

# Key factors in the entrepreneurship attitudes of university students: A comparative study

Fatima del Socorro Torres-Caceres, Dra.<sup>1</sup>, Grecia Hillary Todco-Torres, Mg.<sup>1</sup>, Maritza Emperatriz Guzmán-Meza, Dra.<sup>1</sup>, Lucila Milagros Rubio-Campos, Dra.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad César Vallejo, Perú <sup>2</sup>Universidad Privada del Norte, Perú

fatimatorres0106@gmail.com, greciahillary@gmail.com, mguzmeza16@ucvvirtual.edu.pe, lucila.rubio@upn.edu.pe

*Abstract- The general objective of the study was to compare the factors that, from the perception of students from different faculties, predominate in their entrepreneurial attitudes. This work contributes to Sustainable Development Goal eight, promoting decent work and economic growth through entrepreneurship, in line with Agenda 2030. The approach was quantitative, applied type, and descriptive-comparative design. The non-probabilistic sample consisted of 1,000 students: Industrial Engineering (409), Management (327) and International Business (264). A validated instrument was used to assess five determinants: entrepreneurial propensity, perceived ineffectiveness, risk aversion, risk propensity and propensity to change. The results show that Industrial Engineering students stood*

*out with the highest level of entrepreneurial attitudes (56.5%), followed by Management (52%) and International Business (50.8%). The Kruskal-Wallis analysis ( $p=0.000<0.05$ ) confirmed significant differences between faculties. These findings underline the importance of developing entrepreneurial competencies differentiated according to professional profile, contributing to the design of educational strategies that enhance leadership and self-employment in young university students.*

*Keywords—Entrepreneurial attitudes, university students, teaching work.*

# Factores clave en las actitudes de emprendimiento de estudiantes universitarios: Un estudio comparativo

Fatima del Socorro Torres-Caceres, Dra.<sup>1</sup>, Grecia Hillary Todco-Torres, Mg.<sup>1</sup>, Maritza Emperatriz Guzmán-Meza, Dra.<sup>1</sup>, Lucila Milagros Rubio-Campos, Dra.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad César Vallejo, Perú <sup>2</sup>Universidad Privada del Norte, Perú

fatimatorres0106@gmail.com, greciahillary@gmail.com, mguzmeza16@ucvvirtual.edu.pe, lucila.rubio@upn.edu.pe

**Resumen**– El objetivo general del estudio fue comparar los factores que, desde la percepción de los estudiantes de diferentes facultades, predominan en sus actitudes de emprendimiento. Este trabajo contribuye al Objetivo de Desarrollo Sostenible ocho, promoviendo el trabajo decente y el crecimiento económico a través del emprendimiento, en línea con la Agenda 2030. El enfoque fue cuantitativo, tipo aplicado, y diseño descriptivo-comparativo. La muestra no probabilística estuvo compuesta por 1,000 estudiantes: Ingeniería Industrial (409), Administración (327) y Negocios Internacionales (264). Se utilizó un instrumento validado que evaluó cinco factores determinantes: tendencia a actividades emprendedoras, percepción de ineﬁcacia, aversión al riesgo, propensión al riesgo y tendencia al cambio. Los resultados muestran que los estudiantes de Ingeniería Industrial destacaron con el mayor nivel de actitudes emprendedoras (56.5%), seguidos por Administración (52%) y Negocios Internacionales (50.8%). El análisis mediante Kruskal-Wallis ( $p=0.000<0,05$ ) confirmó diferencias signiﬁcativas entre las facultades. Estos hallazgos subrayan la importancia de desarrollar competencias emprendedoras diferenciadas según el perfil profesional, contribuyendo al diseño de estrategias educativas que potencien el liderazgo y el autoempleo en los jóvenes universitarios.

**Palabras clave** – Actitudes de emprendimiento, estudiantes universitarios, trabajo docente.

## I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se erige como un motor esencial para fomentar el desarrollo económico y social en los países contemporáneos. En línea con el Objetivo ocho de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, esta actividad no solo contribuye a la generación de empleo digno, sino que también impulsa el crecimiento sostenible al satisfacer necesidades específicas de las comunidades [1]. Más allá de la simple creación de negocios, el emprendimiento transforma los modelos económicos tradicionales, adaptándolos a los cambios del mercado, lo que genera valor agregado y fortalece el desarrollo de las naciones [2].

En este marco, el emprendimiento se presenta como una propuesta que combina la capacidad de identificar oportunidades de negocio con la determinación para superar obstáculos empresariales. Esta actividad no solo permite innovar, sino también aprovechar las dinámicas del mercado para consolidar ingresos sostenibles y generar un impacto positivo en la sociedad [3]. Las actitudes emprendedoras, entendidas como predisposiciones para identificar y materializar oportunidades, son, por tanto, un elemento clave para dinamizar las economías, otorgándoles relevancia tanto en el ámbito individual como colectivo [4].

A nivel global, el emprendimiento se convirtió en una estrategia de autoempleo para muchas familias que, debido al aislamiento

social impuesto por la emergencia sanitaria de la COVID-19, enfrentaron la pérdida de empleo y el cierre de empresas. Esta crisis económica generó graves repercusiones en los presupuestos familiares, afectando necesidades fundamentales como la alimentación y la educación, lo que llevó a numerosos estudiantes universitarios a abandonar sus estudios [5]. La pandemia, además, aceleró la transición de modelos empresariales tradicionales hacia iniciativas de emprendimiento, impulsando a las personas a buscar nuevas formas de generar ingresos [6]. En España, por ejemplo, los desempleados adquirieron competencias para reinventarse, organizándose de manera colaborativa y social frente a los retos económicos derivados de la crisis [7]. En consecuencia, el emprendimiento no solo facilitó la creación de autoempleo, sino que también se posicionó como un apoyo esencial para el sustento de las familias afectadas.

Entre 2023 y 2024, el emprendimiento en Hispanoamérica experimentó un crecimiento signiﬁcativo en diversos sectores, destacándose un aumento del 34% en el turismo y del 55% en el comercio electrónico. Este avance incluyó la integración de tecnologías de inteligencia artiﬁcial en software para pagos electrónicos, así como un auge del entretenimiento digital a través de plataformas como WhatsApp, Instagram, YouTube y TikTok [8]. Además, según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), por cada diez hombres que emprenden, existen seis mujeres que también lo hacen. Aunque el liderazgo emprendedor es más prominente en hombres debido a su mayor disposición al riesgo, las mujeres han incrementado su contribución al crecimiento económico a través del autoempleo [9]. Este contexto ha llevado a las universidades a ofrecer cursos y eventos enfocados en desarrollar competencias emprendedoras, como el liderazgo, para motivar a los estudiantes a emprender. Como resultado, el 79.9% de los estudiantes con experiencia en emprendimiento manifestaron su intención de continuar con esta actividad después de concluir sus estudios universitarios [10]. Estas cifras subrayan la importancia de cerrar la brecha de género en el emprendimiento, promoviendo la igualdad de oportunidades en este ámbito.

En el Perú, durante 2023 se registró la creación de 75,712 nuevas empresas, lo que representó un incremento del 15.2% respecto al año anterior, consolidando al país como el tercero en emprendimiento en la región, con 102 emprendedores formales que generaron cerca de 340,000 empleos directos [11]. Este dinamismo emprendedor ha sido crucial para impulsar el crecimiento económico tras un periodo marcado por inestabilidad política y social [12]. En el primer trimestre de

2024, la Población Económicamente Activa (PEA) mostró un aumento del 0.8%, distribuyéndose en un 55.9% de hombres y un 44.1% de mujeres, mientras que la tasa de desempleo se ubicó en un 6.4% [13]. Aproximadamente, el 54% de los peruanos iniciaron negocios orientados a la venta de productos tanto en línea como físicamente, además de servicios personalizados; un 36% consideró emprender, y cerca del 29% manifestó intenciones de hacerlo en el futuro [14].

La tendencia anterior fue particularmente marcada entre desempleados de alrededor de 50 años, quienes encontraron en el emprendimiento una alternativa económica, y en más del 20% de los emprendedores, quienes optaron por estrategias digitales para adaptarse a las nuevas demandas de consumo remoto [15]. Este contexto no solo ha transformado los hábitos económicos, sino también los sociales y culturales, consolidando al emprendimiento como un eje central en la adaptación a los cambios estructurales recientes.

En el entorno universitario, la formación integral de los estudiantes busca prepararlos para su inserción en el mercado laboral, capacitándolos como agentes activos en el progreso económico y social del país. Las universidades tienen como objetivo primordial formar profesionales competentes y socialmente responsables, alineados con las necesidades de las comunidades [16]. En este marco, un número considerable de estudiantes ha recurrido al emprendimiento como estrategia para contribuir a la economía familiar y financiar sus estudios, aprovechando tanto las plataformas digitales como los espacios físicos para comercializar bienes y servicios [17]. Durante la pandemia de COVID-19, el 23% de jóvenes peruanos entre 18 y 24 años iniciaron un emprendimiento motivado por necesidad, destacándose una mayor participación femenina (68%) en comparación con los hombres (32%) [18]. En el contexto de universidades privadas, muchos estudiantes optaron por unir en equipos recursos y habilidades para emprender, aunque generalmente pocos asumieron el liderazgo, reflejando las actitudes emprendedoras necesarias para afrontar los retos y riesgos inherentes al proceso [19]. Ante la escasez de información académica sobre las actitudes emprendedoras en el ámbito universitario, resulta fundamental realizar un diagnóstico que permita comprender estas dinámicas y cómo las circunstancias, como la pandemia, incentivaron a los estudiantes a emprender para apoyar la economía personal y familiar.

El interés por estudiar las actitudes emprendedoras ha llevado a numerosos autores a explorar sus determinantes en diferentes contextos. Es así que, entre los antecedentes, se destacan la de Silva-Peralta et al. quienes analizaron los factores personales que influyen en el emprendimiento social en una muestra de 136 universitarios, compuesta mayoritariamente por mujeres (108) y con edades entre 22 y 67 años. Los resultados destacaron que las creencias positivas sobre la transformación individual y social, junto con competencias como la adaptabilidad, la empatía y la comunicación asertiva, son clave para fomentar el emprendimiento [20]. En Chile, Valenzuela-Keller et al.

evaluaron las actitudes emprendedoras en 322 estudiantes de administración, ingeniería y economía, utilizando un modelo centrado en las actitudes hacia el emprendimiento. Sus hallazgos indicaron que, aunque la necesidad de logro alcanzó una percepción alta (84.59%), el riesgo y la innovación fueron percibidos como desafíos (65.06%), lo que refuerza la importancia de incluir el desarrollo de habilidades emprendedoras en los currículos universitarios [21]. Asimismo, Benítez y Riveros encontraron que el 77.32% de los universitarios de su muestra evidenciaron liderazgo y una intención positiva hacia la independencia económica; no obstante, el 3.13% mostró dificultades relacionadas con el miedo al fracaso y la falta de acceso a recursos financieros, destacando la necesidad de fortalecer competencias como la gestión de riesgos y la tolerancia a la incertidumbre [22].

Por otro lado, Oliver et al. compararon las actitudes emprendedoras entre 257 universitarios españoles y 296 estadounidenses, hallando correlaciones positivas entre la toma de riesgos y la conciencia en los estudiantes españoles, mientras que en los estadounidenses el neuroticismo mostró una correlación negativa con el riesgo. Este estudio resaltó la influencia del contexto cultural en el emprendimiento [23]. En Madrid, Lin analizó la intención emprendedora en estudiantes chinos, observando que el 63% expresaron interés en emprender, de los cuales el 38.5% deseaba regresar a su país para crear sus empresas. Estos hallazgos sugieren que factores como la viabilidad y el dominio del proceso emprendedor son determinantes en su desarrollo [24]. Por último, Paniagua-Rojano y Vera-Hernández examinaron el emprendimiento en estudiantes de periodismo, destacando el dominio de la tecnología como fortaleza, mientras que identificaron modelos de negocio deficientes como una debilidad, concluyendo que es esencial una formación que contemple esquemas sostenibles adaptados al entorno digital [25].

El objetivo general de este estudio fue comparar los factores que, desde la percepción de los estudiantes de diferentes facultades, predominan en sus actitudes de emprendimiento. A partir de este objetivo, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores que, según la percepción de los estudiantes de diferentes facultades, predominan en sus actitudes de emprendimiento?

La investigación sobre las actitudes emprendedoras en estudiantes universitarios resulta de vital importancia porque aborda una problemática clave en el desarrollo económico y social: la necesidad de formar jóvenes capaces de liderar proyectos innovadores que contribuyan al crecimiento sostenible de sus comunidades. Este estudio no solo busca identificar brechas en las actitudes hacia el emprendimiento, sino también ofrecer información relevante para orientar el fortalecimiento de las políticas educativas y económicas que impactan en la formación de capital humano [26]. Además, este análisis responde a la necesidad de alinear las políticas educativas con los objetivos del Proyecto Educativo Nacional al 2036, garantizando que los estudiantes universitarios estén mejor preparados para enfrentar los desafíos del mercado

laboral y aprovechar las oportunidades emergentes en sectores dinámicos [16].

Desde una perspectiva teórica, este estudio llena vacíos en la literatura existente al analizar las diferencias en las actitudes emprendedoras entre facultades específicas como Ingeniería Industrial, Administración y Negocios Internacionales. Si bien investigaciones previas han explorado factores generales que influyen en el desarrollo del emprendimiento [15], aún es limitada la evidencia sobre cómo los enfoques curriculares de disciplinas particulares moldean dimensiones clave como la propensión al riesgo, la percepción de ineficacia y la tendencia al cambio.

Además, la incorporación de modelos teóricos como la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen y la literatura emergente sobre competencias emprendedoras en contextos latinoamericanos, aporta una base sólida para avanzar en el entendimiento de cómo las instituciones educativas pueden promover una mentalidad emprendedora. Este enfoque permite generar un marco conceptual robusto que sirva como referencia para futuras investigaciones en el ámbito universitario [27].

En el plano práctico, esta investigación es necesaria porque ofrece información empírica que puede guiar el diseño de estrategias educativas enfocadas en potenciar las competencias emprendedoras de los estudiantes. En un contexto en el que las universidades enfrentan el reto de preparar a profesionales para un mercado laboral dinámico y competitivo, resulta crucial integrar en los planes de estudio metodologías que fomenten el liderazgo, la creatividad, y la resiliencia frente a los desafíos empresariales [16].

En el ámbito social, esta investigación contribuye al fortalecimiento del ecosistema emprendedor. Al analizar las actitudes empresariales de los estudiantes, se busca identificar oportunidades para mejorar la formación de futuros emprendedores capaces de generar empleo y reducir la informalidad, que afecta al 70% de las nuevas empresas en el país, según el INEI [13].

## II. MARCO TEÓRICO

Según Enrique et al., las actitudes emprendedoras son un conjunto de predisposiciones psicológicas y comportamentales que influyen en la capacidad de los individuos para identificar oportunidades, tomar decisiones y llevar a cabo actividades relacionadas con el emprendimiento. Estas actitudes comprenden componentes cognitivos, afectivos y conductuales que interactúan para formar un marco integral que motiva las acciones innovadoras [28]. En este sentido, las actitudes no solo condicionan las intenciones de emprender, sino que también determinan la persistencia y el desempeño frente a los desafíos del entorno empresarial.

En el contexto universitario, estas actitudes son particularmente importantes, ya que representan un indicador clave del potencial de los estudiantes para desarrollar negocios innovadores y sostenibles. Listyaningsih et al. señalan que las creencias de autoeficacia, la disposición al cambio y la tolerancia al riesgo son factores críticos para fomentar el

emprendimiento, especialmente en jóvenes que enfrentan contextos de incertidumbre y competencia global [26].

La tendencia a las actividades emprendedoras se refiere a la inclinación de los individuos para involucrarse en acciones que promuevan la creación y gestión de empresas. Esta dimensión incluye comportamientos como la identificación de oportunidades de negocio, la búsqueda de recursos y la capacidad de ejecutar proyectos innovadores. Esta tendencia es el motor de la innovación, ya que permite la generación de nuevas combinaciones de recursos que transforman sectores económicos enteros [29]. Los individuos con una alta tendencia a las actividades emprendedoras tienden a estar motivados por el deseo de independencia, el logro personal y la resolución de problemas complejos.

En el ámbito universitario, la tendencia a las actividades emprendedoras está influenciada por factores como la exposición a programas académicos enfocados en el emprendimiento y la participación en ecosistemas de innovación. Por ejemplo, los estudiantes que reciben formación práctica y acceso a redes de mentores tienen más probabilidades de desarrollar esta tendencia, al percibir el emprendimiento como una vía viable para alcanzar sus metas personales y profesionales. Esta dimensión es crucial para identificar estudiantes con alto potencial emprendedor y guiarlos en la construcción de proyectos sostenibles [30].

La percepción de ineficacia es una dimensión que refleja la falta de confianza de los individuos en su capacidad para emprender y gestionar un negocio con éxito. Bandura define este concepto como una percepción limitada de autoeficacia, que actúa como una barrera psicológica para la acción [29]. Las personas con una alta percepción de ineficacia suelen evitar involucrarse en actividades que consideren fuera de su zona de confort, lo que limita significativamente su desarrollo emprendedor.

En el contexto académico, esta percepción puede estar influenciada por la falta de formación específica, la ausencia de experiencias prácticas y un entorno educativo que no fomente la creatividad y la innovación. Por lo tanto, es fundamental que las universidades implementen programas que fortalezcan la confianza de los estudiantes en sus habilidades emprendedoras, como talleres de desarrollo personal, mentorías y simulaciones empresariales. Reducir esta percepción es clave para potenciar las intenciones y acciones emprendedoras en los estudiantes [31].

La aversión al riesgo es la tendencia de los individuos a evitar decisiones que impliquen altos niveles de incertidumbre o posibles pérdidas. Esta dimensión está influenciada por factores psicológicos y contextuales que determinan la tolerancia de las personas frente a escenarios inciertos [29]. Las personas con una alta aversión al riesgo suelen priorizar la estabilidad y la seguridad, lo que limita su disposición a explorar oportunidades innovadoras.

En el contexto del emprendimiento, la aversión al riesgo puede ser un factor limitante, especialmente para los estudiantes universitarios que enfrentan desafíos financieros y

profesionales. Sin embargo, esta dimensión puede gestionarse mediante la exposición a entornos controlados que permitan a los estudiantes experimentar con proyectos innovadores sin temor a consecuencias negativas significativas. Además, la incorporación de metodologías que promuevan la toma de decisiones informadas y la planificación estratégica puede ayudar a reducir la aversión al riesgo [31].

La propensión al riesgo, en contraposición a la aversión, describe la disposición de los individuos a asumir decisiones estratégicas en condiciones de incertidumbre. Esta dimensión es fundamental en el emprendimiento, ya que implica la capacidad de invertir recursos, tiempo y esfuerzo en proyectos que no garantizan un éxito inmediato. Según Rauch y Frese, los emprendedores con alta propensión al riesgo son más innovadores y tienen mayores probabilidades de éxito en mercados competitivos [29].

La propensión al riesgo puede fomentarse en las universidades mediante programas académicos que expongan a los estudiantes a situaciones reales de emprendimiento, como la creación de startups o la participación en incubadoras empresariales. Estas experiencias permiten a los estudiantes desarrollar habilidades prácticas y superar el miedo al fracaso, fortaleciendo su capacidad para tomar decisiones estratégicas en entornos inciertos [30].

La tendencia al cambio se refiere a la disposición de los individuos para adaptarse a nuevas ideas, tecnologías y dinámicas de mercado. Esta dimensión es crítica en el emprendimiento, ya que la capacidad de responder a los cambios del entorno es clave para la sostenibilidad de los negocios. Los emprendedores con alta tendencia al cambio son más resilientes y tienen una mayor capacidad para identificar y aprovechar oportunidades en mercados dinámicos [29].

En el ámbito académico, la tendencia al cambio puede fortalecerse mediante la exposición a tecnologías emergentes, el aprendizaje basado en proyectos y la interacción con entornos multiculturales. Estas experiencias no solo aumentan la adaptabilidad de los estudiantes, sino que también fomentan una mentalidad proactiva y orientada a la innovación, lo que es esencial para el éxito en el mundo empresarial [31].

El presente trabajo se fundamenta en marcos teóricos reconocidos que explican y sostienen la dinámica de las actitudes emprendedoras y sus dimensiones. Estos enfoques proporcionan una base sólida para analizar cómo los factores individuales y contextuales influyen en la disposición de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento. A continuación, se detallan los principales modelos y teorías que sustentan esta investigación.

Por un lado, la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), desarrollada por Ajzen, es ampliamente reconocida en estudios de emprendimiento por su capacidad para explicar la relación entre las disposiciones psicológicas y el comportamiento. Este modelo establece que las intenciones de comportamiento están determinadas por tres componentes clave: las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido [27]. La TPB

proporciona un marco robusto para analizar cómo estas variables psicológicas interactúan con factores educativos y sociales, influyendo en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios [32].

Por otro lado, este estudio se enmarca dentro de la teoría de los rasgos de personalidad, la cual postula que características individuales como la proactividad, la resiliencia y la tolerancia al riesgo son factores determinantes en el comportamiento emprendedor. En este contexto, se resalta que la necesidad de logro es un rasgo esencial en los emprendedores exitosos, ya que los impulsa a establecer metas ambiciosas y a persistir frente a los obstáculos. Además, esta teoría subraya que la combinación de estos rasgos permite a los emprendedores adaptarse a entornos cambiantes y tomar decisiones estratégicas, incluso en situaciones de incertidumbre, lo que refuerza su capacidad para alcanzar el éxito. [33].

Estas bases teóricas sustentan el análisis de las actitudes emprendedoras y sus dimensiones en estudiantes universitarios, proporcionando un marco integral para comprender las interacciones entre factores individuales, educativos y contextuales. La combinación de la TPB y la teoría de los rasgos de personalidad permite abordar el fenómeno del emprendimiento desde múltiples perspectivas. Estas teorías no solo justifican la relevancia del estudio, sino que también orientan la interpretación de los resultados y el diseño de estrategias educativas para fortalecer las competencias emprendedoras en los estudiantes.

### III. METODOLOGÍA

El presente estudio es de enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, y con un diseño no experimental descriptivo-comparativo. Este diseño es idóneo para identificar y analizar las diferencias en las actitudes emprendedoras según las carreras profesionales de los estudiantes universitarios, proporcionando información relevante para la comprensión de estas variaciones [34]. Se utilizó un enfoque transversal, dado que los datos fueron recolectados en un único momento temporal, lo que permitió realizar una descripción precisa y comparativa de las actitudes emprendedoras en la población objetivo [35].

La población del estudio estuvo constituida por estudiantes universitarios de una institución privada en Lima, pertenecientes a las facultades de Ingeniería Industrial, Administración y Negocios Internacionales. La población total incluyó a 1,200 estudiantes matriculados en el semestre académico 2024-I en dichas facultades. Los criterios de inclusión fueron: estar matriculado en alguna de las tres carreras seleccionadas y ser pertenecientes a los primeros ciclos de estudios. Como criterio de exclusión, se descartaron los estudiantes que no completaron el instrumento en su totalidad y que no pertenecían a las carreras mencionadas. Posteriormente de la aplicación del instrumento mediante el Google forms se obtuvo una muestra no probabilística por conveniencia de 1000 estudiantes correspondiendo a 327 de Administración, 409 de Ingeniería industrial y 264 de Negocios Internacionales.

La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario validado y diseñado para medir las actitudes emprendedoras y sus dimensiones: tendencia a las actividades emprendedoras, percepción de ineficacia, aversión al riesgo, propensión al riesgo y tendencia al cambio [29]. El cuestionario incluyó un total de 30 ítems, distribuidos en cinco dimensiones, evaluados mediante una escala tipo Likert de cinco puntos (1: totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo). La confiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo un valor general de 0.861, lo que indica una alta consistencia interna.

Asimismo, la recolección de datos se realizó de manera virtual durante el periodo académico 2024-I. Previo a la aplicación del cuestionario, se explicó a los participantes los objetivos del estudio y se garantizó la confidencialidad de la información, cumpliendo con los principios éticos. Asimismo, cada participante otorgó su consentimiento informado antes de responder el cuestionario. Posteriormente, los cuestionarios fueron revisados cuidadosamente para verificar la integridad de las respuestas y evitar omisiones. Finalmente, los datos recopilados fueron codificados y procesados utilizando el software estadístico SPSS versión 25.

#### IV. RESULTADOS

El análisis general de los resultados presentados en la Tabla 1 presenta diferencias notables en los niveles de actitudes de emprendimiento entre las tres carreras profesionales analizadas. Los estudiantes de Ingeniería Industrial alcanzaron el nivel más alto, con un 56.5% en nivel alto, seguido de un 39.9% en nivel moderado, y solo un 3.7% en nivel bajo. En esta facultad, los valores más altos se observaron en los factores determinantes como la Tendencia a las Actividades Emprendedoras (80.7%), la Tendencia al Cambio (78%), y la Propensión al Riesgo (76%) lo que refleja una predisposición significativa hacia la innovación, el liderazgo y la adaptabilidad.

Por otro lado, los estudiantes de Administración mostraron un predominio en el nivel moderado (52%), destacándose en el factor Tendencia a las Actividades Emprendedoras (63.9%) y con desempeños moderados en los factores de Propensión al Riesgo y Tendencia al Cambio. Sin embargo, en los factores Percepción de Ineficacia y Aversión al Riesgo, estos estudiantes mostraron limitaciones importantes. Finalmente, los estudiantes de Negocios Internacionales presentaron los valores más bajos en los cinco factores evaluados, con un 50.8% en el nivel bajo de actitudes emprendedoras. Particularmente, los factores de Percepción de Ineficacia (73.9%) y Aversión al Riesgo (72%) evidenciaron las mayores debilidades en esta facultad, lo que refleja una menor disposición hacia el emprendimiento y la confianza en sus capacidades.

TABLA I

NIVELES COMPARATIVOS EN LAS ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO Y EN EL FACTOR DETERMINANTE PARA EL EMPRENDIMIENTO

Carrera profesional	Nivel	Actitudes de emprendimiento		Factor 1: Tendencia a las actividades emprendedoras		Factor 2: Percepción de ineficacia		Factor 3: Aversión al riesgo		Factor 4: Propensión al riesgo		Factor 5: Tendencia al cambio	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
		Administración	Alto	115	35.2%	209	63.9%	40	12.2%	34	10.4%	207	63.3%
	Mod.	170	52.0%	74	22.6%	109	33.3%	108	33.0%	71	21.7%	80	24.5%
	Bajo	42	12.8%	44	13.5%	178	54.4%	185	56.6%	49	15.0%	43	13.1%
	Total	327	100.0	327	100.0	327	100.0	327	100.0	327	100.0	327	100.0
Ingeniería industrial	Alto	231	56.5%	330	80.7%	107	26.2%	107	26.2%	311	76.0%	319	78.0%
	Mod.	163	39.9%	63	15.4%	139	34.0%	146	35.7%	71	17.4%	73	17.8%
	Bajo	15	3.7%	16	3.9%	163	39.9%	156	38.1%	27	6.6%	17	4.2%
	Total	409	100.0	409	100.0	409	100.0	409	100.0	409	100.0	409	100.0
Negocios internacionales	Alto	46	17.4%	85	32.2%	18	6.8%	17	6.4%	89	33.7%	76	28.8%
	Mod.	84	31.8%	39	14.8%	51	19.3%	57	21.6%	35	13.3%	49	18.6%
	Bajo	134	50.8%	140	53.0%	195	73.9%	190	72.0%	140	53.0%	139	52.7%
	Total	264	100.0	264	100.0	264	100.0	264	100.0	264	100.0	264	100.0

La Tabla 2 muestra una distribución significativa de los niveles de actitudes emprendedoras en función del rango de edad y género de los estudiantes analizados. Entre los rangos de edad, el grupo más representativo es el de 20 a 25 años, con un 40.8% en nivel moderado y un 39.7% en nivel alto, reflejando una fuerte inclinación hacia el emprendimiento en las etapas formativas iniciales. El segundo grupo significativo corresponde al rango de 31 a 35 años, con un 44.6% en nivel moderado y un 38.8% en nivel alto, lo que evidencia una consolidación progresiva de habilidades emprendedoras en una etapa más avanzada. Por otro lado, los estudiantes entre 26 y 30 años muestran un desempeño equilibrado, con un 44.8% en nivel moderado y un 35.3% en nivel alto, lo que refleja una tendencia positiva hacia el desarrollo emprendedor.

En cuanto al género, se observa que las mujeres predominan en niveles altos de actitudes emprendedoras, con un 41.2%, superando a los hombres, quienes alcanzan un 35.5% en este nivel. En el nivel moderado, los hombres tienen una ligera ventaja, con un 42.9%, frente al 41.0% de las mujeres. Los resultados sugieren que tanto hombres como mujeres poseen un interés significativo en el emprendimiento, aunque las mujeres destacan más en la tendencia hacia actividades emprendedoras y en la propensión al cambio. Sin embargo, en niveles bajos, los hombres tienen un porcentaje más elevado (21.6%) en comparación con las mujeres (17.7%), lo que podría indicar barreras específicas para este grupo en el desarrollo de actitudes emprendedoras.

TABLA II  
NIVELES COMPARATIVOS EN LAS ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO POR RANGO DE EDAD Y POR GÉNERO

Nivel	Rango de edad						Género					
	20-25 años		26-30 años		31-35 años		36-40 años		Hombre		Mujer	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Alto	293	39.7%	41	35.3%	54	38.8	4	57.1	125	35.5%	267	41.2%
Moderado	301	40.8%	52	44.8%	62	44.6	2	28.6	151	42.9%	266	41.0%
Bajo	144	19.5%	23	19.8%	23	16.5	1	14.3	76	21.6%	115	17.7%
Total	738	100.0	116	100.0	139	100.0	7	100.0	352	100.0	648	100.0

La Tabla 3 muestra las diferencias significativas en las actitudes de emprendimiento y en cada uno de los factores determinantes entre las tres carreras profesionales evaluadas. Se aplicó la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis debido a la ausencia de distribución normal de los datos ( $p=0.000$ ). Los resultados evidenciaron diferencias estadísticamente significativas ( $p < 0.05$ ) en todas las dimensiones analizadas.

En cuanto a las actitudes de emprendimiento, los estudiantes de Ingeniería Industrial obtuvieron el rango promedio más alto (617.31), seguidos por los de Administración (503.21) y Negocios Internacionales (316.18). Este patrón se repite en el factor Tendencia a las Actividades Emprendedoras, donde Ingeniería Industrial lidera con un rango promedio de 603.88, mientras que Administración y Negocios Internacionales presentan rangos menores de 518.86 y 317.59, respectivamente.

Para el factor Percepción de Ineficacia, los rangos promedio también muestran diferencias significativas. Ingeniería Industrial mantiene un desempeño superior (580.31), mientras que Negocios Internacionales registra el rango más bajo (393.44), lo que refleja limitaciones importantes en la confianza y autoeficacia de los estudiantes de esta facultad. De manera similar, en el factor Aversión al Riesgo, Ingeniería Industrial alcanza un rango promedio de 587.77, evidenciando una mayor disposición a asumir riesgos, en comparación con Administración (473.20) y Negocios Internacionales (399.11).

En los factores Propensión al Riesgo y Tendencia al Cambio, los resultados confirman la superioridad de Ingeniería Industrial, con rangos promedio de 590.10 y 604.54, respectivamente. Estas dimensiones reflejan la capacidad de los estudiantes para tomar decisiones estratégicas en contextos de incertidumbre y adaptarse a entornos cambiantes, características esenciales para un perfil emprendedor sólido.

**TABLA III**  
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS DE LAS ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO Y SUS DIMENSIONES

Prueba	Carreras	Rangos promedio	Significancia (p-valor)	N
Diferencias entre actitudes de emprendimiento	Administración	503,21	0,000	327
	I. industrial	617,31		409
	N. Internac.	316,18		264
	Kruskal Wallis = 202,785			
Diferencia entre la tendencia a las actividades emprendedoras	Administración	518,86	0,000	327
	I. industrial	603,88		409
	N. Internac.	317,59		264
	Kruskal Wallis = 214,650			
Diferencia entre la Percepción de ineficacia	Administración	487,12	0,000	327
	I. industrial	580,31		409
	N. Internac.	393,44		264
	Kruskal Wallis = 83,712			
Diferencia entre la Aversión al riesgo	Administración	473,20	0,000	327
	I. industrial	587,77		409
	N. Internac.	399,11		264
	Kruskal Wallis = 89,188			
Diferencia entre la propensión al riesgo	Administración	523,70	0,000	327
	I. industrial	590,10		409
	N. Internac.	332,95		264
	Kruskal Wallis = 171,315			
Diferencia entre la tendencia al cambio	Administración	523,99	0,000	327
	I. industrial	604,54		409
	N. Internac.	310,23		264
	Kruskal Wallis = 220,830			

Los resultados demuestran que los estudiantes de Ingeniería

Industrial destacan en todas las dimensiones evaluadas, con rangos promedio consistentemente más altos en comparación con las otras facultades. Estas diferencias reflejan una formación académica más orientada a potenciar habilidades clave para el emprendimiento, como la autoeficacia, la propensión al riesgo y la capacidad de adaptación. Por el contrario, los estudiantes de Negocios Internacionales presentan los desempeños más bajos, subrayando la necesidad de intervenciones formativas específicas para fortalecer su perfil emprendedor.

## V. CONCLUSIONES

Los resultados evidencian que los estudiantes de Ingeniería Industrial lideran significativamente en las actitudes emprendedoras, destacando en las dimensiones de Tendencia a las Actividades Emprendedoras (80.7%), Propensión al Riesgo (76%) y Tendencia al Cambio (78%). Este hallazgo coincide con Silva-Peralta et al., que postuló que características como la resiliencia y la tolerancia al riesgo son esenciales para el emprendimiento [20]. Además, se alinea con estudios previos que destacan que las competencias técnicas y adaptativas potencian el perfil emprendedor de estudiantes de áreas técnicas [3], [7].

Por otro lado, los estudiantes de Administración mostraron un desempeño intermedio, especialmente en la dimensión de Tendencia a las Actividades Emprendedoras (63.9%), lo que sugiere una orientación hacia el liderazgo, aunque con menores habilidades en la Propensión al Riesgo y la Tendencia al Cambio. Este comportamiento es consistente con investigaciones como la de Valenzuela-Keller et al., quienes destacaron que los estudiantes de administración tienden a enfocarse en la gestión, pero requieren herramientas prácticas para asumir riesgos estratégicos [21]. En contraste, los estudiantes de Negocios Internacionales registraron las puntuaciones más bajas, con una Percepción de Ineficacia del 73.9% y una Aversión al Riesgo del 72%. Este resultado refleja barreras significativas en su confianza para emprender, una problemática que también ha sido identificada por Benítez y Riveros en contextos similares [22].

En un contexto global, el emprendimiento ha sido clave para enfrentar crisis económicas como la pandemia de COVID-19. Durante esta etapa, muchos jóvenes recurrieron al autoempleo como alternativa ante la falta de oportunidades laborales [4]. En Latinoamérica, la creación de empresas y el desarrollo de habilidades emprendedoras han mostrado un crecimiento sostenido, como lo reporta el Global Entrepreneurship Monitor [9]. En Perú, el 23% de los jóvenes inició un negocio motivado por la necesidad, destacando las mujeres con una participación del 68% [11]. Este contexto refuerza la relevancia de este estudio para identificar y fortalecer las competencias emprendedoras desde el ámbito universitario.

Desde una perspectiva teórica, los resultados respaldan la teoría del comportamiento planificado, que sostiene que las intenciones emprendedoras están influenciadas por la

autoeficacia percibida y las actitudes hacia el riesgo [9]. Además, aportan evidencia empírica para la teoría de los rasgos de personalidad, subrayando la importancia de factores como la proactividad y la adaptabilidad. En términos prácticos, los hallazgos sugieren la necesidad de estrategias educativas diferenciadas según las facultades. Para Ingeniería Industrial, se recomienda profundizar en áreas como sostenibilidad y gestión de riesgos avanzados. En el caso de Negocios Internacionales, es crucial implementar metodologías que reduzcan la percepción de ineficacia, como simulaciones empresariales y mentorías personalizadas.

Este estudio presenta limitaciones inherentes a su diseño. La muestra no probabilística limita la generalización de los resultados, y la naturaleza transversal del diseño impide analizar la evolución de las actitudes emprendedoras a lo largo del tiempo. Estas limitaciones abren la posibilidad de futuras investigaciones que aborden estos aspectos. Se sugiere realizar estudios longitudinales que evalúen la evolución de las actitudes emprendedoras durante el ciclo universitario. Asimismo, sería valioso explorar cómo las variables contextuales, como el entorno socioeconómico, afectan las dimensiones emprendedoras. Finalmente, investigaciones que examinen la relación entre las actitudes emprendedoras y el desempeño en proyectos reales aportarían información crucial para diseñar intervenciones más efectivas.

#### AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento a la Universidad Privada del Norte por su invaluable apoyo y colaboración en la presentación de este artículo.

#### REFERENCIAS

- [1] Organización de las Naciones Unidas (ONU), *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, Nueva York, 2018. [En línea]. Disponible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- [2] S. Porkodi, Y. AlBalushi, R. Saranya, and V. Pandurengan, "The Role of Higher Education Institutions in Promoting Innovativeness and Passion towards Entrepreneurship among Students – A Meta-Analytic Review," *Journal of University Teaching and Learning Practice*, vol. 20, no. 5, May 2023. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.53761/1.20.5.12>
- [3] M. V. Sodha, J. P. Vaghela, and A. Arun Kumar, "Perception of the University Students on Entrepreneurship Education," *Athens Journal of Education*, vol. 11, no. 2, pp. 143–156, Apr. 2024. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.30958/aje.11-2-4>
- [4] N. Samsudin *et al.*, "Related Factors in Undergraduate Students' Motivation towards Social Entrepreneurship in Malaysia", *Eur. J. Educational Res.*, vol. 11, n.º 3, pp. 1657–1668, julio de 2022. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.12973/eu-jer.11.3.1657>
- [5] A. Laachach, N. Laaraj y N. Farissi, "The effects of the COVID-19 pandemic on tourism entrepreneurial intention among university students: The role of entrepreneurship education", *Industry Higher Educ.*, vol. 38, n.º 3, pp. 35–56, agosto de 2023. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1177/09504222231189708>
- [6] T. Islam y S. Munir, "How important strategic learning capabilities are during COVID-19? A model for innovation ambidexterity", *J. Workplace Learn.*, vol. 35, n.º 1, pp. 35–56, julio de 2022. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1108/jwl-11-2021-0144>
- [7] RED GEM ESPAÑA, *Global Entrepreneurship Monitor 2020 Report*, 2019-2020. [En línea]. Disponible: [https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-2019\\_20.pdf](https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-2019_20.pdf)
- [8] A. Rodríguez, "Los 10 mejores negocios para emprender en 2024". Forbes Colombia. Enero de 2024. [En línea]. Disponible: <https://forbes.co/2024/01/16/negocios/los-10-mejores-negocios-para-emprender-en-2024>
- [9] GEM Global Entrepreneurship Monitor, "GEM 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing," 2024. [En línea]. Disponible: <https://www.gemconsortium.org/about/gem/5>
- [10] GUESSS Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey "Informe GUESSS ESPAÑA 2021: El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios" 2021. [En línea]. Disponible: [https://www.guesssurvey.org/resources/nat\\_2021/GUESSS\\_Report\\_2021\\_Spain.pdf](https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2021/GUESSS_Report_2021_Spain.pdf)
- [11] Cámara de Comercio de Lima (CCL), "Informe de Emprendimiento en el Perú 2023," Lima, Perú, 2024. [En línea]. Disponible: <https://lacamara.pe/dia-mundial-del-emprendimiento-2024-por-que-el-peru-es-considerado-un-pais-de-emprendedores/>
- [12] Forbes, "Impacto del emprendimiento en economías emergentes," Forbes Negocios, pp. 12–14, 2024. [En línea]. Disponible: <https://forbes.pe/editors-pick/2024-02-28/protagonistas-en-un-ano-retador>
- [13] Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), "Informe Técnico: Actividad Económica en el Perú," Lima, Perú, 2024. [En línea]. Disponible: <https://www.inei.gov.pe/informes-y-publicaciones/actividad-economica>
- [14] Ipsos, "Tendencias en emprendimiento en Perú: Estudio Nacional 2022," Lima, Perú, 2022. [En línea]. Disponible: <https://www.ipsos.com/es-pe/emprendedores-en-tiempo-de-inflacion-2022#:~:text=54%25> de peruanos conectados ha iniciado al menos un negocio
- [15] Banco Interamericano de Desarrollo, "El renacer digital de los +50," Banco Interamericano de Desarrollo, febrero de 2024. [En línea]. Disponible: <https://www.iadb.org/es/recursos-de-conocimiento/mejorando-vidas/el-renacer-digital-de-los-50>
- [16] Consejo Nacional de Educación (CNE), "Proyecto Educativo Nacional al 2036: el reto de la ciudadanía plena", Lima, Perú, 2020. [En línea]. Disponible: <https://www.cne.gob.pe>
- [17] S. S. Solórzano Solórzano *et al.*, "Acceptance of artificial intelligence and its effect on entrepreneurial intention in foreign trade students: a mirror analysis", *J. Innov. Entrepreneurship*, vol. 13, n.º 1, septiembre de 2024. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00412-5>
- [18] Datum Internacional, "Emprendedores en contexto COVID-19," diciembre 2020. [En línea]. Disponible en: [https://www.datum.com.pe/new\\_web\\_files/files/pdf/Estudio%20Emprendedor%20COVID-19%20-v3\\_220405035510.pdf](https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Estudio%20Emprendedor%20COVID-19%20-v3_220405035510.pdf)
- [19] V. González-Prida, J. C. Sandoval-Trigos, F. M. Moreno-Menéndez, K. O. Gomez-Bernaola, D. A. Tello-Porras y D. Pariona-Amaya, "Fostering Entrepreneurial Mindsets: Factors Shaping Student Intentions in a Challenging Economic Landscape", *Societies*, vol. 14, n.º 10, p. 202, octubre de 2024. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.3390/soc14100202>
- [20] L. Silva-Peralta *et al.*, "Factores personales en el emprendimiento social en estudiantes universitarios," *Revista Argentina de Innovación y Emprendimiento*, vol. 25, no. 2, pp. 45–58, 2022. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.22507/rli.v19n2a5>
- [21] C. Valenzuela-Keller, F. A. Gálvez-Gamboa, E. Silva-Aravena y M. Moreno-Villagra, "Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile," *Formación Universitaria*, vol. 14, no. 4, pp. 103–112, 2021. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.4067/s0718-50062021000400103>
- [22] R. Benítez y M. Riveros, "Comportamiento emprendedor en estudiantes universitarios: Un estudio cuantitativo," *Revista Latinoamericana de Estudios de Negocios*, vol. 20, no. 3, pp. 78–90, 2022. [En línea]. Disponible: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1868](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868)
- [23] P. Oliver, B. H. Schneider, L. Galiana, D. A. Puricelli, M. Schwendemann y J. M. Tomás, "Entrepreneurship Attitudes and the Big Five: A Cross-Cultural Comparison Between Spain and the United States," *Anales de Psicología*, vol. 38, no. 1, pp. 119–127, 2022. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.6018/ANALESPS.459511>

- [24]Y. Lin, “Intenciones emprendedoras en estudiantes chinos en Madrid: Perspectivas de viabilidad y deseabilidad,” *Revista Europea de Negocios Internacionales*, vol. 22, no. 5, pp. 67–85, 2022. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.7200/esicm.53.285>
- [25]J. Paniagua-Rojano y C. Vera-Hernández, “Emprendimiento en estudiantes de periodismo: Fortalezas, retos y debilidades,” *Revista Iberoamericana de Comunicación y Negocios*, vol. 17, no. 2, pp. 45–60, 2021. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.5209/esmp.76275>
- [26]E. Listyaningsih, E. Mufahamah, A. Mukminin, F. P. Ibarra, M. R. H. M. D. Santos y R. F. Quicho, “Entrepreneurship education, entrepreneurship intentions, and entrepreneurship motivation on students’ entrepreneurship interest in entrepreneurship among higher education students”, *Power Educ.*, noviembre de 2023. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1177/17577438231217035>
- [27]C.A. Almanza-Junco, M.P. Pulido-Ramírez & Y.M. Pascagaza-Corredor, “Organizational intentions toward implementing socially responsible investment: an expanded approach to the theory of planned behavior (TPB)”, *INNOVAR*, octubre de 2024. [En línea]. Disponible: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85207411472&doi=10.15446%2finnovar.v34n94.116819&origin=inward&txGid=8a5cae17c3f15e948b21c9d9288bb3d3>
- [28]S. Enrique, S. Martínez-Gregorio y A. Oliver, “Subjective well-being in university students: Two psychosocial skills complementing entrepreneurial attitudes”, *Industry Higher Educ.*, agosto de 2023. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1177/09504222231194632>
- [29]A. R. Montufar Melo, “Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento”, *Rev. Psicol. Cienc. Del Comport. Unidad Acad. Cienc. Jurídicas Soc.*, vol. 11, n.º 2, pp. 132–146, diciembre de 2020. Accedido el 15 de diciembre de 2024. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.29059/rpcc.20201215-121>
- [30]M. Taneja, R. Kiran y S. C. Bose, “Assessing entrepreneurial intentions through experiential learning, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude”, *Stud. Higher Educ.*, pp. 1–21, junio de 2023. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2223219>
- [31]H. Muzaffar, “Does passion ignite intentions? Understanding the influence of entrepreneurial passion on the entrepreneurial career intentions of higher education students”, *Int. J. Educational Vocational Guid.*, septiembre de 2021. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.1007/s10775-021-09500-4>
- [32]D. Y. Ordoñez Abril, “Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos”, *Rev. Nac. Adm.*, vol. 12, n.º 1, junio de 2021. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.22458/ma.v12i1.3178>
- [33]N. M. Lopez del Río y R. Artuch-Garde, “Relación entre rasgos de personalidad, estilos y estrategias de aprendizaje y rendimiento académico en alumnado español adolescente”, *Estud. Pedag. (Valdivia)*, vol. 48, n.º 1, pp. 273–289, 2022. Accedido el 2 de enero de 2025. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.4067/s0718-07052022000100273>
- [34]R. Hernández-Sampieri, C. Fernández-Collado, y M. Baptista, *Metodología de la Investigación*, 6ª ed., México: McGraw-Hill, 2014.
- [35]H. Ñaupas, M. Valdivia, J. Palacios y H. Romero, “*Metodología de la investigación cuantitativa, cualitativa y redacción de la tesis*”, 5ª edición. Colombia: Ediciones de la U, 2018