J. (2019). *Modelo teórico para promover el desarrollo de competencias en el emprendimiento desde el sector universitario*. Tesis para obtener el grado académico de Doctor , Universidad Católica Andrés Bello, Caracas - Venezuela. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAU0512.pdf>
- Wei, Y. (2022). Reimpresión de: Gobiernos regionales y emprendimiento de oportunidad en entornos institucionales subdesarrollados: una perspectiva del ecosistema emprendedor. *ScienceDirect*, 51. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733322001883?via%3Dihub>
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (s/f). *Técnicas para investigar*. Barcelona: Brujas.



Zaravia Huerta, A. I., & Delhumeau Rivera, S. (2019). Aproximación al concepto de ecosistema de emprendimiento. *Ciencia administrativa*, 1-7. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2020/02/01CA201902.pdf>



ANEXOS



Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: “ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y SU INFLUENCIA EN LA INTENCION EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE LA FILIAL DE TAMBOBAMBA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC, AÑO 2021”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODOS
<p>PG: ¿En qué medida influye el ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p> <p>PE1: ¿Qué grado de influencia existe entre la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p> <p>PE2: ¿Qué grado de influencia existe entre el asesoramiento y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p> <p>PE3: ¿Qué grado de influencia existe entre la financiación y la intención emprendedora de los</p>	<p>OG: Determinar el nivel de influencia del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>OE1: Establecer el nivel de influencia existente entre la formación e investigación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>OE2: Establecer el nivel existente entre el asesoramiento y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>OE3: Establecer el nivel existente entre la financiación y</p>	<p>HG: Existe una influencia significativa del ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>HE1: Existe un grado significativo de influencia de la formación e investigación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>HE2: Existe un grado significativo de influencia del asesoramiento en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Ecosistema emprendedor</p>	<p>1.1. Formación e investigación</p> <p>1.2. Asesoramiento</p> <p>1.3. Financiación</p> <p>1.4. Innovación</p> <p>1.5. Redes</p> <p>1.6. Difusión</p>	<p>1.1.1 Acompañamiento de docentes</p> <p>1.1.2 Competencia profesional en la formación de emprendedores</p> <p>1.1.3 Incentivo</p> <p>1.1.4 Formación emprendedora</p> <p>1.2.1 Asesoramiento</p> <p>1.2.2 Vínculo universidad con organizaciones externas</p> <p>1.2.3 Apoyo de expertos</p> <p>1.2.4 Relaciones emprendedoras</p> <p>1.2.5 Espacio académico para desarrollar empresa</p> <p>1.3.1 Fuentes de financiamiento</p> <p>1.3.2 Tiempo y espacio para obtener capital semilla</p> <p>1.3.3 Recursos para creación de empresas</p> <p>1.3.4 Disponibilidad de apoyo económico</p> <p>1.4.1 Nuevas formas de trabajar</p> <p>1.4.2 Proyectos clave</p> <p>1.4.3 Soluciones</p> <p>1.4.4 Reconocimiento de oportunidades para presentar proyectos</p> <p>1.5.1 Articulación empresarial</p> <p>1.5.2 Eventos académicos</p> <p>1.5.3 Relaciones, contacto con proveedores</p> <p>1.6.1 Medios de difusión</p> <p>1.6.2 Feria empresarial</p> <p>1.6.3 Espacios de difusión de la universidad</p>	<p>Enfoque investigación Cuantitativa</p> <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel o Alcance de Investigación explicativo</p> <p>Método de Investigación Deductiva</p> <p>Diseño "No Experimental, Transeccional"</p> <p>Población: Estudiantes de los últimos semestres VII, VIII, VIX y X alumnos</p> <p>Muestra: Estudiantes de la UNAMBA 106 estudiantes, muestra censal</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos: cuestionario</p> <p>Tiempo 06 meses</p> <p>Presupuesto</p>



<p>estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p> <p>PE₄: ¿Qué grado de influencia existe entre la innovación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p> <p>PE₅: ¿Qué grado de influencia existe entre las redes y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p> <p>PE₆: ¿Qué grado de influencia existe entre la difusión y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021?</p>	<p>la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>OE₄: Establecer el nivel existente entre la innovación y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>OE₅: Establecer el nivel existente entre las redes y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>OE₆: Establecer el nivel existente entre la difusión y la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p>	<p>HE₃: Existe un grado significativo de influencia de la financiación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>HE₄: Existe un grado significativo de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>HE₅: Existe un grado significativo de influencia de las redes en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p> <p>HE₆: Existe un grado significativo de influencia de la difusión en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021</p>	<p>Variable dependiente</p> <p>Intención emprendedora</p>	<p>2.1 Actitud</p> <p>2.2 Norma subjetiva</p> <p>2.3 Autoeficacia emprendedora</p>	<p>2.1.1 Enfrentarse a nuevos retos 2.1.2 Crear empleo para otras personas 2.1.3 Ser creativo e innovar 2.1.4 Asumir riesgos calculados 2.1.5 Ser propio jefe</p> <p>2.2.1 Familia directa 2.2.2 Amigos íntimos 2.2.3 Compañeros o colegas</p> <p>2.3.1 Definir idea de negocio 2.3.2 Mantener bajo control la creación de una nueva empresa 2.3.3 Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos 2.3.4 Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios</p>	
---	--	---	---	---	--	--

Fuente: elaboración propia.



Anexo 2: Lista de matriculados en la escuela Académica Profesional de Administración filial Tambobamba del VII al X ciclo en el semestre académico 2021-I

RELACION DE MATRICULADOS					FECHA: 27/02/2023
ITEM	ESCUELA PROFESIONAL	SEMESTRE	CODIGO	ESTUDIANTE	CICLO EST MATRICULA
1	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191543	ARCOS HUILLCA, JOSE	7
2	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191544	ANSAPANA CONDORI, BERNABE LUCHO	7
3	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191560	ESPINOZA DIAZ, FANY	7
4	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191563	HUACHO LAYME, EDITH	7
5	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191588	YANQUE CCAHUANA, YULY	7
6	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191589	YUCRA LOZANO, YOVANA	7
7	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181541	ARAMBURU BERRIO, RITA ISABEL	7
8	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181559	FLORES LUCAS, ERMELINDA	7
9	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181584	SALCEDO MOLINA, NATALIA GLADYS	7
10	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182504	CHACCA PINARES, LITA ESTEFANY	7
11	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161304	MAMANI TORRES, LIZ ELISA	7
12	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172338	GUZMAN GONZALES, ALEJANDRA	7
13	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172355	ESCALANTE CONDORI, WILSON	7
14	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181552	CCOSCCO HUAMANZANA, ALEX	7
15	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181565	HUAMANI CCOPIA, NANCY	7
16	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181567	LETONA AMARO, ENRIQUE	7
17	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181579	QUISPE PALMA, FLAVIO CESAR	7
18	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181585	SOLIS BALTAZAR, RONY ISMAEL	7
19	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191546	ARREDONDO CHUMBES, NILDA	7
20	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182498	ANCCO CHUMBEZ, YENY MILAGROS	7
21	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182519	HUAMANI PATIÑO, KATHERYN LIZBET	7
22	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182520	HUANAHEJI JURO, SOLEDAD ERIKA	7
23	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182523	LAURA ALEJOA, FREDY	7
24	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182530	PUMA INOSTROZA, MAYCOL	7
25	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191550	CAYLLAHUA OLMEDO, FRED TONY	7
26	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161297	HUAMANI POSACLLA, EDGAR	7
27	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	191554	CHUMBES QUISPE, JORGE GERARDO	7
28	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182528	PUMA LLAMOCCA, MAURO	7
29	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181558	FERRO HUAMAN, SAIDA MERCEDES	7
30	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	122412	ROQUE ESCALANTE, EBERT	7
31	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172335	BOLIVAR HUANCA, ROSA NAYDA	8
32	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	122392	FLORES MENDOZA, RENE	8
33	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	151429	ARCOS QUISPE, NELLY MARGOT	8
34	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161308	SILVA CONDO, MELANY	8
35	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171384	CABRERA BOLIVAR, ISAIRO	8
36	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171396	HUAMANI SALAZAR, DANNY LUCERO	8
37	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171403	MOLINA ARAUJO, RUTH MERY	8
38	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172339	CABRERA HUAMANI, RODIN	8
39	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172340	CUBA CHUQUIHUYAYTA, AMILCAR	8
40	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172344	SULLCAHUAMAN ARISTA, DIANA VANESSA	8
41	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172350	QQUENTA SOTO, WALTER	8
42	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181538	ALEJANDRO PEÑA, SANDRA	8
43	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181547	BOLIVAR QUISPE, SHILEAM YASHIRA	8
44	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181548	CALDERON VEGA, REINALDO	8
45	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181557	CONDORI PUMA, ALEXANDER	8
46	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182499	ANGULO CHAVEZ, FLOR FIORELA	8
47	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182501	BEJAR HUALLPA, RUTH GISELA	8
48	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182503	CABRERA PASTOR, EBERTH WILSON	8
49	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182506	CHAHUA HUAMANI, EDWAR	8
50	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182511	CONDORI SIPALUCCAR, NANCY LUCILA	8
51	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	182516	GUZMAN YALLERCO, ALSON WILLIAN	8
52	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172331	LIMAYPUMA SILVA, CINTHIA YANETH	8
53	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181583	SALAS LUQUE, WILMER PABLO	8
54	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171406	ORTEGA CCAHUANA, JIMBERLY	9
55	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	122402	MENDOZA BOLIVAR, ELOY	9
56	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181536	ACHAICA INOSTROZA, CRISTIAN	9
57	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	152233	GONZALES QUISPE, MARIBEL	9
58	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161310	USCA ORTEGA, SOLANS MAR	9
59	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171393	CONDORI FLORES, YOHAN	9



65	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181566 INOSTROZA MORANZA, CELIA	9
66	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181578 QUISPE OSORIO, MARCO	9
67	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181582 SALAS HUAMANI, CHRISTIAN	9
68	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181586 SONDO CONDORI, BRAYAN	9
69	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181573 PACCO VILCHES, SANDRA MARIBEL	9
70	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181581 ROQUE ALCAHUA, DANIEL	9
71	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	181596 ZAMORA QUISPE, WALTER APOLINARIO	9
72	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171397 HUILLCA CCAHUANA, ROLANDO	9
73	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	112340 ORTIZ BORDA, LUIS	10
74	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	112350 TORRE HUARAC, VANEZA	10
75	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171390 DOMINGUEZ CHAVEZ, CINTHIA GISELA	10
76	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	121380 GAMARRA SALDIVAR, MERY	10
77	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	122386 CCORICASA ESCALANTE, ARLED	10
78	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	142335 SALVADOR AGUIRRE, Russo Pither	10
79	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	151411 PEÑA CHECHUAYLLA, MILAGROS FLOR	10
80	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	151423 MALAVE HUACHO, MAGNOLIA	10
81	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	152338 SOTOMAYOR ENCALADA, MELISSA FIORELA	10
82	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161290 BOLIVAR GAMARRA, BERNE	10
83	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161296 HUAMANGA MATAQQUE, ALEX	10
84	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	162330 ESCALANTE ABARCA, YULI GABRIELA	10
85	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	162332 GIRALDO CCOA, ROSMERY	10
86	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171389 CUÑAS CHAUCCA, EFRAIN	10
87	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171393 GUISADO COAQUIRA, MARILYN	10
88	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171394 GUZMAN ARCOS, MARIELA	10
89	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171398 HUILLCAPACCO ALEJO, LEYSI VANESSA	10
90	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171414 TTITO CAMARGO, LUZ MARINA	10
91	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172334 ALFEREZ CHAHUA, ROLANDO	10
92	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172337 CABRERA PASTOR, WILMAR	10
93	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	162329 CCONISLLA HUAMANI, SUSANA	10
94	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171411 SULLCAHUAMAN VARGAS, DIANED NELY	10
95	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171391 ENRIQUEZ CCONCHURO, MERY MARLENY	10
96	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171408 PEÑA GONZALES, NATALIA	10
97	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	171382 ALVAREZ HANAMPA, JENI ALICIA	10
98	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172341 OLLACHICA MANUELO, ROCIO	10
99	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	151408 SILVA OLMEDO, ANALI MONICA	10
100	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	151428 CHAVES BATALLANOS, ALDO RUBEN	10
101	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	152228 ARISAPANA CONDORI, MARTHO	10
102	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161311 VIVANCO HUAMANI, ELVIA	10
103	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	172329 MENDOZA HUAMANI, KARINA ANABEL	10
104	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	151409 ZEGARRA MORALES, BEATRIZ	10
105	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	161289 ALARCON MONTAÑEZ, RENSO	10
106	ADMINISTRACIÓN (COTABAMBAS)	2021-2	121363 ARRAMBIDE CONDORI, PASCUAL ORLANDO	10

Anexo 3: Cuestionario

	<p>UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC FACULTAD DE ADMINISTRACION Escuela Académico Profesional de Administración</p>	
---	--	---

CUESTIONARIO

Estimado Sr./Sra. la presente encuesta es para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de administración de la filial de Tambobamba de la universidad nacional Micaela bastidas de Apurímac, año 2021”, le agradecemos por su colaboración.

Indicaciones: En cada pregunta tendrá cinco alternativas para responder, marque usted con un aspa “X” la respuesta que considere se ajusta más a la realidad, del menos importante al más importante. Gracias

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Regularmente	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

Datos generales

Estado civil a) Soltero/a () b) Casado/a () c) Viudo/a () d) Conviviente/a ()	Sexo: a) Femenino () b) Masculino ()	Edad: a) Entre 18 a 20años () b) Entre 21 a 23 años () c) Mas de 24 años ()
Ciclo donde se encuentra estudiando: a) En el VII ciclo () b) En el VIII ciclo () c) En el IX ciclo () d) En el X ciclo ()	Tipo de emprendimiento que está dispuesto a desarrollar: a) Permanente () b) Temporal () c) Servicio específico () d) Otro ()	En que rubros le gustaría desarrollar emprendimiento: a) Comercial () b) Producción () c) Servicios () d) Manufactura () e) importación y exportación ()

ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

	1	2	3	4	5
Formación e investigación					
1. Cuento con el acompañamiento que requiero de los docentes para crear mi propia empresa					
2. Los docentes están debidamente capacitados en temas de creación de empresas					
3. La facultad incentiva a los estudiantes a crear su propia empresa					
4. Existen asignaturas que incluyen temáticas útiles para la creación de empresas					
Asesoramiento					
5. La facultad me vincula con organizaciones externas que incentivan la creación de empresas					
6. Cuento con el apoyo que requiero de parte de expertos para la creación de mi propia empresa.					
7. La facultad organiza suficientes reuniones con emprendedores para conocer sus experiencias.					
8. Cuento con las horas necesarias para desarrollar mi empresa en compañía de un profesor.					
Financiación					
9. La facultad me brinda la información necesaria sobre distintas fuentes de financiamiento para crear mi propia empresa					
10. La facultad entrega los tiempos y los espacios necesarios para que reúna el dinero que requiero para crear mi propia empresa					
11. La facultad entrega los recursos suficientes para incentivar la creación de empresas.					



12. Tengo el apoyo financiero que necesito para poner en marcha mi propia empresa					
Innovación					
13. La facultad enseña nuevas formas de trabajar					
14. La facultad nos incentiva a crear e implementar proyectos originales					
15. Los docentes me enseñan a plantear distintas soluciones a un mismo problema					
16. La facultad incentiva el reconocimiento de oportunidades en el entorno para la presentación de proyectos empresariales novedosos.					
Redes					
17. La facultad me permite ponerme en contacto con personas que me pueden ayudar a desarrollar mi proyecto empresarial.					
18. La facultad organiza actividades útiles para conocer a otros emprendedores.					
19. Cuento con los contactos necesarios para desarrollar mi propia empresa.					
Difusión					
20. Cuento con los medios necesarios para difundir mi proyecto empresarial al interior de la facultad.					
21. La facultad me incentiva a dar a conocer mi proyecto empresarial en la comunidad universitaria.					
22. La facultad cuenta con espacios suficientes (página web, ficheros, murales, etc.) para la difusión de los proyectos empresariales de sus estudiantes.					

INTENCION EMPRENDEDORA

	1	2	3	4	5
Actitud					
1. Hare lo posible para iniciar mi propio emprendimiento a pasar que debo enfrentar nuevos retos					
2. Tengo la seguridad que al emprender un nuevo negocio voy a generar oportunidad de empleo para otras personas					
3. Hare lo posible para ser creativo e innovador en mi nuevo emprendimiento.					
4. Tengo la capacidad de planificar para enfrentar los riesgos de manera calculada.					
5. Mi objetivo profesional es lograr mi independencia económica y convertirme en mi propio jefe.					
Norma subjetiva					
6. Creo que los miembros más cercanos de mi familia piensan que debería convertirme en un emprendedor.					
7. Creo que los amigos más cercanos piensan que debería buscar mi propio negocio y convertirme en un emprendedor.					
8. Creo que mis compañeros y personas más importantes para mi piensan que debería convertirme en emprendedor.					
Autoeficacia emprendedora					
9. Tengo la confianza que tendré éxito en mi nueva idea de negocio y la implementación de la estrategia para llevarlo a cabo.					
10. Tengo confianza de mantener bajo control el proceso de la creación de una nueva empresa.					
11. Tengo confianza de mantener buenas relaciones con potenciales inversores y bancos para el financiamiento de la empresa.					
12. Reconozco las oportunidades para nuevos productos y servicios en el mercado.					



Anexo 4: Fichas de validación de expertos

Figura 20

Validación de instrumento con el primer experto

FICHA DE VALIDACIÓN

Datos del Experto: Mag. Aurelio Francisco Alvarez Gallegos

Título de la Investigación: "Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de administración de la filial de Tambobamba de la universidad nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021"

Objetivo: Determinar el nivel de influencia del Ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

Unidad de análisis: Estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac

Investigador: Bach. Mery Marleny Enriquez Cconchuro


Instrumento: Cuestionario de escala Likert.

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia				X	
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia					X
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia					X
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				X	
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			X		
09	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad					X
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 3+20+20/50 = 0.86 = 86\%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es $\geq 70\%$

Abancay, 16 de agosto de 2022



Sello y firma del experto



Figura 21

Validación de instrumento con el segundo experto

FICHA DE VALIDACIÓN

Datos del Experto: Mag. Edison Quecho Cruz

Título de la Investigación: "Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de administración de la filial de Tambobamba de la universidad nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021"

Objetivo: Determinar el nivel de influencia del Ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

Unidad de análisis: Estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac

Investigador: Bach. Mery Marleny Enriquez Cconchuro

Instrumento: Cuestionario de escala Likert.

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia				X	
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia					X
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia					X
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				X	
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			X		
09	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad					X
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 3+20+20/50 = 0.86 = 86\%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es $\geq 70\%$

Abancay, 18 de Agosto de 2022

Sello y firma del experto



Anexo 03: Validación de instrumento con el tercer experto

Figura 22

Ficha de validación de datos

FICHA DE VALIDACIÓN

Datos del Experto: Mg. Hermenegildo Chaccara Huachaca

Título de la Investigación: "Ecosistema emprendedor y su influencia en la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de administración de la filial de Tambobamba de la universidad nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021"

Objetivo: Determinar el nivel de influencia del Ecosistema emprendedor en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, año 2021

Unidad de análisis: Estudiantes de la Facultad de Administración Filial Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac

Investigador: Bach. Mery Marleny Enriquez Cconchuro

Instrumento: Cuestionario de escala Likert.

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia				X	
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia					X
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia					X
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				X	
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			X		
09	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad					X
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 3+20+20/50 = 0.86 = 86\%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es $\geq 70\%$

Abancay, 18 de Agosto de 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
Mg. Hermenegildo Chaccara Huachaca
DOCENTE

Sello y firma del experto



Anexo 4: Evidencia de la aplicación del instrumento.

Figura 23

Llenado de la encuesta elaborado para la recolección de datos



Figura 24

Llenado la encuesta elaborada para la recolección de datos



Anexo 5: Tabla de Baremacion

Estadísticos												
		Suma de la dimensión formación e investigación	Suma de la dimensión asesoramiento	Suma de la dimensión financiación	Suma de la dimensión innovación	Suma de la dimensión redes	Suma de la dimensión difusión	Suma de la dimensión actitud	Suma de la dimensión normas subjetivas	Suma de la dimensión autoeficacia	Suma de la variable ecosistema emprendedor	Suma de la variable intención emprendedora
N	Válidos	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		13.34	11.19	10.36	12.43	8.42	8.80	20.51	11.56	15.19	64.55	47.25
Mediana		14.00	11.00	10.00	12.00	9.00	9.00	21.50	12.00	15.00	65.00	49.00
Varianza		15.922	10.593	11.413	12.858	6.418	6.884	19.300	6.782	10.307	259.107	75.182
Rango		16	16	16	16	12	12	20	12	16	88	48
Mínimo		4	4	4	4	3	3	5	3	4	22	12
Máximo		20	20	20	20	15	15	25	15	20	110	60
Suma		1414	1186	1098	1318	893	933	2174	1225	1610	6842	5009
Percentiles	25	11.00	9.00	8.00	10.00	7.00	7.00	18.00	10.00	12.00	54.00	40.75
	75	16.00	14.00	12.25	16.00	10.00	11.00	24.00	14.00	18.00	76.00	53.25
CATEGORIAS		DFI	DA	DF	DI	DR	DD	DAC	DNS	DAU	VEE	VIE
BAJA		4-11	4-9	4-8	4-10	3-7	3-7	5-18	3-10	4-12	22-54	12-41
MEDIA		12-16	10-14	9-12	11-16	8-10	8-11	19-24	11-14	13-18	55-76	42-53
ALTA		17-20	17-20	13-20	17-20	11-15	12-15	25-30	15-15	19-20	77-110	54-60

