

FACTORES DETERMINANTES DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

DETERMINING FACTORS OF ENTREPRENEURSHIP OF UNIVERSITY STUDENTS

**Recibido: 8-03-2023**

**Aceptado: 26-04-2023**

Marco Antonio Hernandez Muñoz<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-8563-8449

## RESUMEN

En el desarrollo del artículo de investigación se ha planeado como objetivo general el describir y determinar los factores de emprendimiento en estudiantes universitarios de Trujillo-Perú, de tres universidades locales en 111 estudiantes del 8° al 10° ciclo, en cuanto a la metodología utilizada fue descriptiva de enfoque cuantitativo, no experimental de alcance transversal, los resultados más relevantes se muestran en el factor de reconocimiento y el de financiamiento, por lo cual se concluye que es importante la aplicación de los conocimientos adquiridos en la universidad, es así que sinergia entre estos factores, les permitirá alcanzar sus metas y de esa forma podrán obtener la satisfacción de ser reconocidos por sus logros.

Palabras clave: Emprendimiento, factores, estudiantes.

## ABSTRACT

In the development of the research article, the general objective has been planned to describe and determine the entrepreneurship factors in university students of Trujillo-Peru, from three local universities in 111 students from the 8th to the 10th cycle, in terms of the methodology used was a descriptive quantitative approach, non-experimental with a cross-sectional scope, the most relevant results are shown in the recognition factor and the financing factor, for which it is concluded that the application of the knowledge acquired in the university is important, it is so that synergy between these factors will allow them to achieve their goals and in this way they will be able to obtain

the satisfaction of being recognized for their achievements.

Keywords: Entrepreneurship, factors, students.

## INTRODUCCION

Existen muchas expectativas que se generan en el desarrollo de la vida universitaria, se conoce que en muchos países de Latinoamérica se impulsan las iniciativas desarrollando eventos que van dirigidos a estudiantes universitarios cuyo objetivo es que desarrollen una visión amplia de cómo afrontar el cambio de las actividades tanto económicas como las de generar nuevas fuentes de ingresos enfocados en la generación de nuevas formas de generar recursos, por lo tanto Alzamora (2022) al describir el perfil y retos de emprendimiento en Latinoamérica, converge que el motor que impulsa el desarrollo de los países es el emprendimiento, siendo el actor principal el emprendedor, cabe resaltar que es trascendental identificar los factores que se vinculan directamente con las iniciativas de emprendimiento, revisando el informe de parte del Global Entrepreneurship Monitor (2023) manifestando que el factor más relevante es el miedo a fracasar, se convierte en una brecha casi lapidaria para los emprendedores adultos y también para los más jóvenes que con su voluntad de superación se ven muchas veces intimidados ante la incertidumbre de que sus esfuerzos no logren el fruto esperado, en relación a lo indicado, se involucra el acceso a los programas educativos, en este contexto los estudiantes universitarios muchas veces impulsados por sus deseos de superación generan nuevas oportunidades de negocios (empren-

dimientos), la preparación recibida en las universidades se ponen de manifiesto al desarrollar diferentes programas de negocios con la finalidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos. Es necesario precisar que las economías más desarrolladas como la de los Emiratos Árabes Unidos propician un ambiente que impulse el espíritu emprendedor enfocándose en factores como: las finanzas empresariales, facilidad al acceso de financiamiento, educación empresarial universitaria y posescolar (GEM. 2022), es así que al visualizar a los otros países sobre la actividad emprendedora se identifica que los países de Latinoamérica como Ecuador, Perú, Chile, Colombia presentan una alta actitud emprendedora en relación a los otros países, teniendo como referencia a una población entre los 18 a 64 años considerados como empresarios nuevos; sin embargo, se puede apreciar que al afirmar que el emprendimiento sería una buena iniciativa como una carrera de negocios amparados en los conocimientos que se han obtenido al estudiar una carrera universitaria, el informe del GEM (2020) muestra que no es muy deseable emprender, teniendo a Brasil como el país de más iniciativa de emprendimiento.

La actitud emprendedora temprana en estudiantes universitarios se vincula a los factores propios del emprendedor, la educación universitaria tiene un enfoque rígido en que solo se debe aplicar los conocimientos para obtener un empleo dejando de lado la generación de sus propias empresas (emprendimientos), es así que generar un enfoque pedagógico involucre al estudiante en poder proponerse retos que sean desarrollados y evaluados (Rojas, 2022).

Es necesario indicar que los procesos

para desarrollar un emprendimiento son de suma importancia, desde identificar los emprendimientos potenciales, los nuevos emprendimientos, los emprendimientos en marcha y los emprendimientos consolidados son necesarios para evaluar e identificar los que perduraran en el tiempo, al referirnos a los estudiantes universitarios el círculo en el que se desarrollan dentro de su preparación juega un rol fundamental por el entorno en el cual se están formando como: el ambiente universitario, competencias, asignaturas, perfil profesional; son relevantes y deben ser aprovechados para la evolución de sus negocios (Guerrero, 2022).

La apreciación de los innovadores en cuanto a la actitud de los estudiantes universitarios al momento de participar en sus emprendimientos, refieren que lo realizan con mucha ilusión, con ganas de acumular conocimiento y proponer nuevas ideas basadas en lo aprendido en las universidades influyen al momento de poder emprender debido al su formación profesional, considerándolo como un beneficio que es necesario aprovechar (Meyer et al. , 2022)

En el contexto nacional se puede identificar que la relación entre la educación universitaria y el emprendimiento tiene una estrecha y significativa relación al determinar que el estado mental, estado intelectual, estado físico; la educación universitaria se relaciona con el emprendimiento de manera significativa siendo los factores determinantes para concluir que estas variables se vinculan y por lo tanto se amerita la creación de nuevas metodologías de enseñanza que se deben impartir dentro de las entidades universitarias (Dávila et al., 2022).

De la misma forma, el determinar los

factores que tienen mayor intención en los emprendimientos se muestran como resultados de una investigación de tipo descriptivo, no experimental que el 68% de 297 participantes muestran que el factor personal es el que presenta mayor relevancia, además, muestra que la intención de emprendimiento en la muestra estudiada refiere que el compromiso en los emprendimientos es vital, por lo tanto concluye que estos dos factores son predominantes para la ejecución de un liderazgo, de igual forma muestra la importancia de las actividades que se realizan dentro de las universidades para fomentar esta práctica de emprendimiento, siendo así el soporte de los nuevos empresarios (Lloja, 2022).

De la misma forma al tratar de establecer si existe una relación entre general empresa y la cultura de emprendimiento de los estudiantes de posgrado en Colombia se analizaron dos factores como el Diong Bunisses, el cual consiste en la habilidad para poder generar nuevas ideas de negocio y los factores que rodean al emprendedor que muestra el General Entrepreneurship Monitor, para lo cual utilizó el enfoque positivista de nivel correlacional y descriptivo aplicado a una muestra de 485 participantes, recolectando la información por medio de un cuestionario, la dimensión de estudio de Hofstede muestra el aporte sobre aspectos culturales de las persona de una determinada cultura, diferenciándolo por el nivel de escala social y jerarquía, entre las principales dimensiones analizadas fueron: asumir riesgos, mentalidad creativa y el tener una empresa, concluyendo de manera general que no se presenta una relación relevante entre el emprendimiento y los factores culturales que se contrastan

de manera estadística, siendo así, que no se pudo establecer una relación entre las variables estudiadas, considerando que es necesario realizar otros trabajos de investigación con otra unidad de análisis que permita contrastar los hallazgos (Tarapuez, Aristizábal y Uribe, 2021).

A lo referido anteriormente, se puede considerar, el análisis de los factores que favorecen al nacimiento o creación de nuevos emprendimientos para lo cual se realizó un estudio descriptivo de enfoque cualitativo, seleccionando 20 artículos publicados en la base de datos Scopus, Scielo y Web of Science, para lo cual se han considerado los factores como el de la motivación del logro, afiliación y poder, manifestando que el emprendimiento es un proceso que depende de la intención de los emprendedores para su creación, mostrando que existe más intención de emprendimiento por parte de los estudiantes de las carreras técnicas (22.9%) en comparación con los estudiantes de pre y posgrado del nivel universitario (5.8% a 17.7%), los factores que se analizaron fueron: Oportunidad de emprender, entorno y recursos; concluyendo que la generación de entornos favorables para emprendimientos se debe de dar en las universidades con mayor relevancia y que nos solo el emprendedor es responsable el éxito o fracaso de un nuevo negocio es importante expandir el panorama al contexto social en el cual surgen las nuevas ideas de negocios y que los factores que se asocian son importantes tanto en el aspecto económico y social (Pacheco et al., 2022).

Por lo expuesto desde el contexto de la realidad y los antecedentes presentados se plantea como objetivo:

describir y determinar los factores de emprendimiento en estudiantes universitarios de las universidades de Trujillo- Perú, el cual permitirá conocer el nivel de los factores que predominan al momento de emprender y si son eficientes y eficaces los conocimientos adquiridos en su formación profesional para realizar un emprendiendo.

## METODOLOGIA

En cuanto a la metodología utilizada para desarrollar el estudio se consideró un enfoque cuantitativo, que permitirá conocer de manera objetiva cuál de los factores estudiados presentan un mayor nivel, asimismo se plantea una investigación de tipo básica permitiendo un mejor análisis desde las teorías existentes y así ampliar el conocimiento del tema en estudio y aportar nuevas fuentes de referencias para futuras investigaciones, el nivel fue descriptivo, en cuanto a recolección de datos fue transversal y de diseño no experimental, al momento de analizar la variable solo se ha observado y caracterizado como se presenta, no se manipuló, tampoco se ha sometido a un estímulo que la pueda hacer variar.

Referente a la muestra que participó, se consideró a estudiantes universitarios de los ciclos 8°, 9° y 10 ° ciclo de 3 universidades locales de la ciudad de Trujillo, de las facultades de Negocios y Ciencias administrativas y contables que fueron 111, aplicando un muestreo no probabilístico presentando como criterio para que participen en la investigación aquellos jóvenes universitarios que desarrollen algún emprendimiento o que tengan alguna idea de negocio en desarrollo, este criterio se estableció

porque permitió que los participantes conozcan o referencien el objetivo de la investigación.

La técnica utilizada fue la encuesta considerando el enfoque utilizado; así mismo, el instrumento elegido fue el cuestionario el cual fue sometido a validez por investigadores de emprendimiento y educación quienes indicaron la relevancia y coherencia del instrumento de 27 ítems, teniendo como dimensiones a los factores de mentalidad de crecimiento, tolerancia al riesgo, financiamiento, conocimientos y dedicación, en cuanto a la confiabilidad se obtuvo un 0.867 con el análisis del Aplha de Cronbach, el cual es considerado como muy confiable.

Para el procedimiento de recolección de datos se realizó una encuesta previa, con la cual se pudo identificar a los estudiantes que tienen un emprendimiento o la idea en desarrollo de uno, luego se compartió un formulario virtual (Google forms) el cual fue distribuido a sus correos donde respondieron a los ítems indicados, confirmando su participación con la recepción de sus respuestas, se utilizó este medio para recolectar los datos con ayuda de algunos coordinadores y docentes de las universidades de la localidad , considerando que sería de mayor alcance y mejor aplicación.

Por consiguiente, después de recopilar los datos se procedió a sus análisis con el programa estadístico SPSS Statistics, donde se calcularon los factores de emprendimiento, luego se procedió a determinar los rangos y baremos, con lo cual se llegó a determinar por medio de análisis de frecuencia los niveles que determinan el emprendimiento (nivel alto, medio y bajo ) en los estudiantes de las universidades de la ciudad de Trujillo.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se planteó como objetivo, describir y determinar los factores de emprendimiento de estudiantes universitarios de las universidades de Trujillo- Perú, para lo cual se han determinado los niveles que presentan los factores como: mentalidad de crecimiento, realización personal y reconocimiento, seguridad para emprender, conocimiento y dedicación y financiamiento e inversión, los resultados encontrados son:

Tabla 1

*Determinación del nivel de mentalidad de crecimiento en los estudiantes universitarios*

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	47	39,2
Alto	64	53,3
Total	111	92,5

Interpretación :

Se determina que la mentalidad de crecimiento que muestran los estudiantes, tiene un nivel alto, con un 53.3%, considerando el poder fracasar, pero consideran que los cambios son necesarios aun no teniendo clara la idea de si su iniciativa pueda ser viable, otro aspecto a considerar es que se deben de aprovechar las oportunidades que le puedan brindar un crecimiento económico, así como desarrollo es sus ideas innovadoras de emprendimientos porque el ser empresario le brindará mayores beneficios, esto se contrasta con lo referido por Rojas (2022) que considera como una actitud de parte de los estudiantes del nivel universitario el iniciar sus actividades comerciales o ideas de negocio desde sus ideas potenciales con la finalidad de poder destacar y así poder ganar experiencia

no solo en sus vida profesional sino en todas las áreas de su desarrollo profesional y empresarial, también se afirma lo expresado por Meyer et al. (2022) que al iniciar sus ideas de negocios lo realizan con mucho optimismo, desafiando los retos y brechas que se puedan presentar, es así que considerando los escenarios negativos que podrían suscitarse deciden aprovechar cada oportunidad que se les presenta de tal manera que no se quedarán con el pensamiento de “que hubiese pasado si no lo realizo”, afirmando esto Lloja (2022) establece que la formación de los universitarios (en las universidades) es un punto clave para estimular el crecimiento empresarial y de innovación.

Tabla 2

*Nivel del factor de realización personal y reconocimiento al emprender en los estudiantes universitarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Medio	7	5,8
Alto	104	86,7
<b>Total</b>	111	92,5

Interpretación:

Los resultados muestran que la realización personal y el anhelo de ser reconocido muestra un 86.7% considerado como uno de los factores con mayor nivel alcanzado, se puede apreciar que es de sumo interés por parte de los estudiantes poder alcanzar un emprendimiento que sea sostenible y así poder obtener el reconocimiento de su entorno, así mismo el poder tener y dirigir su propio negocio le brindará satisfacción como parte de sus logros alcanzados, comparando lo que describe Chen y Lin (2019) al

manifestar que la realización personal genera un impacto de una mayor intención al momento de emprender por los estudiantes de las universidades locales, siendo este un factor importante que puede determinar la elección de iniciar un emprendimiento, así mismo Biazzo, Cucciolito y Melcarne (2020) identificaron que el ser reconocidos por sus agentes de interés (inversionistas, proveedores y colaboradores) muestran una influencia relevante, debido a que parte de un aspecto intrínseco y es un factor de suma importancia para la motivación y la iniciativa de emprender, concluyendo y afirmando lo antes mencionado por Schnell et al. (2021) al investigar, si el reconocimiento de la sociedad y el logro personal contribuye en la satisfacción de los universitarios es favorable, determinaron que los resultados muestran un nivel alto que contribuye a su bienestar.

Tabla 3

*Nivel del factor de seguridad para emprender en los estudiantes universitarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	0,9
Medio	13	10,8
Alto	98	89,2
Total	111	100%

Interpretación :

La seguridad de poder iniciar un negocio, muestra un resultado del 89,2 % (nivel alto,) se basa en algunos aspectos como el considerar que el ámbito social refiere que el emprender es una buena opción, así mismo, la ubicación para desarrollar sus emprendimientos les es favorables debido a que existe mucha carencia de algunos servicios, y el acceso a algunos bienes, es importante mencionar que

un aspecto relevante es del apoyo de la familia en la generación de sus ideas de negocio, consideran que contar con muchos años de experiencia no es importante y no influye en la confianza para emprender, estos resultados mostrados se comparan con lo indicado por Maussa et al. (2020), indican que el factor de seguridad en los estudiantes universitarios, vincula la seguridad que le pueden brindar los procesos de emprender, dados los docentes es así que al determinar la intención de emprender, también se analizó la importancia de donde se desarrolla el emprendimiento por parte de Contreras, Gonzales y Macias (2020) que las actitudes que influyen en la ventaja que da la seguridad para la formación de empresas es relevante para cada individuo y guarda relación con su entorno.

Tabla 4

*Nivel del factor de conocimiento y dedicación para emprender de los estudiantes universitarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	0.9
Medio	40	36.0
Alto	70	63.1
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100.0</b>

Interpretación:

En relación al conocimiento y dedicación para poder emprender se considera alto, con el 63.1% debido a que se considera que los conocimientos adquiridos en las universidades son de suma importancia y es fundamental el poder aplicarlos en su emprendimiento, de igual forma el tiempo que se dedica a los negocios es importante, estos resultados se confirman con, o indicado por Vargas-Larraguivel, Liévano-Morales y Calderón-Martínez (2021)

indicando que la formación en relación al emprendimiento contribuye de manera positiva en los estudiantes de educación universitaria, para lo cual se debe desarrollar ideas de negocios que contribuyan en su crecimiento económico y personal, la fase de retroalimentación es muy importante en su aplicación de habilidades de formación que se generen dentro y fuera de las aulas precisando los programas como semilleros de emprendimiento, incubadora de innovación, así mismo se identificó que estas fortalezas como el reconocimiento de los egresados, el uso de las herramientas y estrategias aprendidas juegan un papel trascendental, la dedicación en los incisos de los emprendimientos es vital para asegurar su perpetuidad y desarrollo en el mercado competitivo y globalizado.

Tabla 5

*Nivel del factor financiamiento e inversión para emprender de los estudiantes universitarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	7.2
Medio	84	75.7
Alto	19	17.1
Total	111	100

#### Interpretación

El financiamiento e inversión muestra un nivel medio para emprender, con un 75.7%, esto indica que los estudiantes están de acuerdo que es importante tener acceso a un crédito financiero para iniciar un negocio y de contar con inversionistas, por otro lado se puede apreciar un total desacuerdo al responder la pregunta de si el estado brinda subvenciones y subsidios para crear negocios, debido a que no conocen o

no es de fácil acceso así mismo se identificó con facilidad de una oportunidad de negocio con lo cual se puede identificar a los posibles inversores que me pueden brindar, también se determinó que es fácil realizar un estudio de mercado, esto debido a los conocimientos adquiridos en su carrera profesional, para Romero et al. (2021) al analizar los factores que influyen en los estudiantes (Universitarios) de Colombia, en cuanto al financiamiento, de donde lo podrían obtener indicaron que de las entidades financieras o de algún familiar fueron las respuesta con mayor incidencia en un 58% y 25% respectivamente, considerando que el financiamiento es vital y de importancia para sus ideas de negocios, mostrando un 43.3% consideran que los programas de apoyo financiero por parte de las entidades financieras privadas y las políticas de crédito por parte del gobierno son importantes, pero se debe tener en cuenta que se debe de estructurar y evaluar las opciones de acceso a estos financiamientos que no llegan a los sectores e imposibilita la generación de nuevas ideas de negocios o generación de innovaciones.

#### CONCLUSIONES

Es así que al finalizar la investigación se pueden indicar que las principales limitaciones que se han presentado es la escasa información de artículos de investigación en bases de datos, mostrando un periodo entre los años 2018-2023 con poca información, en virtud a dar respuesta a la pregunta planteada de si se considera que los factores que determinarán el emprendimiento en los estudiantes

universitarios el más resaltante, es el de realización personal, mostrando un gran necesidad de superación por parte de los estudiantes universitarios, así mismo también se puede indagar que el financiamiento es importante y se debe de generar entornos de fácil acceso para el financiamiento que proporcione oportunidades a todos, así mismo se evidencia que los conocimientos adquiridos en las universidades genera seguridad al involucrarse en actividades económicas por parte de los estudiantes y que la estimulación

de proyectos o ideas de negocios es una iniciativa positiva para que se generen logros y sueños que nacen en la aulas universitarias.

Como recomendaciones se puede mencionar realizar investigación de manera más específica en cada uno de los factores para brindar herramientas que contribuyan en el logro de sus metas, de igual forma a las universidades nos solo impartir teoría, que todo el conocimiento adquirido se debe materializar en la propuesta de los estudiantes universitarios.

## REFERENCIAS

- Alzamora, J. (2022) Experiencias de emprendimiento en Latinoamérica: Una mirada desde las universidades <https://www.youtube.com/watch?v=KEHaKd56HAG>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.
- Biazzo, S., Cucciolo, M. E., & Melcarne, A. (2020). Recognition and motivation in entrepreneurship. *Small Business Economics*, 54(2), 527-544.
- Dávila Morán, Roberto Carlos, Martín-Bogdanovich, María Mini, Zapana Díaz, Domingo, & Velarde Dávila, Leonardo. (2022). La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202022000400486](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000400486)
- Enrique, L. , Yuctemy, C. , Israel, E., & de Valgas Teddy Xavier, M. F. (2021). Factores que motivan el emprendimiento: nuevas tecnologías para dinamizar una economía social. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5513102>
- Guerrero. C. (2022) Experiencias de emprendimiento en Latinoamérica: Una mirada desde las universidades <https://www.youtube.com/watch?v=KEHaKd56HAG>
- Global Entrepreneurship Monitor (2022) <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Chen, M. , & Lin, C. (2019). How does personal accomplishment influence entrepreneurial intention? The mediating role of self-efficacy. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 39.
- Oliva , J. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Nova scientia*, 10(20), 442–464. <https://doi.org/10.21640/ns.v10i20.1081>
- Lloja R, Chugnas, S., Tello , Z., & Cruz Tarrillo, Jose Joel. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción*, 12(4), 269-281. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>
- Meyer. E., Blasquez. C., Martínez. G., Cardenas. E., Rubio. L., Palomo. Y., y Silva. R. (2022) Innovadores trabajando con jóvenes universitarios - U4IMPACT <https://www.youtube.com/watch?v=L9HnR4jzF3E>
- Pacheco, C., Rojas, C., Niebles, W., Hernandez, H. (2022) Characterization of entrepreneurship from a university approach. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Romero, J., Gutierrez, J. Hernandez, L. (2021) Contextual factors that influence the entrepreneurial intention of Venezuelan and Colombian university students. <https://www.redalyc.org/journal/280/28069360009/html/>
- Ruiz , C. , Valenzuela, M. (2022). Metodología de la investigación. Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo (UNAT) - Fondo Editorial.
- Schnell, T., Höge, T., Pollet, E., & Peus, C. (2021). Entrepreneurial recognition and subjective well-being: Testing the mediating role of self-esteem and self-efficacy. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00256.
- Tarapuez E., Aristizábal J. ; Uribe, U., (2021). Entrepreneurial intention and cultural dimensions in students of the master of administration in Colombia. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.157>
- Vargas-Larraguivel, P., Lievano-Morales, J., Calderón-Martínez, G. (2021). Impact factors in entrepreneurial training in higher education students cetys university case. ISSN 0719-4706 Volumen 8 – Número 1 – Enero/Marzo 2021