

Achievement Motivation and Entrepreneurial Intention in the Northern Macro Region of Peru: The Moderating Role of Gender

Julie Catherine Arbulú Castillo ¹, Juan César Farias Rodríguez ², Fernando Suárez Santa Cruz ³, Mabel Ysabel Otiniano León ¹, Erik Omar Escalona Aguilar ⁴; Carla Angelica Reyes Reyes ⁵; Guzmán Valle Cesar Augusto ⁶

¹Universidad César Vallejo, Perú, jarbuluca26@ucvvirtual.edu.pe, motiniano@ucv.edu.pe,

²Universidad Tecnológica del Perú, Perú, c14194@utp.edu.pe

³Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, fsuarez@usat.edu.pe

⁴ Universidad Bernardo O'Higgins, Chile, erik.escalona@ubo.cl

⁵Universidad Señor de Sipán, Perú, rreyesca@crece.uss.edu.pe

⁶Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, cguzmanv@unprg.edu.pe

Abstract – This study examines the relationship between achievement motivation and entrepreneurial intention, focusing on the moderating role of gender in the Peruvian context. Using stratified sampling, data were collected from 286 individuals from the Lambayeque population, employing a Likert scale to measure variables such as business intention and achievement motivation. Hayes' PROCESS macro (version 2.6) was applied to examine moderation and mediation relationships. The results reveal that achievement motivation accounts for 18.05% of the variability in entrepreneurship and has a significant direct effect on entrepreneurial intention, with this effect being more pronounced in women than in men. These findings suggest the need for differentiated approaches to fostering entrepreneurial intention by gender, highlighting the importance of business interventions that consider these differences. The implementation of inclusive policies and specific support programs is recommended, as well as the adaptation of business training to address the different needs and challenges faced by entrepreneurs of different genders.

Keywords– Achievement Motivation, Entrepreneurial Intention, Gender, Entrepreneurship, Peru.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

Motivación de logro y la intención emprendedora en la Macro Región Norte del Perú: Rol moderador del genero

Julie Catherine Arbulú Castillo ¹, Juan César Farias Rodríguez ², Fernando Suárez Santa Cruz ³, Mabel Ysabel Otiniano León ¹, Erik Omar Escalona Aguilar ⁴; Carla Angelica Reyes Reyes ⁵; Guzmán Valle Cesar Augusto ⁶

¹Universidad César Vallejo, Perú, jarbuluca26@ucvvirtual.edu.pe, motiniano@ucv.edu.pe,

²Universidad Tecnológica del Perú, Perú, c14194@utp.edu.pe

³Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, fsuarez@usat.edu.pe

⁴ Universidad Bernardo O'Higgins, Chile, erik.escalona@ubo.cl

⁵Universidad Señor de Sipán, Perú, rreyesca@crece.uss.edu.pe

⁶Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, cguzmanv@unprg.edu.pe

Resumen– El presente estudio analiza la relación entre motivación de logro e intención emprendedora, enfocándose en el rol moderador del género en el contexto peruano. Empleando un muestreo estratificado, se recogieron datos de 286 individuos de la población Lambayecana, utilizando una escala Likert para medir variables como intención empresarial y motivación por el logro. La macro PROCESS de Hayes (versión 2.6) fue aplicada para examinar relaciones de moderación y mediación. Los resultados revelan que la motivación de logro explica un 18.05% de la variabilidad en el emprendimiento y tiene un efecto directo significativo en la intención emprendedora, siendo este efecto más pronunciado en mujeres que en hombres. Estos hallazgos sugieren la necesidad de enfoques diferenciados para fomentar la intención emprendedora según el género, resultando la importancia de intervenciones empresariales que consideren estas diferencias. Se recomienda la implementación de políticas de inclusión y programas de apoyo específicos, así como la adaptación de la formación empresarial para abordar las distintas necesidades y desafíos que enfrentan los emprendedores de diferentes géneros.

Keywords- Motivación de Logro, Intención Emprendedora, Género, Emprendimiento, Perú.

I. INTRODUCCIÓN

La problemática a nivel mundial se centra en comprender cómo diversos factores psicológicos y socioculturales afectan el emprendimiento. Este tema se ha convertido en un tema de gran relevancia, dada la creciente importancia del emprendimiento como motor de desarrollo económico, innovación y creación de empleo. Además, la motivación de logro y la intención emprendedora son conceptos claves en el estudio del comportamiento [1]. La motivación de logro se refiere a la necesidad de establecer y cumplir metas, superar desafíos y lograr un alto estándar de éxito, mientras que la intención emprendedora es el deseo explícito de iniciar y gestionar un nuevo negocio.

Estos conceptos están profundamente influenciados por factores culturales, económicos y educativos que varían significativamente entre diferentes regiones y países [2].

El rol del género en el emprendimiento es una cuestión crítica a nivel global. Existen diferencias en cuanto a oportunidades, recursos y apoyos disponibles para emprendedores masculinos y femeninos [3]. Las barreras culturales, la discriminación y las diferencias en el acceso a la financiación y a redes de apoyo son desafíos comunes que enfrentan las emprendedoras en muchas partes del mundo. Estas diferencias de género en el emprendimiento se manifiestan en variadas tasas de participación empresarial, tipos de empresas creadas y en los sectores económicos en los que se emprenden [4]. Comprender cómo estos factores interactúan puede ofrecer perspectivas valiosas para estrategias que promuevan un emprendimiento más inclusivo y equitativo en diferentes contextos culturales y económicos [5].

En Estados Unidos, la motivación de logro y la intención emprendedora se encuentran pegadas a la cultura, con un fuerte énfasis en la innovación y la iniciativa individual. Aunque las mujeres han hecho avances considerables en el ámbito empresarial, aún enfrentan desafíos en términos de acceso a capital, redes de apoyo y representación en ciertos sectores [6]. China presenta un caso interesante debido a su rápida transformación económica y su creciente sector empresarial. La motivación de logro es alta, impulsada por un fuerte sentido de competitividad y aspiración económica. Sin embargo, las normas de género tradicionales y las políticas gubernamentales tienen un impacto considerable en la intención y la capacidad de las mujeres para emprender negocios [7]. Alemania, conocida por su sólida economía y su enfoque en la innovación y la tecnología, la motivación de logro se ve a menudo reflejada en una alta calidad y eficiencia. Sin embargo, existe una brecha de género en el emprendimiento sobre todo donde las mujeres emprendedoras enfrentan grandes obstáculos en percepciones culturales y equilibrio entre la vida laboral

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

Motivación de logro y la intención emprendedora en la Macro Región Norte del Perú: Rol moderador del genero

Resumen– El presente estudio analiza la relación entre motivación de logro e intención emprendedora, enfocándose en el rol moderador del género en el contexto peruano. Empleando un muestreo estratificado, se recogieron datos de 286 individuos de la población Lambayecana, utilizando una escala Likert para medir variables como intención empresarial y motivación por el logro. La macro PROCESS de Hayes (versión 2.6) fue aplicada para examinar relaciones de moderación y mediación. Los resultados revelan que la motivación de logro explica un 18.05% de la variabilidad en el emprendimiento y tiene un efecto directo significativo en la intención emprendedora, siendo este efecto más pronunciado en mujeres que en hombres. Estos hallazgos sugieren la necesidad de enfoques diferenciados para fomentar la intención emprendedora según el género, resaltando la importancia de intervenciones empresariales que consideren estas diferencias. Se recomienda la implementación de políticas de inclusión y programas de apoyo específicos, así como la adaptación de la formación empresarial para abordar las distintas necesidades y desafíos que enfrentan los emprendedores de diferentes géneros..

Keywords- Motivación de Logro, Intención Emprendedora, Género, Emprendimiento, Perú.

I. INTRODUCCIÓN

El estudio representa una contribución en el campo del desarrollo económico regional. Esta investigación examina de manera integral cómo la motivación de logro influye en la intención emprendedora, poniendo especial énfasis en el rol moderador del género en dicha relación. Uno de los aspectos más novedosos de este estudio es su enfoque en el papel del género como un factor moderador. Esto es particularmente pertinente en el contexto peruano, donde las normas de género y las estructuras sociales pueden influir significativamente en las aspiraciones y oportunidades emprendedoras. Al explorar esta dimensión, el estudio no solo contribuye al entendimiento académico de la motivación emprendedora, sino que también ofrece conocimiento valioso para los formuladores de políticas y los educadores que buscan fomentar el espíritu empresarial. Finalmente, este estudio tiene el potencial de informar y mejorar las políticas y prácticas que buscan potenciar el emprendimiento.

La problemática a nivel mundial se centra en comprender cómo diversos factores psicológicos y socioculturales afectan el emprendimiento. Este tema se ha convertido en un tema de gran relevancia, dada la creciente importancia del emprendimiento como motor de desarrollo económico, innovación y creación de empleo. Además, la motivación de

logro y la intención emprendedora son conceptos claves en el estudio del comportamiento [1]. La motivación de logro se refiere a la necesidad de establecer y cumplir metas, superar desafíos y lograr un alto estándar de éxito, mientras que la intención emprendedora es el deseo explícito de iniciar y gestionar un nuevo negocio. Estos conceptos están profundamente influenciados por factores culturales, económicos y educativos que varían significativamente entre diferentes regiones y países [2].

El rol del género en el emprendimiento es una cuestión crítica a nivel global. Existen diferencias en cuanto a oportunidades, recursos y apoyos disponibles para emprendedores masculinos y femeninos [3]. Las barreras culturales, la discriminación y las diferencias en el acceso a la financiación y a redes de apoyo son desafíos comunes que enfrentan las emprendedoras en muchas partes del mundo. Estas diferencias de género en el emprendimiento se manifiestan en variadas tasas de participación empresarial, tipos de empresas creadas y en los sectores económicos en los que se emprenden [4]. Comprender cómo estos factores interactúan puede ofrecer perspectivas valiosas para estrategias que promuevan un emprendimiento más inclusivo y equitativo en diferentes contextos culturales y económicos [5].

A nivel mundial, la problemática abordada por este estudio es fundamental para entender las dinámicas del emprendimiento en diferentes contextos socioculturales y económicos. En Estados Unidos, la motivación de logro y la intención emprendedora se encuentran pegadas a la cultura, con un fuerte énfasis en la innovación y la iniciativa individual. Aunque las mujeres han hecho avances considerables en el ámbito empresarial, aún enfrentan desafíos en términos de acceso a capital, redes de apoyo y representación en ciertos sectores [6]. China presenta un caso interesante debido a su rápida transformación económica y su creciente sector empresarial. La motivación de logro es alta, impulsada por un fuerte sentido de competitividad y aspiración económica. Sin embargo, las normas de género tradicionales y las políticas gubernamentales tienen un impacto considerable en la intención y la capacidad de las mujeres para emprender negocios [7].

Alemania, conocida por su sólida economía y su enfoque en la innovación y la tecnología, la motivación de logro se ve a menudo reflejada en una alta calidad y eficiencia. Sin embargo, existe una brecha de género en el emprendimiento, donde las mujeres emprendedoras enfrentan obstáculos en cuanto a percepciones culturales y equilibrio entre la vida laboral y

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

personal [8]. India, con su diversidad y su economía de rápido crecimiento, presenta un panorama complejo. La motivación de logro en India a menudo está ligada a factores socioeconómicos y educativos. A pesar de una creciente tendencia hacia el emprendimiento, las mujeres enfrentan desafíos significativos debido a las restricciones culturales y el acceso limitado a recursos y financiamiento [9]. Sudáfrica, la motivación de logro y la intención emprendedora están fuertemente influenciadas por el contexto socioeconómico y la necesidad de superar las desigualdades históricas. Las mujeres emprendedoras en Sudáfrica enfrentan desafíos únicos, incluyendo el acceso a financiamiento y redes de apoyo, así como barreras culturales y educativas [10]. En cada uno de estos países, la interacción entre la motivación de logro, la intención emprendedora y el género se manifiesta de manera única, influenciada por factores culturales, económicos y políticos específicos.

Finalmente, en Perú, la interacción entre la motivación de logro, la intención emprendedora y el género presenta características particulares. La motivación de logro está influenciada por factores socioeconómicos y culturales. Sin embargo, la intención emprendedora se enfrenta a varios desafíos. Estos incluyen limitaciones en el acceso a financiamiento, una infraestructura empresarial en desarrollo y, en algunas áreas, una educación en emprendimiento aún deficiente. Estas barreras son particularmente pronunciadas en regiones fuera de los principales centros urbanos como Lima [11]. El rol del género en el emprendimiento en Perú es un aspecto crítico. Las mujeres peruanas, a pesar de mostrar altas tasas de motivación y capacidad empresarial, a menudo encuentran obstáculos adicionales en comparación con sus contrapartes masculinas [12].

Estos desafíos incluyen estereotipos de género, una menor probabilidad de acceso a redes de apoyo empresarial y dificultades en la conciliación entre responsabilidades familiares y empresariales. Estas barreras se ven exacerbadas por normas culturales y prácticas sociales que a menudo limitan las oportunidades y recursos disponibles para las mujeres emprendedoras [13]. Además, la diversidad cultural de Perú implica que la experiencia del emprendimiento puede variar significativamente entre diferentes grupos y regiones. Por ejemplo, la interacción entre estas dinámicas puede ser distinta en comparación con otras regiones del país, debido a diferencias en el desarrollo económico, la cultura empresarial y el acceso a recursos [14]. Estos factores están influidos por un conjunto único de desafíos socioeconómicos, culturales y de género [15].

La justificación se basa en tres pilares fundamentales: teórico, social y económico. En el aspecto teórico, el estudio aborda un vacío en la literatura existente sobre emprendimiento y psicología empresarial, especialmente en el contexto de países en desarrollo como Perú. Mientras que la motivación de logro y la intención emprendedora son conceptos bien establecidos en

la teoría del emprendimiento, su interacción con factores de género no ha sido suficientemente explorada en la literatura. Este estudio, por lo tanto, busca ampliar el cuerpo teórico del emprendimiento, ofreciendo una comprensión más profunda de cómo las variables psicológicas y de género interactúan en un contexto regional específico. En el aspecto social, la justificación del estudio se centra en el impacto del emprendimiento en la estructura y dinámica social de una región.

Entender la relación entre la motivación de logro, la intención emprendedora y el género es crucial para diseñar políticas y programas que promuevan la igualdad de oportunidades en el ámbito empresarial. Este conocimiento es relevante, donde el emprendimiento no solo es un medio para el desarrollo económico, sino también una herramienta para el empoderamiento social, especialmente de las mujeres. En términos económicos, el estudio es fundamental debido a la importancia del emprendimiento como motor del crecimiento económico y la innovación. Comprender cómo la motivación de logro y la intención emprendedora varían según el género puede ayudar a identificar barreras y facilitadores específicos del emprendimiento en la región.

En cuanto a estudios previos, un estudio tuvo como objetivo explorar los roles del emprendimiento y del género en la relación entre la motivación de logro y la intención emprendedora. Específicamente, se probó un rol moderador del género y se examinó el rol mediador moderado del emprendimiento por género en la relación entre la motivación de logro y la intención emprendedora [16]. Basándose en datos secundarios de la Encuesta de Emprendimiento de Corea 2017 sobre 10,000 personas, se utilizó un análisis del modelo de proceso condicional 15 (macro PROCESS de Hayes) para probar las trayectorias directas e indirectas con respecto a las diferencias de género. Los resultados indicaron que el efecto directo condicional de la motivación de logro sobre la intención emprendedora no fue significativo para las mujeres, pero sí lo fue para los hombres. Además, se confirmó que el efecto indirecto de la motivación de logro sobre la intención emprendedora a través del emprendimiento fue más fuerte para las mujeres que para los hombres. Por lo tanto, se apoyaron las hipótesis de moderación y de mediación moderada. El estudio contribuye a la explicación de la "caja negra" entre la motivación de logro y la intención emprendedora, enfatizando el papel del género como moderador y del emprendimiento como mediador de esta relación. Este estudio se centró en y confirmó el papel del género, previamente descuidado, en la relación entre la motivación de logro y la intención emprendedora, y el papel del emprendimiento como mediador para promover la actividad empresarial entre las mujeres. Por lo tanto, este estudio amplía los resultados de investigaciones existentes al detallar la relación entre la motivación de logro y la intención emprendedora.

Otro estudio tuvo como objetivo examinar las relaciones entre los rasgos de personalidad y la educación en emprendimiento sobre la intención emprendedora, con el papel mediador de la motivación [17]. La encuesta se realizó entre estudiantes de pregrado del Departamento de Gestión en una universidad en Bandung, Indonesia. La muestra del estudio consistió en 246 estudiantes universitarios, y los datos se recopilaron mediante cuestionarios. Los cuestionarios incluían seis ítems para evaluar los rasgos de personalidad, siete ítems para la educación en emprendimiento, seis ítems para la motivación y cuatro ítems para la intención emprendedora. El análisis de datos se realizó utilizando el Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM), y se utilizó Smart PLS 3 para el análisis de instrumentos. Los resultados del análisis de datos revelaron una asociación positiva entre los rasgos de personalidad y la educación en emprendimiento con la intención emprendedora. El análisis de mediación indicó además que la motivación de logro juega un papel indirecto, mediando el impacto de los rasgos de personalidad y la educación en emprendimiento sobre la intención emprendedora. Notablemente, la educación en emprendimiento tuvo una mayor influencia en la motivación.

Una investigación tuvo como objetivo investigar el proceso completo que genera el comportamiento emprendedor, prestando especial atención a la intención emprendedora y su logro en el inicio de una actividad. Este proceso, influenciado por una variedad de factores internos y externos, es crucial para las economías locales y globales [18]. La investigación se centró en identificar cómo la formación, los rasgos de personalidad, las normas sociales y la motivación influyen en la intención emprendedora. Además, analizó cómo las dificultades encontradas durante el proceso desde la intención hasta el comportamiento emprendedor final moderan estas relaciones. Para ello, se diseñó un formulario de encuesta que fue aplicado a una muestra de 456 graduados universitarios en negocios de diferentes universidades. Se estimó un modelo de ecuaciones estructurales basado en relaciones derivadas de la literatura existente. Los resultados revelaron una fuerte influencia de los factores analizados sobre la intención emprendedora y una modulación significativa de las dificultades encontradas en la transformación de la intención en comportamiento emprendedor.

Otra investigación realizada en Sudáfrica tuvo como objetivo investigar la correlación entre la exposición a la educación en emprendimiento (EE) y el desarrollo de la autoeficacia en jóvenes de secundaria de entre 15 y 18 años, en el contexto de una crisis de desempleo juvenil [19]. La investigación se motivó por la creencia de que la crisis de desempleo juvenil no se resolvería únicamente con el empleo formal, y que la educación en emprendimiento debía promoverse a nivel escolar para abordar las discrepancias de habilidades entre la educación y la creación de empleo. Adoptando un enfoque cuantitativo, se recopilaron datos mediante un cuestionario distribuido a estudiantes que

participaban en el programa Junior Achievement. De los 1,200 cuestionarios distribuidos, 637 fueron utilizables para el programa de educación en emprendimiento de corta duración y 381 para el programa de larga duración. Se utilizó la técnica de muestreo intencional y se recogieron datos sobre las percepciones de los participantes acerca de su autoeficacia después de la intervención educativa en emprendimiento. El análisis de los datos se realizó mediante Análisis Factorial Confirmatorio (CFA) y Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM), confirmando la estabilidad del modelo utilizado. Los resultados principales revelaron correlaciones positivas entre los ítems que comprenden la autoeficacia desarrollada a través de la EE. Además, se encontró que la EE de mayor duración presentaba correlaciones positivas más fuertes con dichos ítems. Como implicaciones prácticas, el estudio proporcionó recomendaciones pertinentes sobre el tipo de EE que las escuelas deberían introducir.

Un estudio tuvo como objetivo examinar las motivaciones contextuales de la intención emprendedora de estudiantes de pregrado en negocios en economías emergentes seleccionadas de Asia [20]. La metodología de la investigación fue cuantitativa, utilizando un instrumento de medición compuesto por ítems del Cuestionario de Valores Retrato y la Escala de Intención Emprendedora para recolectar datos de 378 estudiantes de pregrado en negocios emparejados de Malasia, Indonesia y China. La técnica de modelado de ecuaciones estructurales se utilizó para probar las hipótesis en la muestra general, y se verificó la invarianza de medición antes del análisis multigrupo. Los resultados sugieren que los valores de apertura al cambio moldean las intenciones emprendedoras de los estudiantes de pregrado malasios e indonesios, mientras que los valores de logro dan forma a las intenciones emprendedoras de los estudiantes chinos.

II. MARCO TEÓRICO

La investigación sobre motivación de logro en el emprendimiento ha demostrado que es fundamental para entender el impulso que lleva a los individuos a iniciar y persistir en sus esfuerzos empresariales [21]. La motivación de logro, definida como el deseo de alcanzar estándares de excelencia y superar obstáculos, ha sido identificada como un predictor clave de la intención emprendedora y el éxito empresarial [22]. En el marco de las ciencias empresariales, este concepto se alinea con la necesidad de comprender no solo los aspectos económicos y de gestión del emprendimiento, sino también los procesos psicológicos que impulsan y sostienen la actividad emprendedora [23].

Por otro lado, la intención emprendedora se considera un predictor importante del comportamiento emprendedor real, y su estudio permite anticipar y fomentar la creación de nuevas empresas [24]. Los modelos teóricos, como el Modelo de Comportamiento Planificado de Ajzen, sugieren que la intención emprendedora es influenciada por actitudes hacia el

comportamiento, normas subjetivas y percepción de control conductual [25]. La integración de la motivación de logro permite una comprensión más clara de cómo los procesos psicológicos internos interactúan con los factores externos para fomentar la actividad emprendedora [26].

La inclusión del género como un factor moderador en la relación entre motivación de logro e intención emprendedora responde a la creciente evidencia de que hombres y mujeres pueden experimentar y procesar estas teorías de manera diferente [27]. Las investigaciones han mostrado que existen diferencias de género significativas en términos de motivación, percepción de riesgos, acceso a recursos y redes de apoyo, todos los cuales pueden influir en la intención y el éxito emprendedor [28]. Al examinar el género como un factor dominante, este estudio busca aportar una perspectiva más completa sobre cómo la motivación de logro y la intención emprendedora se manifiestan y se relacionan en contextos específicos de género [29].

En cuanto al contexto geográfico y socioeconómico del estudio, esta región, caracterizada por su diversidad cultural, social y económica, ofrece un escenario natural para examinar cómo factores contextuales específicos pueden influir en la motivación de logro y la intención emprendedora [30]. Además, el Perú ha experimentado un crecimiento significativo en actividad emprendedora en las últimas décadas, lo que convierte a la región en un caso de estudio relevante para entender las dinámicas del emprendimiento en economías emergentes.

La motivación del logro se define como el impulso interno que lleva a las personas a establecer y perseguir objetivos desafiantes, con un enfoque particular en la superación personal y el éxito. Desde su conceptualización por David McClelland en los años 60, esta motivación ha sido vista como un determinante clave del comportamiento en diversos contextos, incluido el empresarial. Teóricamente, se ha desarrollado a través de modelos que enfatizan el deseo de logro como una fuerza impulsora detrás de la toma de decisiones y la perseverancia en la consecución de metas. Este desarrollo ha sido complementado por investigaciones que vinculan la motivación de logro con el rendimiento y la innovación en el ámbito empresarial [31].

La intención emprendedora está influida por diversos factores. En el ámbito personal, la personalidad, la autoeficacia y la tolerancia al riesgo desempeñan un papel crucial. Además, los aspectos sociales, como las redes sociales, el apoyo percibido y las normas culturales, también tienen un impacto significativo en la decisión de emprender. Desde una perspectiva económica, el acceso a capital y las condiciones del mercado son determinantes esenciales que contribuyen a moldear la intención emprendedora.

El género en el emprendimiento sugiere que existen diferencias significativas en cómo hombres y mujeres abordan el emprendimiento. Estas diferencias pueden estar relacionadas con factores como el acceso a recursos, las actitudes hacia el riesgo y las responsabilidades familiares. Las mujeres, en particular, pueden enfrentar barreras específicas como estereotipos de género y una menor red de apoyo empresarial. Sin embargo, también pueden beneficiarse de políticas de inclusión y programas de apoyo orientados a fomentar el emprendimiento femenino.

III. METODOLOGÍA

La recopilación de estos datos se llevó a cabo en el período comprendido entre diciembre del 2023 y enero del 2024, focalizándose en una demografía específica de la población Lambayecana, que abarcaba individuos de 13 a 69 años. A través de un procedimiento de muestreo estratificado, que tomó en cuenta factores como la región, el género y la edad, se lograron obtener aproximadamente 10.000 casos válidos. Para garantizar una representación fidedigna de la población, se empleó una técnica de estimación poblacional basada en estos resultados, asegurando un nivel de confianza del 95% y un margen de error en el muestreo de $\pm 0,98\%$ obteniéndose una muestra de 286 personas.

Los indicadores para determinar aspectos como la intención empresarial, la motivación por el logro y el espíritu empresarial se midieron mediante una escala Likert de cinco puntos, donde 1 representaba un total desacuerdo y 5, un total acuerdo. Para el análisis subsiguiente, se procedió al cálculo de las puntuaciones promedio de los constructos que abarcaban múltiples ítems.

Con el objetivo de verificar las dos hipótesis planteadas, se implementó la macro PROCESS de Hayes en su versión 2.6. El Modelo 15 de PROCESS se utilizó específicamente para examinar las relaciones de moderación y mediación, aplicando intervalos de confianza bootstrap para los efectos directos e indirectos condicionales. Para evaluar la Hipótesis 1, relacionada con una ruta directa (es decir, la motivación por el logro y su impacto en la intención empresarial), y la Hipótesis 2, concierne a la ruta indirecta (motivación por el logro \rightarrow espíritu empresarial \rightarrow intención empresarial) y su variabilidad en función del género, se recurrió al modelo de proceso condicional. Este modelo emplea intervalos de confianza bootstrap (10000 iteraciones) para la estimación tanto del efecto directo condicional de la variable independiente sobre la variable dependiente, como del efecto indirecto a través de la variable mediadora, considerando la variable moderadora como un elemento contingente.

IV. RESULTADOS

Según la Tabla 1, Se observan que el R cuadrado es de 0.1805, el modelo muestra que la motivación de logro explica un 18.05% de la variabilidad en el emprendimiento. Aunque no es una explicación completa, es un indicador significativo. La motivación de logro tiene una relación positiva y significativa con el emprendimiento (coeficiente = 2.1281, $p < .0001$), lo cual es robusto estadísticamente.

TABLA I
RESUMEN DEL MODELO: EMPRENDIMIENTO

R	R-cuadrado	MSE	F	df1	df2	p
,4249	,1805	64,6732	18,5040	1,0000	84,0000	,0000
Variable	Coficiente	Error Estándar	t	p	Límite Inferior Confianza	Límite Superior Confianza
Constante	22,4554	3,4697	6,4719	0,0000	15,5555	29,3552
Motivación	2,1281	0,4947	4,3016	0,0000	1,1443	3,1120

La tabla II muestra una R cuadrada de 0.7771 indica una fuerte capacidad del modelo para explicar la intención emprendedora. Coeficientes Directos: Tiene un impacto positivo considerable en la intención emprendedora (coeficiente = 0.3054, $p < .0001$). Motivación de logro: Presenta un efecto directo positivo sobre la intención emprendedora (coeficiente = 0.2988, $p = .0149$). Sexo (Masculino): Tiene un efecto directo sustancial en la intención emprendedora (coeficiente = 13.3068, $p < .0001$). Interacciones: Emprendimiento X Sexo (Masculino): La interacción es significativamente negativa (coeficiente = -0.2802, $p < .0001$), lo que indica que el efecto del emprendimiento sobre la intención emprendedora es diferente para hombres y mujeres. Implicancia Práctica: Esto sugiere que las intervenciones para aumentar la intención emprendedora deben tener en cuenta no solo la motivación de logro y el emprendimiento, sino también cómo estas variables interactúan de manera diferente para hombres y mujeres. Los hombres parecen tener una intención emprendedora más alta que las mujeres, pero el incremento en la intención emprendedora derivado del emprendimiento es menor para ellos que para ellas.

TABLA II
RESUMEN DEL MODELO: INTENCIÓN EMPRENDEDORA

R	R-cuadrado	MSE	F	df1	df2	p
,8815	,7771	2,2117	55,7836	5,0000	80,0000	,0000
Variable	Coficiente	Error Estándar	t	p	Límite Inferior Confianza	Límite Superior Confianza
Constante	-,6143	,8761	-,7012	,4852	-2,3578	1,1292

Emprendimiento	,3054	,0244	12,5336	,0000	,2569	,3539
Motivación	,2988	,1200	2,4896	,0149	,0600	,5376
Sexo	13,3068	2,0163	6,5996	,0000	9,2942	17,3194
int_1	-,2802	,0446	-6,2779	,0000	-,3690	-,1913
int_2	-,2298	,2299	-,9995	,3206	-,6873	,2277
Término de producto			Descripción			
int_1						Emprendimiento × Sexo
int_2						Motivación × Sexo

Efectos Condicionales de X sobre Y

Directo: La motivación de logro tiene un efecto directo sobre la intención emprendedora, que es menor para los hombres que para las mujeres.

Indirecto: La motivación de logro tiene un efecto indirecto sobre la intención emprendedora a través del emprendimiento, siendo este efecto mucho mayor para las mujeres.

Esto indica que mientras las mujeres pueden beneficiarse significativamente de un aumento en la motivación de logro para mejorar su emprendimiento e intención emprendedora, los hombres podrían necesitar diferentes tipos de incentivos o intervenciones para el mismo fin. Las empresas pueden necesitar enfoques de desarrollo y programas de capacitación diferenciados por género para maximizar el potencial emprendedor.

TABLA III
EFECTOS DIRECTOS CONDICIONALES DE X SOBRE Y EN VALORES DEL MODERADOR

Sexo	Efecto	Error Estándar	t	p	Límite Inferior Confianza	Límite Superior Confianza
0,0000	0,2988	0,1200	2,4896	0,0149	0,0600	0,5376
1,0000	0,0690	0,1961	0,3518	0,7259	-,3213	0,4592

TABLA IV
EFECTOS INDIRECTOS CONDICIONALES DE X SOBRE Y EN VALORES DEL MEDIADOR

Mediador	Sexo	Efecto	Error Estándar Bootstrap	Límite Inferior Confianza Bootstrap	Límite Superior Confianza Bootstrap
Emprendimiento	0,0000	0,6500	0,2188	0,2159	1,0764
Emprendimiento	1,0000	0,0537	0,1178	-0,0011	0,5078

TABLA V
 ÍNDICE DE MEDIACIÓN MODERADA: MEDIADOR

Mediador	Índice	Error Estándar (Bootstrap)	Límite Inferior Confianza Bootstrap	Límite Superior Confianza Bootstrap
Emprendimiento	-0,5962	0,2283	-1,0589	-0,1621

Notas y Advertencias del Análisis:

- Número de muestras de bootstrap para intervalos de confianza bootstrap corregidos por sesgo: 10,000
- Nivel de confianza para todos los intervalos de confianza en la salida: 95,00%

Resumen del Modelo en su Integridad

El modelo presentado demuestra una capacidad predictiva robusta, evidenciada por un coeficiente de determinación ajustado (R-squared) de 0.7771, indicativo de que un 77.71% de la variabilidad en la intención emprendedora es explicada por las variables del modelo. La motivación de logro ejerce una influencia tanto directa como mediada en la intención emprendedora, con un efecto mediador del emprendimiento. El coeficiente de la variable sexo, significativo a nivel estadístico, revela diferencias substanciales en la intención emprendedora entre géneros, con una interacción negativa entre emprendimiento y género masculino, lo cual sugiere un decremento en la contribución del emprendimiento a la intención emprendedora en este grupo.

La moderación significativa por género en la relación entre emprendimiento e intención emprendedora implica que las variables de motivación y emprendimiento no ejercen efectos uniformes a través de las categorías de género. Específicamente, la naturaleza de estos efectos sugiere que el emprendimiento es un predictor más fuerte de la intención emprendedora para el género femenino que para el masculino. Este hallazgo es de particular interés en el ámbito de estudios de género y emprendimiento, y sugiere la existencia de factores contextuales o psicosociales subyacentes que modulan estas dinámicas de manera diferencial.

Según los resultados, se recomienda que las intervenciones empresariales destinadas a fomentar la intención emprendedora se diseñen con conciencia de la diversidad de género. Para el género femenino, las estrategias que incrementen la motivación de logro podrían traducirse en una mayor intención emprendedora a través de un fortalecimiento del emprendimiento. Estas podrían incluir programas de mentoría, redes de apoyo, y formación en habilidades empresariales específicas.

Para el género masculino, donde el emprendimiento posee un efecto moderador menos pronunciado, las intervenciones podrían necesitar centrarse en factores alternativos que impulsen la intención emprendedora. Esto podría implicar la exploración de motivaciones intrínsecas y extrínsecas

específicas al género, así como el desarrollo de una cultura organizacional que valore y promueva la autonomía y la innovación.

En términos prácticos, se sugiere la implementación de políticas de inclusión que reconozcan y se adapten a las diferencias de género en la motivación y el comportamiento emprendedor. Además, se alienta a las organizaciones a llevar a cabo evaluaciones periódicas del impacto de dichas intervenciones para asegurar su alineación con los objetivos de equidad de género y empoderamiento empresarial.

En suma, la implicancia de estos hallazgos apunta hacia la necesidad de un enfoque matizado en la formación de emprendedores, uno que no solamente se centre en el desarrollo de competencias, sino que también considere las diferencias socioculturales y de género que influyen en la intención y la actividad emprendedora.

V. CONCLUSIONES

En el estudio, se analizaron las dinámicas entre la motivación de logro, el emprendimiento y la intención emprendedora, con un enfoque particular en las diferencias de género. Los hallazgos revelaron que la motivación de logro juega un papel significativo en la explicación de la variabilidad del emprendimiento, contribuyendo en un 18.05%. Además, se observó una influencia directa y positiva de la motivación de logro sobre la intención emprendedora. Sin embargo, esta relación no es homogénea entre los géneros. Se constató que el impacto del emprendimiento en la intención emprendedora es más pronunciado en el género femenino en comparación con el masculino.

Este descubrimiento implica que las estrategias orientadas a potenciar la intención emprendedora deben ser diferenciadas según el género. Para el género femenino, incrementar la motivación de logro podría resultar en una mayor eficacia, mientras que, para el género masculino, se sugiere la consideración de otros factores motivacionales. Desde una perspectiva aplicada, se recomienda que las intervenciones empresariales se diseñen teniendo en cuenta estas diferencias de género. La adopción de políticas inclusivas y la realización de evaluaciones periódicas emergen como fundamentales para fomentar la equidad de género y el empoderamiento empresarial.

Los resultados de la investigación enfatizan la necesidad de adoptar un enfoque matizado en la formación de emprendedores, que no solo se centre en el desarrollo de habilidades técnicas, sino que también considere las diferencias socioculturales y de género que influyen en la motivación y la actividad emprendedora.

VII. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos corroboran la hipótesis de que la motivación de logro tiene una influencia significativa en el emprendimiento y la intención emprendedora, en línea con las teorías establecidas que enfatizan la necesidad de alcanzar estándares de excelencia y superar obstáculos como un predictor clave del éxito empresarial [21,22]. Estos hallazgos son consistentes con estudios anteriores que identifican a la motivación de logro como un determinante fundamental del comportamiento empresarial [31]. Además, la presente investigación aporta una nueva dimensión al destacar el rol moderador del género en estas relaciones. La evidencia de que la influencia del emprendimiento en la intención emprendedora es mayor en mujeres que en hombres respalda la noción de que las experiencias y procesos emprendedores pueden variar significativamente según el género [27,28]. Este aspecto se alinea con estudios previos que sugieren diferencias de género en términos de acceso a recursos, percepción de riesgos y motivaciones emprendedoras [29].

El modelo predictivo robusto, con un coeficiente de determinación ajustado (R-cuadrado) de 0.7771, refleja una capacidad notable del modelo para explicar la intención emprendedora, similar a lo observado en investigaciones en diferentes contextos socioculturales y económicos [18,20]. La relevancia de los factores psicológicos internos y los factores externos en la promoción de la actividad emprendedora, como se sugiere en modelos teóricos como el Modelo de Comportamiento Planificado de Ajzen, también se refleja en los resultados de este estudio [25,26]. La implicancia práctica de estos hallazgos subraya la necesidad de enfoques diferenciados para fomentar la intención emprendedora en hombres y mujeres, lo que resuena con investigaciones que sugieren la efectividad de políticas de inclusión y programas de apoyo orientados a fomentar el emprendimiento femenino [28,29]. Asimismo, la necesidad de intervenciones empresariales que reconozcan y se adapten a las diferencias de género en la motivación y el comportamiento emprendedor, como se sugiere en este estudio, es coherente con la literatura que aboga por un enfoque más matizado en la formación de emprendedores [18,20].

VII. RECOMENDACIONES Y ESTRATEGIAS

Las instituciones educativas y centros de formación empresarial tienen un rol crucial en este contexto. Se recomienda la integración de cursos que aborden las diferencias de género en el emprendimiento, con un enfoque en habilidades y retos específicos que enfrentan los emprendedores de diferentes géneros. Además, es vital potenciar la motivación de logro a través de los currículos educativos, destacando cómo esta puede ser fomentada en distintos contextos de género.

En cuanto a las organizaciones empresariales y emprendedores, se sugiere la creación de programas de

mentoría y redes de apoyo, particularmente dirigidos a mujeres emprendedoras. Es igualmente importante realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de las intervenciones destinadas a promover la intención emprendedora, asegurando su alineación con los objetivos de equidad de género y empoderamiento empresarial.

Para las entidades de financiamiento y bancos, la recomendación es desarrollar productos financieros inclusivos que atiendan las necesidades específicas de emprendedores de diferentes géneros. Esto podría incluir esquemas de financiamiento más accesibles para mujeres emprendedoras, teniendo en cuenta las barreras adicionales que a menudo enfrentan.

La comunidad académica e investigadores también desempeñan un papel fundamental. Se alienta a continuar explorando la relación entre la motivación de logro, el emprendimiento y la intención emprendedora, con un énfasis en el impacto del género. Esto debe incluir estudios longitudinales y comparativos en diversos contextos culturales y económicos.

Finalmente, para organizaciones internacionales y ONGs, se sugiere la implementación de programas de empoderamiento empresarial, especialmente en regiones con acceso limitado a recursos y educación en emprendimiento. Estos programas deben enfocarse en fortalecer la motivación de logro y la capacitación empresarial, considerando las diferencias de género.

REFERENCIAS

- [1] M. Xu, C. Tao, y X. Zou, "How do technology and institutional adaptability promote sustainable economic entrepreneurship and growth?", *J Bus Res*, vol. 172, 2024, doi: 10.1016/j.jbusres.2023.114458.
- [2] C. L. Suan, A. C. M. Leng, J. M. S. Lam, y N. Kaliappen, "DOES SELF-EFFICACY AND ACHIEVEMENT MOTIVATION PREDICT ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS?", *J Sustain Sci Manag*, vol. 17, núm. 7, pp. 46–61, 2022, doi: 10.46754/jssm.2022.07.004.
- [3] M. Mustafa y L. Treanor, "Gender and Entrepreneurship in the New Era: New Perspectives on the Role of Gender and Entrepreneurial Activity", *Entrepreneurship Research Journal*, vol. 12, núm. 3, pp. 213–226, 2022, doi: 10.1515/erj-2022-0228.
- [4] H. Wiig, P. K. Schou, y B. Hansen, "Scaling the great wall: how women entrepreneurs in China overcome cultural barriers through digital affordances", *Entrepreneurship and Regional Development*, 2023, doi: 10.1080/08985626.2023.2261393.
- [5] J. L. R. Robledo, M. V. Arán, V. Martin-Sanchez, y M. A. R. Molina, "The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective", *Intangible Capital*, vol. 11, núm. 1, pp. 92–117, 2015, doi: 10.3926/ic.557.
- [6] E. Galy y M. Han, *Women in Management: Changing Organizational Cultures in Peru, Mexico and USA: An Abstract*. 2020. doi: 10.1007/978-3-030-42545-6_196.
- [7] F. L. Cooke y M. Xiao, "Women entrepreneurship in China: where are we now and where are we heading", *Human Resource Development International*, vol. 24, núm. 1, pp. 104–121, 2021, doi: 10.1080/13678868.2020.1842983.
- [8] F. Welter, "The environment for female entrepreneurship in Germany", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 11, núm. 2, pp. 212–221, 2004, doi: 10.1108/14626000410537155.

- [9] L.-P. Dana, M. Chhabra, y M. Agarwal, “A two-decade history of women’s entrepreneurship research trajectories in developing economies context: perspectives from India”, *Journal of Management History*, vol. 30, núm. 1, pp. 6–28, 2024, doi: 10.1108/JMH-11-2022-0064.
- [10] V. Bobek, A. Schachl, y T. Horvat, “The impact of women’s economic empowerment on the rise of female entrepreneurship and human capital in South Africa”, *International Journal of Diplomacy and Economy*, vol. 9, núm. 1, pp. 23–56, 2023, doi: 10.1504/IJDIPE.2022.10051340.
- [11] M. Puch, “La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19”, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2023. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12672/20622>
- [12] E. Aranibar, D. Huachani, y M. Zúñiga, “Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo”, *FIDES ET RATIO*, vol. 23, núm. 23, mar. 2022, doi: 10.55739/fer.v23i23.115.
- [13] L. Kogan, R. Fuchs, y P. Lay, *No... pero sí: discriminación en empresas de Lima Metropolitana*. Universidad del Pacífico, 2013. doi: 10.21678/978-9972-57-249-4.
- [14] A. Vera, “Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según tipos de origen y valor”, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15504>
- [15] C. Castañeda, G. Jayme, y L. Wakabayashi, “Factores del emprendimiento y su influencia en la creación de valor social”, Universidad ESAN, 2021.
- [16] H. Kong y S. Choo, “Gender Differences in the Relationship Between Achievement Motivation and Entrepreneurial Intention: A Conditional Process Model of Entrepreneurship and Gender”, *Sage Open*, vol. 12, núm. 2, 2022, doi: 10.1177/21582440221097897.
- [17] I. Ratnamiasih, B. D. A. Nusantara, y Z. M. Dewi, “Personality Traits and Entrepreneurship Education as Determinants of Entrepreneurial Intentions”, *Review of Integrative Business and Economics Research*, vol. 13, núm. 1, pp. 295–314, 2024.
- [18] E. E. Alcívar, J. C. Casas-Rosal, J. A. J. del-Río, y N. Ceular-Villamandos, “Influence of Training and Personality Traits on Entrepreneurial Intention and Behaviour”, *TEM Journal*, vol. 12, núm. 1, pp. 253–264, 2023, doi: 10.18421/TEM121-32.
- [19] S. Bux y J. van Vuuren, “The effect of entrepreneurship education programmes on the development of self-efficacy, entrepreneurial intention and predictions for entrepreneurial activity”, *Acta Commercii*, vol. 19, núm. 2, 2019, doi: 10.4102/ac.v19i2.615.
- [20] K. H. Looi, “Contextual Motivations for Undergraduates’ Entrepreneurial Intentions in Emerging Asian Economies”, *Journal of Entrepreneurship*, vol. 29, núm. 1, pp. 53–87, 2020, doi: 10.1177/0971355719893500.
- [21] S. Quiroz, “Motivación laboral. Una revisión conceptual desde la mirada de sus principales referentes teóricos”, Universidad Señor de Sipán, 2019. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5732>
- [22] E. Chuquipalla, W. Laiqui, y W. Portilla, “Relación entre el modelo virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la Institución Educativa 40052 El Eeruaño del Milenio Almirante Miguel Grau. Arequipa, 2021”, Universidad Católica de Santa María, 2023. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/12446>
- [23] G. Zevallos y R. Chinchayán, “ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE SOSTENIBILIDAD EN UN EMPRENDIMIENTO SOCIAL: ESTUDIO DE CASO LABORATORIA PERÚ – SEDE LIMA”, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2018. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/12214>
- [24] I. Liz, “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, 2018. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10757/625076>
- [25] I. Ajzen, “The theory of planned behavior”, *Organ Behav Hum Decis Process*, vol. 50, núm. 2, pp. 179–211, dic. 1991, doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- [26] A. K. Sampene, C. Li, A. Khan, F. O. Agyeman, y R. K. Opoku, “Yes! I want to be an entrepreneur: A study on university students’ entrepreneurship intentions through the theory of planned behavior”, *Current Psychology*, vol. 42, núm. 25, pp. 21578–21596, 2023, doi: 10.1007/s12144-022-03161-4.
- [27] X. Morales-Urrutia, D. Morales-Urrutia, y L. E. Simbaña-Taípe, “Entrepreneurial intention and gender: an analysis of environmental factors”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 47, núm. 1, pp. 42–58, 2022, doi: 10.1504/ijesb.2022.126349.
- [28] A. Sarmah, B. Saikia, y D. Tripathi, “Does Entrepreneur Gender Matter for Entrepreneurial Motivation: Answers from Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Assam”, *J Int Womens Stud*, vol. 23, núm. 5, pp. 20–40, 2022.
- [29] R. C. Off, K. Reuther, y G. H. Baltes, “Entrepreneurial Motivation: An Exploratory Study of Gender and Venture Types”, en *2022 IEEE 28th International Conference on Engineering, Technology and Innovation, ICE/ITMC 2022 and 31st International Association for Management of Technology, IAMOT 2022 Joint Conference - Proceedings*, 2022. doi: 10.1109/ICE/ITMC-IAMOT55089.2022.10033201.
- [30] R. Quispe, “Perfil emprendedor de un grupo de alumnos del último año de una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el año 2017”, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13977>
- [31] R. A. Willett y H. J. Eysenck, “An experimental study of human motivation”, *Life Sci*, vol. 1, núm. 4, pp. 119–127, 1962, doi: 10.1016/0024-3205(62)90040-1.