

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS**



**TESIS**

**“CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONALIDAD Y LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA SOCIAL EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CAJAMARCA-SEDE BAMBAMARCA, 2024”**

Para obtener el Título Profesional de:

**INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**

PRESENTADO POR EL BACHILLER:

**ZAMBRANO RUIZ, MAILY**

**ASESORES:**

Dra. Mary Jhanina Llamó Burga  
Dr. Oscar Ortiz Regalado

**CAJAMARCA - PERÚ**

**2026**

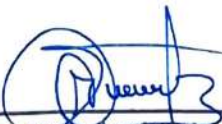


## CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador:  
**MAILY ZAMBRANO RUIZ**  
DNI: **73454866**  
Escuela Profesional/Unidad UNC:  
**DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS**
2. Asesor:  
**DRA. MARY JHANINA LLAMO BURGA**  
Facultad/Unidad UNC:  
**DE CIENCIAS AGRARIAS**
3. Grado académico o título profesional  
☐ Bachiller      ☒ Título profesional      ☐ Segunda especialidad  
☐ Maestro      ☐ Doctor
4. Tipo de Investigación:  
☒ Tesis      ☐ Trabajo de investigación      ☐ Trabajo de suficiencia profesional  
☐ Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación: "CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONALIDAD Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA SOCIAL EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA-SEDE BAMBAMARCA, 2024"
6. Fecha de evaluación: 02/03/2026
7. Software antiplagio: ☒ TURNITIN      ☐ URKUND (OURIGINAL) (\*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: 15%
9. Código Documento: oid::: 3117:562683795
10. Resultado de la Evaluación de Similitud: 15%  
☒ APROBADO      ☐ PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 02/03/2026

Firma y/o Sello  
Emisor Constancia

  
Dra. Mary Jhanina Llamo Burga  
DNI: 41891602

\* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

"NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA"

Fundada por Ley N° 14015, del 13 de febrero de 1962

**FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS**

Secretaría Académica



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Cajamarca, a los veintisiete días del mes de febrero del año dos mil veintiséis, se reunieron en el ambiente **2C - 202** de la Facultad de Ciencias Agrarias, los miembros del Jurado, designados según **Resolución de Consejo de Facultad N° 158-2026-FCA-UNC**, de fecha **09 de febrero del 2026**, con la finalidad de evaluar la sustentación de la **TESIS** titulada: **"CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONALIDAD Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA SOCIAL EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA - SEDE BAMBAMARCA, 2024"**, realizada por la Bachiller **MAILY ZAMBRANO RUIZ** para optar el Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las once horas y veinte minutos, de acuerdo a lo establecido en el **Reglamento Interno para la Obtención de Título Profesional de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca**, el Presidente del Jurado dio por iniciado el Acto de Sustentación, luego de concluida la exposición, los miembros del Jurado procedieron a la formulación de preguntas y posterior deliberación. Acto seguido, el Presidente del Jurado anunció la aprobación por unanimidad, con el calificativo de diecisiete (17); por tanto, la Bachiller queda expedita para proceder con los trámites que conlleven a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las doce horas y veinte minutos del mismo día, el Presidente del Jurado dio por concluido el Acto de Sustentación.

  
Dr. Marcial Hidelso Mendo Velásquez  
PRESIDENTE

  
Ing. M. Sc. Jorge Ricardo De La Torre Araujo  
SECRETARIO

  
Ing. José Lizandro Silva Mego  
VOCAL

  
Dra. Mary Jhanina Llamo Burga  
ASESORA

  
Dr. Oscar Ortiz Regalado  
ASESOR

## DEDICATORIA

*Querida familia,*

*Este logro no solo es mío, sino también de ustedes, quienes han sido mis apoyos incondicionales a lo largo de estos fascinantes viajes académicos. A cada uno de ustedes, mi gratitud infinita.*

*A mamá y papá, cuyo amor y sacrificios han sido mi mayor inspiración, gracias por enseñarme la importancia del esfuerzo y la perseverancia. A mis queridos hermanos, cuyas risas y palabras alentadoras han iluminado incluso los días más desafiantes.*

*Esta tesis, que explora las características de la personalidad y las intenciones emprendedoras de los estudiantes en la UNC, refleja no solo mi dedicación, sino también el respaldo invaluable que he recibido de mi familia. Cada paso en este camino ha sido guiado por su amor y aliento constante.*

*A todos mis seres queridos, gracias por ser mi roca, mi fuente de motivación y mi razón para esforzarme cada día. Este logro es nuestro, y celebro con gratitud la familia que ha hecho posible este sueño.*

## AGRADECIMIENTO

*Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la culminación de este proyecto de tesis. Este logro no solo es mío, sino también de todos aquellos que, con su apoyo, orientación y cariño, estuvieron a mi lado durante este camino.*

*En primer lugar, mi gratitud eterna a mis asesores de tesis, la Dra. Mary Jhanina Llamoburga y el Dr. Oscar Ortiz Regalado, por su guía experta, paciencia y compromiso. Sus valiosos conocimientos, consejos y enseñanzas fueron pilares esenciales para el desarrollo de esta investigación y para mi formación académica y profesional.*

*De manera muy especial, quiero expresar mi gratitud infinita a mis padres, Eguberto Zambrano y Flor Ruiz, por ser el mayor ejemplo de esfuerzo, amor y sacrificio. Gracias por creer siempre en mí, por su apoyo incondicional y por enseñarme con su vida el valor de la perseverancia. A mis hermanos, Alexander y Elizabeth, por estar siempre a mi lado, por su aliento constante y por ser mi fuerza en los momentos más difíciles. Esta meta alcanzada también les pertenece a ustedes.*

*Finalmente, agradezco a todos y cada uno de los seres humanos que contribuyeron en el desarrollo de esta tesis, de una u otra manera, ya sea con su tiempo, conocimientos o gestos de aliento. Cada uno dejó una huella especial en este logro que hoy celebro con gratitud.*

## ÍNDICE GENERAL

|                                                |             |
|------------------------------------------------|-------------|
| <i>DEDICATORIA.....</i>                        | <i>ii</i>   |
| <i>AGRADECIMIENTO .....</i>                    | <i>iii</i>  |
| <i>ÍNDICE GENERAL.....</i>                     | <i>iv</i>   |
| <i>ÍNDICE DE TABLAS .....</i>                  | <i>viii</i> |
| <i>ÍNDICE DE FIGURAS .....</i>                 | <i>xi</i>   |
| <i>ÍNDICE DE ANEXOS.....</i>                   | <i>xii</i>  |
| <i>RESUMEN .....</i>                           | <i>xiii</i> |
| <i>ABTRACT.....</i>                            | <i>xiv</i>  |
| <i>CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN .....</i>           | <i>1</i>    |
| 1.1. Planteamiento del Problema.....           | 3           |
| 1.2. Formulación del Problema .....            | 5           |
| 1.2.1. Problema General.....                   | 5           |
| 1.2.2. Problemas Específicos .....             | 5           |
| 1.3. Justificación.....                        | 5           |
| 1.4. Objetivos .....                           | 6           |
| 1.4.1. Objetivo General.....                   | 6           |
| 1.4.2. Objetivos Específicos .....             | 6           |
| <i>CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA.....</i> | <i>7</i>    |

|                                         |                                                                                    |    |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.                                    | Antecedentes de la Investigación .....                                             | 7  |
| 2.1.1.                                  | <i>Antecedentes Internacionales</i> .....                                          | 7  |
| 2.1.2.                                  | <i>Antecedentes Nacionales</i> .....                                               | 27 |
| 2.1.3.                                  | <i>Antecedentes Regionales</i> .....                                               | 31 |
| 2.1.4.                                  | <i>Antecedentes Locales</i> .....                                                  | 32 |
| 2.2.                                    | Bases Teóricas.....                                                                | 37 |
| 2.2.1.                                  | <i>Teoría del Comportamiento Planificado</i> .....                                 | 37 |
| 2.2.2.                                  | <i>Teoría Social Cognitiva</i> .....                                               | 39 |
| 2.2.3.                                  | <i>Características de la Personalidad</i> .....                                    | 40 |
| 2.2.4.                                  | <i>Intensión Emprendedora Social</i> .....                                         | 51 |
| 2.2.5.                                  | <i>Características de la Personalidad y la Intensión Emprendedora Social</i> ..... | 53 |
| 2.3.                                    | Formulación de Hipótesis.....                                                      | 64 |
| 2.3.1.                                  | <i>Hipótesis General</i> .....                                                     | 64 |
| 2.3.2.                                  | <i>Hipótesis Específicas</i> .....                                                 | 65 |
| 2.4.                                    | Modelo Conceptual .....                                                            | 65 |
| 2.5.                                    | Mapa de Revisión de Literatura .....                                               | 66 |
| 2.6.                                    | Definición de Términos Básicos .....                                               | 69 |
| CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS ..... |                                                                                    | 71 |
| 3.1.                                    | Ubicación Geográfica de la Investigación .....                                     | 71 |
| 3.2.                                    | Materiales .....                                                                   | 72 |

|                                          |                                                                          |     |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.1.                                   | <i>Material de campo</i> .....                                           | 72  |
| 3.3.                                     | Metodología .....                                                        | 72  |
| 3.4.                                     | Análisis Estadístico .....                                               | 74  |
| 3.5.                                     | Unidad de Análisis, Población y Muestra .....                            | 75  |
| 3.5.1.                                   | <i>Unidad de Análisis</i> .....                                          | 75  |
| 3.5.2.                                   | <i>Población</i> .....                                                   | 75  |
| 3.5.3.                                   | <i>Muestra</i> .....                                                     | 76  |
| CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN ..... |                                                                          | 78  |
| 4.1.                                     | Datos Generales.....                                                     | 78  |
| 4.1.1.                                   | <i>Características demográficas de las unidades de análisis</i> .....    | 78  |
| 4.1.2.                                   | <i>Datos descriptivos</i> .....                                          | 80  |
| 4.1.3.                                   | <i>Características de la personalidad</i> .....                          | 85  |
| 4.1.4.                                   | <i>Intensión emprendedora social</i> .....                               | 92  |
| 4.2.                                     | Datos de la investigación.....                                           | 95  |
| 4.2.1.                                   | <i>Características de la personalidad (pasión)</i> .....                 | 95  |
| 4.2.2.                                   | <i>Características de la personalidad (Miedo al fracaso)</i> .....       | 99  |
| 4.2.3.                                   | <i>Características de la personalidad (Autoeficacia)</i> .....           | 106 |
| 4.2.4.                                   | <i>Intención Emprendedora Social</i> .....                               | 108 |
| 4.3.                                     | Contrastación de Hipótesis de la Investigación.....                      | 111 |
| 4.3.1.                                   | <i>Relación entre la pasión y la intención emprendedora social</i> ..... | 112 |

|                                                                    |                                                                                                 |     |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.2.                                                             | <i>Relación entre el miedo al fracaso y la intención emprendedora social.....</i>               | 113 |
| 4.3.3.                                                             | <i>Relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora social.....</i>                   | 114 |
| 4.3.4.                                                             | <i>Relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social</i> | 115 |
| 4.3.5.                                                             | <i>Resultados de la prueba de hipótesis en el estudio y el modelo hipotetizado .....</i>        | 118 |
| <i>CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</i>             |                                                                                                 | 120 |
| 5.1.                                                               | Conclusiones .....                                                                              | 120 |
| 5.2.                                                               | Recomendaciones.....                                                                            | 121 |
| <i>CAPÍTULO VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</i>                 |                                                                                                 | 122 |
| <i>CAPÍTULO VII ANEXOS .....</i>                                   |                                                                                                 | 147 |
| Anexo 1. Instrumento de Recolección de Datos .....                 |                                                                                                 | 147 |
| Anexo 2. Validación de Instrumento por Juicio de Expertos.....     |                                                                                                 | 156 |
| Anexo 3. Prueba de Fiabilidad .....                                |                                                                                                 | 162 |
| Anexo 4. Número de Estudiantes en el Ciclo académico 2024-II ..... |                                                                                                 | 166 |
| Anexo 5. Matriz de Operacionalización de Variables.....            |                                                                                                 | 172 |
| Anexo 6. Matriz de Consistencia .....                              |                                                                                                 | 175 |
| Anexo 7. Panel Fotográfico.....                                    |                                                                                                 | 178 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1</b> <i>Definiciones de las características de la personalidad según autores y año</i> .....               | 41 |
| <b>Tabla 2</b> <i>Definiciones de la pasión según autores y año</i> .....                                            | 44 |
| <b>Tabla 3</b> <i>Ítems para medir la Pasión</i> .....                                                               | 45 |
| <b>Tabla 4</b> <i>Definiciones de miedo al fracaso según autores y año</i> .....                                     | 46 |
| <b>Tabla 5</b> <i>Ítems para medir el miedo al fracaso</i> .....                                                     | 48 |
| <b>Tabla 6</b> <i>Definiciones de autoeficacia según autores y año</i> .....                                         | 49 |
| <b>Tabla 7</b> <i>Ítems para medir la autoeficacia</i> .....                                                         | 51 |
| <b>Tabla 8</b> <i>Definiciones de la intención emprendedora social</i> .....                                         | 52 |
| <b>Tabla 9</b> <i>Ítems para medir la intención emprendedora social</i> .....                                        | 53 |
| <b>Tabla 10</b> <i>Características de la investigación de acuerdo a los criterios más importantes</i> .....          | 73 |
| <b>Tabla 11</b> <i>Análisis paramétricos y no paramétricos, cuadro comparativo (Hernández et al., 2014)</i><br>..... | 74 |
| <b>Tabla 12</b> <i>Elementos de interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman</i> .....              | 75 |
| <b>Tabla 13</b> <i>Estudiantes de la población por ciclo académico</i> .....                                         | 76 |
| <b>Tabla 14</b> <i>Muestra de la investigación</i> .....                                                             | 77 |
| <b>Tabla 15</b> <i>Edad de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca</i> .....                         | 78 |
| <b>Tabla 16</b> <i>Sexo de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca - Sede Bambamarca</i><br>.....    | 79 |
| <b>Tabla 17</b> <i>Lugar de procedencia de los estudiantes</i> .....                                                 | 79 |
| <b>Tabla 18</b> <i>Métodos que son utilizados con mayor frecuencia para la obtención de conocimiento</i> .....       | 81 |
| <b>Tabla 19</b> <i>Participaciones previas en capacitaciones empresariales.</i> .....                                | 82 |
| <b>Tabla 20</b> <i>Frecuencia de asistencias a capacitaciones empresariales.</i> .....                               | 83 |
| <b>Tabla 21</b> <i>Las capacitaciones recibidas han sido en:</i> .....                                               | 84 |

|                                                                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tabla 22</b> <i>Factores influyentes en las intenciones emprendedoras</i> .....                                        | 85  |
| <b>Tabla 23</b> <i>Pasión en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> .....                                      | 86  |
| <b>Tabla 24</b> <i>Nivel de pasión de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> .....                             | 87  |
| <b>Tabla 25</b> <i>Miedo al fracaso en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> .....                            | 88  |
| <b>Tabla 26</b> <i>Nivel de miedo al fracaso</i> .....                                                                    | 89  |
| <b>Tabla 27</b> <i>Autoeficacia en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> .....                                | 90  |
| <b>Tabla 28</b> <i>Nivel de autoeficacia</i> .....                                                                        | 91  |
| <b>Tabla 29</b> <i>Nivel de características de la personalidad de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> ..... | 92  |
| <b>Tabla 30</b> <i>Intención emprendedora social en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> .....               | 93  |
| <b>Tabla 31</b> <i>Niveles de la intención emprendedora social en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i> ..... | 94  |
| <b>Tabla 32</b> <i>Pasión por la innovación y oportunidades</i> .....                                                     | 95  |
| <b>Tabla 33</b> <i>Pasión por la creación empresarial</i> .....                                                           | 97  |
| <b>Tabla 34</b> <i>Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo</i> .....                                                  | 98  |
| <b>Tabla 35</b> <i>Miedo financiero</i> .....                                                                             | 99  |
| <b>Tabla 36</b> <i>Miedo a la viabilidad de la idea</i> .....                                                             | 101 |
| <b>Tabla 37</b> <i>Miedo social</i> .....                                                                                 | 102 |
| <b>Tabla 38</b> <i>Miedo la pérdida de tiempo y vida personal</i> .....                                                   | 103 |
| <b>Tabla 39</b> <i>Miedo a la gestión y desempeño</i> .....                                                               | 104 |
| <b>Tabla 40</b> <i>Confianza en habilidades empresariales</i> .....                                                       | 106 |
| <b>Tabla 41</b> <i>Seguridad en liderazgo</i> .....                                                                       | 107 |
| <b>Tabla 42</b> <i>Capacidad para superar dificultades</i> .....                                                          | 108 |
| <b>Tabla 43</b> <i>Componentes: afectivo (deseo/disposición)</i> .....                                                    | 109 |
| <b>Tabla 44</b> <i>Componente cognitivo (creencias)</i> .....                                                             | 110 |
| <b>Tabla 45</b> <i>Componente conductual (predisposición a la acción)</i> .....                                           | 110 |

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tabla 46</b> <i>Prueba de hipótesis de la pasión con la intención emprendedora social</i> .....                       | 112 |
| <b>Tabla 47</b> <i>Prueba de hipótesis del miedo al fracaso con la intención emprendedora social</i> .....               | 113 |
| <b>Tabla 48</b> <i>Prueba de hipótesis de la autoeficacia con la intención emprendedora</i> .....                        | 115 |
| <b>Tabla 49</b> <i>Prueba de hipótesis de las características de la personalidad con la intención emprendedora</i> ..... | 116 |
| <b>Tabla 50</b> <i>Correlación de los ítems con la intención emprendedora social</i> .....                               | 116 |
| <b>Tabla 51</b> <i>Resultados de la prueba de hipótesis</i> .....                                                        | 118 |
| <b>Tabla 52</b> <i>Doble traducción del instrumento</i> .....                                                            | 156 |
| <b>Tabla 53</b> <i>Validación de las preguntas de investigación</i> .....                                                | 159 |
| <b>Tabla 54</b> <i>Fiabilidad de la dimensión pasión</i> .....                                                           | 162 |
| <b>Tabla 55</b> <i>Fiabilidad de la dimensión miedo al fracaso</i> .....                                                 | 162 |
| <b>Tabla 56</b> <i>Fiabilidad de la dimensión Autoeficacia</i> .....                                                     | 163 |
| <b>Tabla 57</b> <i>Fiabilidad de la intención emprendedora</i> .....                                                     | 164 |
| <b>Tabla 58</b> <i>Fiabilidad de las características de la personalidad y la intención emprendedora social</i> .....     | 164 |
| <b>Tabla 59</b> <i>Matriz de operacionalización de variables</i> .....                                                   | 172 |
| <b>Tabla 60</b> <i>Matriz de consistencia</i> .....                                                                      | 175 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Figura 1</b> <i>Modelo conceptual</i> .....                                               | 65  |
| <b>Figura 2</b> <i>Mapa de Literatura</i> .....                                              | 68  |
| <b>Figura 3</b> <i>Ubicación del experimento/investigación</i> .....                         | 71  |
| <b>Figura 4</b> <i>Lugar de procedencia</i> .....                                            | 80  |
| <b>Figura 5</b> <i>Los cursos de la escuela influyen en cómo emprender un negocio.</i> ..... | 81  |
| <b>Figura 6</b> <i>Cómo califica las capacitaciones recibidas</i> .....                      | 84  |
| <b>Figura 7</b> <i>Modelo teórico de la investigación.</i> .....                             | 119 |
| <b>Figura 8</b> <i>Aplicación del cuestionario a estudiantes</i> .....                       | 178 |
| <b>Figura 9</b> <i>Aplicación del cuestionario a estudiantes</i> .....                       | 178 |
| <b>Figura 10</b> <i>Aplicación del cuestionario a estudiantes</i> .....                      | 179 |
| <b>Figura 11</b> <i>Aplicación del cuestionario a estudiantes</i> .....                      | 179 |
| <b>Figura 12</b> <i>Aplicación del cuestionario a estudiantes</i> .....                      | 180 |
| <b>Figura 13</b> <i>Aplicación del cuestionario a estudiantes</i> .....                      | 180 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Anexo 1. Instrumento de Recolección de Datos.....</i>                 | <i>147</i> |
| <i>Anexo 2. Validación de Instrumento por Juicio de Expertos.....</i>    | <i>156</i> |
| <i>Anexo 3. Prueba de Fiabilidad .....</i>                               | <i>162</i> |
| <i>Anexo 4. Número de Estudiantes en el Ciclo académico 2024-II.....</i> | <i>166</i> |
| <i>Anexo 5. Matriz de Operacionalización de Variables .....</i>          | <i>172</i> |
| <i>Anexo 6. Matriz de Consistencia .....</i>                             | <i>175</i> |
| <i>Anexo 7. Panel Fotográfico .....</i>                                  | <i>178</i> |

## RESUMEN

Este estudio se llevó a cabo en las EAP Ing. en Agronegocios de la UNC, sede Bambamarca. Con el objetivo de determinar la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social en alumnos de la universidad. Se aplicó el enfoque cuantitativo, con alcance correlacional, diseño no experimental, tipo transversal; se usó el método hipotético deductivo, y la técnica de muestreo no probabilístico por juicio; se hizo uso de la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, procesándose los datos en el software estadístico SPSS – 28. Los resultados determinaron que las características de la personalidad se correlacionan positivamente débil con significación estadística ( $Rho = 0.248^*$ ,  $p\text{-valor} = 0.013$ ) con la intención emprendedora social. Además, al correlacionar la pasión con la intención emprendedora social se determinó que existe una correlación positiva débil y estadísticamente significativa ( $Rho = 0.245^*$ ,  $p\text{-valor} = 0.014$ ), el miedo al fracaso con la intención emprendedora social se determinó una correlación negativa muy débil y no estadísticamente de ( $Rho = -0.068$ ,  $p\text{-valor} = 0.503$ ), y en la dimensión autoeficacia se evidenciaron que no existe una relación estadísticamente significativa, al obtenerse un nivel de significancia de ( $p\text{-valor} = 0.913$ ) y un coeficiente Rho de Spearman de ( $Rho = 0.011$ ). Esto evidencia que, en general, los rasgos de personalidad influyen en la intención emprendedora social de los estudiantes, aunque la magnitud de la relación es limitada.

**Palabras clave:** Intención emprendedora social, pasión emprendedora, intención emprendedora, miedo al fracaso, autoeficacia.

## ABSTRACT

This study was conducted at the Agribusiness Engineering Programme at the UNC, Bambamarca campus. The aim was to determine the relationship between personality traits and social entrepreneurial intention in university students. A quantitative approach was applied, with a correlational scope, non-experimental design, and cross-sectional type. The hypothetical-deductive method and non-probabilistic sampling technique were used. A survey technique was employed, with a questionnaire as the instrument, and the data were processed using SPSS 28 statistical software. The results determined that personality characteristics correlate weakly but statistically significantly ( $Rho = 0.248^*$ ,  $p\text{-value} = 0.013$ ) with social entrepreneurial intention. Furthermore, when correlating passion with social entrepreneurial intention, a weak but statistically significant positive correlation was found ( $Rho = 0.245^*$ ,  $p\text{-value} = 0.014$ ), fear of failure with social entrepreneurial intention a very weak and statistically insignificant negative correlation ( $Rho = -0.068$ ,  $p\text{-value} = 0.503$ ), and in the self-efficacy dimension, it was found that there is no statistically significant relationship, with a significance level of ( $p\text{-value} = 0.913$ ) and a Spearman's Rho coefficient of ( $Rho = 0.011$ ). This shows that, in general, personality traits influence students' social entrepreneurial intention, although the magnitude

**Key words:** Social entrepreneurial intention, entrepreneurial passion, entrepreneurial intention, fear of failure, self-efficacy

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

En el contexto actual, las universidades han asumido un rol estratégico en la formación de profesionales capaces de generar transformaciones sostenibles mediante iniciativas que integren rentabilidad económica y valor social (Álvarez et al., 2025). En este escenario, la intención emprendedora social se ha consolidado como un constructo relevante que combina la motivación por resolver problemáticas sociales con la búsqueda de realización personal y profesional (Mhlongo et al., 2025). Diversos estudios sostienen que esta intención se encuentra influenciada por factores psicológicos internos, particularmente rasgos de personalidad que determinan cómo los individuos enfrentan riesgos, gestionan emociones y orientan sus valores hacia el bienestar colectivo (Paz & Miranda, 2024; Pandey et al., 2023).

Investigaciones recientes evidencian que variables como la autoeficacia, la pasión y el miedo al fracaso influyen significativamente en la formación de la intención emprendedora social (Li et al., 2022; Trettin et al., 2020). La autoeficacia fortalece la percepción de capacidad para emprender; la pasión actúa como motor de persistencia; mientras que el miedo al fracaso puede limitar la acción si no se gestiona adecuadamente (Uysal et al., 2021). En América Latina, y particularmente en el Perú, aún se observan limitaciones vinculadas a baja autoconfianza, escasa formación en competencias emprendedoras y temor al riesgo, factores que restringen la consolidación de proyectos sociales sostenibles (Campos et al., 2023).

En el contexto específico de la provincia de Hualgayoc–Bambamarca, región Cajamarca, la Universidad Nacional de Cajamarca cumple un rol fundamental en la formación de jóvenes profesionales. Sin embargo, se evidencia que muchos estudiantes presentan dificultades para convertir ideas sociales en proyectos viables, debido a limitaciones en autoconfianza, temor al

fracaso y escasos estímulos institucionales orientados al emprendimiento social (Huamán et al., 2022). Esta situación restringe el desarrollo de iniciativas con impacto local y reduce las oportunidades de dinamización económica y social en un entorno con limitadas oportunidades estructurales.

Ante esta realidad, surge el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la relación de las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca – Sede Bambamarca? Analizar esta asociación resulta importante porque permite comprender los factores psicológicos que pueden fortalecer o inhibir la acción emprendedora social en contextos rurales, contribuyendo a diseñar estrategias educativas más efectivas.

La investigación se delimita a estudiantes universitarios de la sede Bambamarca durante el año 2024, bajo un enfoque cuantitativo, de alcance correlacional, con diseño no experimental y corte transversal. Se empleó el método hipotético-deductivo y un muestreo no probabilístico de tipo intencional.

Desde el marco teórico, la variable características de personalidad se aborda a través de dimensiones como pasión, autoeficacia y miedo al fracaso, entendidas como rasgos psicológicos que influyen en la conducta emprendedora. Por su parte, la variable intención emprendedora social se define como la predisposición consciente del estudiante para crear iniciativas orientadas a resolver problemáticas sociales con impacto sostenible. La literatura sostiene que existe una relación positiva entre rasgos psicológicos favorables y mayor predisposición hacia el emprendimiento social (Santos et al., 2021; Urbano et al., 2023).

El objetivo general de la investigación es determinar la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de

Cajamarca – Sede Bambamarca. Los objetivos específicos se orientan a determinar la relación entre cada dimensión de la personalidad (pasión, miedo al fracaso y autoeficacia) y la intención emprendedora social.

La importancia del estudio radica en generar evidencia empírica contextualizada en un entorno universitario rural, aportando información útil para fortalecer programas formativos orientados al desarrollo de competencias emprendedoras con impacto social. Asimismo, contribuye al diseño de estrategias institucionales alineadas con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social universitaria.

Finalmente, la tesis se estructura en siete capítulos: Capítulo I, planteamiento del problema; Capítulo II, marco teórico; Capítulo III, marco metodológico; Capítulo IV, resultados; Capítulo V, discusión; Capítulo VI, conclusiones y recomendaciones; y Capítulo VII, referencias y anexos.

### **1.1. Planteamiento del Problema**

Las características de la personalidad han sido ampliamente estudiadas como factores explicativos del comportamiento emprendedor, bajo el supuesto de que ciertos rasgos distinguen a los emprendedores de quienes no lo son (Altinay et al., 2022; Cohen et al., 2019). Rasgos como necesidad de logro, locus de control interno, tolerancia a la ambigüedad, propensión al riesgo, autoeficacia e innovación han sido identificados como predictores relevantes de la intención emprendedora (Alshebami & Seraj, 2022; Kerr et al., 2018; Luo et al., 2022). Asimismo, la intención emprendedora social es entendida como un estado mental que orienta la decisión de crear iniciativas con impacto social y constituye un fuerte predictor del comportamiento emprendedor real (Nsereko, 2021; Zisser et al., 2019; Zhuang et al., 2022).

A nivel internacional, diversos estudios han confirmado la influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora; sin embargo, los resultados no son concluyentes.

Mientras algunos autores evidencian relaciones positivas y significativas (Altinay et al., 2022; Zhuang et al., 2022), otros encuentran efectos negativos o no significativos (Kong et al., 2020; Neneh, 2022). Estas inconsistencias sugieren que la relación entre personalidad e intención emprendedora puede variar según el contexto cultural, social y económico.

En América Latina y el Perú, el emprendimiento se presenta como una alternativa frente a limitaciones estructurales; no obstante, factores como el entorno socioeconómico, el apoyo institucional y la formación académica influyen directamente en la construcción de la intención emprendedora (Biswas & Verma, 2022; Pauca et al., 2022). A pesar de ello, existen escasos estudios que analicen de manera específica la relación entre características de personalidad e intención emprendedora social en contextos universitarios.

En la región Cajamarca, particularmente en la provincia de Hualgayoc–Bambamarca, esta problemática cobra mayor relevancia debido a las limitadas oportunidades económicas y a la necesidad de promover iniciativas con impacto social sostenible. Sin embargo, no se cuenta con suficiente evidencia empírica que permita determinar si los rasgos de personalidad actúan como factores promotores, inhibidores o neutros en la intención emprendedora social de los estudiantes universitarios.

Ante esta situación, surge la necesidad de responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social en estudiantes universitarios de Cajamarca? La falta de estudios contextualizados limita el diseño de estrategias educativas orientadas a fortalecer competencias emprendedoras con enfoque social, lo que evidencia la importancia y pertinencia de la presente investigación.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cuál es la relación de las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

¿De qué manera se relaciona la pasión con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024?

¿Cuál es la relación que existe entre el miedo al fracaso con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024?

¿De qué forma la autoeficacia se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024?

## **1.3. Justificación**

La presente investigación se desarrolló con el propósito de determinar la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social en estudiantes universitarios, a fin de generar evidencia empírica contextualizada que permitiera fortalecer la comprensión teórica y práctica del emprendimiento social en entornos rurales. Su importancia radicó en que, aunque la literatura internacional reconocía la influencia de los rasgos de personalidad en la intención emprendedora, existían resultados contradictorios y escasos estudios aplicados a contextos universitarios rurales latinoamericanos, lo que limitaba la formulación de estrategias educativas pertinentes. En ese sentido, el estudio resultó relevante al contextualizar modelos teóricos en la realidad de Cajamarca y aportar información válida para determinar si las características de personalidad actuaban como factores promotores, inhibidores o neutros en la intención emprendedora social. Asimismo, la investigación fue viable debido a la accesibilidad a

la población de estudio y al uso de instrumentos validados que permitieron medir ambas variables con rigor científico. Los resultados fueron útiles para estudiantes, docentes y autoridades de la Universidad Nacional de Cajamarca – Sede Bambamarca, ya que contribuyeron al diseño de programas formativos orientados al fortalecimiento de competencias emprendedoras con enfoque social. De igual manera, benefició a la comunidad local al promover iniciativas que impulsaran el desarrollo sostenible, la generación de oportunidades económicas y la reducción de brechas sociales en la provincia de Hualgayoc–Bambamarca.

## **1.4. Objetivos**

### ***1.4.1. Objetivo General***

Determinar la relación entre las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

Determinar la relación de la pasión con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

Explicar la relación del miedo al fracaso con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

Evaluar la relación de la autoeficacia con la con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1. *Antecedentes Internacionales*

El trabajo desarrollado por Calé y Salvatierra (2025), denominado “Análisis de la actitud emprendedora y su relación con los factores de personalidad de los participantes del reto social IMPACT de la Universidad de Cuenca”, tuvo como propósito examinar la relación existente entre la actitud emprendedora y los rasgos de personalidad en estudiantes de la Universidad de Cuenca que formaron parte del reto social IMPACT IV. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño transversal, empleándose encuestas aplicadas a una muestra de 83 estudiantes, sustentadas en modelos teóricos orientados al análisis de los rasgos de personalidad, la actitud emprendedora y la intención emprendedora como variable complementaria. Los hallazgos evidenciaron que la innovación constituye el componente más relevante dentro de la actitud emprendedora de los participantes. Asimismo, se identificó que el control del comportamiento ejerce una influencia significativa sobre la intención emprendedora, resaltando la relevancia de capacidades como el liderazgo, los conocimientos en administración y marketing, así como habilidades personales vinculadas a la creatividad y la perseverancia. En conclusión, el estudio señala que los rasgos de personalidad desempeñan un rol determinante en el desarrollo de emprendedores exitosos. Finalmente, los autores sugieren que futuras investigaciones incorporen análisis de tipo longitudinal y profundicen en el estudio de la dinámica grupal, con el fin de comprender de manera más integral los factores que inciden en el emprendimiento.

En el estudio de Jahanshahi (2025) titulado “Does Your Life Have Meaning Social Entrepreneurial Intention and Personality Traits” tuvo como objetivo examinar cómo los rasgos de

personalidad influyen en la intención de emprendimiento social. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo utilizando encuestas para medir los rasgos de personalidad y las intenciones emprendedoras sociales. Los resultados mostraron relaciones positivas entre actitudes, control percibido, normas subjetivas, obligación moral e intención emprendedora social. Concluyendo que los rasgos de personalidad desempeñan un papel significativo en la formación de intenciones emprendedoras sociales. Su principal limitación fue la ausencia de un análisis longitudinal que permita observar cómo los rasgos de personalidad y las intenciones emprendedoras sociales evolucionan con el tiempo. Finalmente recomendó implementar estudios longitudinales que proporcionen una comprensión más profunda de cómo los rasgos de personalidad afectan las intenciones emprendedoras sociales a lo largo del tiempo.

La investigación realizada por Gomes et al. (2025), titulada “Personality alchemy: The influence of personality traits on the circular entrepreneurial intentions of higher education students”, tuvo como finalidad analizar la influencia de los rasgos de personalidad en las intenciones emprendedoras circulares de estudiantes universitarios portugueses, considerando al control conductual percibido como una variable mediadora dentro del modelo de estudio. El trabajo se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño transversal, empleándose un cuestionario en línea aplicado a una muestra de 510 estudiantes de educación superior en Portugal. Los resultados evidenciaron que características como la propensión al riesgo, la creatividad, el locus de control interno y la proactividad ejercen una influencia positiva sobre el control conductual percibido y, de manera indirecta, sobre la intención emprendedora circular de los estudiantes. A partir de estos hallazgos, los autores concluyen que los rasgos de personalidad cumplen un papel relevante en la configuración de las intenciones emprendedoras orientadas a la economía circular. No obstante, el estudio presenta como principal limitación el haberse centrado

únicamente en estudiantes universitarios portugueses, lo cual restringe la posibilidad de generalizar los resultados a otros entornos culturales y educativos. En este sentido, se recomienda que futuras investigaciones repliquen el estudio en distintos contextos académicos y culturales, con el propósito de contrastar los hallazgos y contribuir al diseño de programas de formación emprendedora ajustados a diversas realidades.

El estudio desarrollado por Herrera y Castro (2025), titulado “El efecto de la educación emprendedora y el miedo al fracaso en la intención de emprender de los alumnos de una escuela de negocios de Ciudad de México”, tuvo como propósito examinar la influencia de la educación emprendedora y del miedo al fracaso, considerados a partir del nivel de motivación, sobre la intención emprendedora de estudiantes de una escuela de negocios perteneciente a una universidad privada de la Ciudad de México. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de tipo transversal, utilizando un modelo de ecuaciones estructurales para analizar la relación entre las variables propuestas. La muestra estuvo conformada por 873 estudiantes. Los resultados evidenciaron que la educación emprendedora ejerce un efecto positivo y significativo sobre la intención de emprender, mientras que el miedo al fracaso presenta una relación negativa con dicha intención. En conclusión, los autores señalan que el fortalecimiento del espíritu emprendedor en la población universitaria favorece no solo la creación de nuevas empresas y la generación de empleo, sino también el impulso de la innovación y la competitividad en los ámbitos nacional e internacional. No obstante, se reconoce como principal limitación que el estudio se circunscribió a una única universidad privada de la Ciudad de México, lo que limita la extrapolación de los resultados. Finalmente, se recomienda profundizar en el análisis de la interacción entre la motivación y el emprendimiento en contextos culturales afines al mexicano, especialmente en países de América Latina.

El estudio realizado por Hernández et al. (2024), titulado “Perfil emprendedor en estudiantes universitarios de modalidad a distancia. Actitud hacia el emprendimiento y competencias emprendedoras como variables predictoras de la intención emprendedora”, tuvo como finalidad caracterizar las intenciones y competencias emprendedoras de estudiantes universitarios que cursan estudios en modalidad a distancia, así como analizar sus experiencias previas en emprendimiento y la percepción de la universidad como un ecosistema promotor del emprendimiento. Asimismo, la investigación buscó identificar agrupamientos según el perfil emprendedor de los estudiantes y determinar las variables que influyen en la intención emprendedora. La metodología empleada correspondió a un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de tipo descriptivo mediante encuesta. Para el análisis de la información se aplicaron técnicas estadísticas como el análisis multivariante de conglomerados, la regresión lineal múltiple, las pruebas no paramétricas U de Mann-Whitney y H de Kruskal-Wallis, así como el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados evidenciaron que, si bien los estudiantes de modalidad a distancia presentan un nivel relativamente bajo de intención emprendedora, cuentan con competencias emprendedoras significativamente desarrolladas. En conclusión, los autores señalan que, a pesar del adecuado desarrollo de competencias, la intención de emprender resulta limitada, siendo la actitud hacia el emprendimiento el factor con mayor influencia. No obstante, una de las principales limitaciones del estudio radica en que la muestra estuvo conformada únicamente por estudiantes de modalidad a distancia de una sola universidad, lo que limita la generalización de los hallazgos a otros contextos educativos. Finalmente, se recomienda que las instituciones de educación superior fortalezcan sus programas de formación emprendedora, priorizando estrategias orientadas al desarrollo de actitudes y motivaciones

favorables hacia el emprendimiento, así como la adecuación de la formación a los diversos perfiles estudiantiles, con el fin de potenciar tanto las competencias como la intención emprendedora.

El estudio desarrollado por Astudillo et al. (2024), titulado “Influencia de los atributos personales en la intención emprendedora en estudiantes universitarios desde una perspectiva de género”, tuvo como propósito examinar las diferencias existentes en los atributos personales vinculados a la creación de empresas entre estudiantes de una universidad pública del Ecuador, específicamente la Universidad de Cuenca, incorporando el enfoque de género y su incidencia en la intención emprendedora. Para ello, se empleó una metodología basada en el uso de pruebas no paramétricas aplicadas a una muestra de 1 100 estudiantes, con el fin de identificar diferencias entre hombres y mujeres. Asimismo, se utilizó un modelo de regresión logística binaria para analizar la influencia del género, los atributos personales, las redes de apoyo y la experiencia previa sobre la intención de emprender. Los resultados evidenciaron la existencia de diferencias significativas según el género en relación con determinados atributos personales asociados al emprendimiento. Sin embargo, se determinó que tanto el género como la experiencia laboral no influyen de manera directa en la intención emprendedora, mientras que las redes de apoyo sí presentan una incidencia relevante. En conclusión, los autores señalan que, dado que ciertos atributos personales resultan determinantes para la creación de empresas, es necesario reforzar el desarrollo de habilidades blandas dentro de las mallas curriculares de las instituciones de educación superior, con el propósito de fomentar una actitud favorable hacia el emprendimiento, así como fortalecer las redes de apoyo de los estudiantes. Finalmente, se recomienda que futuras investigaciones adopten un enfoque comparativo entre universidades públicas y privadas, a fin de analizar si el contexto educativo influye en el comportamiento emprendedor de los estudiantes.

Kyriakopoulos et al. (2024), en su estudio titulado “Soy apasionado, por lo tanto, existo: la interacción entre la pasión emprendedora, el género, la cultura y las intenciones”, analizaron cómo la pasión emprendedora se vincula con la intención de emprender, considerando la influencia del género y el contexto cultural. La investigación se fundamentó en la teoría cognitiva social, la cual permitió explicar los procesos cognitivos y sociales que intervienen en la formación de las intenciones emprendedoras. Desde una perspectiva metodológica, el estudio adoptó un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas con el propósito de profundizar en la comprensión de las interacciones entre las variables analizadas. Los hallazgos evidenciaron que la pasión emprendedora no actúa de manera aislada, sino que su efecto sobre la intención emprendedora varía según el género y la cultura de los individuos, influyendo de forma diferenciada en sus decisiones y comportamientos emprendedores. A partir de estos resultados, los autores concluyen que el género y la cultura cumplen un rol clave en la relación entre la pasión emprendedora y las intenciones emprendedoras, aportando implicancias relevantes tanto para el desarrollo teórico del emprendimiento como para el diseño de estrategias prácticas orientadas a fomentar conductas emprendedoras en contextos diversos.

El trabajo desarrollado por Hossain et al. (2024), titulado “Rasgos de personalidad, autoeficacia social, apoyo social e intención emprendedora social: el papel moderador del género”, se centró en analizar cómo determinados factores personales y contextuales inciden en la intención emprendedora social en Bangladesh, un entorno caracterizado por la generación de iniciativas empresariales con enfoque social e innovador. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, sustentado en la aplicación de análisis estadísticos orientados a evaluar la influencia de variables individuales y situacionales sobre la intención de emprender socialmente. Los resultados evidenciaron que la socialización, diversos rasgos de personalidad —tales como la amabilidad, la

responsabilidad, la estabilidad emocional, la extraversión y la apertura—, junto con la autoeficacia social y el apoyo social percibido, mantienen una relación significativa con la intención emprendedora social. A partir de estos hallazgos, los autores concluyen que la interacción entre factores personales y sociales resulta determinante para comprender el desarrollo de iniciativas emprendedoras de carácter social en el contexto bangladesí. No obstante, se reconoce como principal limitación el carácter transversal del estudio, lo cual impide establecer relaciones causales entre las variables analizadas, así como la recolección de información desde una única fuente, situación que podría generar sesgos de método común. En ese sentido, se sugiere que futuras investigaciones incorporen diseños longitudinales, amplíen el análisis hacia factores contextuales como la cultura y el apoyo institucional, y profundicen en el rol moderador de variables individuales y situacionales, con el fin de lograr una comprensión más integral de la intención emprendedora social.

Mohamed et al. (2023), en el estudio titulado “Born Not Made: The Impact of Six Entrepreneurial Personality Dimensions on Entrepreneurial Intention: Evidence from Healthcare Higher Education Students”, examinaron la intención emprendedora en estudiantes y egresados recientes del ámbito sanitario en Arabia Saudí, poniendo énfasis en la identificación de determinadas dimensiones de la personalidad asociadas al emprendimiento. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, utilizando la modelización de ecuaciones estructurales mediante mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM), técnica empleada para contrastar y validar relaciones teóricas en etapas iniciales del desarrollo conceptual. Los resultados obtenidos indicaron que la propensión a asumir riesgos no ejerce una influencia positiva sobre la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de carreras de salud ni en los recién titulados. No obstante, se evidenció que la intención de emprender se ve favorecida por características como la

proactividad, la innovación, el locus de control interno, la capacidad de resolución de problemas y la autonomía personal. En función de estos hallazgos, los autores concluyen que los estudiantes de educación superior en salud en Arabia Saudí presentan una actitud favorable hacia el emprendimiento y manifiestan una clara disposición a convertirse en empresarios, aun cuando la asunción de riesgos no constituye un factor determinante en dicho proceso. Como limitación principal, se señala que el instrumento de investigación fue aplicado únicamente a estudiantes del sector sanitario de un solo país, lo que restringe la generalización de los resultados. Finalmente, se recomienda que las organizaciones del ámbito de la salud consideren estos resultados para identificar perfiles con potencial emprendedor y diseñar programas orientados a fortalecer y apoyar sus intenciones empresariales, así como que los propios estudiantes utilicen esta información para reconocer y desarrollar su perfil emprendedor.

El estudio realizado por Hoyos et al. (2023), titulado “The influence of skepticism on the university Millennials’ organic food product purchase intention”, se orientó a comprender el papel que cumple el escepticismo en la formación de la intención de compra de productos orgánicos en estudiantes universitarios pertenecientes a la generación Millennial. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo de tipo correlacional y transversal, trabajando con una muestra de 446 estudiantes universitarios de Ecuador. Para el análisis de la información se aplicaron técnicas estadísticas avanzadas, entre ellas el análisis factorial exploratorio, el análisis factorial confirmatorio y el modelado de ecuaciones estructurales. Los resultados evidenciaron que el escepticismo no ejerce una influencia directa sobre la intención de compra; sin embargo, su efecto se manifiesta de manera indirecta a través de variables como las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido. En ese sentido, se determinó que la actitud hacia el consumo, las normas sociales y el control percibido constituyen factores relevantes en la explicación de la

intención de compra de productos orgánicos. No obstante, el estudio presenta como limitación el haberse centrado exclusivamente en Millennials universitarios ecuatorianos, lo que restringe la extrapolación de los hallazgos a otros contextos. Finalmente, los autores sugieren profundizar en el análisis de posibles barreras al consumo, tales como el precio, los hábitos de compra, la disponibilidad de los productos y el nivel de conocimiento del consumidor, así como ampliar el alcance del estudio a otros países en vías de desarrollo.

Sarwar et al. (2023), en su investigación titulada “Personality and Entrepreneurial Intentions of Final Year Business Students in Pakistan: The Mediating Role of Entrepreneurial Education and Social Norms”, analizaron la interacción entre los rasgos de personalidad del modelo de los cinco factores, la educación emprendedora y las normas sociales en la configuración de la intención emprendedora de estudiantes de negocios que cursaban el último año de formación universitaria en Pakistán. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño transversal, aplicándose a una muestra de 200 estudiantes. Los resultados evidenciaron que dimensiones de la personalidad como la apertura a la experiencia y el neuroticismo, junto con la educación emprendedora y las normas sociales, mantienen relaciones estadísticamente significativas con la intención de emprender. A partir de estos hallazgos, los autores concluyen que tanto la educación emprendedora como las normas sociales cumplen un rol mediador en la relación entre determinados rasgos de personalidad y la intención emprendedora. No obstante, se reconoce como principal limitación el haberse centrado en un grupo específico de estudiantes pertenecientes a un único contexto nacional, lo cual limita la generalización de los resultados. Finalmente, se sugiere fortalecer la calidad de los programas de educación emprendedora y promover normas sociales favorables al emprendimiento, con el fin de estimular la intención emprendedora en el ámbito universitario.

Wang et al. (2023), en el estudio denominado “The relationship between college students’ extraversion and entrepreneurial intention: The mediating role of perceived social support”, abordaron el análisis del vínculo entre un rasgo específico de la personalidad —la extroversión— y la intención emprendedora en estudiantes universitarios, incorporando el apoyo social percibido como variable explicativa intermedia. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, mediante la aplicación de encuestas a una muestra de 1 133 estudiantes universitarios, utilizando instrumentos estandarizados para la medición de la personalidad y escalas orientadas a evaluar la intención emprendedora. Los resultados evidenciaron que la extroversión ejerce un efecto directo sobre la intención de emprender, mientras que el apoyo social percibido actúa como un mediador que refuerza dicha relación. En función de estos hallazgos, los autores concluyen que tanto la extroversión como el apoyo social percibido constituyen elementos fundamentales en la configuración de las intenciones emprendedoras en el ámbito universitario. No obstante, el estudio presenta como principal limitación el haberse centrado únicamente en un rasgo de la personalidad, lo que restringe una comprensión más amplia del fenómeno emprendedor. Finalmente, se recomienda que los programas de fomento del emprendimiento incorporen estrategias orientadas al fortalecimiento de redes de apoyo social, con el fin de potenciar las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Zhuang et al. (2022), en el estudio titulado “Impacto de los rasgos de personalidad en la preparación para la creación de empresas de jóvenes de Hong Kong”, analizaron cómo determinados rasgos de personalidad se relacionan con la intención emprendedora y con el nivel de preparación para iniciar un negocio en una población joven comprendida entre los 18 y 40 años. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, a partir de la recolección de información mediante cuestionarios y el posterior uso de técnicas estadísticas para examinar las

relaciones entre las variables estudiadas. Los resultados evidenciaron asociaciones significativas entre los rasgos de personalidad y la preparación para la puesta en marcha de iniciativas empresariales en los jóvenes de Hong Kong. Asimismo, se identificó que tanto la intención emprendedora como el control conductual percibido desempeñan un rol mediador en dichas relaciones. A partir de estos hallazgos, los autores concluyen que existe una interdependencia relevante entre los rasgos de personalidad, la intención de emprender y el grado de preparación para la creación de empresas. No obstante, se reconoce como principal limitación el haberse focalizado en un grupo etario específico, lo que restringe la posibilidad de generalizar los resultados a otras poblaciones. Finalmente, se recomienda fortalecer la educación empresarial, ampliar las oportunidades de práctica emprendedora dirigidas a los jóvenes e incorporar metodologías activas y orientadas a la acción, tales como el aprendizaje experimental, con el fin de potenciar sus capacidades emprendedoras.

Pacheco (2022), en el estudio titulado “Factores determinantes de la intención empresarial entre estudiantes de grado de Trabajo Social: el efecto moderador de la educación empresarial”, analizó los elementos que inciden en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de Trabajo Social, incorporando el papel modulador de la educación emprendedora dentro del proceso formativo. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, orientado a evaluar la influencia de variables personales, demográficas y formativas, incluyendo los rasgos de personalidad, la experiencia profesional, la educación informal y la educación emprendedora. Los resultados evidenciaron que las características demográficas, los atributos personales, la experiencia laboral previa y la educación emprendedora constituyen factores relevantes para estimular el espíritu emprendedor social en este grupo de estudiantes. Asimismo, se identificó que la intención emprendedora se encuentra condicionada por variables sociodemográficas, como la

edad, y por rasgos personales específicos, entre los que destacan la responsabilidad, la autoeficacia, la pasión y el autoconocimiento. A partir de estos hallazgos, el autor concluye que el emprendimiento social representa una vía con alto potencial para generar transformaciones sociales y atender problemáticas sociales mediante propuestas innovadoras. No obstante, el estudio presenta limitaciones asociadas al tamaño reducido de la muestra y a su enfoque exclusivo en estudiantes de grado en Trabajo Social, lo que limita la posibilidad de extrapolar los resultados a otros niveles de formación, como programas de posgrado. Finalmente, se recomienda el diseño de metodologías de enseñanza específicamente orientadas al emprendimiento social, con el fin de fortalecer la iniciativa emprendedora en el ámbito universitario y promover el desarrollo del espíritu emprendedor entre los futuros profesionales del Trabajo Social.

Sun et al. (2022), en el estudio titulado “Sense of entitlement shapes students' entrepreneurial intention”, analizaron la influencia del denominado sentido de derecho, entendido como un rasgo vinculado a la personalidad, en la configuración de la intención emprendedora de estudiantes universitarios en China. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, a partir de la recopilación de información mediante encuestas aplicadas a una muestra de 265 estudiantes universitarios. Los resultados evidenciaron que el sentido de derecho mantiene una relación significativa con la intención emprendedora, efecto que se explica de manera indirecta a través de la actitud hacia el emprendimiento, la cual actúa como variable mediadora. En función de estos hallazgos, los autores concluyen que determinados rasgos de personalidad asociados al sentido de derecho pueden incidir en la intención de emprender. No obstante, el estudio presenta como limitación el haberse circunscrito a una muestra conformada exclusivamente por estudiantes chinos, lo que restringe la generalización de los resultados a otros contextos culturales. Finalmente, se recomienda que los programas educativos orientados al emprendimiento promuevan el

desarrollo de actitudes positivas hacia la actividad emprendedora, como estrategia para fortalecer la intención emprendedora en el ámbito universitario.

Neneh (2022), en su investigación titulada “Pasión emprendedora e intención emprendedora: el papel del apoyo social y la autoeficacia emprendedora”, abordó el análisis del vínculo existente entre la pasión emprendedora, la autoeficacia emprendedora, el apoyo social y la intención de emprender. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, orientado a identificar las relaciones directas e indirectas entre las variables propuestas. Los resultados evidenciaron, en primer lugar, que la pasión emprendedora ejerce un efecto positivo tanto sobre la intención emprendedora como sobre la autoeficacia emprendedora. Asimismo, se constató que la influencia de la pasión emprendedora sobre la intención de emprender se manifiesta de manera indirecta y significativa a través de la autoeficacia emprendedora. A partir de estos hallazgos, el autor concluye que la pasión empresarial constituye un elemento central en la formación de la intención emprendedora, destacando que dicha relación se ve fortalecida por el apoyo social percibido. Además, se señala que los programas educativos orientados al fortalecimiento de la educación empresarial pueden generar un impacto positivo en la intención emprendedora, especialmente en contextos donde el apoyo social es limitado. Finalmente, se recomienda el diseño de iniciativas formativas que fomenten la pasión por el emprendimiento y promuevan una cultura de apoyo social, así como la realización de estudios comparativos de carácter intercultural para ampliar la comprensión del fenómeno emprendedor.

Luo et al. (2022), en el estudio titulado “Relación entre personalidad proactiva e intención emprendedora en estudiantes universitarios: efectos de mediación del capital social y el capital humano”, analizaron la influencia de la personalidad proactiva en la intención emprendedora de estudiantes universitarios, incorporando el capital social y el capital humano como variables

mediadoras dentro del modelo de análisis. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, utilizando un muestreo por conveniencia y la aplicación de 310 cuestionarios. Para el procesamiento de la información se realizaron análisis estadísticos descriptivos y correlacionales mediante el software SPSS 21.0, complementados con el uso del modelo de ecuaciones estructurales (SEM) a través del software AMOS 24.0, con el fin de examinar los efectos mediadores propuestos. Los resultados evidenciaron que la personalidad proactiva ejerce una influencia significativa sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Asimismo, se confirmó que tanto el capital social como el capital humano cumplen un rol mediador en dicha relación, potenciando el efecto de la personalidad proactiva sobre la intención de emprender. En conclusión, los autores sostienen que la personalidad proactiva constituye un factor determinante en la formación de la intención emprendedora, siendo fortalecida por los recursos sociales y humanos de los estudiantes. Finalmente, se recomienda profundizar en la identificación de nuevas variables mediadoras o moderadoras que intervengan en este proceso, así como emplear diseños metodológicos más robustos, tales como estudios longitudinales, análisis de series temporales cruzadas o diseños cuasiexperimentales, que permitan comprender de manera más dinámica la evolución de las relaciones entre las variables estudiadas.

Altinay et al. (2022), en su estudio titulado “Una perspectiva de la cognición social sobre los rasgos de personalidad emprendedora y la intención de crear una empresa: ¿importa la creatividad?”, se propusieron analizar el papel de la creatividad como mecanismo explicativo en la relación entre los rasgos de personalidad emprendedora y la intención de emprender. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, empleando el modelado de ecuaciones estructurales mediante mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para la estimación del modelo teórico planteado. El análisis estadístico se realizó utilizando el software SmartPLS 3.0,

complementado con la técnica de bootstrapping para evaluar la significancia de las relaciones propuestas. Los hallazgos revelaron que, dentro de los rasgos de personalidad emprendedora analizados, únicamente la propensión a asumir riesgos mostró una relación positiva y significativa con la intención emprendedora. Asimismo, se evidenció que la creatividad artística contribuye al fortalecimiento de la intención de emprender, mientras que la creatividad académica presenta una relación negativa con dicha intención. Por otro lado, la tolerancia a la ambigüedad no evidenció efectos significativos ni sobre la creatividad artística ni sobre la intención emprendedora. De igual manera, los resultados no confirmaron una influencia directa de la tolerancia a la ambigüedad ni de la capacidad de innovación sobre la intención de crear una empresa. En cuanto a las relaciones indirectas, se observó que la creatividad académica actúa como mediadora total entre la tolerancia a la ambigüedad y la intención emprendedora, sugiriendo que, aunque esta forma de creatividad puede desalentar directamente la intención de emprender, también puede funcionar como un factor facilitador para enfrentar la incertidumbre inherente al proceso emprendedor. Como principal limitación, los autores señalan el uso de un diseño transversal y la recolección de datos en un contexto específico, correspondiente a empresarios nacientes de un país en desarrollo con antecedentes excomunistas, lo que restringe la generalización de los resultados. Finalmente, se recomienda que los gobiernos y demás actores involucrados promuevan programas de formación y servicios de consultoría orientados a futuros emprendedores, prestando especial atención al desarrollo de la creatividad académica como un elemento potencialmente motivador de la intención emprendedora. Asimismo, se sugiere que futuras investigaciones profundicen en las limitaciones del modelo propuesto y evalúen su aplicación en otros contextos.

En el estudio desarrollado por Alshebami y Seraj (2022), denominado “Exploración de la influencia de los rasgos de personalidad de los empresarios potenciales en la creación de pequeñas

empresas: El caso de Arabia Saudí”, se analizó cómo determinados rasgos de personalidad influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios saudíes. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, mediante el análisis de datos recolectados de estudiantes considerados potenciales emprendedores. Los hallazgos evidenciaron que la capacidad de innovación, el locus de control interno y la propensión a asumir riesgos presentan una relación positiva y estadísticamente significativa con la intención de iniciar un negocio propio. A partir de estos resultados, los autores concluyen que los rasgos de personalidad desempeñan un papel relevante en el desarrollo de la intención emprendedora en este grupo de estudiantes. No obstante, el estudio reconoce como limitaciones el tamaño reducido de la muestra y el contexto geográfico específico, por lo que recomienda que futuras investigaciones amplíen el número de participantes y consideren otros contextos para fortalecer la validez de los resultados.

El estudio realizado por Nsereko (2021), titulado “Recursos condicionales y acción emprendedora social: el papel mediador de la intención emprendedora social”, tuvo como finalidad analizar la relación existente entre los recursos condicionales, la intención emprendedora social y la acción emprendedora social en organizaciones de Uganda, así como determinar el efecto mediador de la intención emprendedora social en dicha relación. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, empleando una encuesta de tipo transversal y técnicas de análisis estadístico. Los resultados evidenciaron que tanto los recursos condicionales como la intención emprendedora social mantienen una asociación positiva y significativa con la acción emprendedora social; además, se comprobó que la intención emprendedora social cumple un rol mediador parcial entre los recursos condicionales y la acción emprendedora social. En conclusión, el autor señala que estos factores influyen de manera relevante en el desarrollo de acciones emprendedoras de carácter social. Sin embargo, el estudio presenta como limitación su aplicación

exclusiva a propietarios y gestores de organizaciones comunitarias en Kampala, lo que podría restringir la generalización de los hallazgos, así como la exclusión de otras variables explicativas. Finalmente, se recomienda que los responsables de políticas públicas y gestores del emprendimiento social diseñen intervenciones orientadas no solo a la innovación social, sino también al fortalecimiento de los recursos condicionales y la intención emprendedora social, identificados como determinantes clave de la acción emprendedora social.

El estudio desarrollado por Kong et al. (2020), titulado “La relación entre la intención emprendedora y la acción: los efectos del miedo al fracaso y el modelo de conducta”, tuvo como propósito analizar cómo el miedo al fracaso y la presencia de modelos de rol emprendedores influyen en el vínculo entre la intención emprendedora y el comportamiento emprendedor. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, utilizando cuestionarios para la recolección de datos numéricos, los cuales fueron sometidos a análisis estadísticos que permitieron evaluar de manera objetiva las relaciones entre las variables. Los resultados evidenciaron una asociación positiva entre los modelos de conducta empresarial y el comportamiento emprendedor, así como una relación negativa entre el miedo al fracaso y dicho comportamiento. En conclusión, los autores señalan que la intención emprendedora individual se relaciona significativamente con la acción emprendedora, y que los modelos de rol empresariales fortalecen esta relación al cumplir un efecto moderador positivo. Finalmente, el estudio sugiere implementar estrategias orientadas a la promoción del emprendimiento en estudiantes universitarios, tales como la difusión de referentes emprendedores positivos, la generación de entornos que toleren el fracaso, el acceso a apoyo financiero y políticas favorables, así como el fortalecimiento de la educación psicológica y las oportunidades de aprendizaje práctico.

El estudio realizado por Şahin et al. (2019), titulado “Los cinco grandes rasgos de la personalidad, la autoeficacia empresarial y la intención empresarial”, tuvo como finalidad comparar las características personales que influyen en la intención de iniciar un nuevo emprendimiento. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, empleando el método de análisis comparativo de conjuntos difusos (fsQCA), lo que permitió identificar diferentes combinaciones de variables asociadas a altos niveles de intención emprendedora. Los resultados evidenciaron que es posible alcanzar una elevada intención emprendedora mediante diversas configuraciones de los cinco grandes rasgos de personalidad junto con la autoeficacia emprendedora. En este sentido, se concluye que rasgos como la responsabilidad (conciencia), la apertura a la experiencia, la estabilidad emocional y la extraversión, en interacción con la autoeficacia empresarial, presentan una relación positiva con la intención de convertirse en emprendedor. No obstante, una de las principales limitaciones del estudio está relacionada con el uso de instrumentos de autorreporte, los cuales pueden generar sesgos en las respuestas. Finalmente, los autores recomiendan que futuras investigaciones profundicen en aspectos metodológicos, especialmente en el diseño y aplicación de instrumentos de medición más objetivos para evaluar tanto las condiciones como los resultados analizados.

La investigación desarrollada por Zisser et al. (2019), titulada “La relación entre la intención emprendedora, el género y la personalidad”, tuvo como propósito analizar las diferencias de género en los rasgos de personalidad de personas con y sin intención emprendedora, con el fin de identificar si las mujeres interesadas en emprender presentan características específicas que puedan ser fortalecidas. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, utilizando cuestionarios como instrumento principal para la recolección de datos. Los resultados evidenciaron que las mujeres perciben menor apoyo social para convertirse en empresarias en comparación con los hombres.

Asimismo, se identificó que diversos rasgos de personalidad, tales como la autoestima, la autoeficacia, la ambición, la pasión, la disposición al riesgo y la orientación comunitaria, se relacionan de manera significativa con la intención emprendedora en ambos géneros. En términos generales, se concluyó que los participantes con intención de emprender presentan mayores niveles de ambición, y que las mujeres con intención emprendedora destacan por una mayor orientación comunitaria frente a los hombres con la misma intención, mientras que quienes no manifestaron intención emprendedora no mostraron diferencias relevantes por género en este aspecto. Como limitación principal, el estudio señala que la muestra estuvo conformada mayoritariamente por estudiantes universitarios, lo que restringe la posibilidad de generalizar los resultados a otros contextos. Finalmente, los autores recomiendan valorar y fortalecer la motivación prosocial en mujeres emprendedoras, promover programas de emprendimiento desde edades tempranas y ampliar futuras investigaciones que analicen la evolución de la relación entre emprendimiento, género y personalidad a lo largo del ciclo de vida.

El estudio realizado por Cohen et al. (2019), titulado “El rompecabezas del emprendedor social: antecedentes, personalidad y motivación de los emprendedores sociales israelíes”, tuvo como finalidad comparar los rasgos de personalidad, las motivaciones y los antecedentes de liderazgo entre emprendedores sociales y emprendedores de carácter comercial. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, empleando un muestreo intencional y sistemático para la selección de los participantes. Los hallazgos evidenciaron que los emprendedores sociales presentan un perfil diferenciado respecto a los emprendedores comerciales, destacando por mayores niveles de extraversión y apertura a nuevas experiencias. Asimismo, se observó que su motivación está principalmente orientada hacia valores, ideales y principios ideológicos, más que hacia la obtención de beneficios económicos. En conclusión, el estudio determinó que los

emprendedores sociales tienden a ser más abiertos, extravertidos y agradables en comparación con los emprendedores tradicionales. Como principal limitación, se señala el tamaño reducido de la muestra, tanto de emprendedores sociales como comerciales, lo que limita la generalización de los resultados. Finalmente, los autores recomiendan fortalecer los procesos de identificación, selección y formación de emprendedores sociales, considerando sus rasgos distintivos frente a los emprendedores de orientación empresarial.

El estudio desarrollado por Karimi et al. (2017), titulado “Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country”, tuvo como propósito analizar la aplicabilidad de los modelos occidentales de intención emprendedora en un contexto propio de un país en desarrollo, tomando como caso específico a Irán. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, sustentado en la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas a estudiantes universitarios iraníes matriculados en programas de formación en emprendimiento. Para el análisis de la información recolectada, se empleó el modelo de ecuaciones estructurales, complementado con análisis estadísticos descriptivos y correlacionales que permitieron examinar tanto las características demográficas de la muestra como las interrelaciones entre las variables estudiadas. Los resultados evidenciaron que los rasgos de personalidad y los factores contextuales mantienen una relación significativa con la intención emprendedora de los estudiantes. En consecuencia, se concluye que ambos tipos de factores ejercen una influencia relevante en la formación de la intención emprendedora dentro del contexto iraní. No obstante, una de las principales limitaciones del estudio radica en su diseño transversal, el cual restringe el análisis de cambios a lo largo del tiempo. Finalmente, los autores sugieren que futuras investigaciones incorporen múltiples fuentes de datos y diseños metodológicos alternativos

que permitan reducir posibles sesgos de método y profundizar en la comprensión del fenómeno estudiado.

El estudio realizado por Karabulut (2016), titulado “Personality Traits on Entrepreneurial Intention”, tuvo como finalidad analizar la influencia de diversos rasgos de personalidad en la formación de la intención emprendedora. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, aplicando técnicas de análisis factorial y regresión múltiple a una muestra de 480 estudiantes universitarios graduados en Turquía. Los hallazgos evidenciaron que los rasgos de personalidad ejercen una influencia positiva y significativa sobre la intención de emprender. En particular, se identificó que variables como el locus de control interno, la necesidad de logro, la tolerancia al riesgo y la alerta emprendedora resultan determinantes en el desarrollo de dicha intención. En consecuencia, el autor concluye que estos rasgos personales constituyen factores clave para el surgimiento de conductas emprendedoras. No obstante, el estudio presenta como principal limitación el hecho de haberse centrado en una muestra específica y en un único contexto nacional, lo cual restringe la generalización de los resultados. Finalmente, se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis a otros entornos culturales y educativos, a fin de contrastar y validar los hallazgos obtenidos.

### ***2.1.2. Antecedentes Nacionales***

En la investigación de Vera et al. (2025) titulada “Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según necesidad/oportunidad, valor y sus variables predictoras de comportamientos de prosocialidad-productiva” tuvo como objetivo identificar perfiles psicológicos de emprendedores peruanos según el tipo de valor y origen de sus emprendimientos, y analizar las variables predictoras de conductas de prosocialidad-productiva. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo con diseño no experimental, transversal y correlacional. Los resultados mostraron que

los emprendedores con perfil de oportunidad social mostraron mayores niveles de empatía y sostenibilidad, mientras que los de necesidad comercial presentaron mayor enfoque en la rentabilidad económica. Concluyendo que los perfiles psicológicos de los emprendedores peruanos están estrechamente relacionados con sus valores y motivaciones. Su principal limitación fue la muestra que se centró en emprendedores de Lima y Callao, lo que limita la generalización de los resultados a otras regiones del país. Finalmente recomendaron ampliar la muestra a nivel nacional y considerar variables contextuales regionales para obtener una visión más completa de los perfiles psicológicos de los emprendedores peruanos.

Este antecedente se conecta con la investigación en que los perfiles psicológicos de los emprendedores peruanos están asociados a sus valores y motivaciones, distinguiendo entre emprendimientos por oportunidad social y por necesidad de mercado. Este resultado es significativo para investigar en Bambamarca porque refuerza que se deben considerar los factores de personalidad y las motivaciones sociales en la intención emprendedora en el ámbito rural. Asimismo, la sugerencia de ampliar la muestra a nivel nacional y estratificar por regiones es coherente con la intención de la investigación de generar evidencia contextualizada.

En el estudio de Asis y López (2024) titulado “Personalidad y Actitud Emprendedora en Estudiantes de Ciencias Empresariales de una Universidad Pública Peruana” tuvo como objetivo investigar la personalidad y la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. Un método cuantitativo fue el que se empleó, mediante encuestas estandarizadas, a 197 alumnos de una universidad pública de Ancash que estudian carreras vinculadas con las ciencias empresariales. Se obtuvieron resultados apropiados a través del software SMART PLS V4.1, y se emplearon análisis estadísticos para obtener los resultados del análisis SEM. Los resultados indicaron que existe una correlación positiva entre los rasgos de la personalidad y la actitud emprendedora. Se concluye

que los rasgos de personalidad tienen una influencia positiva en la actitud emprendedora, mientras que el neuroticismo y la amabilidad ejercen una influencia negativa en dicha actitud. La principal limitación de este estudio radica en que se fundamenta en una muestra de tamaño relativamente reducido. Se recomendó, en última instancia, ampliar la investigación a diversos contextos.

Esta investigación se alinea con la investigación en que los rasgos de personalidad se asocian positivamente con la actitud emprendedora, y negativamente el neuroticismo y la amabilidad. Estos resultados se pueden contextualizar en Bambamarca, donde se pretende conocer cómo las características personales fortalecen o restringen la intención emprendedora social. Además, la sugerencia de replicar la investigación en otros contextos refuerza la relevancia del estudio actual en un contexto rural peruano.

En la investigación de Bhunia y Shome (2023) titulada "Interrelación entre las características de la personalidad y el capital social en la formación de la intención emprendedora: un marco conceptual" buscó ampliar el conocimiento teórico acerca de los factores psicosociales que anteceden las intenciones emprendedoras, describiendo cómo se relacionan las propiedades de las personalidades y el capital social con la creación de dicha intención. La metodología empleada se basó en un enfoque cuantitativo, complementado con una revisión de la literatura en las disciplinas de emprendimiento, negocios y gestión, así como en psicología y sociología. Los resultados demuestran la existencia de interacciones entre tres personalidades emprendedoras fundamentales: las necesidades de logro, el locus de control y la innovación, así como el capital social en la formación de intenciones emprendedoras. Se concluye que las características de la personalidad y el capital social interactúan para conformar la intención emprendedora. La principal limitación se encuentra en el uso de datos secundarios y en la adopción de un enfoque teórico. Se

sugiere emplear el marco conceptual expuesto como referencia para investigaciones empíricas futuras relacionadas con la intención emprendedora.

Este hallazgo apoya la línea de investigación en que las características de personalidad (necesidad de logro, locus de control, innovación) interactúan con el capital social para moldear la intención emprendedora. Este resultado es significativo para investigar en Bambamarca, ya que implica que la propensión individual a emprender se refuerza con las redes sociales y el apoyo comunitario, tan importante en los contextos rurales. Además, la sugerencia de usar el marco conceptual en estudios empíricos concuerda con el propósito de la investigación.

En la investigación de Escobedo et al. (2020) titulado “Emprendimiento e intención emprendedora en estudiantes de Administración de Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú” El objetivo de este estudio fue la determinación del nivel de actividades relacionadas con el emprendimiento y la intención emprendedora de los estudiantes de la carrera de Administración en Universidades Públicas de la Macrorregión Sur del Perú. La metodología empleada consistió en un enfoque cuantitativo, así como en un diseño no experimental de corte transversal con un alcance correlacional. Asimismo, la población de investigación consistió en 2508 estudiantes de Administración y Gestión Pública y desarrollo social de las Universidades Públicas, y la muestra fue de 295 estudiantes. Los resultados del estudio mostraron un alto nivel de actividades en emprendimiento, especialmente en ideas de negocios y ferias de emprendimiento. Llegando a la conclusión estudio revela que los estudiantes de Administración de Universidades Públicas de la Macrorregión del sur de Perú muestran un interés moderado en el emprendimiento y tienen una autoconfianza moderada en sus habilidades empresariales. La principal limitación de este estudio es que se basa en una muestra relativamente pequeña.

Finalmente recomendaron fomentar el emprendimiento universitario, fortalecer la formación en emprendimiento asimismo promover el apoyo familiar y el entorno emprendedor.

Este antecedente se vincula con la investigación al demostrar que los estudiantes universitarios de la Macrorregión Sur del Perú tienen un interés medio por emprender y poca confianza en sus capacidades emprendedoras. Este resultado es significativo para investigar en Bambamarca porque refuerza la necesidad de fortalecer la capacitación en emprendimiento social y crear ambientes que mejoren la autoeficacia y la motivación emprendedora. Además, la sugerencia de promover el apoyo familiar y el entorno emprendedor concuerda con la propuesta de este estudio de fortalecer estrategias educativas y comunitarias.

### ***2.1.3. Antecedentes Regionales***

En la investigación de Sánchez (2020) titulado “La autoeficacia emprendedora, los valores motivacionales y el rendimiento académico de estudiantes universitarios en la asignatura de Emprendedores – UNTELS 2016” se propuso comprender y describir el vínculo entre la eficacia personal en el emprendimiento, los valores que motivan a las personas y el rendimiento académico de los alumnos de la universidad en la materia de Emprendedores. La metodología utilizada fue de carácter transversal y no experimental, con un enfoque cuantitativo. Esto implica que se recopiló información sobre las variables analizadas en un período específico, sin modificar ni verificar la relación de causa y efecto entre ellas. Los hallazgos indicaron que la autoeficacia en el ámbito emprendedor, así como sus dimensiones y los valores motivacionales propuestos por Schwartz, no presentan una relación significativa con el desempeño académico en la materia de Emprendedores. Se ha determinado que no hay una correlación significativa entre la autoeficacia emprendedora, los valores motivadores y el desempeño académico de los estudiantes universitarios en la materia de Emprendedores. Se sugiere la realización de investigaciones complementarias con el objetivo

de profundizar y expandir el entendimiento sobre las variables investigadas, "Autoeficacia emprendedora" y "Valores motivacionales de Schwartz", en estudiantes universitarios de carreras vinculadas con los negocios, la gestión administrativa y otras disciplinas.

Este antecedente se ajusta a la investigación al hablar de la autoeficacia emprendedora y los valores motivacionales, variables que también influyen en la intención emprendedora social. Si bien los resultados mostraron que no hay correlación entre estas variables y el rendimiento académico, la investigación informa sobre la importancia de la autoeficacia como variable psicológica en el emprendimiento. El hallazgo es extrapolable a la realidad de Bambamarca, donde se pretende conocer de qué manera la autoeficacia y los rasgos de personalidad fortalecen la intención emprendedora social en estudiantes universitarios. Además, la sugerencia de hacer más estudios apoya la necesidad del estudio actual de desarrollar evidencia contextualizada en áreas rurales.

#### ***2.1.4. Antecedentes Locales***

Al revisar la literatura, se ha comprobado que no se han realizado estudios locales sobre este asunto, ya que solo han sido hechos en países desarrollados y en desarrollo. En este contexto, el presente estudio se guía por las sugerencias del análisis de (Nsereko, 2021), que indicaron que "las investigaciones futuras deberían incorporar otros grupos poblacionales, como los servicios, las universidades públicas y los trabajadores industriales, entre otros, con el propósito de evidenciar una ilustración más clara y mejorada acerca de cómo las particularidades de la personalidad tienen un impacto en las intenciones emprendedoras". Sin embargo, otros estudios relacionados se muestran a continuación:

En el estudio de Tapia et al. (2025) titulado "Diagnóstico de los emprendimientos rurales de la fresa (fragaria) en la provincia de Hualgayoc" tuvo como objetivo analizar los

emprendimientos rurales de fresa (*Fragaria*) en la provincia de Hualgayoc. La metodología utilizada se basó en un enfoque hipotético-deductivo, de carácter cuantitativo y descriptivo. Se llevaron a cabo encuestas a un total de 48 productores y 95 consumidores, quienes fueron seleccionados mediante un muestreo probabilístico. Los datos obtenidos fueron analizados utilizando el software SPSS para Windows, versión 28. Los hallazgos revelaron que el 90 % de los productores cultivan la variedad Sabrina. Además, el 71 % gestiona terrenos de un cuarto de hectárea dedicados a este cultivo. Asimismo, el 65 % utiliza gallinaza como fertilizante, y el 100 % indicó que su principal motivación es mejorar su situación económica. Se concluye que los emprendimientos relacionados con la producción de fresa constituyen una actividad económica fundamental en la región; sin embargo, enfrentan desafíos tanto técnicos como estructurales que demandan una intervención por parte de las instituciones correspondientes. Este antecedente se vincula con la investigación al demostrar que los emprendimientos rurales en Hualgayoc se originan por causas económicas, a diferencia del presente estudio de emprendimiento social. Pero proporciona información valiosa sobre las condiciones estructurales y técnicas que determinan la sostenibilidad de los proyectos, reforzando la necesidad de factores contextuales en la capacitación de emprendedores sociales en Bambamarca.

En la investigación de Tapia (2024) titulado “Educación Empresarial e Intención Emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024” El objetivo de este estudio fue determinar la relación existente entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes. La metodología empleada se basó en un enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional y de tipo no experimental de corte transversal, utilizando un muestreo no probabilístico intencional. Los hallazgos indicaron que la educación empresarial presenta una correlación positiva y estadísticamente significativa de 0,703

con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Se llega a la conclusión de que la educación empresarial exhibe una correlación positiva y significativa con la intención emprendedora de los alumnos. La principal restricción de la herramienta de medición reside en que su aplicación se limita exclusivamente a muestras recolectadas en un lugar específico, lo que obstaculiza su aplicación a otras poblaciones. En última instancia, se sugiere potenciar la capacitación a través de la incorporación de módulos educativos especializados en desarrollo empresarial, finanzas, marketing y expansión empresarial. Esta investigación se encuentra en consonancia con estudios previos que establecen una relación positiva y significativa entre la educación empresarial y la intención emprendedora, lo que refuerza la idea de que la educación constituye un factor fundamental para el desarrollo de competencias sociales emprendedoras. Y esto se ajusta a la realidad de Bambamarca, donde se pretende fortalecer la educación con enfoque de emprendimiento social como mecanismo de desarrollo sostenible.

En el estudio de Ortiz y Medina. (2023) titulado “Influencia de la Informalidad en la competitividad de las microempresas de productos lácteos en el distrito de Bambamarca” tuvo como objetivo investigar cómo la informalidad afecta la competitividad de dichas microempresas. La metodología utilizada fue un método hipotético deductivo y analítico sintético, empleando técnicas como observación, encuesta y entrevista. Los resultados indicaron que la competitividad se ve influenciada significativamente por la informalidad, destacando un desconocimiento general sobre los beneficios de formalización y limitaciones en capacidades de gestión y tecnología. Se concluye que la informalidad afecta negativamente la competitividad, y se recomienda investigar más sobre las barreras y motivaciones para la formalización, así como el impacto de la capacitación y desarrollo de habilidades en la gestión y adopción de tecnología.

Este antecedente se relaciona con la investigación en que demuestra cómo la informalidad influye en la competitividad de las microempresas, por lo que es necesario fomentar la formalización y la capacitación en gestión empresarial. Estos resultados tienen implicaciones para investigar en Bambamarca, en el sentido de que la intención emprendedora social necesita acompañarse de estrategias para formalizar y hacer sostenibles los proyectos.

En la investigación de Ruiz et al. (2023) titulada “Emprendimiento del agronegocio de aguaymanto (*Physalis peruviana* L) en la provincia de Hualgayoc” tuvo como objetivo explorar características del emprendimiento de aguaymanto en Hualgayoc. La metodología empleada consistió en un enfoque no experimental, hipotético-deductivo y analítico-sintético, utilizando encuestas como instrumento principal. Los resultados indican que la mayoría de los productores emplea tecnología tradicional y destina sus productos principalmente a la exportación. Se ha registrado un incremento en los precios de venta, así como una mayor incidencia de plagas. El estudio concluye subrayando la relevancia de la tecnificación y la investigación agrícola en la mejora de la producción y sostenibilidad del aguaymanto. La principal limitación del estudio sobre el emprendimiento del agronegocio de aguaymanto en Hualgayoc radica en su enfoque geográficamente restringido, ya que se centra exclusivamente en esta provincia. Esto restringe la capacidad de generalizar los resultados a otras regiones o contextos. Se recomienda, en conclusión, centrar los esfuerzos en la tecnificación y modernización de los métodos de cultivo con el objetivo de mejorar la eficiencia y sostenibilidad en la producción de aguaymanto. El estudio se conecta con la investigación al mencionar la tecnificación y modernización de los agronegocios y refuerza que la intención emprendedora social debe de tomar en cuenta la innovación para la sostenibilidad. Asimismo, su mirada desde la hualgayoc nos informa sobre las restricciones y potencialidades en el área de Cajamarca.

En la investigación de Llamoctanta et al. (2023) titulada "Emprendimiento del Agronegocio de Lácteos en la Provincia de Hualgayoc" tuvo como objetivo analizar la industria láctea. La metodología utilizada fue métodos como observación y encuestas, analizados con SPSS. Los resultados indican un procesamiento significativo de leche y la presencia de enfermedades animales como la mastitis. Llegando a la conclusión que, a pesar de un procesamiento significativo de leche y la presencia de retos como enfermedades animales, hay un potencial considerable para el desarrollo y la modernización de la industria láctea en la región. La principal limitación es la concentración geográfica del estudio. Finalmente se recomienda la modernización tecnológica en la producción láctea y la introducción de nuevos productos lácteos para adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores y mantener la relevancia en el mercado.

Este antecedente se relaciona con la investigación en que se demuestra el potencial de desarrollo en la industria láctea a pesar de las dificultades técnico-sanitarias. Este resultado es significativo para investigar en Bambamarca, evidenciando cómo la modernización tecnológica y la diversificación de productos pueden ser estrategias complementarias para fortalecer el emprendimiento social en sectores productivos locales.

La literatura de antecedentes muestra que la asociación entre los rasgos de personalidad y la intención emprendedora se ha examinado en diferentes países del mundo y en el contexto nacional, con hallazgos consistentes en que rasgos como la proactividad, la apertura a la experiencia, la autoeficacia y la innovación influyen positivamente en la intención de emprender. Pero también existen factores contextuales, como el apoyo social, la formación emprendedora, las normas culturales, que median o moderan esta relación, lo que evidencia la complejidad del fenómeno. Estos estudios proporcionan un marco teórico que justifica la relevancia de la presente

investigación para entender cómo interactúan estas variables en un contexto rural universitario peruano.

A pesar de los avances teóricos y empíricos, existe una brecha en la literatura de estudios en contextos rurales y en instituciones públicas de educación superior en Perú, con condiciones socioeconómicas y culturales específicas que pueden alterar la manifestación de la personalidad y su efecto en la intención emprendedora social. Por eso, esta investigación se justifica en que puede aportar para generar conocimiento situado y así diseñar estrategias educativas e institucionales para fortalecer la cultura emprendedora con sentido social, desarrollar la sostenibilidad y la equidad en comunidades con potencial de transformación.

## **2.2. Bases Teóricas**

### ***2.2.1. Teoría del Comportamiento Planificado***

La presente investigación se sustenta en la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen (1991), la cual postula que la intención de realizar un comportamiento está determinada por la actitud hacia dicho comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido. Según Ajzen (2011), la intención constituye un predictor confiable del comportamiento futuro de una persona. Esta teoría, considerada una de las más influyentes en psicología social, permite examinar cómo las creencias individuales afectan las acciones y decisiones de los sujetos (Zhuang et al., 2022).

Esta teoría se ha aplicado mucho en la investigación sobre emprendimiento, para entender cómo las creencias y actitudes de una persona se convierten en una intención. En el campo del emprendimiento social, la TPB proporciona un marco para entender cómo factores internos (personalidad, autoeficacia) interactúan con factores externos (normas sociales, apoyo institucional) para moldear la intención de emprender acciones con fines sociales.

La TPB destaca la interacción entre actitudes, normas y control percibido para predecir comportamientos, indicando que estas dimensiones juntas explican la intención de una persona frente a una conducta específica (Vodă & Florea, 2019). En el ámbito del emprendimiento, se ha encontrado que las características de la personalidad tienen un impacto significativo en la intención emprendedora social, lo que refleja la relevancia de los rasgos individuales en la toma de decisiones relacionadas con la creación de empresas o proyectos de impacto social (Zhuang et al., 2022).

La evidencia empírica apoya que la relación entre actitudes, normas y control percibido no se da de forma aislada, sino que se ve modulada por características individuales como la apertura a la experiencia, la capacidad de recuperación y la proactividad. Estas características refuerzan la sensación de control y de confianza en la capacidad de realizar acciones emprendedoras, aumentando la posibilidad de que la intención se convierta en acción.

Asimismo, Asimakopoulos et al. (2019) sostienen que la intención de emprender un negocio depende de la actitud del individuo, las normas sociales que lo rodean y la percepción sobre su capacidad para controlar las acciones necesarias para emprender. De manera similar, Tsordia y Papadimitriou (2015) indican que la actitud hacia la actividad emprendedora, la norma subjetiva y el control conductual percibido son factores determinantes de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

En esa línea, la TPB no solo aborda la intención como un constructo psicológico, sino que además logra identificar variables mediadoras y moderadoras que enriquecen el análisis, tales como el capital social, la educación emprendedora, la motivación prosocial. Estos elementos amplían la influencia de la personalidad en la generación de intenciones, dando una perspectiva completa del proceso emprendedor en el contexto universitario.

Yang (2013) agrega que la intención emprendedora refleja la disposición de un individuo para ejecutar acciones concretas orientadas a establecer y liderar un negocio innovador, fundamentada en su actitud hacia la actividad emprendedora. Por su parte, Van et al. (2008) destacan que esta intención está influenciada de manera conjunta por las actitudes hacia el emprendimiento, la percepción de control sobre las acciones requeridas y las normas sociales presentes en el entorno. En la misma línea, Su et al. (2021) mencionan que la TPB constituye un marco teórico confiable para explicar la intención emprendedora en estudiantes universitarios, al integrar creencias, actitudes y percepciones de control en la predicción de la conducta emprendedora.

### **2.2.2. *Teoría Social Cognitiva***

La Teoría Social Cognitiva, propuesta por Albert Bandura (1986), sostiene que el comportamiento humano es el resultado de la interacción recíproca entre factores personales, conductuales y ambientales, lo que se conoce como determinismo recíproco. Esta teoría enfatiza que las personas no solo reaccionan ante el entorno, sino que también influyen activamente en él a través de sus creencias, expectativas y capacidades percibidas.

Uno de los conceptos centrales de esta teoría es la autoeficacia, entendida como la creencia que tiene el individuo sobre su capacidad para organizar y ejecutar acciones necesarias para alcanzar determinados objetivos. Bandura sostiene que la percepción de autoeficacia influye directamente en la motivación, el esfuerzo, la persistencia y la toma de decisiones, especialmente frente a situaciones de riesgo o incertidumbre.

En el ámbito del emprendimiento, la Teoría Social Cognitiva permite explicar cómo las creencias personales influyen en la formación de la intención emprendedora. Los estudiantes que poseen mayores niveles de autoeficacia tienden a mostrar mayor confianza para iniciar proyectos,

asumir riesgos y superar obstáculos. Asimismo, factores como el miedo al fracaso y la motivación interna pueden entenderse desde esta teoría como construcciones cognitivas que influyen en la conducta futura.

En relación con la presente investigación, esta teoría complementa la Teoría del Comportamiento Planificado al explicar cómo las características de personalidad, especialmente la autoeficacia, influyen en la intención emprendedora social. De esta manera, se proporciona un sustento teórico sólido que vincula los factores psicológicos individuales con la predisposición a desarrollar iniciativas con impacto social en el contexto universitario.

### ***2.2.3. Características de la Personalidad***

Las características de la personalidad son atributos propios de una persona que engloban sus emociones, pensamientos y conductas (Sarwoko & Nurfarida, 2021). Nave et al. (2017) mencionaron que las características de la personalidad son indicativas del comportamiento futuro, y las disparidades en la personalidad de cada individuo se reflejarán en sus conductas distintas. Para Vodă y Florea (2019) los atributos de personalidad representan características perdurables y consistentes que caracterizan la manera en que un individuo piensa, siente y se comporta. Estas características mantienen una estabilidad relativa a lo largo del tiempo y pueden tener un impacto en la manera en que un individuo interactúa con los demás, toma decisiones y se enfrenta a los retos vitales. Adicionalmente, Littunen (2000) señaló que los atributos de la personalidad se configuran a través de la interacción recíproca entre el individuo y su entorno.

**Tabla 1***Definiciones de las características de la personalidad según autores y año*

| <b>Autor</b>                            | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Allport (1980)                          | "La personalidad es la organización dinámica, dentro del individuo, de aquellos sistemas psicofísicos que determinan su particular ajuste al ambiente" (p. 48).                                                                                                                                                                                                                       |
| McCrae (2005)                           | "La personalidad es la organización dinámica de los rasgos que se manifiestan en patrones consistentes de pensamiento, sentimiento y acción, los cuales reflejan las tendencias básicas subyacentes del individuo y que tienen una base biológica significativa" (p. 59).                                                                                                             |
| Espíritu-Olmos y Sastre-Castillo (2015) | Las características de personalidad se refieren a los rasgos y cualidades que definen la forma en que una persona piensa, siente y se comporta.                                                                                                                                                                                                                                       |
| Karimi et al. (2017)                    | Las características de la personalidad son atributos individuales que pueden influir en la motivación y la intención empresarial de los estudiantes.                                                                                                                                                                                                                                  |
| Vodă y Florea (2019)                    | Las características de personalidad representan rasgos perdurables y uniformes que caracterizan la manera en que un individuo piensa, siente y se comporta. Estas características mantienen una estabilidad relativa a lo largo del tiempo y pueden tener un impacto en la manera en que un individuo interactúa con los demás, toma decisiones y se enfrenta a los retos de la vida. |
| Sarwoko y Nurfarida (2021)              | Las características de la personalidad son atributos propios de una persona que engloban sus emociones, pensamientos y conductas                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Sarfraz et al. (2023)                   | Las características de personalidad se refieren a atributos duraderos y estables que caracterizan la manera en que un individuo piensa, siente y se comporta.                                                                                                                                                                                                                         |

Conforme a lo propuesto, la definición adoptada para la elaboración de este documento es la propuesta por Sarfraz et al. (2023), quienes postularon que las características de la personalidad se definen como rasgos duraderos y estables que caracterizan la manera en que un individuo piensa, siente y se comporta.

Por consiguiente, este estudio se basará en la investigación que se llevó a cabo por Nsereko, (2021), tomando en consideración las recomendaciones y limitaciones identificadas en dicha investigación, junto con la utilización del marco teórico existente, se integrarán las dimensiones: a) pasión, b) miedo al fracaso y c) autoeficacia, debido a que son las de mayor nivel de utilización en investigaciones que tiene un enfoque cuantitativo y que usan la TPB (Altinay et al., 2022; Mohamed et al., 2023; Zhuang et al., 2022; Kong et al., 2020). De este modo, se buscará aprovechar los hallazgos y enfoques metodológicos relevantes de ambas investigaciones para ampliar el entendimiento en el presente estudio.

En realidades como Cajamarca, la intención emprendedora social se vuelve clave para promover el desarrollo sostenible e innovar en sectores como el agronegocio. Las características de personalidad como la pasión, la autoeficacia y la resiliencia permiten que los estudiantes universitarios conviertan ideas en proyectos con impacto económico, social y ambiental. Esto es especialmente pertinente en contextos agrícolas, donde los emprendimientos sociales pueden generar productividad, fortalecer cadenas de valor y fomentar prácticas sostenibles en beneficio de la comunidad.

### ***2.2.3.1. Pasión***

La pasión es una fuerza impulsora importante en el proceso de creación de nuevas empresas y un 'fuego de deseo' que alimenta los esfuerzos diarios y la creatividad de los emprendedores (Neneh, 2022). La pasión se refiere a una fuerte inclinación hacia una actividad autodefinida que

a las personas les gusta, les parece importante y en la que invierten tiempo y energía (Thorgren & Wincent, 2015). La pasión se define como un "sentimiento positivo intenso y conscientemente accesible" que surge de la participación en actividades que tienen un significado de identidad y prominencia para el individuo, es un concepto relativamente reciente en la psicología y la investigación sobre emprendimiento (Thorgren et al., 2014).

La pasión afecta no solo la motivación de una persona, sino también su perseverancia ante los obstáculos y su capacidad de innovar en situaciones dinámicas. En el emprendimiento social, esta cualidad posibilita que los emprendedores se sostengan en el compromiso con las causas de impacto social, aun cuando los recursos sean escasos o las condiciones del mercado sean desfavorables. Esta combinación de pasión y tenacidad es fundamental para proyectos que persiguen objetivos económicos y sociales.

Milanesi (2018) definió la pasión como el "entusiasmo, la alegría e incluso el celo que provienen de la búsqueda enérgica e incansable de un propósito digno, desafiante y edificante". Por lo tanto, Lee et al. (2021) indicaron que aumentar la pasión de los estudiantes por iniciar nuevas empresas podría reducir las barreras psicológicas hacia el espíritu empresarial y estimular los factores motivacionales de los estudiantes para que se conviertan en empresarios incipientes después de graduarse.

En estudiantes universitarios de zonas rurales como Bambamarca, las ganas de emprender se pueden canalizar en proyectos que impulsen el desarrollo local, como por ejemplo en el sector agropecuario. Estos negocios no solo generan ganancias, sino que también resuelven problemas sociales, mejoran vidas y fomentan prácticas sostenibles. Por eso, encender la pasión en los futuros profesionales es clave para desarrollar proyectos con impacto social y económico en la región.

**Tabla 2***Definiciones de la pasión según autores y año*

| <b>Autor</b>             | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sternberg (1986)         | “La pasión se define como el componente de una relación que comprende las fuerzas que impulsan el romance, la atracción física y la consumación sexual. No se trata de la pasión como una actividad o afición, sino de la pasión en el contexto de las relaciones interpersonales” (p. 120). |
| Hatfield y Rapson (1993) | "Un estado de profundo anhelo por la unión con otro" (p. 5).                                                                                                                                                                                                                                 |
| Vallerand (2015)         | "Una fuerte inclinación hacia una actividad que se ama, se encuentra importante, y en la que se invierte tiempo y energía de manera regular" (p. 33).                                                                                                                                        |
| Paquette et al. (2024)   | “La pasión es una fuerte inclinación hacia una actividad que un individuo ama, encuentra importante e invierte una cantidad significativa de tiempo y energía. Además, cuando se tiene pasión, la actividad se integra en la identidad" (p. 25).                                             |

Según las definiciones expuestas en la tabla precedente, el término "pasión" puede ser interpretado de múltiples formas, aunque con un significado común. Este estudio se adhiere a la definición de Vallerand (2015), quien la caracteriza como "una fuerte inclinación hacia una actividad que se ama, se considera importante y en la que se invierte tiempo y energía de manera regular" (p. 33).

En la investigación actual, se utilizó la dimensión de pasión, fundamentada en el estudio de Dehghani (2024) como modelo. Además, se utilizaron los elementos creados por este autor para

medir la pasión en el entorno particular de los estudiantes de universidad. Una escala Likert con cinco puntos y trece preguntas también se emplearon (ver Tabla 3).

**Tabla 3**

*Ítems para medir la Pasión*

| Dimensión     | Indicadores                                 | Ítems                                                                                             |
|---------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pasión</b> | Pasión por la innovación y oportunidades    | 1). It is exciting to figure out new ways to solve unmet market needs that can be commercialized. |
|               |                                             | 2). Searching for new ideas for products/services to offer is enjoyable to me                     |
|               |                                             | 3). I am motivated to figure out how to make existing products/services better.                   |
|               |                                             | 4). Scanning the environment for new opportunities really excites me.                             |
|               |                                             | 5). Inventing new solutions to problems is an important part of who I am.                         |
|               | Pasión por la creación empresarial          | 6). Establishing a new company excites me.                                                        |
|               |                                             | 7). Owning my own company energizes me.                                                           |
|               |                                             | 8). Nurturing a new business through its emerging success is enjoyable.                           |
|               |                                             | 9). Being the founder of a business is an important part of who I am.                             |
|               |                                             | 10). Nurturing and growing companies is an important part of who I am.                            |
|               | Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo | 11). I really like finding the right people to market my product/service to.                      |
|               |                                             | 12). Assembling the right people to work for my business is exciting.                             |
|               |                                             | 13). Pushing my employees and myself to make our company better motivates me.                     |

Fuente: Dehghani (2024).

#### ***2.2.3.2. Miedo al fracaso***

El miedo al fracaso es un constructo psicológico para explicar la interacción entre los atributos cognitivos emocionales y motivación de los emprendedores en el contexto de logro; y es complicado (Tu et al., 2023). Gabriel y Smithson (1990) mencionaron que miedo al fracaso

es la ansiedad ante la posibilidad de no alcanzar metas, generando inseguridad y evitación de desafíos. Asimismo, estos autores indicaron que superarlo es crucial para el crecimiento personal, ya que el fracaso puede ser una oportunidad de aprendizaje y desarrollo.

El miedo a fallar influye en la manera de hacer elecciones y de asumir riesgos, limitando la intención de emprender socialmente. Este concepto afecta la manera en que se ven las oportunidades y la capacidad de seguir adelante ante la incertidumbre. En ambientes universitarios, donde los estudiantes ya tienen exigencias académicas y financieras, el temor a fracasar llega a ser un factor psicológico que impide generar proyectos innovadores.

#### **Tabla 4**

*Definiciones de miedo al fracaso según autores y año*

| <b>Autor</b>                               | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Atkinson (1957)                            | "El miedo al fracaso es una disposición a experimentar ansiedad en situaciones en las que el fracaso es una posibilidad. Es un motivo para evitar el fracaso, ya que se anticipa la vergüenza y la humillación asociadas con el fracaso"(p. 360). |
| Conroy (2001)                              | "El miedo al fracaso es una predisposición multifacética a experimentar ansiedad en situaciones de logro, relacionada con la evaluación de los demás y con la percepción de la propia valía"(p. 432).                                             |
| American Psychological Association, (2015) | "Ansiedad persistente e irracional sobre no estar a la altura de los estándares y metas establecidos por uno mismo o por otros" (p. 433).                                                                                                         |

Con respecto a las definiciones expuestas en la tabla precedente, el término "temor al fracaso" puede ser interpretado de múltiples formas, aunque con un significado común. Esta investigación adopta el enfoque de Conroy (2001), que caracteriza el temor al fracaso como una predisposición multifacética a experimentar ansiedad en circunstancias de logro, asociada a la

valoración de los demás y a la percepción de la propia valía (p. 432). Además, El miedo al fracaso es una predisposición multifacética a experimentar ansiedad en situaciones de logro, relacionada con la evaluación de los demás y con la percepción de la propia valía Dehghani (2024). Por lo tanto, el miedo al fracaso en las acciones emprendedoras es inevitable (Bélanager et al., 2013). Las actividades emprendedoras se ven afectadas por obstáculos, contratiempos y dificultades, que conllevan el riesgo de un posible fracaso (Kollmann et al., 2017; Stroe et al., 2020).

El miedo a fallar no solo genera ansiedad por no lograr objetivos, sino que también afecta la evaluación de riesgos y la disposición a emprender. Según Cacciotti et al. (2016), este constructo puede provocar comportamientos evitativos, reduciendo las intenciones emprendedoras, sobre todo en contextos con escasez de recursos y mucha presión social. En estudiantes universitarios este miedo se transforma en un bloqueo psicológico que impide innovar y desarrollar proyectos de impacto social.

Sin embargo, estudios recientes indican que el miedo al fracaso puede convertirse en un aliado si se sabe aprovechar, desarrollando resiliencia y aprendizaje. En lugares rurales como Bambamarca, donde las adversidades están a la orden del día, transformar el temor en la oportunidad para perfeccionar estrategias y reforzar habilidades emprendedoras es la clave para fomentar proyectos sociales y productivos que fortalezcan el territorio (Tu et al., 2023; Kollmann et al., 2017).

En la presente investigación, se utilizó la dimensión del miedo al fracaso, fundamentándose en el estudio de Dehghani (2024) como referencia. Asimismo, se implementaron los ítems elaborados por este autor con el propósito de evaluar el miedo al fracaso en el contexto particular de los estudiantes universitarios. Asimismo, se emplearon veintiuna preguntas y una escala Likert de cinco puntos (consulte la Tabla 5).

**Tabla 5***Ítems para medir el miedo al fracaso*

| Dimensión               | Indicadores                                  | Ítems                                                                                                                     |
|-------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Miedo al fracaso</b> | Miedo financiero                             | 1). Over the past few months, I have been afraid of not getting enough funding to move the company forward.               |
|                         |                                              | 2). Over the past few months, I have been afraid of not being able to finance the business.                               |
|                         |                                              | 3). Over the past few months, I have been afraid of not being able to get the required funding for the business.          |
|                         |                                              | 4). Over the past few months, I have been afraid of running out of money.                                                 |
|                         |                                              | 5). Over the past few months, I have been afraid of losing all my savings.                                                |
|                         |                                              | 6). Over the past few months, I have been afraid of losing all I have invested in the business/business activities.       |
|                         | Miedo a la viabilidad de la idea             | 7). Over the past few months, I have been afraid that no one will be interested in the product/service.                   |
|                         |                                              | 8). Over the past few months, I have been afraid that this is not a valuable business idea.                               |
|                         |                                              | 9). Over the past few months, I have been afraid that there is no need for our product/service out there.                 |
|                         | Miedo social / expectativas externas         | 10). Over the past few months, I have been afraid of other people's expectations of me.                                   |
|                         |                                              | 11). Over the past few months, I have been afraid of disappointing the people who are important to me.                    |
|                         |                                              | 12). Over the past few months, I have been afraid of losing the trust of people who are important to me.                  |
|                         | Miedo a la pérdida de tiempo y vida personal | 13). Over the past few months, I have been afraid that running the business is taking my time away from other activities. |
|                         |                                              | 14). Over the past few months, I have been afraid of missing important events of my life because of my business.          |
|                         |                                              | 15). Over the past few months, I have been afraid of not being able to spend enough time with my family and friends.      |
|                         | Miedo a la gestión y desempeño               | 16). Over the past few months, I have been afraid of not being able to manage people effectively.                         |
|                         |                                              | 17). Over the past few months, I have been afraid of not being able to manage the business effectively.                   |
|                         |                                              | 18). Over the past few months, I have been afraid of not being able to fulfil all the roles that this job requires.       |
|                         |                                              | 19.) Over the past few months, I have been afraid of the organization's ability to meet client expectations.              |
|                         |                                              | 20.) Over the past few months, I have been afraid of the organization's ability to overcome technical challenges.         |
|                         |                                              | 21.) Over the past few months, I have been afraid of the organization's ability to deliver upon promises.                 |

Fuente: Dehghani (2024).

### 2.2.3.3. Autoeficacia

La autoeficacia se refiere a la creencia de una persona en su capacidad personal para llevar a cabo una determinada acción, en este caso, crear una empresa (Asimakopoulos et al., 2019). Por otra parte (Chen et al., 1998) mencionaron que la autoeficacia es la estimación cognitiva que hace un individuo de sus capacidades para movilizar la motivación, los recursos cognitivos y los cursos de acción necesarios para ejercer el control sobre los acontecimientos de su vida. La autoeficacia es la creencia de un individuo en su capacidad para organizar y ejecutar cursos de acción necesarios para producir determinados logros (Şahin et al., 2019). Hendrickson (2019) mencionó que la autoeficacia es la creencia en la capacidad personal para lograr metas y superar desafíos, influyendo en la motivación y la perseverancia. Del mismo modo, Leino (2017) mencionó que la autoeficacia es la confianza y percepción de una persona sobre su capacidad para enfrentar eficazmente desafíos y realizar tareas específicas, influyendo en su comportamiento y logros.

La autoeficacia es determinante en la intención emprendedora, al afectar la sensación de control y la predisposición a tomar riesgos. Como ya indicó Bandura, las personas con alta autoeficacia perseveran ante las dificultades y buscan soluciones ingeniosas, aumentando las posibilidades de éxito en las iniciativas empresariales. En el emprendimiento social esta convicción posibilita que las personas se involucren en proyectos de impacto positivo, incluso en lugares con escasos recursos.

**Tabla 6**

*Definiciones de autoeficacia según autores y año*

| Autor          | Definición                                                                                                                              |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bandura (1997) | "La creencia en la propia capacidad para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos para manejar situaciones futuras" (p. 3). |

---

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ryan y Deci (2000). | "La creencia en la propia capacidad para interactuar de forma eficaz con el ambiente y realizar actividades valoradas. Esta percepción de competencia, junto con las necesidades de autonomía y relación, es esencial para fomentar la motivación intrínseca, el bienestar psicológico y el crecimiento personal" (p. 69). |
| Chen et al. (2001)  | "la evaluación que hace una persona sobre su capacidad para realizar eficazmente tareas a través de diferentes situaciones, lo cual se relaciona con los niveles de confianza que posee al abordar tareas específicas y la creencia en su habilidad para lograrlas" (p. 65).                                               |

---

A partir de las definiciones expuestas en la tabla precedente, el concepto de autoeficacia puede ser interpretado de múltiples formas, aunque con un significado común. En el marco de este estudio, se adopta la conceptualización propuesta por Chen et al. (2001) como "la evaluación que realiza un individuo sobre su capacidad para realizar eficazmente tareas a través de diversas situaciones, lo cual se relaciona con los niveles de confianza que posee al abordar tareas específicas y la creencia en su habilidad para lograrlas". Bajo este marco, la autoeficacia es la estimación cognitiva que hace un individuo de sus "capacidades para movilizar la motivación, los recursos cognitivos y los cursos de acción necesarios para ejercer el control sobre los acontecimientos de su vida" (Wood y Bandura, 1994; Chandler y Jansen, 1992; Ciartner, 1989, Krueger y Brazcal, 1994; Scherer y otros, 1989).

En el presente estudio, se empleó la dimensión de autoeficacia, basándose en la investigación de Trong et al. (2022), como punto de referencia. Se incorporaron también los componentes desarrollados por los mencionados autores con el objetivo de evaluar la autoeficacia en el contexto específico de los estudiantes universitarios. Además, se utilizaron cinco interrogantes en combinación con una escala Likert de cinco puntos (consultar la Tabla 7).

**Tabla 7***Ítems para medir la autoeficacia*

| <b>Dimensión</b>    | <b>Indicadores</b>                     | <b>Ítems</b>                                                                                                                                     |
|---------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autoeficacia</b> | Confianza en habilidades empresariales | 1). have the necessary skills to be an entrepreneur<br>2). I feel confident in myself when starting a green business                             |
|                     | Seguridad en liderazgo                 | 3). Feel confident when leading                                                                                                                  |
|                     | Capacidad para superar dificultades    | 4). I can overcome all difficulties to start a business<br>5). I have a strong mentality to start with challenges in the field of green business |

Fuente: Trong et al. (2022).

**2.2.4. Intención Emprendedora Social**

De acuerdo con Nsereko (2021), la intención emprendedora social se define como un estado mental que orienta y dirige las acciones del emprendedor hacia el desarrollo y la implementación de nuevos conceptos empresariales. Además, Mohamed et al. (2023) definieron la disposición o el deseo de una persona para establecer y gestionar su propia empresa o negocio. En este contexto, Şahin et al. (2019) indicaron que se refiere a la convicción auto-reconocida de una persona de que tiene la intención de establecer una nueva empresa y que planea hacerlo de manera consciente en algún momento futuro.

La intención emprendedora social constituye el mejor predictor del comportamiento emprendedor, dado que representa el compromiso interno de transformar ideas en acciones. De acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planificado, la intención de una persona se encuentra influenciada por las actitudes hacia el emprendimiento, las normas sociales y la percepción de control. Estos factores determinan la probabilidad de que un individuo decida emprender. En el ámbito social, esta intención tiene como objetivo generar valor colectivo y abordar problemas comunitarios.

**Tabla 8***Definiciones de la intención emprendedora social*

| <b>Autor</b>                 | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Van et al. (2008)            | La intención emprendedora se refiere a la intención de establecer su propio negocio en el futuro.                                                                                                                                                 |
| Yang (2013)                  | La intención emprendedora se refiere a la disposición o voluntad de una persona para participar en actividades emprendedoras, como crear y dirigir un nuevo negocio o empresa.                                                                    |
| Prabandari y Sholihah (2015) | La intención emprendedora se refiere a la disposición y motivación de una persona para iniciar y llevar a cabo actividades emprendedoras.                                                                                                         |
| Şahin et al. (2019)          | La intención Emprendedora se caracteriza como la convicción autónoma de un individuo de que tiene la intención de establecer una nueva entidad empresarial y tiene una planificación consciente de realizar dicha acción en algún momento futuro. |
| Nsereko (2021)               | La intención emprendedora social se caracteriza como un estado mental que orienta y orienta las acciones del emprendedor en la evolución y puesta en práctica de nuevos conceptos empresariales.                                                  |
| Altinay et al. (2022)        | La intención emprendedora social también es un proceso, estado o acto de voluntad consiente que implica el compromiso de realizar los comportamientos necesarios para crear una nueva empresa                                                     |
| Mohamed et al. (2023)        | La intención Emprendedora se define como la disposición o el deseo de una persona de crear y dirigir su propia empresa o negocio.                                                                                                                 |

Por lo tanto, la definición adoptada para el presente estudio es la propuesta por Şahin et al. (2019), quienes conceptualizan la intención emprendedora como la convicción auto-reconocida de

un individuo que tiene la intención de instaurar una nueva empresa y que tiene la intención de hacerlo de forma consciente en un futuro próximo.

Dentro del marco de la presente investigación, la variable de intención emprendedora social fue empleada como una métrica unidimensional, fundamentándose en el modelo propuesto por Liñán y Chen (2009). Además, se utilizaron los elementos desarrollados por los autores citados. Se utilizó una escala de Likert de cinco estrellas, en la que el valor uno se interpreta como "totalmente en desacuerdo" y el valor cinco como "totalmente de acuerdo" (consultar Tabla 9).

**Tabla 9**

*Ítems para medir la intención emprendedora social*

| <b>Variable independiente</b> | <b>Indicadores</b>                                 | <b>Ítems</b>                                              |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Intención emprendedora social | Componente afectivo (deseo/disposición)            | 1). My professional goal is to become an entrepreneur     |
|                               |                                                    | 2). I have very seriously thought of starting a firm      |
|                               | Componente cognitivo (creencias)                   | 3). I am ready to do anything to be an entrepreneur       |
|                               |                                                    | 4). I have the firm intention to start a firm some day    |
|                               | Componente conductual (predisposición a la acción) | 5). I will make every effort to start and run my own firm |
|                               |                                                    | 6). I am determined to create a firm in the future        |

Fuente: Liñán & Chen (2009).

### ***2.2.5. Características de la Personalidad y la Intención Emprendedora Social***

Las características de la personalidad, conceptualizadas por Obschonka y Stuetzer (2021) y García-Cabrera et al. (2023), representan un conjunto de rasgos psicológicos que influyen en la

forma en que los individuos perciben las oportunidades, asumen riesgos y se orientan hacia metas sociales. Asimismo, constituyen factores internos que determinan el comportamiento emprendedor y, en particular, la intención emprendedora social (Newman et al., 2022; Zhao & Seibert, 2020). De acuerdo con Liñán et al. (2023) y Zahra et al. (2021), ciertos rasgos como la apertura a la experiencia, la responsabilidad y la empatía se relacionan positivamente con la propensión a emprender proyectos con impacto social. De esta manera, las características de la personalidad pueden potenciar la orientación prosocial del individuo, impulsando su motivación para crear iniciativas sostenibles y socialmente responsables (Koe et al., 2020; Urbano et al., 2023). Bajo este marco, se considera que la personalidad desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la intención emprendedora social, al facilitar la autoconfianza, la pasión, la perseverancia y el compromiso con el bienestar colectivo (Koe & Majid, 2021; García-Cabrera & Lucia-Casademunt, 2022). En consecuencia, comprender las características de la personalidad resulta esencial para fortalecer los programas de formación y políticas que promuevan el emprendimiento social y sostenible (Kedmenec et al., 2022; Belz & Binder, 2021).

La relación entre los rasgos de personalidad y la intención emprendedora social se ha abordado a través de modelos como la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), que plantea que las actitudes, las normas sociales y la percepción de control influyen en la intención de emprender. Características como la autoeficacia, la pasión y la resiliencia son mediadoras que refuerzan la intención de desarrollar proyectos con impacto social. Esta vinculación es particularmente pertinente en contextos rurales, donde los emprendedores afrontan restricciones estructurales y necesitan de una motivación intrínseca para perseverar.

En relación con la intención emprendedora social, García-Cabrera y Lucia-Casademunt (2022) y Koe y Majid (2021) la definen como la disposición consciente y planificada de una

persona para desarrollar proyectos con impacto social en un futuro cercano. Del mismo modo, representa el estado psicológico que motiva al individuo a emprender iniciativas orientadas al bienestar colectivo (Newman et al., 2022). Es decir, se trata de un proceso previo que impulsa la acción hacia el emprendimiento social, aunque no garantiza la creación definitiva de una empresa social o sostenible (Liñán et al., 2023). En este contexto, la literatura reciente sostiene que la intención emprendedora social constituye uno de los factores más relevantes para comprender el comportamiento prosocial y la creación de valor social (Kedmenec et al., 2022; Urbano et al., 2023; Zahra et al., 2021).

En Cajamarca, conocer cómo la personalidad influye en la intención emprendedora social puede dar lugar a estrategias educativas y políticas para promover el emprendimiento sostenible en sectores prioritarios como el agronegocio. Los estudiantes universitarios, al adquirir habilidades emprendedoras y prosociales, pueden convertirse en agentes de cambio que promuevan la innovación, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida en sus comunidades

Las características de la personalidad contribuyen significativamente a la formación de esta intención, al influir en la autoconfianza, la pasión, la empatía, la perseverancia y la orientación prosocial de los individuos (García-Cabrera et al., 2023; Obschonka & Stuetzer, 2021). De igual modo, la personalidad se ha convertido en un componente esencial dentro del estudio del emprendimiento social, al ser determinante en el desarrollo de actitudes y valores que promueven la innovación y la responsabilidad social (Koe et al., 2020; Belz & Binder, 2021). En este sentido, resulta crucial analizar la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social en los estudiantes universitarios, dado que ambos factores potencian la creación de soluciones sostenibles y con impacto positivo en la sociedad (Newman et al., 2022; Liñán et al., 2023; García-Cabrera & Lucia-Casademunt, 2022).

La literatura actual señala que la relación entre personalidad e intención emprendedora social se puede explicar a través de modelos psicológicos y conductuales, tales como la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991). Esta teoría afirma que las actitudes hacia la iniciativa empresarial, las normas sociales y el control percibido influyen en la intención de emprender. En ese contexto, características como la autoeficacia, la pasión y la resiliencia son mediadores que refuerzan la intención de desarrollar proyectos sociales, sobre todo en contextos con pocos recursos.

Las características de la personalidad y la intención emprendedora social representan dos dimensiones estrechamente vinculadas, ya que ambas contribuyen a explicar el comportamiento prosocial de los individuos que buscan generar impacto positivo en su entorno (Wang & Huang, 2023). Asimismo, comparten el propósito de preparar a las personas para afrontar los desafíos sociales y económicos mediante la creación de iniciativas sostenibles e innovadoras (Hockerts, 2020). Tanto en el estudio de la personalidad como en la intención emprendedora social se destaca la importancia de la pasión, la autoeficacia y la capacidad de resiliencia ante el miedo al fracaso como elementos esenciales que impulsan la acción emprendedora (Yoon et al., 2021).

En el contexto de regiones rurales como Cajamarca, comprender esta relación resulta esencial para diseñar programas de formación que potencien el emprendimiento social en sectores estratégicos como el agronegocio. Los estudiantes universitarios, al desarrollar competencias emprendedoras y valores prosociales, pueden convertirse en agentes de cambio que impulsen la innovación, la generación de empleo y la sostenibilidad en sus comunidades.

Por otro lado, la intención emprendedora social se refiere al estado psicológico que motiva a un individuo a iniciar y desarrollar un proyecto con propósito social (Kruse et al., 2023; Ruiz-Rosa et al., 2020; Kim et al., 2021). Dicha intención está influenciada por múltiples factores

personales, como los rasgos de personalidad, las experiencias previas, el entorno social y, de manera especial, por la autopercepción de competencia o autoeficacia (Moriano et al., 2021). En este sentido, una personalidad caracterizada por alta pasión, elevada autoeficacia y bajo miedo al fracaso puede incrementar significativamente la intención de emprender socialmente (Farani et al., 2023).

En lugares como Bambamarca, la iniciativa emprendedora social se vuelve significativa para desarrollar respuestas innovadoras a problemas estructurales como desempleo, baja productividad agrícola y migración juvenil. Los estudiantes universitarios, al mezclar sus conocimientos con un fin social, pueden desarrollar proyectos de negocios agropecuarios sostenibles que mejoren la calidad de vida y fortalezcan la economía local.

De acuerdo con estudios recientes, la pasión emprendedora potencia la creatividad, la persistencia y la orientación hacia el logro social (Cardella et al., 2022; Gao et al., 2023). La autoeficacia, por su parte, actúa como un mediador clave que fortalece la confianza personal y la disposición para enfrentar los riesgos inherentes al emprendimiento social (Esfandiar et al., 2023; Kim et al., 2021). En contraste, el miedo al fracaso constituye una barrera psicológica que puede inhibir la acción emprendedora, aunque, cuando se gestiona adecuadamente, también puede convertirse en un factor de aprendizaje y mejora (Cacciotti & Hayton, 2022; Bolton & Lane, 2023).

Por eso, conocer qué determina la intención emprendedora social apoya el desarrollo teórico, pero también la elaboración de políticas y programas para fortalecer el emprendimiento social en áreas rurales. Desarrollar la pasión, la autoeficacia y la resiliencia al fracaso en estudiantes universitarios puede ser una manera de promover la innovación social y el desarrollo sostenible en Cajamarca.

En la actualidad, las instituciones de educación superior desempeñan un papel crucial al fomentar programas y experiencias formativas que fortalezcan la pasión, la autoeficacia y la tolerancia al fracaso entre los estudiantes (Rae et al., 2022). Dichos programas no solo contribuyen al desarrollo de competencias emprendedoras, sino también a despertar el sentido de propósito social y compromiso comunitario (Contreras-Barraza et al., 2021). Sin embargo, muchos jóvenes aún enfrentan obstáculos como el temor al riesgo, la falta de confianza y escasos recursos, lo que subraya la necesidad de estrategias educativas que impulsen la autoconfianza, la creatividad y la perseverancia (Prabhu et al., 2022; Fayolle et al., 2023). En consecuencia, promover una formación integral orientada al desarrollo de características personales positivas puede incrementar de forma significativa la intención emprendedora social entre los estudiantes universitarios (Cardella et al., 2022; Rae et al., 2022).

En Latinoamérica, y específicamente en zonas rurales como Cajamarca, los obstáculos para promover la intención emprendedora social son los mismos, pero se agudizan por la falta de infraestructura, el acceso limitado a financiamiento y la débil vinculación entre universidades y sectores productivos. Estas circunstancias demandan programas formativos que no solo impartan conocimientos técnicos, sino que también desarrollen habilidades personales como la resiliencia, la creatividad y la orientación prosocial, necesarias para generar proyectos sostenibles en el sector agropecuario.

La revisión de la literatura muestra que en diversos países asiáticos existen desafíos significativos en el desarrollo de la intención emprendedora social, a pesar de los esfuerzos por fomentar valores de responsabilidad y sostenibilidad en la educación superior (Li & Chen, 2023; Zhao et al., 2021). En el caso de China, los estudiantes presentan un bajo interés en participar en proyectos de emprendimiento social, lo cual podría atribuirse a factores como la escasa

autoeficacia percibida, el miedo al fracaso y la falta de apoyo institucional (Wang et al., 2022; Liu & Fang, 2023). Estos elementos limitan la confianza y la motivación de los jóvenes para generar iniciativas con impacto social. En ese contexto, las universidades y los gobiernos deben fortalecer estrategias que potencien la pasión emprendedora y reduzcan las barreras psicológicas asociadas al temor al error (Huang & Li, 2021; Zhang et al., 2023).

Por eso es que las instituciones de educación superior en Cajamarca deben desarrollar estrategias que integren la formación académica con experiencias prácticas en comunidades rurales, generando emprendimientos sociales que den respuesta a necesidades locales. Estas acciones pueden ser catalizadoras de desarrollo económico y social, que contribuyan a disminuir la pobreza y fortalecer cadenas productivas sostenibles.

En Vietnam, se observa que los estudiantes universitarios poseen motivaciones y actitudes positivas hacia el emprendimiento social; sin embargo, la falta de recursos, la inseguridad ante el riesgo y el bajo nivel de autoeficacia personal les impiden concretar sus intenciones (Tran et al., 2021; Ngo & Hoang, 2023). De manera similar, en Indonesia, varios estudios revelan que el miedo al fracaso y la ausencia de programas formativos enfocados en el desarrollo de la personalidad emprendedora reducen la probabilidad de acción socialmente orientada (Rahman et al., 2022; Setiawan & Ariyanto, 2021). En consecuencia, es fundamental que las instituciones implementen políticas educativas que promuevan la autoconfianza, la perseverancia y la gestión emocional como pilares de la intención emprendedora social (Santoso et al., 2024).

En el caso de Perú, con mayor incidencia en zonas rurales como Cajamarca, los problemas son similares a los que se encuentran en otros países de Latinoamérica. Barreras como la falta de acceso a financiamiento, la falta de infraestructura tecnológica y la falta de conexión entre universidades y comunidades productivas impiden la concreción de proyectos con impacto social.

Además, la baja autoeficacia percibida y el temor al fracaso continúan siendo bloqueos psicológicos que disminuyen la intención emprendedora social en estudiantes universitarios.

En los países de América Latina, la situación es diversa. En Colombia, por ejemplo, los jóvenes muestran interés por crear emprendimientos con propósito social, aunque enfrentan limitaciones vinculadas a la falta de capital, el escaso acompañamiento institucional y el temor a no lograr resultados sostenibles (Valencia-Arias et al., 2022). En Ecuador, estudios recientes señalan que la baja autoeficacia y el miedo al fracaso influyen negativamente en la decisión de emprender socialmente, aunque las universidades han comenzado a incluir asignaturas sobre emprendimiento responsable y sostenibilidad (Torres et al., 2023; López-Sánchez et al., 2022). En consecuencia, las iniciativas formativas centradas en la pasión y la confianza personal se presentan como herramientas eficaces para aumentar la intención emprendedora social (Mendieta et al., 2024).

Por ello, resulta esencial que las instituciones de educación superior en Cajamarca implementen programas formativos que integren competencias técnicas con el desarrollo de habilidades socioemocionales, fomentando la pasión, la resiliencia y la confianza personal. Estas estrategias pueden impulsar la creación de emprendimientos sociales vinculados al agronegocio, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la mejora de la calidad de vida en las comunidades rurales.

En el Perú, el emprendimiento social ha cobrado relevancia en los últimos años, posicionando al país como uno de los más activos en la región en cuanto a la creación de proyectos innovadores y sostenibles (Cerna et al., 2023). Sin embargo, persisten brechas relacionadas con la falta de autoeficacia y el miedo al fracaso, factores que disminuyen la perseverancia de los jóvenes para sostener sus iniciativas en el tiempo (Huamán et al., 2022). Asimismo, el contexto político, la

informalidad y los efectos socioeconómicos de la pandemia han limitado las oportunidades de desarrollo de emprendimientos sociales, especialmente entre los estudiantes universitarios (Guevara et al., 2023). En este sentido, resulta necesario fortalecer la educación emocional y la formación basada en la pasión y la resiliencia, para garantizar que los emprendimientos sociales sean sostenibles y de impacto duradero (Rojas & Peña, 2024).

En zonas rurales como Cajamarca, el emprendimiento social en el sector agropecuario es una gran oportunidad para generar desarrollo sostenible y mejorar la vida de las comunidades. Pero la falta de financiamiento, la debilidad de infraestructura y la poca vinculación entre universidades y actores productivos dificultan la concreción de proyectos con impacto social. Estas circunstancias demandan programas formativos que refuercen habilidades personales como la resiliencia, la creatividad y la orientación prosocial para hacer frente a las demandas del entorno.

La locación seleccionada para la investigación que a continuación se presenta, la Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca – sede Bambamarca, los estudiantes pueden enfrentar limitantes psicológicas y personales relacionadas con la baja autoeficacia, el miedo al fracaso y una reducida pasión por el emprendimiento social. Estas limitaciones coinciden con las expuestas por distintos autores, quienes sostienen que factores como el género, la falta de confianza en las propias capacidades, la escasa cultura emprendedora y la limitada motivación prosocial obstaculizan el surgimiento de iniciativas sostenibles (Nguyen et al., 2022; López-Núñez et al., 2021). Asimismo, la falta de experiencias previas, el temor a asumir riesgos y la presión social influyen negativamente en la intención emprendedora social (Cardella et al., 2023; Digan et al., 2021). En ese sentido, estudios recientes destacan la necesidad de fortalecer la autoeficacia y la pasión emprendedora a través de

programas de acompañamiento psicológico y formativo (Álvarez-García et al., 2023; Trettin et al., 2020).

Es por ello que esta investigación pretende determinar cómo las dimensiones de la personalidad impactan en la intención emprendedora social de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios, para así proponer estrategias educativas que desarrollen la pasión, la autoeficacia y la tolerancia al fracaso. Estas prácticas pueden ser catalizadores para generar emprendimientos sociales sostenibles, fortalecer cadenas productivas y contribuir al desarrollo económico y social de Bambamarca y la región Cajamarca

Las consecuencias de no atender estas limitaciones pueden reflejarse en el incremento del desempleo juvenil, la dependencia económica y la pérdida de oportunidades para el desarrollo local sostenible (Manzano-García et al., 2021; Urbano et al., 2023). De acuerdo con Ratten y Ferreira (2021), fomentar el emprendimiento social entre los jóvenes no solo mejora su inserción laboral, sino que también fortalece el tejido social y la capacidad de innovación en las comunidades. En este sentido, el fortalecimiento de las características de la personalidad, especialmente la pasión y la autoeficacia, representa una estrategia clave para reducir la pobreza y generar alternativas de crecimiento sostenible (Arismendi et al., 2022; Campos et al., 2023).

Las implicaciones de no considerar estas restricciones pueden manifestarse en forma de desempleo juvenil, dependencia económica y pérdida de oportunidades para el desarrollo local sostenible (Manzano-García et al., 2021; Urbano et al., 2023). Según Ratten y Ferreira (2021), promover el emprendimiento social juvenil no solo mejora su inclusión laboral, sino que también refuerza el tejido social y la capacidad de innovación de las comunidades. En ese contexto, el fortalecimiento de rasgos de personalidad, como la pasión y la autoeficacia, emerge como una vía

para disminuir la pobreza y crear opciones de crecimiento sustentable (Arismendi et al., 2022; Campos et al., 2023).

Diversas investigaciones han demostrado resultados distintos respecto a la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social. Algunos estudios evidencian una correlación positiva y significativa entre la autoeficacia y la intención de emprender socialmente (Fatoki, 2020; Gelaidan et al., 2021; Miao et al., 2022; Younis et al., 2023), mientras que otros muestran que el miedo al fracaso puede moderar negativamente dicha relación (Bosman et al., 2022; Uysal et al., 2021). Asimismo, se ha observado que la pasión emprendedora cumple un papel mediador entre las emociones positivas y el deseo de generar impacto social (Li et al., 2022; Santos et al., 2021). En contraste, estudios como el de Garba et al. (2023) no encontraron relación estadísticamente significativa entre los rasgos de personalidad y la intención emprendedora social, lo cual evidencia la existencia de factores contextuales y culturales que afectan los resultados.

Algunos estudios no encuentran relaciones significativas entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social. Algunas investigaciones encuentran una asociación positiva y significativa entre la autoeficacia y la intención de emprender socialmente (Fatoki, 2020; Gelaidan et al., 2021; Miao et al., 2022; Younis et al., 2023), en tanto que otras hallan que el temor al fracaso llega a moderar negativamente esta relación (Bosman et al., 2022; Uysal et al., 2021). Además, se ha encontrado que la pasión emprendedora media la relación entre las emociones positivas y el deseo de impacto social (Li et al., 2022; Santos et al., 2021). Por el contrario, investigaciones como la de Garba et al. (2023) no hallaron asociación estadísticamente significativa entre los rasgos de personalidad y la intención emprendedora social, lo que demuestra que existen factores contextuales y culturales que influyen en los resultados.

La diversidad de resultados encontrados puede atribuirse a diferencias metodológicas, al tamaño de las muestras y a la heterogeneidad cultural de los participantes (Abdulwahab et al., 2023). Además, varios estudios presentan limitaciones derivadas del uso de instrumentos de medición que no han sido adaptados al contexto de países en desarrollo, lo cual impide generalizar los resultados a otras realidades (Karimi et al., 2022). Por ejemplo, algunos autores aplicaron modelos de ecuaciones estructurales (SEM) o regresión jerárquica para analizar la relación entre la autoeficacia y la intención social (Gelaidan et al., 2021; Bosman et al., 2022), mientras que otros utilizaron modelos de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para evaluar el efecto mediador del miedo al fracaso (Uysal et al., 2021; Li et al., 2022).

Finalmente, la literatura evidencia que los estudios sobre personalidad y emprendimiento social se han concentrado principalmente en países desarrollados (Fatoki, 2020; Santos et al., 2021). Por tanto, existe una clara necesidad de ampliar la investigación en contextos latinoamericanos y particularmente en instituciones públicas de educación superior, donde los estudiantes enfrentan limitaciones económicas y culturales diferentes (Campos et al., 2023; Arismendi et al., 2022). Bajo este marco, la presente investigación busca determinar la relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional de Cajamarca – sede Bambamarca, aportando evidencia empírica desde un país en desarrollo.

## **2.3. Formulación de Hipótesis**

### ***2.3.1. Hipótesis General***

Existe relación positiva entre las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

### 2.3.2. Hipótesis Específicas

La pasión se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

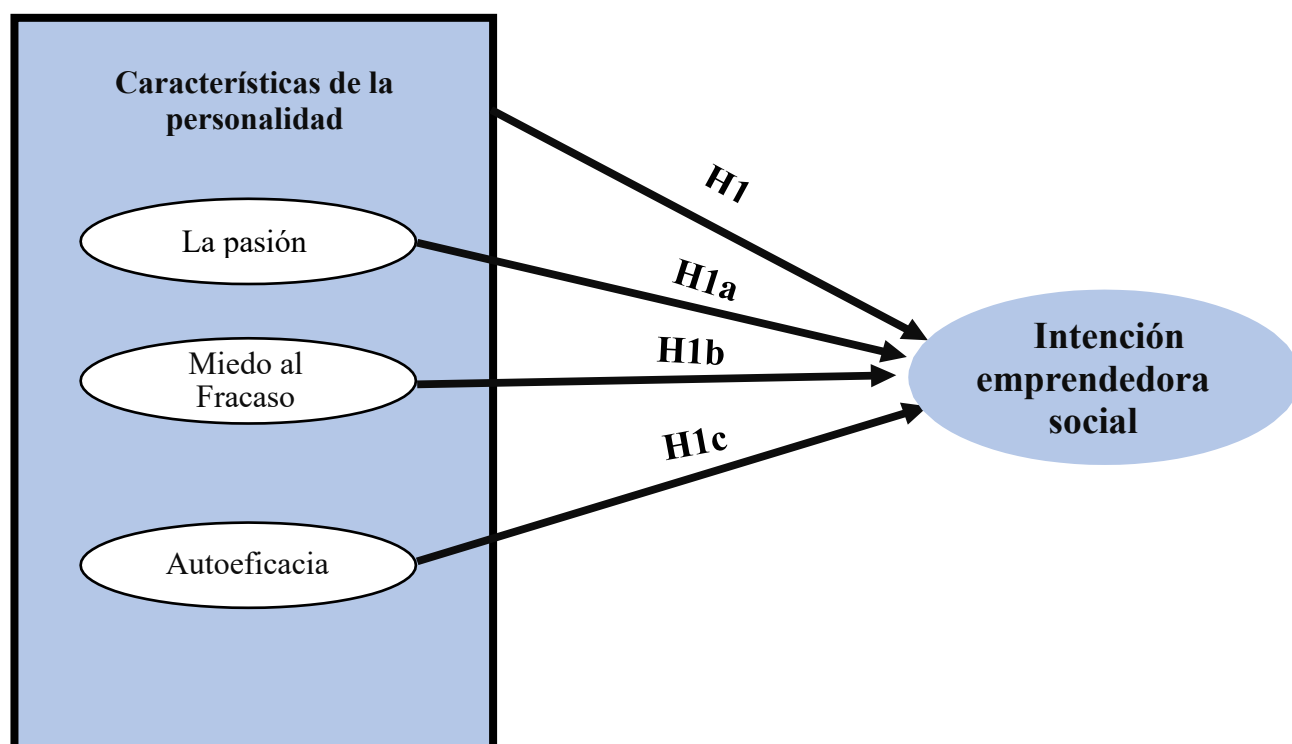
El miedo al fracaso se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

La autoeficacia se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

## 2.4. Modelo Conceptual

**Figura 1**

*Modelo conceptual*



## 2.5. Mapa de Revisión de Literatura

La revisión de la literatura se estructuró siguiendo un enfoque que transitó de lo general a lo particular en torno a las características de la personalidad y la intención emprendedora social, con el propósito de analizar la relevancia de estas variables y la manera en que interactúan en el contexto universitario.

El enfoque adoptado permitió identificar patrones y vacíos en la literatura, asegurando una comprensión integral de las variables estudiadas. Esta metodología sistemática contribuye a la construcción de un marco teórico sólido que respalde la hipótesis del estudio y oriente el análisis empírico.

Se desarrolló un análisis exhaustivo de investigaciones previas que abordan la relación entre distintos rasgos de la personalidad y la intención emprendedora social, permitiendo comprender cómo dimensiones específicas, tales como la pasión, el miedo al fracaso y la autoeficacia, pueden influir en la predisposición de los estudiantes hacia el emprendimiento con fines sociales. El propósito principal radicó en explicar la importancia de estas variables y evidenciar los aportes y debates que han surgido en la literatura académica.

Se establecieron criterios de inclusión como, estudios empíricos y revisiones teóricas relacionadas con emprendimiento social y rasgos de personalidad. Se excluyeron investigaciones sin acceso completo, duplicadas o que no abordaran directamente las variables del estudio.

Para la búsqueda de información, se recurrió a diversas bases de datos académicas, tales como Scopus, Web of Science, Dialnet, Alicia y Google Académico, empleando términos clave como: (a) “Passion and social entrepreneurial intention”, (b) “Fear of failure and entrepreneurship”, (c) “Self-efficacy and entrepreneurial behavior”, (d) “Personality traits and social entrepreneurship”.

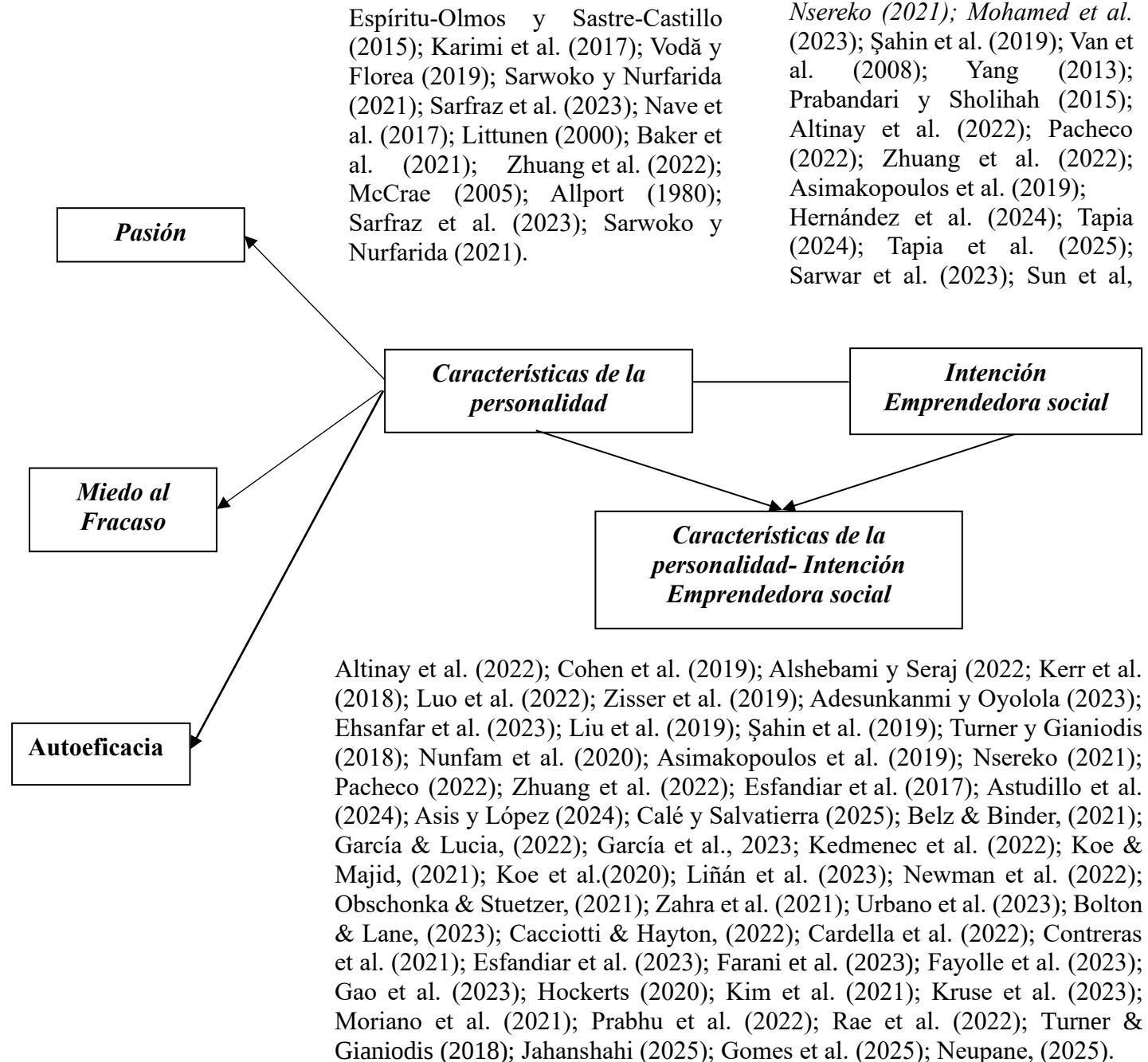
Así, el análisis bibliográfico facilitó la fundamentación teórica de las dos variables fundamentales del estudio y sus correspondientes dimensiones, subrayando su influencia en la intención emprendedora social de los estudiantes universitarios. Por lo tanto, la estructura de la revisión literaria se organizó de la siguiente manera: (a) atributos de la personalidad, (b) dimensiones de la personalidad (pasión, temor al fracaso y autoeficacia), (c) intención emprendedora social, y (d) atributos de la personalidad y intención emprendedora social en conjunto.

**Figura 2***Mapa de Literatura*

Neneh (2022); Thorgren y Wincent (2015); Thorgren et al. (2014); Milanese (2018); Lee et al. (2021); Indyastuti et al. (2021); Vallerand (2015); Sternberg (1986); Hatfield y Rapson (1993); Paquette et al. (2024); Dehghani (2024); Thorgren & Wincent, (2015); Mhlango et al. (2025).

Tu et al. (2023); Gabriel y Smithson (1990); Li et al. (2020); Herrera y Castro. (2025); American Psychological Association, (2015); Conroy (2001); Bélanger et al. (2013); Kollmann et al. (2017); Stroe et al. (2020).

Asimakopoulos et al. (2019); Chen et al. (1998); Şahin et al. (2019); Hendrickson (2019); Leino (2017); Bandura (1997); Ryan y Deci (2000); Chen et al. (2001); Wood y Bandura, (1994); Chandler y Jansen, (1992); Krueger y Brazcal, (1994); Scherer et al. (1989); Trong et al. (2022); Sánchez (2020); Tsordia y Papadimitriou (2015); Álvarez et al. (2025); Viana et al. (2025).



## 2.6. Definición de Términos Básicos

**Características de personalidad:** Las características de personalidad se refieren a atributos duraderos que caracterizan la manera en que un individuo piensa, siente y se comporta. Estas propiedades tienden a permanecer inalteradas con el transcurso del tiempo y pueden influir en la forma en que un individuo interactúa con otros, toma decisiones y se enfrenta a diversas circunstancias (Baker et al., 2021). Ejemplos de características de personalidad comprenden la creatividad, la exigencia de lograr metas, el locus de control, la propensión a asumir riesgos, la tolerancia a la ambigüedad y la interacción con las redes sociales (Zhuang et al., 2022).

**Intención emprendedora:** La intención emprendedora alude a la predisposición o predisposición que posee un individuo para establecer y desarrollar su propio emprendimiento o entidad empresarial (Pacheco, 2022). Además, Mohamed et al. (2023) indicaron que la intención emprendedora alude a la disposición o el anhelo de un individuo para establecer y dirigir su propia entidad empresarial o negocio. Además, Zhuang et al. (2022) postularon que la intención emprendedora se refiere al compromiso de un individuo para realizar una actividad específica que asegura la viabilidad de la iniciativa empresarial. Se refiere al anhelo y la resolución de establecer y dirigir una empresa propia. De acuerdo con Asimakopoulos et al. (2019), la intención emprendedora alude a la disposición o intención de un individuo para emprender y ejecutar una actividad empresarial en el futuro.

**La autoeficacia** Se refiere a la convicción de un individuo en su habilidad para estructurar y llevar a cabo estrategias de acción requeridas para generar logros específicos (Şahin et al., 2019). Asimakopoulos et al. (2019) también postulan que la autoeficacia se refiere a la convicción de un individuo en su habilidad personal para ejecutar una acción específica, en este caso, la creación de una empresa. Es la percepción individual respecto a la facilidad o dificultad percibida para llevar a cabo una actividad comercial. Miedo al fracaso: El miedo al

fracaso es un constructo psicológico para explicar la interacción entre los atributos cognitivos emocionales y motivación de los emprendedores en el contexto de logro; y es complicado (Tu et al., 2023). El miedo al fracaso en el contexto emprendedor es la anticipación de temor o ansiedad relacionada con la posibilidad de no alcanzar los objetivos empresariales o de enfrentar consecuencias negativas en el proceso emprendedor (Li et al., 2020).

**Pasión:** La pasión es una fuerza impulsora importante en el proceso de creación de nuevas empresas y un 'fuego de deseo' que alimenta los esfuerzos diarios y la creatividad de los emprendedores (Neneh, 2022). Indyastuti et al. (2021) definieron a la pasión emprendedora como la intensa emoción positiva asociada con la realización de actividades relacionadas con el emprendimiento, que es central para la identidad del emprendedor.

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Ubicación Geográfica de la Investigación

El presente estudio se consideró a los estudiantes de pregrado de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca. La Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca, se encuentra ubicada en el pasaje universitario S/N ex plaza pecuaria. Los puntos cardinales se muestran a continuación:

Altitud: 2526

Latitud: 06°40'33"

Longitud: 78°30'54"

#### **Figura 3**

*Ubicación del experimento/investigación*



*Nota: Capturado de Google Heart.*

## 3.2. Materiales

### 3.2.1. *Material de campo*

- Materiales audiovisuales: Videos de referencia de YouTube, cámara de celular para grabaciones.
- Materiales informáticos: Base de datos de Web of Science, Scopus, Dialnet, Alicia Concytec y Google Académico, laptop, programas de SPSS versión 28, JASP 0.18.1.0., teléfono celular, memoria USB, Microsoft Office 365 e internet.
- Materiales de escritorio: tarjetas, marcadores, destacadores, carpeta manila, sobre manila, textos, reglas, pizarra, escritorio, asiento y líquido corrector.

## 3.3. Metodología

Este estudio adopto una metodología cuantitativa de naturaleza fundamental, teniendo como alcance el tipo correlacional y bajo el criterio de diseño no experimental de carácter transversal. Esta circunstancia se origina debido a que las variables no son manipuladas, sino que se observan y examinan en su contexto natural en un único instante temporal. Este diseño facilita la detección de correlaciones entre los atributos de la personalidad y la intención de emprendimiento social en estudiantes universitarios.

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, y el cuestionario estructurado sirvió como instrumento. Este cuestionario estuvo compuesto por ítems que han sido validados en investigaciones anteriores y adaptados al contexto local. El cuestionario se llevó a cabo de forma presencial y/o virtual, asegurando la confidencialidad y el consentimiento informado de los participantes.

El enfoque cuantitativo, de acuerdo con Hernández Sampieri et al. (1991), se define como un proceso sistemático y basado en la evidencia. Cada fase constituye un prelude de la siguiente, y no es factible omitir o eludir etapas. La secuencia es rigurosa; no obstante, es posible redefinir alguna etapa. Se inicia con una idea que se va desarrollando y, una vez que se

ha definido, se establecen los objetivos y las preguntas de investigación. A continuación, se realiza una revisión exhaustiva de la literatura existente y se formuló un marco teórico o una perspectiva teórica. Con base en las interrogantes planteadas, se formularon hipótesis y se identifican variables. A continuación, se desarrolla un plan para su comprobación. Se realiza la evaluación de las variables en un entorno particular y se examinan los datos recolectados mediante el uso de técnicas estadísticas. En última instancia, se derivan conclusiones relacionadas con las hipótesis propuestas.

Este estudio adopta una metodología cuantitativa, buscando establecer una correlación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca. Se empleó la metodología de muestreo aleatorio simple. Adicionalmente, fue empleado el método Kolmogórov-Smirnov para el establecimiento de la normalidad de los datos, además se utilizó el estadístico de Rho Spearman para ser aplicado en las pruebas de las hipótesis. A continuación, en la Tabla 10 se describe los criterios considerados en la presente investigación.

**Tabla 10**

*Características de la investigación de acuerdo a los criterios más importantes*

| <b>Criterios</b>        | <b>Tipo de investigación</b>                                            |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Tipos de investigación  | Básica                                                                  |
| Enfoque                 | Cuantitativo                                                            |
| Alcance                 | Correlacional                                                           |
| Diseño de investigación | No experimental de tipo transversal                                     |
| Método                  | Hipotético deductivo                                                    |
| Muestreo                | No probabilístico por juicio                                            |
| Marco muestral          | Base de datos de la Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca. |
| Fuente de datos         | Estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca.   |
| Validez y confiabilidad | Alfa de Cronbach y validación de expertos                               |

|                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| Técnicas             | Encuestas             |
| Instrumento          | Cuestionarios         |
| Softwares utilizados | SPSS FOR Windows V 28 |

### 3.4. Análisis Estadístico

El proceso de análisis de datos fue realizado a través de herramientas de estadística inferencial, con el objetivo de probar hipótesis y estimar parámetros (Hernández et al., 2014). Previamente, se evaluó la normalidad de la distribución utilizando pruebas como Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk, cuyos resultados arrojaron un p-valor  $< 0,05$ , indicando que los datos no siguen una distribución normal. Por esta razón, se optó por aplicar pruebas no paramétricas para el contraste de hipótesis.

Para determinar la relación existente entre las diferentes variables, fue utilizado el coeficiente de correlación Rho de Spearman, dado que la muestra supera los 50 participantes y las variables son de tipo ordinal. Este estadístico permite medir la fuerza y dirección de la asociación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social. En la Tabla 11 se presenta la prueba de normalidad que fundamenta la elección del método de análisis.

**Tabla 11**

*Análisis paramétricos y no paramétricos, cuadro comparativo (Hernández et al., 2014)*

| Distribución de normalidad      |                                    |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Paramétricas ( $p > 0.05$ )     | No paramétricas ( $p < 0.05$ ).    |
| t-test (independent), Student t | MWU, U test                        |
| paired t-test                   | W test, Wilcoxon signed-rank test. |
| r, Pearson r                    | Correlación de Spearman.           |
| ANOVA                           | KrusKall Wallis.                   |
| ANCOVA                          | Chi cuadrado.                      |
|                                 | Mc. Nemar                          |

En la Tabla 12 a continuación se exponen las pautas que permiten la interpretación de correlación de Rho de Spearman presentados por Hernández-Sampieri. (2017) para contrastar hipótesis.

**Tabla 12**

*Elementos de interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman*

| Valor de $\rho$ | Interpretación                    |
|-----------------|-----------------------------------|
| 1.00            | Correlación positiva perfecta     |
| 0.90            | Correlación positiva muy fuerte   |
| 0.75            | Correlación positiva considerable |
| 0.50            | Correlación positiva media        |
| 0.25            | Correlación positiva débil        |
| 0.00            | No existe correlación             |
| -0.10           | Correlación negativa muy débil    |
| -0.25           | Correlación negativa débil        |
| -0.50           | Correlación negativa media        |
| -0.75           | Correlación negativa considerable |
| -0.90           | Correlación negativa muy fuerte   |

Fuente: (Hernández-Sampieri et al., 2017). Metodología de la investigación

### **3.5. Unidad de Análisis, Población y Muestra**

#### **3.5.1. Unidad de Análisis**

En cuanto a la unidad de análisis está se caracterizó por ser constituida por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de Universidad Nacional de Cajamarca Sede Bambamarca, para determinar su relación de las características de la personalidad e intención emprendedora social.

#### **3.5.2. Población**

La población del estudio estuvo integrada por un total de 99 estudiantes de Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, matriculados durante el período académico 2024-II.

**Tabla 13***Estudiantes de la población por ciclo académico*

| Nº           | Ciclo | Estudiantes |
|--------------|-------|-------------|
| 1            | IV    | 39          |
| 2            | VI    | 27          |
| 3            | VIII  | 15          |
| 4            | X     | 18          |
| <b>Total</b> |       | <b>99</b>   |

**3.5.3. Muestra**

En el estudio sobre la personalidad y la intención emprendedora social de los estudiantes universitarios, se definieron criterios de selección de la muestra con un alto nivel de rigurosidad, a fin de obtener resultados confiables y representativos. La población considerada abarcó a estudiantes del IV al X semestre, dado que se asume que durante los tres primeros semestres los alumnos reciben una base formativa en emprendimiento. De este modo, la investigación buscó analizar su percepción respecto a la formación empresarial impartida por la universidad y su vínculo con la intención emprendedora.

Para la recolección de datos se aplicó un muestreo no probabilístico de tipo intencional (Hernández et al., 2014), quienes sostienen que en este tipo de muestreo los participantes son seleccionados deliberadamente por el investigador en función de criterios previamente establecidos y relacionados con los objetivos del estudio, sin que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos. Seleccionando a los estudiantes matriculados desde el IV ciclo en el semestre académico 2024-II. Cabe señalar que, cuando el objetivo es contrastar planteamientos teóricos, no resulta indispensable un muestreo probabilístico, siendo válidas las muestras no probabilísticas (Calder et al., 1982).

**Tabla 14***Muestra de la investigación*

| Nº           | Ciclo | Masculino | Femenino  | Total     | (%)         |
|--------------|-------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| 1            | IV    | 24        | 15        | 39        | 39%         |
| 2            | VI    | 17        | 10        | 27        | 27%         |
| 3            | VIII  | 6         | 9         | 15        | 15%         |
| 4            | X     | 10        | 8         | 18        | 18%         |
| <b>Total</b> |       | <b>57</b> | <b>42</b> | <b>99</b> | <b>100%</b> |

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Datos Generales

##### 4.1.1. Características demográficas de las unidades de análisis

A continuación, se exponen los datos que brindan una descripción general de las características de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, sede Bambamarca, considerando aspectos como la edad, el sexo, el ciclo académico, la zona de origen, la principal ocupación de los padres y la zona de cuales proceden.

##### a) Edad de los estudiantes

En la Tabla 15 se muestra la distribución etaria de los estudiantes encuestados en la Universidad Nacional de Cajamarca–Sede Bambamarca. Se observa que la mayoría de los estudiantes (73%) tienen entre 18 y 23 años, mientras que un 27 % se encuentra en el rango de 24 a 30 años. Esto indica que el grupo predominante corresponde a jóvenes en edad universitaria inicial.

**Tabla 15**

*Edad de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*

| <b>Edad de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca -Sede Bambamarca</b> |                   |                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|
| <b>Edad (años)</b>                                                                      | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
| 18 – 23                                                                                 | 72                | 73 %                  |
| 24 – 30                                                                                 | 27                | 27 %                  |
| <b>Total</b>                                                                            | <b>99</b>         | <b>100.0 %</b>        |

##### b) Sexo de los estudiantes

En la Tabla 16 se presenta la distribución por sexo de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca Bambamarca. Se observa que el 58% corresponde al sexo masculino

(57 estudiantes), mientras que el 42% corresponde al sexo femenino (42 estudiantes). Esto evidencia que, aunque la diferencia no es muy amplia, existe una mayor representación de varones en la población estudiantil.

**Tabla 16**

*Sexo de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca - Sede Bambamarca*

| <b>Sexo</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|--------------|-------------------|-----------------------|
| Masculino    | 57                | 58%                   |
| Femenino     | 42                | 42 %                  |
| <b>Total</b> | <b>99</b>         | <b>100%</b>           |

**c) Lugar de procedencia**

En la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca-sede Bambamarca, del total de población (99), la mayoría proviene de la provincia de Hualgayoc con un 79%. En segundo lugar, se encuentra la provincia de Chota, que representa el 13% del total. Asimismo, los estudiantes procedentes de San Ignacio constituyen el 3.0%, mientras que los provenientes de Jaén, Cajamarca, Cutervo, San Pablo y Celendín representan cada uno el 1.0% respectivamente (ver Tabla 17).

**Tabla 17**

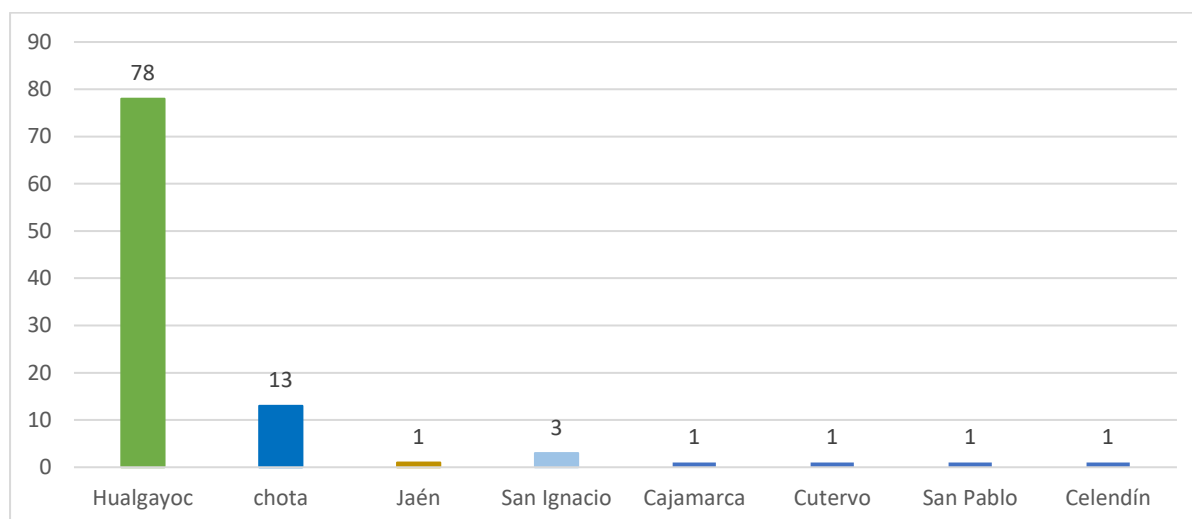
*Lugar de procedencia de los estudiantes*

| <b>Lugar</b> | <b>Nº Estudiantes</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|--------------|-----------------------|-----------------------|
| Hualgayoc    | 78                    | 79.0                  |
| Chota        | 13                    | 13.0                  |
| Jaén         | 1                     | 1.0                   |
| San Ignacio  | 3                     | 3.0                   |
| Cajamarca    | 1                     | 1.0                   |
| Cutervo      | 1                     | 1.0                   |
| San Pablo    | 1                     | 1.0                   |
| Celendín     | 1                     | 1.0                   |
| <b>Total</b> | <b>99</b>             | <b>100.0</b>          |

Como se aprecia en la Figura 4, la mayor concentración de estudiantes se encuentra en la provincia de Hualgayoc, evidenciando una marcada predominancia de estudiantes locales, principalmente del distrito de Bambamarca. Este comportamiento refleja que la oferta académica de la filial de la Universidad Nacional de Cajamarca en Bambamarca responde principalmente a la demanda educativa de la propia provincia, mientras que la participación de estudiantes de otras provincias es menor, aunque muestra cierto grado de diversidad geográfica en la población estudiantil.

**Figura 4**

*Lugar de procedencia*



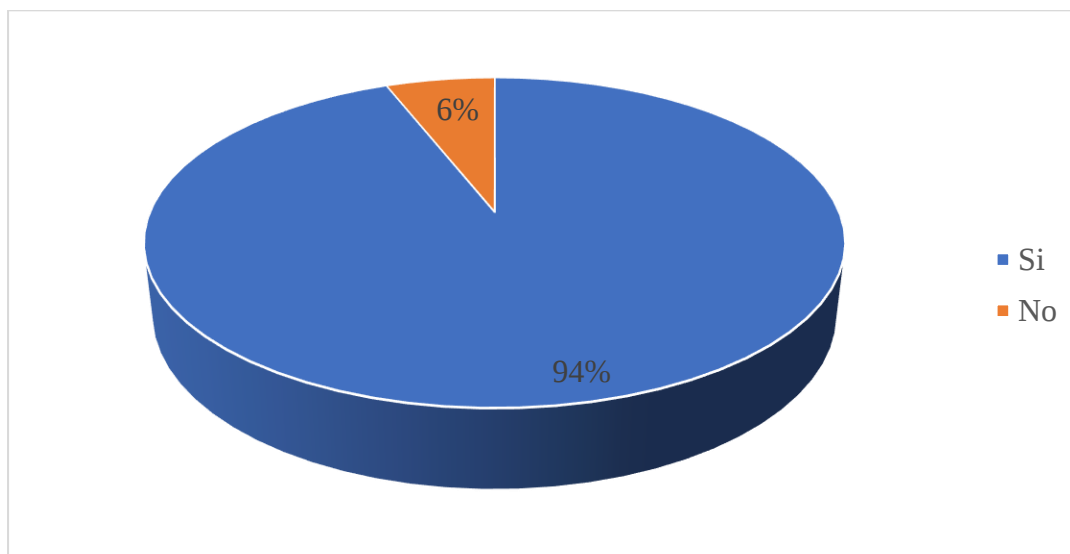
#### **4.1.2. Datos descriptivos**

##### **a) Cursos de la escuela**

En la Figura 5 se evidencia la percepción de los estudiantes respecto a la influencia que ejercen las formaciones dadas en la escuela para el proceso de emprendimiento de un negocio. De acuerdo con los resultados, el 94% de los encuestados considera que dichos cursos sí influyen en la forma de iniciar un emprendimiento, mientras que únicamente el 6% opina lo contrario. Estos datos reflejan un consenso mayoritario que resalta la relevancia de la formación académica en el desarrollo de competencias emprendedoras dentro de la universidad.

**Figura 5**

*Los cursos de la escuela influyen en cómo emprender un negocio.*



#### **b) Métodos para obtener conocimientos empresariales**

En la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, del total de 99 estudiantes; el 45 % propuso que las visitas a empresas es el método que ha utilizado con mayor frecuencia para la obtención del conocimiento, seguida por la utilización de recursos y plataformas en línea con el 22%, seguidamente se encuentran los proyectos de tipo empresarial el 20 % y estudios de casos el 13 % (ver Tabla 18); lo cual refleja la importancia que los estudiantes otorgan al aprendizaje práctico a través de la visita a campo, especialmente en empresas. Estos resultados guardan relación con lo reportado por Escobedo et al. (2020), quienes en su estudio sobre intención emprendedora entre estudiantes de universidades públicas de la macro región sur del Perú encontraron que la exposición práctica o los métodos experienciales influyen significativamente en la formación emprendedora.

**Tabla 18**

*Métodos que son utilizados con mayor frecuencia para la obtención de conocimiento.*

| Métodos | Estudiantes | Porcentaje (%) |
|---------|-------------|----------------|
| EC      | 13          | 13.0           |
| PE      | 20          | 20.0           |

|              |           |              |
|--------------|-----------|--------------|
| VE           | 44        | 45.0         |
| RPEL         | 22        | 22.0         |
| <b>Total</b> | <b>99</b> | <b>100.0</b> |

### c) Participación en capacitaciones empresariales de los estudiantes

En la Tabla 19 se evidencia que, de un total de 99 estudiantes encuestados, el 96 % (95 estudiantes) manifestó haber participado anteriormente en capacitaciones empresariales, mientras que solo el 4 % (4 estudiantes) indicó no haberlo hecho. Estos resultados reflejan que casi la totalidad de los estudiantes analizados ha buscado fortalecer sus conocimientos y competencias en el ámbito empresarial mediante procesos formativos complementarios. Asimismo, estos resultados coinciden con investigaciones previas relacionadas con la formación emprendedora. En un estudio desarrollado en universidades públicas del sur del Perú, se identificó que la mayoría de los estudiantes también había recibido algún tipo de capacitación empresarial, aunque con una proporción ligeramente inferior. En dicho estudio, Gómez et al. (2021) reportaron una participación del 85 % en este tipo de actividades formativas.

**Tabla 19**

*Participaciones previas en capacitaciones empresariales.*

| <b>Participación</b> | <b>Estudiantes</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|----------------------|--------------------|-----------------------|
| Si                   | 95                 | 96.00                 |
| No                   | 4                  | 4.00                  |
| <b>Total</b>         | <b>99</b>          | <b>100.00</b>         |

#### d) Frecuencia de asistencia a capacitaciones empresariales

A continuación, se muestra que, de los 95 estudiantes evaluados, la mayor proporción (51%) participa en capacitaciones empresariales de manera trimestral, mientras que un 45% lo hace mensualmente. Solo un 2% asiste con una frecuencia quincenal o anual, lo que demuestra una tendencia predominante hacia la participación periódica pero no continua. En general, se observa que los estudiantes mantienen un interés estable por capacitarse, priorizando espacios formativos programados en intervalos más amplios.

**Tabla 20**

*Frecuencia de asistencias a capacitaciones empresariales.*

| <b>Frecuencia</b> | <b>Estudiantes</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|-------------------|--------------------|-----------------------|
| Quincenales       | 2                  | 2%                    |
| Mensuales         | 43                 | 45%                   |
| Trimestrales      | 48                 | 51%                   |
| Anual             | 2                  | 2%                    |
| <b>Total</b>      | <b>95</b>          | <b>100%</b>           |

#### e) Tipo de capacitaciones recibidas

En la Tabla 21 se aprecia que, de los 95 estudiantes encuestados, la mayoría (66%) ha recibido capacitaciones en temas sociales sobre emprendimiento, lo que evidencia un mayor interés por fortalecer habilidades vinculadas al desarrollo personal y social dentro del ámbito emprendedor. En menor proporción, 17 estudiantes (18%) participaron en capacitaciones sobre negocios agrarios y 15 (16%) en negocios industriales, lo que muestra que las temáticas productivas y técnicas tienen una menor presencia. En conjunto, los datos reflejan que las capacitaciones se enfocan principalmente en el fortalecimiento del espíritu emprendedor y las competencias sociales, antes que en la formación técnica o sectorial.

**Tabla 21**

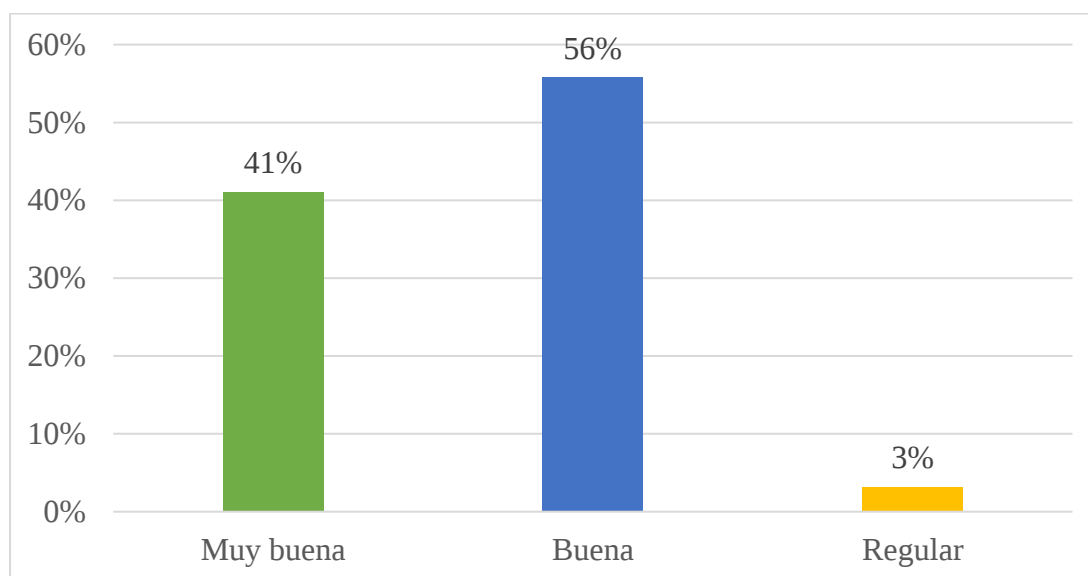
*Las capacitaciones recibidas han sido en:*

| <b>Temas</b>                  | <b>Estudiantes</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------------------------|--------------------|-------------------|
| Negocias agrarios             | 17                 | 18%               |
| Negocios industriales         | 15                 | 16%               |
| Sociales sobre emprendimiento | 63                 | 66%               |
| <b>Total</b>                  | <b>95</b>          | <b>100%</b>       |

Se evidencia la percepción de los estudiantes sobre la calidad de las capacitaciones recibidas (Figura 6), observándose que la mayoría, 53 estudiantes (56%), las califican como buenas, mientras que 39 (41%) las consideran muy buenas. Solo 3 estudiantes (3%) las califican como regulares. Estos resultados indican una alta satisfacción general con las capacitaciones, evidenciando que los estudiantes valoran positivamente su contenido, metodología y utilidad para su formación emprendedora.

**Figura 6**

*Calificación de las capacitaciones recibidas*



#### f) Factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes

En la Tabla 22 se aprecia que, de un total de 99 estudiantes universitarios, los factores que más influyen en la intención emprendedora son las experiencias personales (34.3%) y los modelos a seguir (33.3%), seguidos por la motivación personal (17.2%) y el apoyo familiar y social (15.2%). Estos resultados evidencian que la vivencia práctica y la influencia de personas admiradas son elementos claves que fortalecen el deseo de emprender. De manera similar, Morales y Arias (2021) encontraron en su estudio que los modelos a seguir y la experiencia previa son los principales determinantes de la intención emprendedora, destacando que los estudiantes con referentes exitosos y vivencias relacionadas con la creación de negocios muestran una mayor predisposición hacia el emprendimiento

**Tabla 22**

*Factores influyentes en las intenciones emprendedoras*

| <b>Factores</b>              | <b>Estudiantes</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|------------------------------|--------------------|-----------------------|
| Experiencia personal         | 34                 | 34.3                  |
| Modelo a seguir              | 33                 | 33.3                  |
| Apoyos familiares y sociales | 15                 | 15.2                  |
| Motivaciones personales      | 17                 | 17.2                  |
| <b>Total</b>                 | <b>99</b>          | <b>100.0</b>          |

#### 4.1.3. Características de la personalidad

Los resultados se presentan considerando las dimensiones de las características de la personalidad; la pasión, el miedo al fracaso y la autoeficacia.

##### a) Pasión

En este apartado, se evidencia la información obtenida de la dimensión pasión en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca-sede Bambamarca.

**Tabla 23***Pasión en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| Pasión                                                                            | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|                                                                                   | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| Descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado.                       | 0                        | 0% | 2             | 2% | 1                               | 1% | 82         | 83% | 14                    | 14% | 99    |
| Buscar nuevas ideas para productos/servicios.                                     | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 58         | 59% | 41                    | 41% | 99    |
| Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios.                       | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 65         | 66% | 34                    | 34% | 99    |
| Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades.                             | 0                        | 0% | 1             | 1% | 0                               | 0% | 57         | 58% | 41                    | 41% | 99    |
| Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy. | 0                        | 0% | 3             | 3% | 0                               | 0% | 62         | 63% | 34                    | 34% | 99    |
| Crear una nueva empresa me entusiasma.                                            | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 50         | 51% | 49                    | 49% | 99    |
| Ser dueño de mi propia empresa me llena de energía.                               | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 53         | 54% | 46                    | 46% | 99    |
| Cultivar un nuevo negocio hasta que su éxito sea agradable.                       | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 58         | 59% | 41                    | 41% | 99    |
| Ser el fundador de una empresa es una parte importante de lo que soy.             | 0                        | 0% | 1             | 1% | 0                               | 0% | 51         | 52% | 47                    | 47% | 99    |
| Encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.       | 1                        | 1% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 55         | 56% | 43                    | 43% | 99    |
| Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa.                      | 0                        | 0% | 1             | 1% | 0                               | 0% | 81         | 82% | 17                    | 17% | 99    |
| Motivar a mis empleados y a mí mismo a mejorar.                                   | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 74         | 75% | 25                    | 25% | 99    |
| Cultivar y compartir experiencias sobre mi emprendimiento.                        | 0                        | 0% | 1             | 1% | 0                               | 0% | 70         | 71% | 28                    | 28% | 99    |

La Tabla 23 muestra el nivel de pasión emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios, revelando una actitud altamente positiva hacia el emprendimiento. Se observa que la mayoría de los encuestados se encuentra “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” en todos los ítems evaluados, lo que refleja un fuerte interés por innovar, crear y mejorar productos o servicios.

En detalle, los porcentajes más altos se concentran en afirmaciones como “descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado” (83% de acuerdo y 14% totalmente de acuerdo), “reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa” (82% y 17%), y “motivar a mis empleados y a mí mismo a mejorar” (75% y 25%), evidenciando una clara inclinación hacia la colaboración, liderazgo y mejora continua. Asimismo, más del 90% de los

estudiantes se muestra de acuerdo en aspectos como buscar nuevas ideas, explorar oportunidades e inventar soluciones, lo que denota una orientación emprendedora basada en la creatividad y la innovación.

En conjunto, los resultados reflejan que los estudiantes poseen una elevada pasión emprendedora, caracterizada por la búsqueda constante de nuevas oportunidades, la motivación por mejorar y la disposición a liderar proyectos propios. Esto sugiere un entorno formativo favorable al desarrollo del espíritu emprendedor, en el que los jóvenes manifiestan entusiasmo por crear y consolidar sus propias empresas.

**Tabla 24**

*Nivel de pasión de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| Pasión       |            |             |
|--------------|------------|-------------|
| Niveles      | Frecuencia | %           |
| B            | 1          | 1%          |
| M            | 0          | 0%          |
| A            | 98         | 99%         |
| <b>Total</b> | <b>99</b>  | <b>100%</b> |

En la Tabla 24 se ponen en evidencia los niveles de pasión de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios; del total de población encuestada, el 99% tiene un nivel alto, seguidamente un 1% posee un nivel bajo y el 0% finalmente un nivel medio respecto a la pasión. Por su parte Wang et al. (2025) hallaron en su estudio con 698 estudiantes universitarios chinos que los niveles de pasión académica no son homogéneos: el 25,79% de los participantes presentó una pasión armoniosa alta, manifestando un fuerte compromiso y disfrute sostenido por sus estudios; el 53,87% quedó ubicado en un nivel medio de pasión, mostrando interés constante pero menos intensidad; y el 20,34% correspondió a un nivel bajo de pasión, lo que sugiere menor implicación emocional y motivacional hacia las actividades académicas.

## b) Miedo al fracaso

En este apartado se evidencian los resultados evidenciados de la dimensión miedo al fracaso en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca.

**Tabla 25**

*Miedo al fracaso en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| Miedo al fracaso                                                    | Totalmente en desacuerdo |     | En desacuerdo |     | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----|---------------|-----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|                                                                     | F                        | %   | F             | %   | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| Miedo de no poder conseguir la financiación necesaria.              | 2                        | 2%  | 6             | 6%  | 2                               | 2% | 73         | 74% | 16                    | 16% | 99    |
| Miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.             | 1                        | 1%  | 5             | 5%  | 1                               | 1% | 69         | 70% | 23                    | 23% | 99    |
| Miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                    | 0                        | 0%  | 4             | 4%  | 3                               | 3% | 65         | 66% | 27                    | 27% | 99    |
| miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio  | 2                        | 2%  | 3             | 3%  | 1                               | 1% | 68         | 69% | 25                    | 25% | 99    |
| Miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                    | 10                       | 10% | 8             | 8%  | 4                               | 4% | 49         | 49% | 28                    | 28% | 99    |
| Miedo de fallar a las personas que son importantes para mí.         | 7                        | 7%  | 2             | 2%  | 3                               | 3% | 60         | 61% | 27                    | 27% | 99    |
| Miedo de perder la confianza de las personas.                       | 3                        | 3%  | 6             | 6%  | 1                               | 1% | 60         | 61% | 29                    | 29% | 99    |
| miedo que llevar el negocio me quita tiempo para otras actividades. | 6                        | 6%  | 11            | 11% | 1                               | 1% | 63         | 64% | 18                    | 18% | 99    |
| Miedo de perderme acontecimientos importantes de mi vida.           | 5                        | 5%  | 14            | 14% | 1                               | 1% | 60         | 61% | 19                    | 19% | 99    |
| miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.  | 6                        | 6%  | 10            | 10% | 1                               | 1% | 62         | 63% | 20                    | 20% | 99    |
| Miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.      | 2                        | 2%  | 11            | 11% | 0                               | 0% | 67         | 68% | 19                    | 19% | 99    |
| Miedo de no poder gestionar mi emprendimiento con eficacia.         | 1                        | 1%  | 8             | 8%  | 0                               | 0% | 65         | 66% | 25                    | 25% | 99    |
| Miedo de no poder desempeñar todas las funciones.                   | 0                        | 0%  | 6             | 6%  | 0                               | 0% | 68         | 69% | 25                    | 25% | 99    |
| Miedo de quedarse sin dinero.                                       | 0                        | 0%  | 2             | 2%  | 0                               | 0% | 53         | 54% | 44                    | 44% | 99    |
| Miedo de perder todos mis ahorros.                                  | 0                        | 0%  | 2             | 2%  | 0                               | 0% | 53         | 54% | 44                    | 44% | 99    |
| Miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa.             | 0                        | 0%  | 2             | 2%  | 0                               | 0% | 56         | 57% | 41                    | 41% | 99    |
| Miedo satisfacer las expectativas del cliente.                      | 0                        | 0%  | 4             | 4%  | 0                               | 0% | 63         | 64% | 32                    | 32% | 99    |
| Miedo a superar los retos técnicos.                                 | 2                        | 2%  | 7             | 7%  | 0                               | 0% | 62         | 63% | 28                    | 28% | 99    |
| Miedo a cumplir las promesas.                                       | 4                        | 4%  | 6             | 6%  | 0                               | 0% | 61         | 62% | 28                    | 28% | 99    |

En la Tabla 25 se presentan los resultados sobre el miedo al fracaso en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios, evidenciando que, aunque existe una percepción de temor ante diversas situaciones asociadas al emprendimiento, la mayoría mantiene una actitud resiliente y de afrontamiento positivo. En general, los porcentajes más altos se concentran en las categorías

“de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, lo que refleja que los estudiantes reconocen la presencia del miedo, pero también son conscientes de su impacto en el proceso emprendedor.

Entre los temores más frecuentes destacan el miedo a no conseguir financiamiento necesario (74% de acuerdo y 16% totalmente de acuerdo), el miedo a perder los ahorros personales o lo invertido en la empresa (56% y 44%), así como el miedo a fallar a las personas importantes (61% y 27%) y a no poder gestionar adecuadamente su emprendimiento (65% y 25%). Estos resultados indican que las preocupaciones económicas y sociales son los principales factores que generan inseguridad, seguidos por los relacionados con el desempeño personal y la expectativa de terceros.

En conjunto, los datos muestran que los estudiantes presentan niveles moderados de miedo al fracaso, centrados principalmente en los riesgos financieros y en el temor a defraudar a otros. No obstante, el reconocimiento de estos temores también puede interpretarse como una manifestación de responsabilidad y autoconciencia emprendedora, aspectos que, manejados adecuadamente, pueden convertirse en impulsores para una mejor planificación y toma de decisiones en el ámbito empresarial.

**Tabla 26**

*Nivel de miedo al fracaso*

| <b>Miedo al Fracaso</b> |                   |                   |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Nivel</b>            | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| B                       | 9                 | 9%                |
| M                       | 2                 | 2%                |
| A                       | 88                | 89%               |
| <b>Total</b>            | <b>99</b>         | <b>100%</b>       |

En la Tabla 26 los resultados muestran que el 89% de los estudiantes presentan un nivel alto de miedo al fracaso, lo que evidencia que la mayoría experimenta una preocupación considerable ante la posibilidad de no alcanzar los resultados esperados al emprender. Este

hallazgo sugiere que, aunque los estudiantes puedan tener interés en emprender, existe una fuerte presencia de inseguridad o temor que podría limitar la toma de riesgos y la ejecución de ideas innovadoras. Un 9% manifiesta un nivel bajo de miedo, indicando mayor confianza y disposición para asumir desafíos empresariales. Finalmente, un 2% se ubica en un nivel medio, lo que refleja una percepción moderada del fracaso. En conjunto, estos resultados muestran que el miedo al fracaso constituye un factor psicológico relevante que puede influir negativamente en la intención y acción emprendedora de los estudiantes, siendo necesario promover estrategias que fortalezcan su autoconfianza y resiliencia.

### c) Autoeficacia

En este apartado se evidencian los resultados que se obtuvieron de la dimensión autoeficacia en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca-sede Bambamarca.

**Tabla 27**

*Autoeficacia en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| Autoeficacia                                                          | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|                                                                       | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.                  | 0                        | 0% | 2             | 2% | 2                               | 2% | 60         | 61% | 35                    | 35% | 99    |
| Mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios. | 0                        | 0% | 1             | 1% | 0                               | 0% | 67         | 68% | 31                    | 31% | 99    |
| Sentirse seguro al dirigir.                                           | 2                        | 2% | 1             | 1% | 1                               | 1% | 62         | 63% | 33                    | 33% | 99    |
| Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender.                  | 0                        | 0% | 2             | 2% | 0                               | 0% | 61         | 62% | 36                    | 36% | 99    |
| Puedo superar todas las dificultades para crear un emprendimiento.    | 0                        | 0% | 1             | 1% | 0                               | 0% | 68         | 69% | 30                    | 30% | 99    |

En la Tabla 27 se presenta el nivel de autoeficacia emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios, evidenciándose una percepción

altamente positiva respecto a sus propias capacidades para emprender. La mayoría manifiesta estar “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” en todos los ítems evaluados, lo que refleja confianza, seguridad y fortaleza mental ante los retos del emprendimiento.

En detalle, los mayores porcentajes se observan en los ítems “tener una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios” (68% de acuerdo y 31% totalmente de acuerdo) y “poder superar todas las dificultades para crear un emprendimiento” (69% y 30%), lo que demuestra resiliencia y perseverancia en la búsqueda de sus metas. Asimismo, un 61% de los estudiantes señala estar de acuerdo y un 35% totalmente de acuerdo con “tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor”, mientras que un 62% y 36% respectivamente indican sentirse seguros de sí mismos al emprender.

En conjunto, estos resultados evidencian que los estudiantes presentan un alto nivel de autoeficacia emprendedora, es decir, creen firmemente en su capacidad para planificar, dirigir y superar los desafíos del proceso emprendedor, lo que constituye un factor clave para el desarrollo de iniciativas empresariales exitosas.

**Tabla 28**

*Nivel de autoeficacia*

| <b>Autoeficacia</b> |                   |                   |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Nivel</b>        | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| B                   | 2                 | 2%                |
| M                   | 24                | 24%               |
| A                   | 73                | 74%               |
| <b>Total</b>        | <b>99</b>         | <b>100%</b>       |

En la Tabla 28 se muestra que el 74% de los estudiantes presentan un nivel alto de pasión emprendedora, evidenciando que la mayoría se sienten motivados, entusiastas y comprometidos con el desarrollo de sus propias ideas o proyectos empresariales. Un 24% manifiesta un nivel medio, lo que sugiere que aún requieren fortalecer su interés y

determinación hacia el emprendimiento. Solo un 2% presenta un nivel bajo de pasión, lo que indica escaso interés o motivación hacia actividades emprendedoras.

En la siguiente tabla, se evidencian los resultados obtenidos de los niveles de características de personalidad en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca-sede Bambamarca.

**Tabla 29**

*Nivel de características de la personalidad de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| <b>Características de la Personalidad</b> |                   |             |
|-------------------------------------------|-------------------|-------------|
| <b>Niveles</b>                            | <b>Frecuencia</b> | <b>%</b>    |
| Bajo                                      | 4                 | 4%          |
| Medio                                     | 9                 | 9%          |
| Alto                                      | 86                | 87%         |
| <b>Total</b>                              | <b>99</b>         | <b>100%</b> |

En la Tabla 29 se muestra los niveles de las características de la personalidad de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca, el 87% tiene un nivel alto de características de personalidad, mientras que un 9% posee un nivel medio y solo un 4% posee un nivel bajo.

#### **4.1.4. Intensión emprendedora social**

En la tabla que se presenta a continuación, se evidencian los resultados obtenidos de la variable intención emprendedora social en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca.

**Tabla 30***Intención emprendedora social en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| Intención<br>Emprendedora Social                                    | Totalmente<br>en<br>desacuerdo |    | En<br>desacuerdo |    | Ni de acuerdo<br>ni, en<br>desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente<br>de acuerdo |     | Total |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----|------------------|----|---------------------------------------|----|------------|-----|--------------------------|-----|-------|
|                                                                     | F                              | %  | F                | %  | F                                     | %  | F          | %   | F                        | %   |       |
| Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.                        | 0                              | 0% | 1                | 1% | 1                                     | 1% | 50         | 51% | 47                       | 47% | 99    |
| Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor.              | 0                              | 0% | 0                | 0% | 0                                     | 0% | 54         | 55% | 45                       | 45% | 99    |
| Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento. |                                | 0% |                  | 0% |                                       | 0% | 55         | 56% | 44                       | 44% | 99    |
| Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.                    |                                | 0% |                  | 0% | 1                                     | 1% | 40         | 40% | 58                       | 59% | 99    |
| He pensado muy seriamente en crear un emprendimiento.               | 0                              | 0% | 0                | 0% | 0                                     | 0% | 43         | 43% | 56                       | 57% | 99    |
| Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día.      | 0                              | 0% | 0                | 0% | 1                                     | 1% | 34         | 34% | 64                       | 65% | 99    |

En la Tabla 30 se presentan los resultados referentes a la intención emprendedora social en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios, donde se evidencia un alto nivel de disposición y compromiso hacia la creación de emprendimientos propios. Los datos muestran que la mayoría de los estudiantes manifiestan una actitud decididamente positiva frente a la posibilidad de emprender, situándose predominantemente en las categorías “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, lo que refleja una clara orientación hacia la acción, la autoconfianza y el propósito profesional ligado al emprendimiento.

Específicamente, los ítems con mayor nivel de acuerdo son “tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día”, donde el 34% está de acuerdo y el 65% totalmente de acuerdo, seguido de “he pensado muy seriamente en crear un emprendimiento” (43% y 57% respectivamente) y “estoy decidido a crear una empresa en el futuro” (40% y 59%). Estos resultados permiten inferir que los estudiantes poseen una intención emprendedora consolidada, acompañada de una visión clara de su futuro profesional orientado hacia la generación de valor social y económico.

Asimismo, el hecho de que un 51% esté de acuerdo y un 47% totalmente de acuerdo con la afirmación “estoy dispuesto a todo para ser emprendedor” revela un fuerte compromiso personal y actitud de perseverancia frente a los desafíos inherentes al proceso emprendedor. De igual forma, el 55% de acuerdo y 45% totalmente de acuerdo en “mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor” refuerzan la idea de que el emprendimiento es concebido como una meta profesional y personal prioritaria, más allá de una simple alternativa laboral.

En síntesis, los resultados reflejan que los estudiantes presentan una intención emprendedora social robusta y madura, caracterizada por la determinación, el deseo de autonomía profesional y el propósito de contribuir positivamente a su entorno. Esta tendencia demuestra que la formación académica y las experiencias vivenciales en la universidad están favoreciendo el desarrollo de competencias emprendedoras y la consolidación de una mentalidad orientada a la innovación, el liderazgo y la transformación social.

**Tabla 31**

*Niveles de la intención emprendedora social en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

| <b>Intención emprendedora Social</b> |                   |                   |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Nivel</b>                         | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| B                                    | 1                 | 1%                |
| M                                    | 23                | 23%               |
| A                                    | 75                | 76%               |
| <b>Total</b>                         | <b>99</b>         | <b>100%</b>       |

En la Tabla 31 se muestra que el 76% de los estudiantes presentan un nivel alto de intención emprendedora, lo cual evidencia una marcada disposición hacia la creación y desarrollo de iniciativas empresariales. El 23% de los encuestados muestran un nivel medio, reflejando que poseen cierto interés emprendedor, aunque aún requieren fortalecer su motivación y confianza para concretar sus proyectos. Finalmente, solo un 1% exhibe un nivel bajo, lo que sugiere escasa inclinación hacia el emprendimiento. En general, se concluye que los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios poseen una intención emprendedora

mayoritariamente alta, lo que representa una base sólida para impulsar programas de formación y acompañamiento en el desarrollo de emprendimientos sostenibles.

## 4.2. Datos de la investigación

### 4.2.1. Características de la personalidad (pasión)

Los resultados se presentarán considerando los indicadores de la pasión; pasión por la innovación y oportunidades, pasión por la creación empresarial y pasión por el liderazgo y trabajo en equipo.

#### a) Pasión por la innovación y oportunidades

En este apartado, se evidencia la información obtenida del indicador pasión por la innovación y oportunidades, correspondiente a los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, la cual se presenta organizada por ciclos académicos: IV, VI, VIII y X ciclo, con la finalidad de analizar su comportamiento y variación según el nivel de avance en la formación profesional.

**Tabla 32**

*Pasión por la innovación y oportunidades*

| Ciclo | Ítem                                                                                                                | Totalment<br>e en<br>desacuerdo |    | En<br>desacuerdo |    | Ni de<br>acuerdo ni,<br>en<br>desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalment<br>e de<br>acuerdo |     | Total |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----|------------------|----|------------------------------------------|----|------------|-----|------------------------------|-----|-------|
|       |                                                                                                                     | F                               | %  | F                | %  | F                                        | %  | F          | %   | F                            | %   |       |
| IV    | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | 0                               | 0% | 1                | 3% | 1                                        | 3% | 30         | 77% | 7                            | 18% | 39    |
|       | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 19         | 49% | 20                           | 51% | 39    |
|       | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 31         | 79% | 8                            | 21% | 39    |
|       | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 | 0                               | 0% | 1                | 3% | 0                                        | 0% | 32         | 82% | 6                            | 15% | 39    |
|       | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   | 0                               | 0% | 2                | 5% | 0                                        | 0% | 29         | 74% | 8                            | 21% | 39    |
| VI    | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | 0                               | 0% | 1                | 4% | 0                                        | 0% | 24         | 89% | 2                            | 7%  | 27    |
|       | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 23         | 85% | 4                            | 15% | 27    |
|       | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 21         | 78% | 6                            | 22% | 27    |
|       | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 19         | 70% | 8                            | 30% | 27    |
|       | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   | 0                               | 0% | 1                | 4% | 0                                        | 0% | 20         | 74% | 6                            | 22% | 27    |

|      |                                                                                                                     |   |    |   |    |   |    |    |     |    |     |    |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|
| VIII | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 13 | 87% | 2  | 13% | 15 |
|      | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 13 | 87% | 2  | 13% | 15 |
|      | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 7  | 47% | 8  | 53% | 15 |
|      | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2  | 13% | 13 | 87% | 15 |
|      | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 8  | 53% | 7  | 47% | 15 |
| X    | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 15 | 83% | 3  | 17% | 18 |
|      | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3  | 17% | 15 | 83% | 18 |
|      | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 6  | 33% | 12 | 67% | 18 |
|      | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4  | 22% | 14 | 78% | 18 |
|      | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 5  | 28% | 13 | 72% | 18 |

La Tabla 32 evidencia que el indicador “Pasión por la innovación y oportunidades” presenta una tendencia claramente positiva en todos los ciclos (IV, VI, VIII y X), ya que la mayoría de estudiantes se ubica en las categorías “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, sin respuestas significativas en desacuerdo. En el IV y VI ciclo predominan porcentajes altos en “De acuerdo”, especialmente en la motivación por mejorar productos y explorar oportunidades; mientras que en el VIII y, sobre todo, en el X ciclo, se incrementan notablemente los porcentajes en “Totalmente de acuerdo”, alcanzando valores superiores al 70% en varios ítems. Esto indica que la pasión por innovar, buscar nuevas ideas y generar soluciones se fortalece progresivamente conforme los estudiantes avanzan en su formación académica, constituyendo un elemento favorable para la intención emprendedora social.

#### **b) Pasión por la creación empresarial**

A continuación, se presenta la información obtenida del indicador pasión por la creación empresarial, a los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, organizada por ciclos académicos: IV, VI, VIII y X ciclo, con la finalidad de analizar su comportamiento y variación según el nivel de avance en la formación profesional.

Tabla 33

*Pasión por la creación empresarial*

| Ciclo | Ítem                                                                           | Totalment<br>e en<br>desacuerdo |    | En<br>desacuerdo |    | Ni de<br>acuerdo ni,<br>en<br>desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente<br>de acuerdo |     | Total |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----|------------------|----|------------------------------------------|----|------------|-----|--------------------------|-----|-------|
|       |                                                                                | F                               | %  | F                | %  | F                                        | %  | F          | %   | F                        | %   |       |
| IV    | Crear un nuevo emprendimiento me entusiasma.                                   | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 9          | 23% | 30                       | 77% | 39    |
|       | Ser dueño de mi propio emprendimiento me llena de energía.                     | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 15         | 38% | 24                       | 62% | 39    |
|       | Cultivar un nuevo emprendimiento hasta que su incipiente éxito sea agradable.  | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 32         | 82% | 7                        | 18% | 39    |
|       | Ser el fundador de un emprendimiento es una parte importante de lo que soy.    | 0                               | 0% | 1                | 3% | 0                                        | 0% | 28         | 72% | 10                       | 26% | 39    |
|       | Cultivar y hacer crecer emprendimientos es una parte importante de lo que soy. | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 35         | 90% | 4                        | 10% | 39    |
| VI    | Crear un nuevo emprendimiento me entusiasma.                                   | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 20         | 74% | 7                        | 26% | 27    |
|       | Ser dueño de mi propio emprendimiento me llena de energía.                     | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 12         | 44% | 15                       | 56% | 27    |
|       | Cultivar un nuevo emprendimiento hasta que su incipiente éxito sea agradable.  | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 20         | 74% | 7                        | 26% | 27    |
|       | Ser el fundador de un emprendimiento es una parte importante de lo que soy.    | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 19         | 70% | 8                        | 30% | 27    |
|       | Cultivar y hacer crecer emprendimientos es una parte importante de lo que soy. | 0                               | 0% | 1                | 4% | 0                                        | 0% | 25         | 93% | 1                        | 4%  | 27    |
| VIII  | Crear un nuevo emprendimiento me entusiasma.                                   | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 13         | 87% | 2                        | 13% | 15    |
|       | Ser dueño de mi propio emprendimiento me llena de energía.                     | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 13         | 87% | 2                        | 13% | 15    |
|       | Cultivar un nuevo emprendimiento hasta que su incipiente éxito sea agradable.  | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 2          | 13% | 13                       | 87% | 15    |
|       | Ser el fundador de un emprendimiento es una parte importante de lo que soy.    | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 1          | 7%  | 14                       | 93% | 15    |
|       | Cultivar y hacer crecer emprendimientos es una parte importante de lo que soy. | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 5          | 33% | 10                       | 67% | 15    |
| X     | Crear un nuevo emprendimiento me entusiasma.                                   | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 8          | 44% | 10                       | 56% | 18    |
|       | Ser dueño de mi propio emprendimiento me llena de energía.                     | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 13         | 72% | 5                        | 28% | 18    |
|       | Cultivar un nuevo emprendimiento hasta que su incipiente éxito sea agradable.  | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 4          | 22% | 14                       | 78% | 18    |
|       | Ser el fundador de un emprendimiento es una parte importante de lo que soy.    | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 3          | 17% | 15                       | 83% | 18    |
|       | Cultivar y hacer crecer emprendimientos es una parte importante de lo que soy. | 0                               | 0% | 0                | 0% | 0                                        | 0% | 5          | 28% | 13                       | 72% | 18    |

Se evidencia una tendencia marcadamente positiva en todos los ciclos (IV, VI, VIII y X), ya que la totalidad de respuestas se concentra en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, sin presencia de desacuerdo significativo. En el IV y VI ciclo predominan porcentajes altos en “De acuerdo”, aunque ya se observan valores importantes en “Totalmente de acuerdo”, especialmente en el entusiasmo por crear un emprendimiento y ser dueño de la misma. En el VIII ciclo se aprecia un incremento notable en la intensidad de las respuestas, con porcentajes que alcanzan hasta 87% y 93% en “Totalmente de acuerdo”, particularmente en los ítems relacionados con ser fundador y cultivar un emprendimiento. En conjunto, los resultados

indican que el entusiasmo por crear, dirigir y hacer crecer un emprendimiento es alto en todos los niveles y tiende a consolidarse con mayor fuerza en los ciclos superiores, reforzando el perfil emprendedor de los estudiantes.

### c) Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo

Seguidamente, se expone la información obtenida del indicador pasión por el liderazgo y trabajo en equipo, correspondiente a los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, estructurada según los ciclos académicos IV, VI, VIII y X, con el propósito de examinar su comportamiento y posibles variaciones conforme al nivel de formación profesional alcanzado.

**Tabla 34**

*Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo*

| Ciclo | Ítem                                                                                       | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                            | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio. | 1                        | 3% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 13         | 33% | 25                    | 64% | 39    |
|       | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi emprendimiento es apasionante.         | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 35         | 90% | 4                     | 10% | 39    |
|       | Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestro emprendimiento me motiva.            | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 31         | 79% | 8                     | 21% | 39    |
| VII   | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 19         | 70% | 8                     | 30% | 27    |
|       | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi emprendimiento es apasionante.         | 0                        | 0% | 1             | 4% | 0                               | 0% | 20         | 74% | 6                     | 22% | 27    |
|       | Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestro emprendimiento me motiva.            | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 23         | 85% | 4                     | 15% | 27    |
| VIII  | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 13         | 87% | 2                     | 13% | 15    |
|       | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi emprendimiento es apasionante.         | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 13         | 87% | 2                     | 13% | 15    |
|       | Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestro emprendimiento me motiva.            | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 10         | 67% | 5                     | 33% | 15    |
| X     | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 10         | 56% | 8                     | 44% | 18    |
|       | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi emprendimiento es apasionante.         | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 13         | 72% | 5                     | 28% | 18    |
|       | Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestro emprendimiento me motiva.            | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 10         | 56% | 8                     | 44% | 18    |

La Tabla 34 muestra que el indicador “Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo” hay resultados claramente positivos en todos los ciclos, concentrándose las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. Se observa una alta motivación por reunir personas

adecuadas, liderar equipos y fomentar la mejora continua del emprendimiento. En general, la inclinación hacia el liderazgo y el trabajo colaborativo es fuerte y se mantiene en todos los niveles académicos.

#### 4.2.2. Características de la personalidad (Miedo al fracaso)

Los resultados se presentarán considerando los indicadores del miedo al fracaso; miedo financiero, miedo a la viabilidad de la idea, miedo social, miedo la pérdida de tiempo y vida personal y miedo a la gestión y desempeño.

##### a) Miedo financiero

Se presentan los resultados correspondientes al indicador miedo financiero, perteneciente a la dimensión miedo al fracaso, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca. La información se encuentra organizada por los ciclos académicos IV, VI, VIII y X, con el propósito de identificar su comportamiento y las posibles diferencias según el grado de avance en su formación profesional.

**Tabla 35**

##### *Miedo financiero*

| Ciclo | Ítem                                                                                                                 | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |     | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|-----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                                                      | F                        | %  | F             | %   | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante el emprendimiento. | 1                        | 3% | 4             | 10% | 1                               | 3% | 25         | 64% | 8                     | 21% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar mi emprendimiento                                        | 0                        | 0% |               | 0%  | 0                               | 0% | 35         | 90% | 4                     | 10% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para mi emprendimiento.        | 0                        | 0% | 2             | 5%  | 1                               | 3% | 31         | 79% | 5                     | 13% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                        | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 25         | 64% | 14                    | 36% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                   | 0                        | 0% | 1             | 3%  | 0                               | 0% | 30         | 77% | 8                     | 21% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.    | 0                        | 0% | 2             | 5%  | 0                               | 0% | 29         | 74% | 8                     | 21% | 39    |
| VI    | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante el emprendimiento. | 1                        | 4% | 2             | 7%  | 0                               | 0% | 21         | 78% | 3                     | 11% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar mi emprendimiento                                        | 0                        | 0% | 1             | 4%  | 0                               | 0% | 20         | 74% | 6                     | 22% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para mi emprendimiento.        | 1                        | 4% | 2             | 7%  | 1                               | 4% | 22         | 81% | 1                     | 4%  | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                        | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 12         | 44% | 15                    | 56% | 27    |

|      |                                                                                                                      |   |    |   |    |   |    |    |     |    |     |    |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                   | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 15 | 56% | 12 | 44% | 27 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.    | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 19 | 70% | 8  | 30% | 27 |
| VIII | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante el emprendimiento. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 13 | 87% | 2  | 13% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar mi emprendimiento                                        | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 13 | 87% | 2  | 13% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para mi emprendimiento.        | 1 | 7% | 1 | 7% | 0 | 0% | 10 | 67% | 3  | 20% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                        | 0 | 0% | 1 | 7% | 0 | 0% | 9  | 60% | 5  | 33% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                   | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3  | 20% | 12 | 80% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.    | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 5  | 33% | 10 | 67% | 15 |
| X    | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante el emprendimiento. | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 6% | 14 | 78% | 3  | 17% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar mi emprendimiento                                        | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 13 | 72% | 5  | 28% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para mi emprendimiento.        | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 10 | 56% | 7  | 39% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                        | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 7  | 39% | 10 | 56% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                   | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 5  | 28% | 12 | 67% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.    | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3  | 17% | 15 | 83% | 18 |

La Tabla 35, muestra que en todos los ciclos predominan las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, evidenciando una presencia significativa de temor relacionado con la falta de financiamiento y la posible pérdida de recursos económicos. En los primeros ciclos los porcentajes se concentran principalmente en “De acuerdo”, mientras que en los ciclos superiores aumenta la intensidad en “Totalmente de acuerdo”, especialmente en el miedo a perder ahorros o la inversión realizada. En conjunto, los resultados indican que el miedo financiero es una preocupación constante y tiende a intensificarse conforme avanzan los ciclos académicos.

#### **b) Miedo a la viabilidad de la idea**

Asimismo, se detallan los resultados obtenidos del indicador miedo a la viabilidad de la idea, correspondiente a la dimensión en estudio en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca. La información se presenta según los

ciclos académicos IV, VI, VIII y X, con la finalidad de examinar su comportamiento y las variaciones que puedan presentarse conforme al nivel de formación alcanzado.

**Tabla 36**

*Miedo a la viabilidad de la idea*

| Ciclo | Ítem                                                                                               | Totalmente en desacuerdo |     | En desacuerdo |     | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----|---------------|-----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                                    | F                        | %   | F             | %   | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.            | 0                        | 0%  | 1             | 3%  | 0                               | 0% | 33         | 85% | 5                     | 13% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                   | 0                        | 0%  | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 34         | 87% | 5                     | 13% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio | 0                        | 0%  | 1             | 3%  | 0                               | 0% | 28         | 72% | 10                    | 26% | 39    |
| VI    | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.            | 0                        | 0%  | 0             | 0%  | 1                               | 4% | 21         | 78% | 5                     | 19% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                   | 0                        | 0%  | 1             | 4%  | 0                               | 0% | 20         | 74% | 6                     | 22% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio | 1                        | 4%  | 1             | 4%  | 0                               | 0% | 22         | 81% | 3                     | 11% | 27    |
| VIII  | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.            | 0                        | 0%  | 2             | 13% | 0                               | 0% | 8          | 53% | 5                     | 33% | 15    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                   | 2                        | 13% | 1             | 7%  | 0                               | 0% | 6          | 40% | 6                     | 40% | 15    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio | 0                        | 0%  | 1             | 7%  | 1                               | 7% | 8          | 53% | 5                     | 33% | 15    |
| X     | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.            | 1                        | 6%  | 2             | 11% | 0                               | 0% | 7          | 39% | 8                     | 44% | 18    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                   | 2                        | 11% | 1             | 6%  | 0                               | 0% | 5          | 28% | 10                    | 56% | 18    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio | 1                        | 6%  | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 10         | 56% | 7                     | 39% | 18    |

La Tabla 36, muestra que en todos los ciclos predominan las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, lo que evidencia una presencia importante de temor relacionado con la aceptación y el valor de la idea de negocio. En los primeros ciclos los porcentajes más altos se concentran en “De acuerdo”, especialmente en el miedo a que nadie se interese por el producto o que la idea no sea valiosa. En los ciclos superiores se observa un incremento en

“Totalmente de acuerdo”, reflejando mayor intensidad en el temor respecto a la viabilidad y necesidad del producto en el mercado. En conjunto, los resultados indican que el miedo sobre la aceptación y utilidad de la idea es una preocupación constante en todos los ciclos académicos.

### c) Miedo social

Se exponen los resultados correspondientes al indicador miedo social, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca. La información se organiza en función de los ciclos académicos IV, VI, VIII y X, con el propósito de analizar su comportamiento y las posibles diferencias según el avance en la formación profesional.

**Tabla 37**

#### *Miedo social*

| Ciclo | Ítem                                                                                                      | Totalmente en desacuerdo |     | En desacuerdo |     | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----|---------------|-----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                                           | F                        | %   | F             | %   | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                          | 3                        | 8%  | 3             | 8%  | 1                               | 3% | 2          | 5   | 7                     | 18% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.              | 1                        | 3%  | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 2          | 7   | 11                    | 28% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí. | 0                        | 0%  | 1             | 3%  | 0                               | 0% | 2          | 9   | 9                     | 23% | 39    |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                          | 3                        | 11% | 1             | 4%  | 2                               | 7% | 1          | 2   | 9                     | 33% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.              | 1                        | 4%  | 0             | 0%  | 1                               | 4% | 1          | 7   | 8                     | 30% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí. | 0                        | 0%  | 1             | 4%  | 0                               | 0% | 2          | 1   | 5                     | 19% | 27    |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                          | 3                        | 20% | 2             | 13% | 0                               | 0% | 7          | 47% | 3                     | 20% | 15    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.              | 2                        | 13% | 1             | 7%  | 1                               | 7% | 8          | 53% | 3                     | 20% | 15    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí. | 2                        | 13% | 2             | 13% | 1                               | 7% | 5          | 33% | 5                     | 33% | 15    |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                          | 1                        | 6%  | 2             | 11% | 1                               | 6% | 5          | 28% | 9                     | 50% | 18    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.              | 3                        | 17% | 1             | 6%  | 1                               | 6% | 8          | 44% | 5                     | 28% | 18    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí. | 1                        | 6%  | 2             | 11% | 0                               | 0% | 5          | 28% | 10                    | 56% | 18    |

La Tabla 37, evidencia que en todos los ciclos predominan las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, lo que indica una presencia considerable de temor

relacionado con las expectativas y la percepción de los demás. Los mayores porcentajes se concentran en el miedo a engañar o perder la confianza de personas importantes, así como en el temor a no cumplir con las expectativas sociales. Aunque en algunos ciclos aparecen porcentajes moderados en desacuerdo, la tendencia general refleja que el miedo social es un factor relevante y constante entre los estudiantes, manteniéndose e incluso intensificándose en los niveles superiores.

#### d) Miedo la pérdida de tiempo y vida personal

Se presentan los resultados del indicador miedo a la pérdida de tiempo y vida personal en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, organizados por los ciclos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 38**

#### *Miedo la pérdida de tiempo y vida personal*

| Ciclo | Ítem                                                                                                                     | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |     | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|-----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                                                          | F                        | %  | F             | %   | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante mi emprendimiento.     | 1                        | 3% | 4             | 10% | 1                               | 3% | 25         | 64% | 8                     | 21% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar mi emprendimiento.                                           | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 35         | 90% | 4                     | 10% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para mi emprendimiento.            | 0                        | 0% | 2             | 5%  | 1                               | 3% | 31         | 79% | 5                     | 13% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                            | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 25         | 64% | 14                    | 36% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                       | 0                        | 0% | 1             | 3%  | 0                               | 0% | 30         | 77% | 8                     | 21% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en el emprendimiento/actividades empresariales. | 0                        | 0% | 2             | 5%  | 0                               | 0% | 29         | 74% | 8                     | 21% | 39    |
| VI    | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.            | 1                        | 4% | 2             | 7%  | 0                               | 0% | 21         | 78% | 3                     | 11% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar la empresa.                                                  | 0                        | 0% | 1             | 4%  | 0                               | 0% | 20         | 74% | 6                     | 22% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para la empresa.                   | 1                        | 4% | 2             | 7%  | 1                               | 4% | 22         | 81% | 1                     | 4%  | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                            | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 12         | 44% | 15                    | 56% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                       | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 15         | 56% | 12                    | 44% | 27    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.        | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 19         | 70% | 8                     | 30% | 27    |
| VIII  | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.            | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 13         | 87% | 2                     | 13% | 15    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar la empresa.                                                  | 0                        | 0% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 13         | 87% | 2                     | 13% | 15    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para la empresa.                   | 1                        | 7% | 1             | 7%  | 0                               | 0% | 10         | 67% | 3                     | 20% | 15    |

|   |                                                                                                                   |   |    |   |    |   |    |    |     |    |     |    |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                     | 0 | 0% | 1 | 7% | 0 | 0% | 9  | 60% | 5  | 33% | 15 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3  | 20% | 12 | 80% | 15 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 5  | 33% | 10 | 67% | 15 |
| X | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.     | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 6% | 14 | 78% | 3  | 17% | 18 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar la empresa.                                           | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 13 | 72% | 5  | 28% | 18 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para la empresa.            | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 10 | 56% | 7  | 39% | 18 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                     | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 7  | 39% | 10 | 56% | 18 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                | 0 | 0% | 1 | 6% | 0 | 0% | 5  | 28% | 12 | 67% | 18 |
|   | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3  | 17% | 15 | 83% | 18 |
|   |                                                                                                                   |   |    |   |    |   |    |    |     |    |     |    |

La Tabla 38, evidencia que en todos los ciclos predominan las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, lo que refleja una percepción significativa de temor ante las posibles consecuencias personales del emprendimiento. Los mayores porcentajes se concentran en el miedo a perder recursos, inversión y estabilidad económica, observándose que en los ciclos superiores aumenta la intensidad en “Totalmente de acuerdo”. En general, los resultados indican que este tipo de miedo es constante entre los estudiantes y tiende a fortalecerse conforme avanzan en su formación académica.

### e) Miedo a la gestión y desempeño

Se presentan los resultados del indicador miedo a la gestión y desempeño en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, organizados por los ciclos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 39**

#### *Miedo a la gestión y desempeño*

| Ciclo | Ítem                                                                                                         | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |     | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|-----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                                              | F                        | %  | F             | %   | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.               | 1                        | 3% | 4             | 10% | 0                               | 0% | 27         | 69% | 7                     | 18% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                         | 0                        | 0% | 2             | 5%  | 0                               | 0% | 32         | 82% | 5                     | 13% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo. | 1                        | 3% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 28         | 72% | 10                    | 26% | 39    |
|       | En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                               | 1                        | 3% | 0             | 0%  | 0                               | 0% | 25         | 64% | 13                    | 33% | 39    |

|      |                                                                                                              |   |     |   |     |   |    |    |     |    |     |    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|---|-----|---|----|----|-----|----|-----|----|
|      | En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                            | 0 | 0%  | 1 | 3%  | 0 | 0% | 25 | 64% | 13 | 33% | 39 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                  | 1 | 3%  | 1 | 3%  | 0 | 0% | 29 | 74% | 8  | 21% | 39 |
| VI   | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.               | 1 | 4%  | 3 | 11% | 0 | 0% | 22 | 81% | 1  | 4%  | 27 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                         | 1 | 4%  | 3 | 11% | 0 | 0% | 20 | 74% | 3  | 11% | 27 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo. | 1 | 4%  | 0 | 0%  | 0 | 0% | 23 | 85% | 3  | 11% | 27 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                               | 1 | 4%  | 0 | 0%  | 0 | 0% | 19 | 70% | 7  | 26% | 27 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                            | 1 | 4%  | 1 | 4%  | 0 | 0% | 21 | 78% | 4  | 15% | 27 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                  | 1 | 4%  | 3 | 11% | 0 | 0% | 16 | 59% | 7  | 26% | 27 |
| VIII | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.               | 0 | 0%  | 2 | 13% | 0 | 0% | 10 | 67% | 3  | 20% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                         | 0 | 0%  | 1 | 7%  | 0 | 0% | 7  | 47% | 7  | 47% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo. | 2 | 13% | 0 | 0%  | 0 | 0% | 8  | 53% | 5  | 33% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                               | 1 | 7%  | 0 | 0%  | 0 | 0% | 9  | 60% | 5  | 33% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                            | 1 | 7%  | 2 | 13% | 0 | 0% | 8  | 53% | 4  | 27% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                  | 1 | 7%  | 1 | 7%  | 0 | 0% | 7  | 47% | 6  | 40% | 15 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.               | 0 | 0%  | 2 | 11% | 0 | 0% | 8  | 44% | 8  | 44% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                         | 0 | 0%  | 2 | 11% | 0 | 0% | 6  | 33% | 10 | 56% | 18 |
| X    | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo. | 2 | 11% | 0 | 0%  | 0 | 0% | 9  | 50% | 7  | 39% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                               | 1 | 6%  | 0 | 0%  | 0 | 0% | 10 | 56% | 7  | 39% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                            | 0 | 0%  | 3 | 17% | 0 | 0% | 8  | 44% | 7  | 39% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                  | 1 | 6%  | 1 | 6%  | 0 | 0% | 9  | 50% | 7  | 39% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.               | 0 | 0%  | 2 | 11% | 0 | 0% | 8  | 44% | 8  | 44% | 18 |
|      | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                         | 0 | 0%  | 2 | 11% | 0 | 0% | 6  | 33% | 10 | 56% | 18 |

La Tabla 39, muestra que en todos los ciclos predominan las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, lo que evidencia una presencia importante de temor relacionado con la capacidad para gestionar la empresa y cumplir adecuadamente las funciones emprendedoras. Los mayores porcentajes se concentran en el miedo a gestionar eficazmente la empresa, satisfacer las expectativas del cliente, superar retos técnicos y cumplir promesas. Aunque existen porcentajes mínimos en desacuerdo, la tendencia general indica que el miedo asociado al desempeño y a la responsabilidad empresarial es constante y, en algunos casos, más intenso en los ciclos superiores.

### 4.2.3. Características de la personalidad (Autoeficacia)

Los resultados se presentarán considerando los indicadores de la dimensión autoeficacia; confianza en habilidades empresariales, seguridad en liderazgo y capacidad para superar dificultades

#### a) Confianza en habilidades empresariales

Se presentan los resultados correspondientes al indicador confianza en habilidades empresariales, perteneciente a la dimensión autoeficacia, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, organizados por los ciclos académicos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 40**

#### *Confianza en habilidades empresariales*

| Ciclo | Ítem                                                                 | Totalment<br>e en<br>desacuerdo |    | En<br>desacuerd<br>o |    | Ni de<br>acuerdo ni,<br>en<br>desacuerd<br>o |    | De acuerdo |     | Totalment<br>e de<br>acuerdo |     | Total |
|-------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----|----------------------|----|----------------------------------------------|----|------------|-----|------------------------------|-----|-------|
|       |                                                                      | F                               | %  | F                    | %  | F                                            | %  | F          | %   | F                            | %   |       |
| IV    | 35). Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.            | 0                               | 0% | 1                    | 3% | 1                                            | 3% | 25         | 64% | 12                           | 31% | 39    |
|       | 36). Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio. | 0                               | 0% | 0                    | 0% | 0                                            | 0% | 27         | 69% | 12                           | 31% | 39    |
| VI    | 35). Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.            | 0                               | 0% | 0                    | 0% | 0                                            | 0% | 18         | 67% | 9                            | 33% | 27    |
|       | 36). Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio. | 0                               | 0% | 1                    | 4% | 0                                            | 0% | 20         | 74% | 6                            | 22% | 27    |
| VIII  | 35). Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.            | 0                               | 0% | 1                    | 7% | 0                                            | 0% | 8          | 53% | 6                            | 40% | 15    |
|       | 36). Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio. | 0                               | 0% | 0                    | 0% | 0                                            | 0% | 7          | 47% | 8                            | 53% | 15    |
| X     | 35). Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.            | 0                               | 0% | 0                    | 0% | 1                                            | 6% | 9          | 50% | 8                            | 44% | 18    |
|       | 36). Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio. | 0                               | 0% | 1                    | 6% | 0                                            | 0% | 7          | 39% | 10                           | 56% | 18    |

La Tabla 40, muestra resultados predominantemente positivos en todos los ciclos, ya que la mayoría de estudiantes se ubica en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. Los porcentajes más altos reflejan que los estudiantes consideran tener las aptitudes necesarias para ser empresarios y se sienten seguros al emprender un negocio. Además, en los ciclos superiores se observa un incremento en “Totalmente de acuerdo”, lo que indica que la autoconfianza en

las habilidades empresariales tiende a fortalecerse conforme avanzan en su formación académica.

### **b) Seguridad en liderazgo**

Se presentan los resultados del indicador seguridad en liderazgo, correspondiente a la dimensión autoeficacia, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, organizados por los ciclos académicos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 41**

#### *Seguridad en liderazgo*

| Ciclo | Ítem                        | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|-----------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                             | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | Sentirse seguro al dirigir. | 1                        | 3% | 1             | 3% | 0                               | 0% | 28         | 72% | 9                     | 23% | 39    |
| VI    | Sentirse seguro al dirigir. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 17         | 63% | 10                    | 37% | 27    |
| VIII  | Sentirse seguro al dirigir. | 1                        | 7% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 8          | 53% | 6                     | 40% | 15    |
| X     | Sentirse seguro al dirigir. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 1                               | 6% | 9          | 50% | 8                     | 44% | 18    |

La Tabla 41, muestra que en todos los ciclos predominan las respuestas en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, evidenciando que la mayoría de estudiantes se siente segura al dirigir. Aunque existen porcentajes mínimos en desacuerdo en algunos ciclos, la tendencia general es positiva. Además, en los ciclos superiores se observa un ligero incremento en “Totalmente de acuerdo”, lo que indica que la seguridad en el liderazgo se fortalece progresivamente conforme avanzan en su formación académica.

### **c) Capacidad para superar dificultades**

Se presentan los resultados del indicador capacidad para superar dificultades, correspondiente a la dimensión autoeficacia, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, organizados por los ciclos académicos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 42***Capacidad para superar dificultades*

| Ciclo | Ítem                                                                                       | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|--------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                                            | F                        | %  | F             | %  | F                              | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 29         | 74% | 10                    | 26% | 39    |
|       | Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa.                               | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 31         | 79% | 8                     | 21% | 39    |
| VI    | Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 23         | 85% | 4                     | 15% | 27    |
|       | Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa.                               | 0                        | 0% | 1             | 4% | 0                              | 0% | 21         | 78% | 5                     | 19% | 27    |
| VIII  | Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 7          | 47% | 8                     | 53% | 15    |
|       | Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa.                               | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 8          | 53% | 7                     | 47% | 15    |
| X     | Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 8          | 44% | 10                    | 56% | 18    |
|       | Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa.                               | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                              | 0% | 10         | 56% | 8                     | 44% | 18    |

Se muestran resultados claramente positivos en todos los ciclos, ya que la totalidad de respuestas se concentra en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. La mayoría de estudiantes considera tener una mentalidad fuerte para asumir retos empresariales y confía en su capacidad para superar dificultades al crear una empresa. Además, en los ciclos superiores se observa un incremento en “Totalmente de acuerdo”, lo que indica que la percepción de resiliencia y fortaleza ante los desafíos se consolida progresivamente conforme avanzan en su formación académica.

#### 4.2.4. *Intención Emprendedora Social*

El análisis de la variable intención emprendedora social se desarrolla a partir de sus tres componentes: afectivo, cognitivo y conductual, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, considerando los ciclos IV, VI, VIII y X.

### a) Componentes: afectivo (deseo/disposición)

Se presentan los resultados del indicador a) Componentes: afectivo (deseo / disposición) capacidad para superar dificultades, correspondiente a la dimensión autoeficacia, en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad

**Tabla 43**

*Componentes: afectivo (deseo/disposición)*

| Ciclo | Ítem                                                           | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|----------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.                   | 0                        | 0% | 0             | 0% | 1                               | 3% | 25         | 64% | 13                    | 33% | 39    |
|       | Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 15         | 38% | 24                    | 62% | 39    |
| VI    | Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.                   | 0                        | 0% | 1             | 4% | 0                               | 0% | 14         | 52% | 12                    | 44% | 27    |
|       | Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 10         | 37% | 17                    | 63% | 27    |
| VIII  | Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.                   | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 6          | 40% | 9                     | 60% | 15    |
|       | Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 1                               | 7% | 5          | 33% | 9                     | 60% | 15    |
| X     | Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.                   | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 5          | 28% | 13                    | 72% | 18    |
|       | Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 4          | 22% | 14                    | 78% | 18    |

Se muestra resultados altamente positivos en todos los ciclos. La mayoría de estudiantes manifiesta estar dispuesto a todo para ser emprendedor y tener la firme intención de crear una empresa algún día. Además, en los ciclos superiores se observa un incremento en “Totalmente de acuerdo”, alcanzando porcentajes superiores al 70%, lo que indica que el deseo y la disposición emprendedora se fortalecen progresivamente conforme avanzan en su formación académica.

### b) Componente cognitivo (creencias)

Se analizan las creencias asociadas al emprendimiento social en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, según los ciclos académicos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 44***Componente cognitivo (creencias)*

| Ciclo | Ítem                                                   | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|--------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                        | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 15         | 38% | 24                    | 62% | 39    |
|       | He pensado muy seriamente en crear una emprendedor.    | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 14         | 36% | 25                    | 64% | 39    |
| VI    | Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 18         | 67% | 9                     | 33% | 27    |
|       | He pensado muy seriamente en crear una emprendedor.    | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 15         | 56% | 12                    | 44% | 27    |
| VIII  | Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 12         | 80% | 3                     | 20% | 15    |
|       | He pensado muy seriamente en crear una emprendedor.    | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 8          | 53% | 7                     | 47% | 15    |
| X     | Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 9          | 50% | 9                     | 50% | 18    |
|       | He pensado muy seriamente en crear una emprendedor.    | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 6          | 33% | 12                    | 67% | 18    |

Se evidencia resultados totalmente positivos, ya que el 100% de las respuestas se concentra en “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. La mayoría de estudiantes considera que su objetivo profesional es convertirse en empresario y afirma haber pensado seriamente en crear una empresa. Asimismo, en los ciclos superiores se observa un incremento en “Totalmente de acuerdo”, lo que indica que las creencias y convicciones respecto al emprendimiento se fortalecen progresivamente conforme avanzan en su formación académica.

**c) Componente conductual (predisposición a la acción)**

Se evalúa la predisposición a emprender acciones de carácter social en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, considerando los ciclos académicos IV, VI, VIII y X.

**Tabla 45***Componente conductual (predisposición a la acción)*

| Ciclo | Ítem                                                                | Totalmente en desacuerdo |    | En desacuerdo |    | Ni de acuerdo ni, en desacuerdo |    | De acuerdo |     | Totalmente de acuerdo |     | Total |
|-------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|---------------|----|---------------------------------|----|------------|-----|-----------------------|-----|-------|
|       |                                                                     | F                        | %  | F             | %  | F                               | %  | F          | %   | F                     | %   |       |
| IV    | Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 26         | 67% | 13                    | 33% | 39    |
|       | Estoy decidido a crear un emprendimiento en el futuro.              | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 15         | 38% | 24                    | 62% | 39    |
| VI    | Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento. | 0                        | 0% | 0             | 0% | 0                               | 0% | 18         | 67% | 9                     | 33% | 27    |

|      |                                                                     |   |    |   |    |   |    |    |     |    |     |    |
|------|---------------------------------------------------------------------|---|----|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|
|      | Estoy decidido a crear un emprendimiento en el futuro.              | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 4% | 12 | 44% | 14 | 52% | 27 |
| VIII | Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 5  | 33% | 10 | 67% | 15 |
|      | Estoy decidido a crear un emprendimiento en el futuro.              | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 6  | 40% | 9  | 60% | 15 |
| X    | Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento. | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 6  | 40% | 9  | 60% | 15 |
|      | Estoy decidido a crear un emprendimiento en el futuro.              | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 7  | 47% | 8  | 53% | 15 |

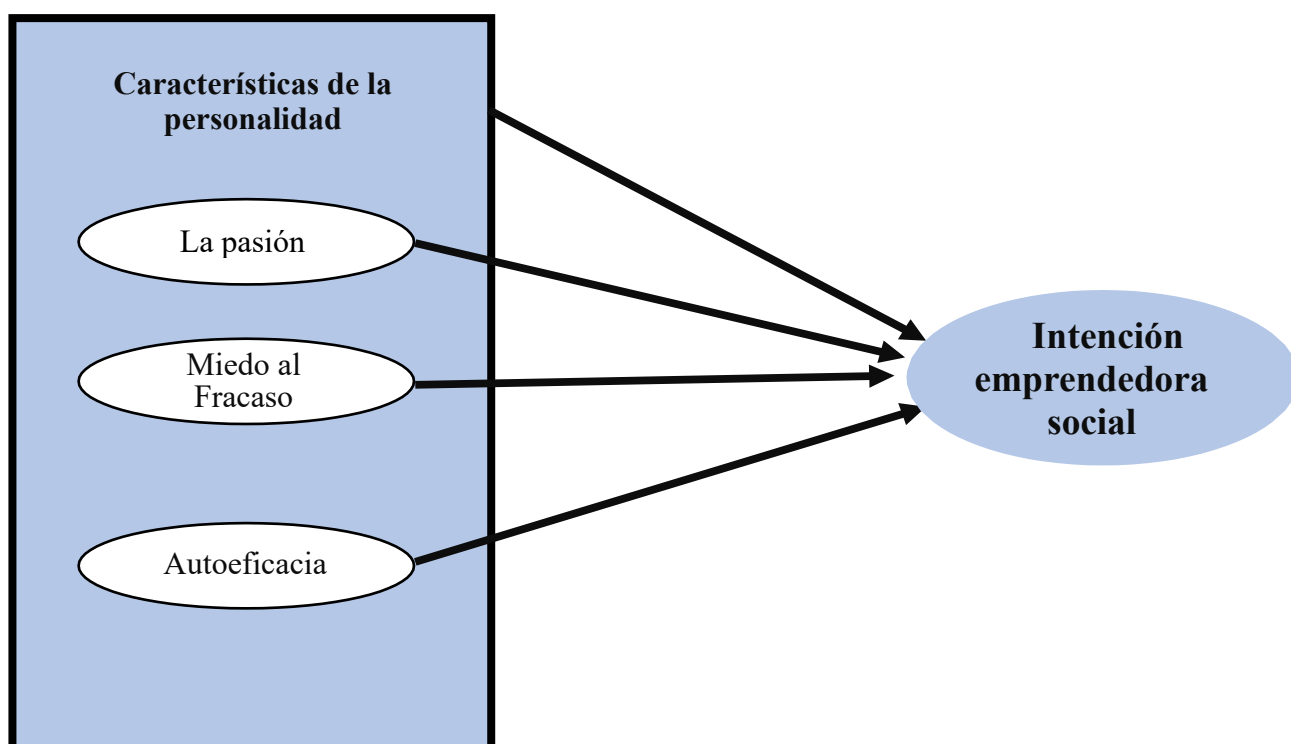
Se muestra resultados claramente positivos en todos los ciclos. La mayoría de estudiantes afirma que hará todo lo posible para crear y dirigir su propio emprendimiento y que está decidido a emprender en el futuro. Además, en los ciclos superiores se observa un incremento en “Totalmente de acuerdo”, lo que evidencia que la predisposición a la acción y el compromiso emprendedor se fortalecen progresivamente conforme avanzan en su formación académica.

#### 4.3. Contrastación de Hipótesis de la Investigación

La prueba de hipótesis se realizó en base al siguiente modelo hipotético

**Figura 7**

*Modelo hipotético de la investigación.*



#### 4.3.1. Relación entre la pasión y la intención emprendedora social

##### Prueba de hipótesis específica H1a

H1a: La pasión se encuentra relacionada con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

El resultado obtenido de la correlación entre la pasión y la intención emprendedora social (ver Tabla 46) ha demostrado la existencia de una correlación positiva débil y estadísticamente significativa al nivel de 0.014, con un coeficiente Rho de Spearman ( $Rho = 0.245^*$ ), lo que indica una relación directa positiva según la escala de correlación propuesta por Hernández-Sampieri. (2017) De acuerdo con este resultado, este hallazgo evidencia que, cuanto mayor es la pasión, mayor es la intención emprendedora social entre los estudiantes universitarios.

Estos hallazgos, coinciden con las investigaciones de Mhlongo et al. (2025); Kyriakopoulos et al. (2024); Neneh (2022); Zakari et al. (2022); quienes encontraron que la pasión tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora social. Contradictoriamente a estos resultados Harianto et al. (2024) encontraron una relación negativa. Por consiguiente, los resultados de esta investigación se suman a los hallazgos que han encontrado asociaciones positivas entre la pasión y la intención emprendedora social.

**Tabla 46**

*Prueba de hipótesis de la pasión con la intención emprendedora social*

|                                                               |                                            | Pasión | Intención emprendedora social |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------|-------------------------------|
| <b>Pasión</b>                                                 | Coeficiente de correlación Rho de Spearman | 1.000  | 0.245*                        |
|                                                               | Sig. (bilateral)                           |        | 0.014                         |
|                                                               | N                                          | 99     | 99                            |
|                                                               |                                            |        |                               |
| <b>Intención emprendedora social</b>                          | Coeficiente de correlación Rho de Spearman | 0.245* | 1.000                         |
|                                                               | Sig. (bilateral)                           | 0.014  |                               |
|                                                               | N                                          | 99     | 99                            |
|                                                               |                                            |        |                               |
| La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). |                                            |        |                               |

#### 4.3.2. *Relación entre el miedo al fracaso y la intención emprendedora social*

##### **Prueba de hipótesis específica H1b**

H1b: El miedo al fracaso se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

El resultado obtenido de la correlación entre el miedo al fracaso y la intención emprendedora social (ver Tabla 47) muestra un coeficiente Rho de Spearman ( $Rho = -0.068$ ) con un  $p$ -valor = 0.503, lo que indica que la relación no es estadísticamente significativa al nivel de 0.05. Según la escala de interpretación propuesta por Hernández-Sampieri. (2017) el valor del coeficiente refleja una correlación negativa muy débil, prácticamente inexistente. De acuerdo con este resultado, no se evidencia una asociación relevante entre el miedo al fracaso y la intención emprendedora social en los estudiantes universitarios, lo que sugiere que esta variable no influye de manera significativa en la intención emprendedora social.

Estos hallazgos, coinciden con las investigaciones realizadas por Herrera y Castro. (2025); Kong et al. (2020); Bosman et al. (2022); Uysal et al. (2021). quienes en su investigación encontraron que el miedo al fracaso no tiene una relación positiva con la intención emprendedora social. Contradictoriamente a estos resultados Herrera et al. (2025); Donaldson et al. (2024) encontraron una relación positiva y significativa con la intención emprendedora social. Por consiguiente, los resultados de esta investigación se suman a los hallazgos que no han encontrado asociaciones positivas entre el miedo al fracaso y la intención emprendedora social.

**Tabla 47**

*Prueba de hipótesis del miedo al fracaso con la intención emprendedora social*

|                         |                                            | <b>Miedo al fracaso</b> | <b>Intención emprendedora social</b> |
|-------------------------|--------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| <b>Miedo al fracaso</b> | Coeficiente de correlación Rho de Spearman | 1.000                   | -0.068                               |
|                         | Sig. (bilateral)                           |                         | 0.503                                |

|                                              |                                            |        |       |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------|--------|-------|
|                                              | <i>N</i>                                   | 99     | 99    |
| <b>Intención<br/>emprendedora<br/>social</b> | Coeficiente de correlación Rho de Spearman | -0.068 | 1.000 |
|                                              | Sig. (bilateral)                           | 0.503  |       |
|                                              | <i>N</i>                                   | 99     | 99    |

#### 4.3.3. *Relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora social*

##### **Prueba de hipótesis específica H1c**

H1c: La autoeficacia se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

El resultado obtenido de la correlación entre la autoeficacia y la intención emprendedora social (ver Tabla 48) muestra un coeficiente Rho de Spearman ( $Rho = 0.011$ ) con un  $p$ -valor = 0.913, lo que indica que la relación no es estadísticamente significativa al nivel de 0.05. Según la escala de interpretación propuesta por Hernández-Sampieri. (2017), el valor del coeficiente refleja una correlación positiva muy débil, prácticamente inexistente. De acuerdo con este resultado, no se evidencia una asociación relevante entre la autoeficacia y la intención emprendedora social en los estudiantes universitarios, sugiriendo que esta variable no tiene un efecto significativo sobre la intención emprendedora social.

Estos hallazgos, coinciden con las investigaciones de Viana et al. (2025); Sánchez (2020); quienes encontraron que la autoeficacia no tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora social. Contradictoriamente a estos resultados Hossain et al. (2024); Neneh (2022); Fatoki (2020); Gelaidan et al. (2021); Miao et al. (2022); Younis et al. (2023); quienes en su investigación encontraron que la autoeficacia tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora social. Por consiguiente, los resultados de esta investigación se suman a los hallazgos que no han encontrado asociaciones positivas entre la autoeficacia y la intención emprendedora social.

**Tabla 48***Prueba de hipótesis de la autoeficacia con la intención emprendedora*

|                                      |                                             | <b>Autoeficacia</b> | <b>Intención<br/>emprendedora<br/>social</b> |
|--------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------|----------------------------------------------|
| <b>Autoeficacia</b>                  | Coefficiente de correlación Rho de Spearman | 1.000               | 0.011                                        |
|                                      | Sig. (bilateral)                            |                     | 0.913                                        |
|                                      | <i>N</i>                                    | 99                  | 99                                           |
| <b>Intención emprendedora social</b> | Coefficiente de correlación Rho de Spearman | 0.011               | 1.000                                        |
|                                      | Sig. (bilateral)                            | 0.913               |                                              |
|                                      | <i>N</i>                                    | 99                  | 99                                           |

#### **4.3.4. Relación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social**

##### **Prueba de hipótesis general H1**

H1: Existe relación positiva entre las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.

Los resultados de la correlación entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social (ver Tabla 49) demostraron que existe una correlación positiva débil y estadísticamente significativa al nivel de 0.013, con un coeficiente Rho de Spearman ( $Rho = 0.248^*$ ), lo que indica una relación directa positiva según la escala de correlación propuesta por Hernández-Sampieri. (2017). De acuerdo con este resultado, se evidencia que a mayor nivel de desarrollo de las características de la personalidad en los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca – Sede Bambamarca, mayor es la intención emprendedora social.

Estos hallazgos, se relaciona con la investigación realizada por Asis y López (2024); Zhuang et al. (2022); Pacheco (2022); Alshebami & Seraj (2022); Zisser et al. (2019); Karimi et al. (2017); Karabulut (2016); quienes en su investigación encontraron que las características de la personalidad tienen una relación positiva y significativa con la intención emprendedora social. Sin embargo, otros estudios como el de Neupane, (2025); Hagenauer & Zipko (2024); Garba et al. (2023); no encontraron relación estadísticamente significativa entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social, lo cual evidencia la existencia de factores contextuales y culturales que afectan los resultados. Por consiguiente, los resultados de esta investigación se suman a los hallazgos que han encontrado asociaciones positivas entre las características de la personalidad y la intención emprendedora social.

**Tabla 49**

*Prueba de hipótesis de las características de la personalidad con la intención emprendedora*

|                                                               |                                                        | <b>Características de la personalidad</b> | <b>Intención emprendedora social</b> |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>Características de la personalidad</b>                     | Coefficiente de correlación Rho de Spearman ( $\rho$ ) | 1.000                                     | 0.248*                               |
|                                                               | Sig. (bilateral) = P                                   |                                           | 0.013                                |
|                                                               | <i>n</i>                                               | 99                                        | 99                                   |
| <b>Intención emprendedora social</b>                          | Coefficiente de correlación Rho de Spearman            | 0.248*                                    | 1.000                                |
|                                                               | Sig. (bilateral)                                       | 0.013                                     |                                      |
|                                                               | <i>n</i>                                               | 99                                        | 99                                   |
| La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). |                                                        |                                           |                                      |

A continuación, se presentan los ítems de cada dimensión de las Características de la Personalidad con la intención emprendedora Social (ver Tabla 50).

**Tabla 50**

*Correlación de los ítems con la intención emprendedora social*

| <b>Ítems</b>                                  | <b>Relación</b> | <b>B</b> | <b>P-Valué</b> | <b>Correlación</b> |
|-----------------------------------------------|-----------------|----------|----------------|--------------------|
| <b>Pasión e intención emprendedora social</b> |                 |          |                |                    |

|                                                                             |          |        |       |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------|--------|-------|-----------|
| Nuevas formas de resolver necesidades de mercado.                           | P1-IES   | 0.023  | 0.818 | (+) débil |
| Buscar nuevas ideas para productos/servicios.                               | P2-IES   | 0.143  | 0.158 | (+) media |
| Descubrir cómo mejorar los productos y servicios.                           | P3-IES   | -0.083 | 0.416 | (-) débil |
| En busca de nuevas oportunidades.                                           | P4-IES   | 0.060  | 0.553 | (+) débil |
| Inventar nuevas soluciones a los problemas.                                 | P5-IES   | 0.072  | 0.480 | (+) débil |
| Crear una nueva empresa me entusiasma.                                      | P6-IES   | 0.154  | 0.127 | (+) media |
| Ser dueño de mi propia empresa.                                             | P7-IES   | -0.020 | 0.843 | (-) débil |
| Cultivar un nuevo negocio.                                                  | P8-IES   | -0.041 | 0.686 | (-) débil |
| Ser el fundador de una empresa.                                             | P9-IES   | 0.188  | 0.063 | (+) media |
| Encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio. | P10-IES  | 0.043  | 0.676 | (+) débil |
| Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa.                | P11-IES  | 0.126  | 0.214 | (+) media |
| Motivar a mis empleados y a mí mismo a mejorar.                             | P12-IES  | 0.141  | 0.165 | (+) media |
| Cultivar y compartir experiencias sobre mi emprendimiento.                  | P13-IES  | 0.248* | 0.013 | (+) media |
| <b>Miedo al fracaso e intención emprendedora social</b>                     |          |        |       |           |
| Miedo de no poder conseguir la financiación.                                | MF1-IES  | -0.044 | 0.666 | (-) débil |
| Miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.                     | MF2-IES  | -0.103 | 0.309 | (-) débil |
| Medo que esta no es una idea de negocio valiosa                             | MF3-IES  | 0.125  | 0.217 | (+) media |
| Miedo que no existe ninguna necesidad.                                      | MF4-IES  | 0.036  | 0.723 | (+) débil |
| Medo de las expectativas de los demás sobre mí.                             | MF5-IES  | 0.013  | 0.896 | (+) débil |
| Miedo de fallar a las personas.                                             | MF6-IES  | -0.016 | 0.877 | (-) débil |
| Miedo de perder la confianza de las personas.                               | MF7-IES  | 0.045  | 0.657 | (+) débil |
| Miedo que llevar el negocio me quita tiempo.                                | MF8-IES  | -0.103 | 0.310 | (-) débil |
| Miedo de perderme acontecimientos importantes.                              | MF9-IES  | 0.045  | 0.661 | (+) débil |
| Miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.          | MF10-IES | 0.011  | 0.913 | (+) débil |
| Miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.              | MF11-IES | -0.108 | 0.289 | (-) débil |
| Miedo de no poder gestionar mi emprendimiento                               | MF12-IES | 0.078  | 0.445 | (+) débil |
| Miedo de no poder desempeñar todas las funciones.                           | MF13-IES | -0.145 | 0.153 | (-) media |
| Miedo de quedarse sin dinero.                                               | MF14-IES | 0.053  | 0.599 | (+) débil |
| Miedo de perder todos mis ahorros.                                          | MF15-IES | -0.115 | 0.258 | (-) media |
| Miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa.                     | MF16-IES | -0.028 | 0.782 | (-) débil |
| Miedo satisfacer las expectativas del cliente.                              | MF17-IES | -0.005 | 0.963 | (-) débil |
| Miedo a superar los retos técnicos.                                         | MF18-IES | 0.046  | 0.651 | (+) débil |
| Miedo a cumplir las promesas.                                               | MF19-IES | 0.075  | 0.458 | (+) débil |
| <b>Autoeficacia e intención emprendedora social</b>                         |          |        |       |           |
| Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.                        | A1-IES   | 0.023  | 0.824 | (+) débil |
| Mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios.       | A2-IES   | 0.076  | 0.457 | (+) débil |
| Sentirse seguro al dirigir.                                                 | A3-IES   | -0.068 | 0.504 | (-) débil |
| Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender.                        | A4-IES   | 0.051  | 0.616 | (+) débil |

|                                                                    |        |        |       |           |
|--------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------|-----------|
| Puedo superar todas las dificultades para crear un emprendimiento. | A5-IES | -0.002 | 0.987 | (-) débil |
|--------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------|-----------|

#### 4.3.5. Resultados de la prueba de hipótesis en el estudio y el modelo hipotetizado

En la tabla que será presentada, se expone de manera sintetizada las correlaciones evidenciadas entre las variables analizadas en la investigación, tal como se puntualiza en la Tabla 51. Estas correlaciones se reflejan dentro del marco del modelo teórico propuesto. Al realizar el respectivo análisis de los resultados obtenidos de las pruebas de hipótesis, en su dimensión general como específica, se verifica que todas las hipótesis formuladas fueron corroboradas de forma positiva y con significancia estadística. De igual forma, la Figura 8 hace una representación gráfica del modelo teórico en el que se basó la investigación, y donde se incorporan los valores de correlación pertinentes.

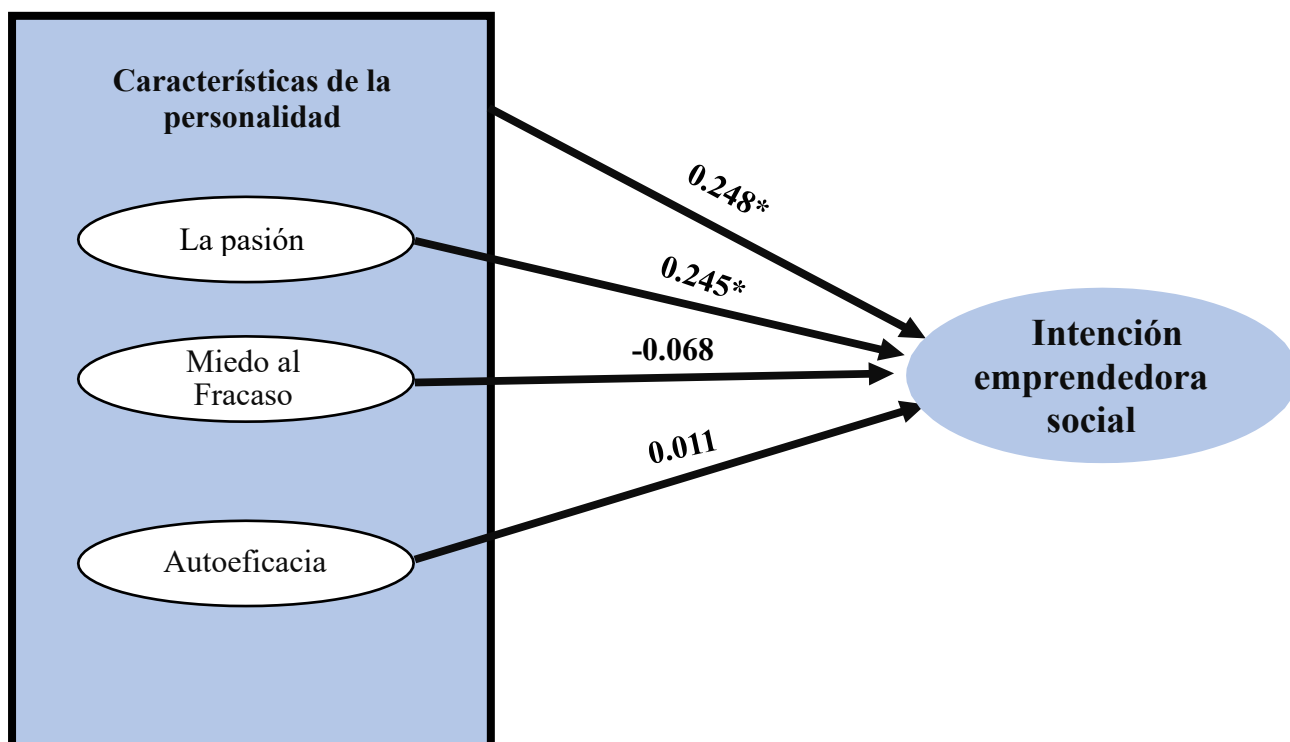
**Tabla 51**

*Resultados de la prueba de hipótesis*

| Hipótesis | Relación | <i>B</i> | <i>P-Valué</i> | Decisión |
|-----------|----------|----------|----------------|----------|
| H1        | CP-IES   | 0.248*   | 0.013          | NR       |
| H1a       | P-IES    | 0.245*   | 0.014          | NR       |
| H1b       | MF-IES   | -0.068   | 0.503          | SR       |
| H1c       | A-IES    | 0.011    | 0.913          | SR       |

**Figura 8**

*Modelo teórico de la investigación.*



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

En conclusión, la dimensión pasión presentó una correlación positiva débil y significativa con la intención emprendedora social ( $Rho = 0.245$ ;  $p = 0.014$ ), evidenciando que el entusiasmo, la motivación y el compromiso hacia actividades emprendedoras incrementan ligeramente la predisposición de los estudiantes a desarrollar emprendimientos con impacto social.

Por otro lado, el miedo al fracaso no mostró relación significativa con la intención emprendedora social ( $Rho = -0.068$ ;  $p = 0.503$ ). La correlación fue negativa muy débil y no estadísticamente significativa, indicando que el temor al fracaso no ejerce un efecto determinante sobre la intención emprendedora social en la muestra estudiada.

De manera similar, la autoeficacia tampoco presentó relación significativa con la intención emprendedora social ( $Rho = 0.011$ ;  $p = 0.913$ ). La correlación fue prácticamente nula, evidenciando que la percepción de capacidad personal para emprender no constituyó un factor influyente en la intención emprendedora social dentro del contexto analizado.

Finalmente, concluimos que las características de la personalidad presentan una correlación positiva débil y estadísticamente significativa con la intención emprendedora social ( $Rho = 0.248$ ;  $p = 0.013$ ). Esto evidencia que, en general, los rasgos de personalidad influyen en la intención emprendedora social de los estudiantes, aunque la magnitud de la relación es limitada.

## **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda que la Universidad Nacional de Cajamarca – Sede Bambamarca implemente talleres, actividades prácticas y programas de motivación que fomenten el entusiasmo, la iniciativa y el compromiso de los estudiantes hacia proyectos con impacto social.

Se sugiere promover espacios seguros de aprendizaje donde los estudiantes puedan experimentar y asumir riesgos controlados sin temor, fortaleciendo así la confianza para emprender socialmente.

Se recomienda desarrollar programas de mentoría, asesoramiento y prácticas guiadas que permitan a los estudiantes reconocer sus capacidades, adquirir experiencia y aumentar su confianza en la ejecución de proyectos emprendedores.

Se sugiere implementar estrategias educativas y formativas que potencien rasgos como la iniciativa, la perseverancia, la proactividad y la resiliencia, fortaleciendo así el perfil emprendedor social de los estudiantes de manera integral.

Finalmente, se sugiere que futuras investigaciones incorporen otras variables psicológicas, sociales o contextuales que puedan explicar con mayor amplitud la intención emprendedora social, debido a que la relación general encontrada fue positiva, pero de baja magnitud.

## CAPÍTULO VI

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdulwahab, M., Ahmed, T., & Nasiru, A. (2023). Exploring the impact of personality traits on social entrepreneurial intention: Evidence from developing economies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(3), 567–583.
- Adesunkanmi, SO y Oyolola, SJ (2023). Educación empresarial formal e intención empresarial de estudiantes mujeres en universidades de Nigeria. *Revista de Economía y Negocios de África Oriental*, 6 (1), 22-33. <https://doi.org/10.37284/eajbe.6.1.1068>
- Ajzen, I. (2011). *The Theory of Planned Behavior*.
- Allport, G. W. (1980). *La personalidad: Su configuración y desarrollo* (7.ª ed.). Herder.
- Alshebami, A. S., & Seraj, A. H. A. (2022). Exploring the Influence of Potential Entrepreneurs' Personality Traits on Small Venture Creation: The Case of Saudi Arabia. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.885980>
- Altinay, L., Kromidha, E., Nurmagambetova, A., Alrawadieh, Z., & Madanoglu, G. K. (2022). A social cognition perspective on entrepreneurial personality traits and intentions to start a business: Does creativity matter? *Management Decision*, 60(6), 1606–1625. <https://doi.org/10.1108/MD-12-2020-1592>
- Álvarez-García, J., Belmonte-Ureña, L. J., & Sánchez-Rodríguez, I. (2023). Self-efficacy, fear of failure and social entrepreneurial intention in university students. *Sustainability*, 15(1), 487. <https://doi.org/10.3390/su15010487>
- Álvarez-Risco, A., López-Odar, D., & Chafloque-Céspedes, R. (2025). Emprendimiento social en el Perú: Casos, experiencias y perspectivas universitarias [Libro digital]. Universidad de San Martín de Porres. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/Libro-Digital-Emprendimiento-Social-Final-Con-Isbn-Y-Cb-28-Noviembre.pdf>

- American Psychological Association. (2015). *APA dictionary of psychology* (2.<sup>a</sup> ed.).
- Arismendi, P., Cueva, C., & Núñez, J. (2022). Emprendimiento social y características de personalidad en universitarios latinoamericanos. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales*, 10(2), 88–104.
- Asimakopoulou, G., Hernández, V., & Miguel, J. P. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: The role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability* (Switzerland), 11(16). <https://doi.org/10.3390/su11164314>
- Asis, E. H. R., & López, C. B. A. (2024). Personalidad y Actitud Emprendedora en Estudiantes de Ciencias Empresariales de una Universidad Pública Peruana. *Revista de Investigación Científica Huamachuco*, 2(1), 103-116. <https://doi.org/10.61709/wes79724>
- Astudillo, S., Coronel-Pangol, K., & Aguirre-Quezada, J. (2024). Influencia de los Atributos Personales en la Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios desde una Perspectiva de Género. *International Journal of Professional Business Review*, 9(10), 1-18. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i10.4933>
- Baker, F. R., Baker, K. L., & Burrell, J. (2021). Introducing the skills-based model of personal resilience: Drawing on content and process factors to build resilience in the workplace. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 94(2), 458-481. <https://doi.org/10.1111/joop.12340>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Bélanger, JJ, Lafrenière, M.-AK, Vallerand, RJ y Kruglanski, AW (2013). Impulsados por el miedo: El efecto de la información sobre el éxito y el fracaso en el rendimiento de individuos apasionados. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104 (1), 180–195. <https://doi.org/10.1037/a0029585>

- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2021). Sustainable entrepreneurship: The role of personality traits and values in developing social ventures. *Journal of Business Research*, 132, 693–702. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.025>
- Bhunia, A. K., & Shome, M. K. (2023). Interrelation between personality characteristics and social capital in formation of entrepreneurial intention: A conceptual framework. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(3), 12. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i3.1124>
- Biswas, A., & Verma, R. K. (2022). Engine of entrepreneurial intentions: revisiting personality traits with entrepreneurial education. Benchmarking: *An International Journal*, 29(6), 2019-2044. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2020-0607>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2023). Revisiting the fear of failure: Insights for entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(1), 45–62. DOI: 10.1016/j.heliyon.2024.e31072
- Bosman, L., Hiller, J., & Mitra, D. (2022). Fear of failure as a barrier to social entrepreneurship: Empirical insights from higher education. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00312. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00312>
- Brito, B. A. V. de, Kuniyoshi, M. S., Cappellozza, A., & Vieira, A. M. (2022). Determining factors of entrepreneurial intention: a study with entrepreneurs and potential entrepreneurs of the state of Acre. *Revista de Administração Da UFSM*, 15(2), 290–310. <https://doi.org/10.5902/1983465968764>
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2022). Fear of failure and entrepreneurial action: A review and future research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 24(1), 83–107. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12272>
- Calder, J., Phillips, W., & Tybout, M. (1982). The concept of external validity. *Journal of consumer research*, 9(3), 240-244. <https://doi.org/10.1086/208920>

- Calé Astudillo, D. S., & Salvatierra Diaz, V. E. (2025). Análisis de la actitud emprendedora y su relación con los factores de personalidad de los participantes del reto social IMPACT de la Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/46046>
- Campos, A., Rivera, G., & Torres, E. (2023). Pasión y autoeficacia como predictores de la intención emprendedora social en jóvenes peruanos. *Revista Científica del Desarrollo*, 7(1), 54–70. <http://doi.org/10.19083/tesis/667067>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2022). Entrepreneurial passion and social entrepreneurship: The mediating role of social value creation. *Frontiers in Psychology*, 13, 873214. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.840548>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2023). Personality traits and social entrepreneurship: The mediating role of empathy and motivation. *Frontiers in Psychology*, 14, 1123456. DOI: 10.47747/ijbme.v6i1.2613
- Carhuaricra, C., Bravo, R., & Morales, P. (2025). Inteligencia emocional e intención emprendedora en estudiantes universitarios de Lima Sur [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/3943>
- Cerna, R., Castillo, D., & Mendoza, K. (2023). Factores psicológicos y la intención emprendedora social en jóvenes universitarios peruanos. *Revista de Investigación en Educación y Desarrollo*, 9(2), 45–59.
- Chandler, G.N., y Jansen, E. 1992. The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing* 7:223-236.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? In *Journal of Business Venturing* (Vol. 13).

- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational Research Methods*, 4(1), 62–83.  
<https://doi.org/10.1177/109442810141004>
- Cohen, H., Kaspi-Baruch, O., & Katz, H. (2019). The social entrepreneur puzzle: the background, personality and motivation of Israeli social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 211–231.  
<https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541010>
- Conroy, D. E. (2001). Progress in the development of a multidimensional measure of fear of failure: The Performance Failure Appraisal Inventory. *Anxiety, Stress, & Coping*, 14(4), 431–452. <https://doi.org/10.1080/10615800108248365>
- Contreras-Barraza, N., Espinosa, J., & Vega-Muñoz, A. (2021). Social entrepreneurship education and intention: The moderating effect of personal values. *Sustainability*, 13(9), 4960. <https://doi.org/10.3390/su13094960>
- Costa, N., Neto, J. S., Oliveira, C., & Martins, E. (2022). Student's Entrepreneurial Intention in Higher Education at ISLA–Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia. *Procedia Computer Science*, 204, 825–835.
- DeCoursey, M. (2018). Embodied Aesthetics in Drama Education: theatre, literature and philosophy. *Bloomsbury Publishing*. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-0368-6>
- Dehghani, M. (2024). Entrepreneurial Passion, Fear Of Failure, And Taking Actions: A Study Among Entrepreneurs In Qatar. <http://hdl.handle.net/10576/51147>
- Dehghani, M. (2024). Entrepreneurial passion, fear of failure, and taking actions: A study among entrepreneurs in Qatar [Tesis de maestría, Qatar University, College of Business and Economics]. Qatar University. <http://hdl.handle.net/10576/51147>

- Digan, S., Cunningham, J. A., & O’Kane, C. (2021). The role of self-efficacy and identity in shaping social entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(6), 1354–1373. DOI: 10.15678/EBER.2019.070401
- Donaldson, C., Neck, H., & Linton, G. (2024). Fearful pathways to social entrepreneurship intention: A fuzzy-set qualitative content analysis. *The International Journal of Management Education*, 1, Article 100925. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100925>
- Ehsanfar, S., Namak, SK y Vosoughi, L. (2023). Una perspectiva de un país en desarrollo sobre la intención empresarial de los estudiantes de turismo utilizando un enfoque de rasgos y una tradición familiar. *Investigación de Recreación Turística*, 48 (1), 43-59. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1885800>
- Escobedo, R., Véliz, T., Ballón, J., & Midolo, W. (2020). Emprendimiento empresarial y la intención emprendedora en estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú. *Revista Innova Educación*, 2(1), 177–192. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.01.011>
- Escobedo, R., Véliz, T., Ballón, J., & Midolo, W. (2020). *Emprendimiento empresarial y la intención emprendedora en estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú. Revista Innova Educación*, 2(1), 177-192. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.01.011>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2023). Entrepreneurial self-efficacy and social entrepreneurial intention: The role of perceived desirability and feasibility. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(2), 343–361. DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.10.045
- Espíritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M. A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(7), 1595–1598. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.02.001>

- Farani, A. Y., Karimi, S., & Ghasemi, A. (2023). Personality traits, entrepreneurial self-efficacy and social entrepreneurial intention: *A structural model. Education + Training*, 65(4), 437–456. DOI: 10.11591/ijere.v12i1.23472
- Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I. A., Waheed, A., & Kanwal, N. (2018). Entrepreneurial intentions: The role of personality traits in perspective of theory of planned behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 399-414. <https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2018-0004>
- Fatoki, O. (2020). Determinants of social entrepreneurial intentions of university students in South Africa. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 255–272. DOI: 10.22610/jeb.v10i6A.2663
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2023). Entrepreneurship education and the development of entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 57–85. DOI: 10.1111/etap.12095
- Gabriel, S. L., & Smithson, I. (Eds.). (1990). *Gender in the classroom: Power and pedagogy*. University of Illinois Press.
- Gao, Y., Zhang, L., & Lin, S. (2023). Passion and perseverance in social entrepreneurship: The mediating role of motivation. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00332. DOI: 10.46223/HCMCOUJS.econ.en.10.1.223.2020
- Garba, A. S., Mohammed, A., & Hassan, K. (2023). Revisiting the relationship between personality traits and entrepreneurial intention in developing contexts. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(2), 211–229. DOI: 10.24191/smrj.v11i2.5239
- García-Cabrera, A. M., & Lucia-Casademunt, A. M. (2022). Personality traits and social entrepreneurial intention: The mediating role of empathy and moral obligation.

*International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(3), 845–867.

<https://doi.org/10.1007/s11365-021-00780-4>

García-Cabrera, A. M., Suárez-Ortega, S. M., & Den-Hertog, P. (2023). Personality, motivation, and social entrepreneurship intention among university students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(2), 219–238. DOI: 10.54536/ajsde.v4i1.4224

Gartner, W.B. 1989. Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice* 14:27-37.

Gelaidan, H. M., Mahdi, S. M., & Al-Mohammed, S. (2021). Entrepreneurial self-efficacy and social entrepreneurial intention among university students: The role of perceived barriers. *Education + Training*, 63(8), 1185–1203.

Gird, A., & Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African journal of psychology*, 38(4), 711-724. <https://hdl.handle.net/10520/EJC98508>

Glaubit, A., & Raymond, N. (2021). *How should liability be attributed for harms caused by biases in Artificial Intelligence* (Doctoral dissertation, BA Thesis, Yale Univ., New Haven, CT. [https://politicalscience.yale.edu/sites/default/files/glaubit\\_alina.Pdf](https://politicalscience.yale.edu/sites/default/files/glaubit_alina.Pdf)).

Gomes, S., Pinho, M., & Lopes, J. M. (2025). Personality alchemy: The influence of personality traits on the circular entrepreneurial intentions of higher education students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 13(2), 63–81. <https://doi.org/10.15678/EBER.2025.130204>

Gómez, A., Pérez, L., & Torres, M. (2023). Formación del emprendimiento y madurez de incubadoras de empresas: Caso de la universidad pública peruana. *Comuni@cción*, 14(3), 5–15. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.3.830>

- Guevara, C., Torres, M., & Rodríguez, A. (2023). Desafíos del emprendimiento social en el contexto postpandemia: Evidencia en estudiantes peruanos. *Revista Iberoamericana de Estudios del Desarrollo*, 12(1), 233–250.
- Hagenauer, W., & Zipko, H. T. (2024). The relationship between entrepreneurial personality patterns linked to risk, innovation and gender across industrial sectors. *Scientific Reports*, 14(1), 71794. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-71794-5>
- Hariato, E., Bernardus, D., Murwani, F. D., Jatiwihah, M. P., Jatipewira, S. Y., & Effendi, L. V. (2024). Which individual characteristics mediate the relationship between social entrepreneurial passion and social entrepreneurial intention? *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 3162-3175. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4459>
- Hatfield, E., & Rapson, R. L. (1993). Love, sex, and intimacy: Their psychology, biology, and history. *HarperCollins Publishers*.
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-based nursing*, 18(3), 66-67.
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. In *Evidence-Based Nursing* (Vol. 18, Issue 3, pp. 66–67). BMJ Publishing Group. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Hendrickson, JD (2019). La práctica docente de la atención plena basada en la compasión y la relación profesor-alumno (tesis doctoral, Universidad de Saybrook).
- Hernández Sampieri, Roberto., Fernández Collado, Carlos., & Baptista Lucio, Pilar. (1991). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández, F. J. R., Bañuelos, A. M. L., & Castaño, M. B. (2024). Perfil emprendedor en estudiantes universitarios de modalidad a distancia. Actitud hacia el emprendimiento y competencias emprendedoras como variables predictoras de la intención

- emprendedora. REDU. *Revista de Docencia Universitaria*, 22(1), 139-157.  
<https://doi.org/10.4995/redu.2024.20924>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Research methodology. Mc Graw Hill
- Herrera-Robles, J. M., & Castro-Manzano, M. (2025). El efecto de la educación emprendedora y el miedo al fracaso en la intención de emprender de los alumnos de una escuela de negocios de Ciudad de México. *Peruvian Journal of Management (PJM)*, (001), 139-170. <https://doi.org/10.26439/pjm2025.n001.7538>
- Herrera-Robles, J. M., & Castro-Manzano, M. (2025). El efecto de la educación emprendedora y el miedo al fracaso en la intención de emprender de los alumnos de una escuela de negocios de Ciudad de México. *Peruvian Journal of Management (PJM)*, 1(1), 139-170. <https://doi.org/10.26439/pjm2025.n001.7538>
- Hockerts, K. (2020). Determinants of social entrepreneurial intentions: The role of moral emotions. *Journal of Business Ethics*, 166(4), 709–725. DOI: 10.1111/etap.12171
- Hossain, M. U., Arefin, M. S., & Yukongdi, V. (2024). Personality traits, social self-efficacy, social support, and social entrepreneurial intention: The moderating role of gender. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 119-139.
- Hoyos-Vallejo, C. A., Carrión-Bósquez, N. G., & Ortiz-Regalado, O. (2023). The influence of skepticism on the university Millennials' *organic food product purchase intention*. *British Food Journal*, 125(10), 3800-3816. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2023-0093>
- Huamán, L., Chávez, E., & Ramos, C. (2022). Autoeficacia y miedo al fracaso como predictores de la intención emprendedora social en universitarios peruanos. *Revista de Psicología y Sociedad*, 37(1), 71–85.
- Huang, P., & Li, J. (2021). Fear of failure and social entrepreneurial intention among Chinese students: The moderating role of perceived support. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(3), 321–338. DOI: 10.1038/s41598-024-58060-4

- Hung, T. H., Nguyen, P. M., Luu, T.-M.-N., & Toan, D. V. (2025). Unlocking the influence of personality traits and culture on entrepreneurial intention: Evidence from a transition economy. *Foundations of Management*, 17(1), 71–84. <https://doi.org/10.2478/fman-2025-0005>
- Indyastuti, D. L., Suwandari, L., & Fitrijati, K. (2021). The relationship between entrepreneurial passion, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in housewives context. *Journal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i2.9715>
- Ismail, M., Khalid, S. A., Othman, M., Jusoff, H. K., Rahman, N. A., Kassim, K. M., & Zain, R. S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of business and Management*, 4(10), 54-60.
- Jahanshahi, A. (2025). Does Your Life Have Meaning? Social Entrepreneurial Intention and Personality Traits. *Academy of Management Proceedings*, 2025(1), 14001. <https://doi.org/10.5465/AMPROC.2025.14001abstract>
- Joel, R. Q. F. (2017). Personalidad proactiva y capacidad emprendedora de los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia, 2017. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/3195>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., & Mulder, M. (2022). Methodological challenges in assessing entrepreneurial intention models: A systematic review. *Journal of Small Business Management*, 60(4), 812–833. DOI: 10.2139/ssrn.2275638
- Karimi, S., Biemans, H. J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227–240. <https://doi.org/10.1002/ijop>

- Kedmenec, I., Strašek, S., & Korent, D. (2022). The influence of personality traits on sustainable and social entrepreneurship intentions. *Sustainability*, 14(4), 2351. <https://doi.org/10.3390/su14042351>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. In *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (Vol. 14, Issue 3, pp. 279–356). Now Publishers Inc. <https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Khaled, R., Lessard, J., & Barr, P. (2018, August). Documenting trajectories in design space: a methodology for applied game design research. In *Proceedings of the 13<sup>th</sup> International Conference on the Foundations of Digital Games* (pp. 1-10).
- Kim, M. J., Park, J. H., & Park, S. (2021). Self-efficacy and social entrepreneurial intention among youth: The mediating role of moral judgment. *Sustainability*, 13(2), 823. <https://doi.org/10.3390/su13020823>
- Koe, W.-L., & Majid, I. A. (2021). The relationship between personality traits and social entrepreneurial intention: The mediating role of moral competence. *Management Decision*, 59(12), 3074–3093. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.822206>
- Koe, W.-L., Omar, R., & Sa'ari, J. R. (2020). Factors influencing social entrepreneurial intention among university students: Personality perspective. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(4), 1–12. DOI: 10.6000/1929-4409.2020.09.234
- Kollmann, T. Stockmann, C.y Kenshock. I. M. (2017). Miedo al fracaso como mediador de la relación entre obstáculos y actividad emprendedora naciente un enfoque experimental. *J. Bus. Ventur.* 32, 280-301. Doi 10.1016/j.jbusvent. 2017.02.002
- Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C. H. (2020). The Relationship Between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00229>

- Krueger Jr., N.F., y Brazeal, D.V. 1994. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *En-trepreneurship Theory and Practice* Spring: 91-104.
- Kruse, P., Wach, D., & Wegge, J. (2023). The social side of entrepreneurship: Personality, empathy, and social entrepreneurial intention. *Journal of Vocational Behavior*, 144, 103820.
- Kryshtanovych, S., Kindzer, B., Goryn, M., Kravchenko, A., & Frunza, S. (2020). Management of socio-economic development of tourism enterprises. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 420-426. <https://doi.org/10.1108/13620430810901688>
- Kyriakopoulos, P., Herbert, K. y Piperopoulos, P. (2024). Soy apasionado, luego existo: la interacción entre la pasión emprendedora, el género, la cultura y las intenciones. *Revista de Investigación Empresarial*, 172 , 114409.
- Lee, Y., Cortes, A. F., & Joo, M. (2021). Entrepreneurship Education and Founding Passion: The Moderating Role of Entrepreneurial Family Background. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.743672>
- Leino, L. (2017). A Study on the Promotion of Adults' Oral English Communication and Teacher Development in Liberal and Tertiary Education. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-0368-6>
- Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Khan, M. A. S., Ashraf, S. F., & Dogbe, C. S. K. (2020). Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality. *Frontiers in Psychology*. Doi: 10.3389/fpsyg.2020.01611
- Li, F., & Chen, Y. (2023). University social responsibility and students' social entrepreneurial intentions in China: The mediating role of personality traits. *Sustainability*, 15(2), 1348. <https://doi.org/10.3390/su15021348>

- Li, Y., Xu, J., & Zhao, H. (2022). Entrepreneurial passion, moral obligation, and social entrepreneurial intention among college students. *Sustainability*, 14(19), 12543. <https://doi.org/10.3390/su141912543>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2023). Personality and context in social entrepreneurial intention: A cross-cultural analysis. *International Small Business Journal*, 41(5), 563–584. DOI: <https://doi.org/10.22430/24223182.2465>
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship characteristics Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. In *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* (Vol. 6, Issue 6). # MCB University Press.
- Liu, H., & Fang, X. (2023). The impact of entrepreneurial personality and social support on students' social entrepreneurial intention in China. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(4), 812–828. DOI: 10.15628/holos.2021.11420
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in psychology*, 10, 869. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Llamocanta-Huamán, N., Ortiz-Regalado, O., Llamocanta-Burga, M. J., & Guevara, N. P. L. (2023). Emprendimiento del Agronegocio de Lácteos en la Provincia de Hualgayoc. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9518-9532. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7643](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7643)
- López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., & Llorens-Gumbau, S. (2021). Gender, self-efficacy, and passion as predictors of entrepreneurial intention in university students.

*International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4650.

<https://doi.org/10.3390/ijerph18094650>

López-Sánchez, J., Cevallos, P., & Torres, M. (2022). Educación para el emprendimiento social y su influencia en la autoeficacia emprendedora: Un estudio en Ecuador. *Revista Latinoamericana de Innovación*, 6(1), 55–70.

Luo, Y. F., Huang, J., & Gao, S. (2022). Relationship Between Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions in College Students: Mediation Effects of Social Capital and Human Capital. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861447>

Mackenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Podsakoff, N. P. (2011). Construct Measurement and Validation Procedures in MIS and Behavioral Research: Integrating New and Existing Techniques. In Source: *MIS Quarterly* (Vol. 35, Issue 2).

Manzano-García, G., Ayala-Calvo, J. C., & Guerrero, R. (2021). Social entrepreneurship, employment, and well-being: Evidence from Latin America. *Sustainability*, 13(18), 10204. <https://doi.org/10.3390/su131810204>

McCrae, R. R. (2005). La estructura de la personalidad en la perspectiva de los cinco grandes. En O. P. John & R. W. Robins (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research* (pp. 57-79). Guilford Press.

Mendieta, F., Ramos, A., & Valdez, G. (2024). Pasión y autoeficacia como determinantes de la intención emprendedora social en universitarios ecuatorianos. *Revista Andina de Ciencias Sociales*, 10(1), 101–118.

Mhlongo, Z., Ntshangase, S. D., & Ezeuduji, I. O. (2025). Entrepreneurial intention among youth: The role of education and entrepreneurial passion. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 17(1). <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v17>

- Mhlongo, Z., Ntshangase, S. D., & Ezeuduji, I. O. (2025). Intención emprendedora entre los jóvenes: El papel de la educación y la pasión emprendedora. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 17(1). <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v17i1.982>
- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2022). Entrepreneurial self-efficacy and intention: A meta-analysis of the mediating role of personality traits. *Journal of Business Research*, 141, 636–648. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.063>
- Milanesi, M. (2018). Exploring passion in hobby-related entrepreneurship. Evidence from Italian cases. *Journal of Business Research*, 92, 423–430. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.020>
- Mohamed, M. E., Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., & Younis, N. S. (2023). Born Not Made: The Impact of Six Entrepreneurial Personality Dimensions on Entrepreneurial Intention: Evidence from Healthcare Higher Education Students. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032266>
- Morales, J., & Arias, M. (2021). *Factores determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios latinoamericanos*. *Revista de Emprendimiento y Negocios*, 8(2), 45–58.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M. J., & Liñán, F. (2021). The role of self-efficacy and fear of failure in social entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship*, 30(2), 231–252.
- Nave, C. S., Edmonds, G. W., Hampson, S. E., Murzyn, T., & Sauerberger, K. S. (2017). From elementary school to midlife Childhood personality predicts behavior during cognitive testing over four decades later. *Journal of Research in Personality*, 67, 183–189. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2016.10.001>

- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587–603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Neupane, S. M. (2025). Personality traits in describing entrepreneurial intentions. *Innovation & Entrepreneurship*, 4(1), 45–59. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00459-4>
- Neupane, S. M., Bhattarai, P. C., & Lowery, C. L. (2025). Personality traits in describing entrepreneurial intentions: A sequential mixed methods study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14, Article 50. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00459-4>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2022). Personality and social entrepreneurship: The role of prosocial motivation and moral identity. *Journal of Business Venturing*, 37(3), 106204. DOI: 10.1515/erj-2019-0129
- Ngo, H., & Hoang, N. (2023). Barriers to social entrepreneurship in Vietnamese universities: Insights from students' perspectives. *Journal of Asian Entrepreneurship*, 8(2), 147–166.
- Nguyen, T. L., Pham, N. A. N., Nguyen, T. K. N., Nguyen, N. K. V., Ngo, H. T., & Pham, T. T. L. (2022). Factors affecting green entrepreneurship intentions during the COVID-19 pandemic: an empirical study in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(2), 383-393. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0383>
- Nsereko, I. (2021). Conditional resource and social entrepreneurial action: the mediating role of social entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1057–1079. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2020-0106>
- Nunfam, V. F., Asitik, A. J., & Afrifa-Yamoah, E. (2021). Personality, entrepreneurship education and entrepreneurial intention among Ghanaian students. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(1), 65-88. <https://doi.org/10.1177/2515127420961040>
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2021). Integrating psychological traits into entrepreneurship research: A personality systems approach. *Small Business Economics*, 56(2), 947–972.

- Ortiz-Regalado, O., & Medina-Miranda, S. D. (2023). Influencia de la Informalidad en la competitividad de las microempresas de productos lácteos en el distrito de Bambamarca. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 9481-9498. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i2.6043](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.6043)
- Pacheco, I. (2022). Romance And Assonance In The German Calderón. *Anuario Calderoniano*, 15, 449–470. <https://doi.org/10.13039/501100011033>
- Pandey, D. L., Uprety, S. K., & Risal, N. (2023). Personality traits and their impact on the social entrepreneurial intentions of management students: *A test of big five personality approach*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 72. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00342-8>
- Paquette, V., Vallerand, R. J., et al. (2024). The role of passion in the resilience process. *Journal of Happiness Studies*, 25(6), 1-20. <https://doi.org/10.1080/15298868.2024.2369056>
- Pauca, M. A. V., Vásquez, M. E. Z., Acobo, R. Y. C., & Gonzáles, J. L. A. (2022). Factors that influence the decision of Peruvian women to become entrepreneurs. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(8), 1036-1047.
- Picerni, F. (2022). The Aesthetics Of Labour. Social And Textual Practice Of The Picun Literature Group.
- Prabandari, S. P., & Sholihah, P. I. (2015). The influence of theory of planned behavior and entrepreneurship education towards entrepreneurial intention. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 17(3), 385-392. <http://dx.doi.org/10.14414/jebav.v17i3.360>
- Prabhu, V., McGuire, S., & De Clercq, D. (2022). Fostering creativity and entrepreneurial self-efficacy in higher education. *Education + Training*, 64(6), 701–716.
- Rae, D., Matlay, H., & Zhang, P. (2022). Entrepreneurial education and personality development: Fostering resilience and confidence in students. *The International*

- Journal of Management Education*, 20(3), 100713.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100713>
- Rahman, M., Hartati, S., & Putra, R. (2022). Fear of failure and lack of self-efficacy as barriers to social entrepreneurship among Indonesian youth. *Journal of Development Studies*, 58(5), 901–919. DOI: 10.12928/jehcp.v13i2.28074
- Ratten, V., & Ferreira, J. J. (2021). Developing social entrepreneurship and innovation in higher education. *International Journal of Innovation Science*, 13(1), 23–38.  
<https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2020-0123>
- Roberto Hernández Sampieri. (2014). *Investigacion metodología*.
- Rojas, C., & Peña, D. (2024). Pasión emprendedora y resiliencia: Claves psicológicas del emprendimiento social en el Perú. *Revista de Psicología Aplicada al Desarrollo*, 14(2), 59–78. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao35.ppep>
- Ruiz-Aguilar, E. R., Ortiz-Regalado, O., & Llamas-Burga, M. J. (2023). Emprendimiento del agronegocio de aguaymanto (*Physalis peruviana* L) en la provincia de Hualgayoc. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9533-9545.  
[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7645](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7645)
- Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D., & García-Rodríguez, F. J. (2020). Social entrepreneurial intention and the impact of the COVID-19 pandemic: The role of empathy and moral obligation. *Sustainability*, 12(17), 6970. <https://doi.org/10.3390/su12176970>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Stroebe, S., Sirén, C., Shepherd, D. A., & Wincent, J. (2020). The dualistic regulatory effect of passion on the relationship between fear of failure and negative affect: insights from facial expression analysis. *Bus. Ventur.* 35, 105948- 105920.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105948>

- Şahin, F., Karadağ, H., & Tuncer, B. (2019). Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: A configurational approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(6), 1188–1211. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2018-0466>
- Sánchez Paredes, R. G. (2020). La autoeficacia emprendedora, los valores motivacionales y el rendimiento académico de estudiantes universitarios en la asignatura de Emprendedores–UNTELS 2016. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/15200>
- Santos, S. C., Caetano, A., & Curral, L. (2021). Entrepreneurial passion and positive affect: The role of moral obligation in social entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 36(6), 106176. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106176>
- Santoso, H., Widodo, A., & Nugraha, Y. (2024). Developing entrepreneurial personality through higher education programs: The case of social entrepreneurship in Indonesia. *Education + Training*, 66(3), 451–469.
- Sarfraz, M., Ibn-Ul-Hassan, S., Abdullah, M. I., Ozturk, I., & Mumtaz, N. (2023). The effect of entrepreneurs' personality on entrepreneurial marketing in textile sector: the mediating role of self-efficacy. *Industria Textila*, 74(2), 230–237. <https://doi.org/10.35530/IT.074.02.202179>
- Sarwar, F., Sami, A., & Nauman, B. (2023). Personality and Entrepreneurial Intentions of Final Year Business Students in Pakistan: The Mediating Role of Entrepreneurial Education and Social Norms. *Journal of Entrepreneurship and Business Venturing*, 3(1). <https://doi.org/10.56536/jebv.v3i1.45>
- Sarwoko, E., & Nurfarida, I. N. (2021). Entrepreneurial marketing: Between entrepreneurial personality traits and business performance. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(2), 105–118. <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090207>

- Scherer, R.F., Adams, J.S., Carley, S.S., y Wiebe, F.A. 1989. Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice* 13:53-71.
- Spearman, C. (1904). "The proof and measurement of association between two things". *American Journal of Psychology*, 15(1), 72–101.
- Soria, K., Honores, G., Julián Gutiérrez, M., & Gutiérrez, P. (2017). Administered innovator 2017. In *Volumen* (Vol. 12, Issue 2). <http://jotmi.org>
- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93(2), 119–135.
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C. L., & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(8), 4519. <https://doi.org/10.3390/su13084519>
- Sun, J., Jannesari, M. T., Yao, H., Zheng, J., Xie, W., & Wu, C. (2022). Sense of entitlement shapes students' entrepreneurial intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 50(1), 1-11. <https://doi.org/10.2224/sbp.10489>
- Tapia-Ortiz , K. E., Llamas-Burga, M. J., Ortiz-Regalado, O., Marchena Chanduvi, R. I., & Bautista Toca, S. W. (2025). Diagnóstico de los emprendimientos rurales de la fresa (fragaria) en la provincia de Hualgayoc. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3), 1022-1039. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i3.17689](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17689)
- Tapia-Ortiz, K. (2024). Educación empresarial e intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/7379>.

- Thorgren, S., & Wincent, J. (2015). Passion and habitual entrepreneurship. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(2), 216–227. <https://doi.org/10.1177/0266242613487085>
- Thorgren, S., Nordström, C., & Wincent, J. (2014). Hybrid entrepreneurship: The importance of passion. *Baltic Journal of Management*, 9(3), 314–329. <https://doi.org/10.1108/BJM-11-2013-0175>
- Torres, P., Villacís, C., & Morales, J. (2023). Social entrepreneurship education and self-efficacy: Evidence from Ecuadorian universities. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(4), 567–583
- Tran, Q., Nguyen, T., & Ho, M. (2021). The influence of risk perception and self-efficacy on social entrepreneurial intention in Vietnam. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(5), 32–49. DOI: 10.1080/19420676.2023.2244985
- Trettin, L., Welpe, I., & Rosendahl, H. (2020). The role of self-efficacy in managing entrepreneurial failure experiences. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 887–908. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00580-4>
- Trong Luan NGUYEN, Nguyen Anh Ngu PHAM; Thi Kim Nhung NGUYEN; Ngoc Khai Vy NGUYEN; Hoang Thang NGO, Tran Thien Ly PHAM. (2022). Factors Affecting Green Entrepreneurship Intentions During the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* (JAFEB), 9(2), 383–393. DOI: 10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0383
- Tsordia, C., & Papadimitriou, D. (2015). The role of theory of planned behavior on entrepreneurial intention of Greek business students. *International Journal of Synergy and Research*, 4(1). DOI 10.17951/ijsr.2015.4.1.23
- Tu, Y., Hao, X., Rosak-Szyrocka, J., Vasa, L., & Zhao, X. (2023). Obsessive passion, opportunity recognition, and entrepreneurial performance: The dual moderating effect

- of the fear of failure. *Frontiers in Psychology*, 13, 1037250. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1037250>
- Turner, T., & Gianiodis, P. (2018). Entrepreneurship unleashed: Understanding entrepreneurial education outside of the business school. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 131-149. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12365>
- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. (2023). Social entrepreneurship and sustainable regional development: The mediating role of innovation and personality traits. *Small Business Economics*, 61(3), 987–1005.
- Urbano, D., Toledano, N., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). Social entrepreneurship and personality: Understanding motivation and behavior. *Entrepreneurship Research Journal*, 13(1), 145–165. DOI: 10.1080/19420670903442061
- Uysal, M., Güngör, M., & Aydın, H. (2021). Fear of failure, resilience, and social entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(4), 510–532.
- Valencia-Arias, J., Arango-Botero, D., & Bran-Piedrahita, L. (2022). Factores personales y contextuales de la intención emprendedora social en universitarios colombianos. *Revista Espacios*, 43(9), 103–120.
- Vallerand, R. J. (2015). A history and definition of passion. En R. J. Vallerand, *The psychology of passion: A dualistic model* (págs. 14–40). Oxford University Press.
- Vera Ruiz, Á., Priale Valle, M. Á., & Fuchs Ángeles, R. M. (2025). Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según necesidad/oportunidad, valor y sus variables predictoras de comportamientos de prosocialidad-productiva. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 57(1), 45–59. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao35.ppep>
- Viana, A. O., Mahmud, A., & Latifah, L. (2025). The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and attitude in determinants of green entrepreneurship intention. *Journal of*

*Economic Education and Community*, 6(1), 22–33.

<https://doi.org/10.15294/jeec.v14i1.20456>

- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- Wang, C., Zhao, S., & Li, J. (2022). Understanding social entrepreneurial intention through the lens of personality and fear of failure: Evidence from Chinese students. *Sustainability*, 14(12), 7154. <https://doi.org/10.3390/su14127154>
- Wang, D., & Huang, Y. (2023). Personality traits and social entrepreneurship: An integrative model of psychological and contextual factors. *Journal of Business Research*, 157, 113582.
- Wang, P., Sun, W., & Zhong, Q. (2023). The relationship between college students' extraversion and entrepreneurial intention: The mediating role of perceived social support. *Social Behavior and Personality: An international journal*. <https://doi.org/10.2224/sbp.12750>
- Wang, S., Fan, X., Yu, H., Yan, X., Wang, J., Liu, Y., & Li, Y. (2025). The relationship between academic passions and critical thinking in a Chinese college student sample: A latent profile analysis. *Frontiers in Psychology*, 16, Article 1513286. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1513286>
- Wood, R., & Bandura, A. 1989. Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review* 14:361-384.
- Yang, J. (2013, April 1). The Theory of Planned Behavior and Prediction of Entrepreneurial Intention Among Chinese Undergraduates. *Social Behavior and Personality*. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.3.367>

- Yoon, M., Park, H., & Lee, S. (2021). Passion, self-efficacy, and resilience in social entrepreneurship: Exploring psychological antecedents. *Sustainability*, 13(18), 10176. <https://doi.org/10.3390/su131810176>
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., & Al-Dhaafri, H. S. (2021). The psychology of social entrepreneurship: Personality, motivation, and innovation. *Entrepreneurship Research Journal*, 11(4), 343–361. DOI: 10.4018/978-1-5225-5687-9.ch003
- Zakari, M., Adusei, M., Quansah, E. K., & Ampah, G. (2022). Pasión emprendedora e intención emprendedora social: El papel mediador de la autoeficacia emprendedora en las universidades públicas de Ghana. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1309>
- Zhang, Q., Yu, L., & He, M. (2023). Promoting social entrepreneurship education to reduce fear of failure in Chinese universities. *Journal of Business Education*, 45(2), 188–204. DOI: 10.37715/jee.v14i2.5897
- Zhao, H., Li, Y., & Xu, J. (2021). Social entrepreneurship intention among Chinese youth: The mediating role of empathy and moral judgment. *Sustainability*, 13(3), 1492. <https://doi.org/10.3390/su13031492>
- Zhuang, J., Xiong, R., & Sun, H. (2022, October 28). Impact of personality traits on start-up preparation of Hong Kong youths. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.994814>
- Zisser, M., Johnson, S. L., Freeman, M., & Staudenmaier, P. J. (2019, October 25). The relationship between entrepreneurial intent, gender and personality. *Gender in Management: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/gm-08-2018-0105>

## CAPÍTULO VII

### ANEXOS

#### Anexo 1. Instrumento de Recolección de Datos

#### Cuestionario de Preguntas Cerradas de La Investigación

##### I. Datos Demográficos

- Características demográficas

1. Indique su edad en años cumplidos considerando el rango que se muestra en a continuación:

|                |  |
|----------------|--|
| Entre 18 y 23  |  |
| Entre 24 y 30  |  |
| Entre 31 y 36  |  |
| Mas de 36 años |  |

2. Usted es:

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Hombre                |  |
| Mujer                 |  |
| Prefiero no contestar |  |

**3. Lugar de procedencia (provincia):**

|   |             |    |            |
|---|-------------|----|------------|
| 1 | Hualgayoc   | 8  | Contumazá  |
| 2 | Chota       | 9  | Celendín   |
| 3 | Jaén        | 10 | San Miguel |
| 4 | San Ignacio | 11 | Cajabamba  |
| 5 | Cajamarca   | 12 | San Marcos |
| 6 | Cutervo     | 13 | Santa Cruz |
| 7 | San Pablo   | 14 | Otros      |

• **Datos descriptivos**

**4. Considero que los cursos de la escuela influyen como emprender un negocio:**

1. Si
2. No

**5. ¿Qué métodos utilizas con mayor frecuencia para obtener conocimientos empresariales?**

1. Estudios de casos
2. Proyectos empresariales
3. Visita a empresas
4. Utilizar recursos y plataformas en línea
5. Otro.....

**6. ¿Has participado anteriormente de capacitaciones empresariales?**

1. Si
2. No (pase a la pregunta 10)

**7. Con que frecuencia has asistido:**

- |              |               |
|--------------|---------------|
| 1. Semanal   | 4. Trimestral |
| 2. Quincenal | 5. Anual      |
| 3. Mensual   |               |

**8. Las capacitaciones recibidas has sido en:**

1. Negocios agrarios
2. Negocios industriales
3. Sociales sobre emprendimiento
4. Otros.....

**9. ¿Cómo califica las capacitaciones recibidas?**

1. Muy buena
2. Buena
3. Regular
4. Mala
5. Muy mala

**10. ¿Qué factores crees que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios?**

1. Experiencias personales
2. Modelos a seguir
3. Apoyo familiar y social
4. Motivación personal

## II. Preguntas

A continuación, le presentamos algunas afirmaciones en relación a las características de la personalidad e intención emprendedora social. Estas afirmaciones pueden corresponder o no a su realidad particular. Por favor indique en qué grado usted está de acuerdo o en desacuerdo marcando con una “X” las siguientes afirmaciones.

Al responder use la siguiente escala donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo.

| <b>Totalmente en<br/>desacuerdo</b> | <b>En desacuerdo</b> | <b>Ni de acuerdo, ni en<br/>desacuerdo</b> | <b>De acuerdo</b> | <b>Totalmente de acuerdo.</b> |
|-------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| 1                                   | 2                    | 3                                          | 4                 | 5                             |

### Características de la personalidad

| Nº | Preguntas                                                                                                           | Totalmente en desacuerdo | 2 | 3 | 4 | Totalmente de acuerdo |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---|---|---|-----------------------|
|    | <b>Pasión</b>                                                                                                       | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P1 | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P2 | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P3 | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P4 | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P5 | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P6 | Crear una nueva empresa me entusiasma.                                                                              | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P7 | Ser dueño de mi propia empresa me llena de energía.                                                                 | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |
| P8 | Cultivar un nuevo negocio hasta que su éxito sea agradable.                                                         | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5                     |

|      |                                                                                                               |   |   |   |   |   |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| P9   | Ser el fundador de una empresa es una parte importante de lo que soy.                                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| P10  | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| P11  | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa es apasionante.                                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| P12  | Motivar a mis empleados y a mí mismo a mejorar nuestro emprendimiento.                                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| P13  | Cultivar y compartir experiencias sobre mi emprendimiento es una parte importante de lo que soy.              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|      | <b>Miedo al fracaso</b>                                                                                       |   |   |   |   |   |
| MF1  | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para mi emprendimiento. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 2 | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 3 | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 4 | En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|       |                                                                                                                   |   |   |   |   |   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| MF 5  | En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 6  | En los últimos meses, he tenido miedo de fallar a las personas que son importantes para mí.                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 7  | En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí.         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 8  | En los últimos meses, he tenido miedo que llevar el negocio me quita tiempo para otras actividades.               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 9  | En los últimos meses, he tenido miedo de perderme acontecimientos importantes de mi vida por culpa de mi negocio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 10 | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 11 | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 12 | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar mi emprendimiento con eficacia.                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 13 | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo.      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 14 | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|       |                                                                                                                   |   |   |   |   |   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| MF 15 | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 16 | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 17 | En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 18 | En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MF 19 | En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|       | <b>Autoeficacia</b>                                                                                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A1    | Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.                                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A2    | Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos.                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A3    | Sentirse seguro al dirigir.                                                                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A4    | Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un emprendimiento.                                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A5    | Puedo superar todas las dificultades para crear un emprendimiento.                                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### Intención emprendedora social

Por favor indique en que grado usted está de acuerdo o en desacuerdo marcando con una “X” las siguientes afirmaciones. Utilice la siguiente escala para responder.

| <b>Totalmente en<br/>desacuerdo</b> | <b>En desacuerdo</b> | <b>Ni de acuerdo, ni en<br/>desacuerdo</b> | <b>De acuerdo</b> | <b>Totalmente de acuerdo.</b> |
|-------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| 1                                   | 2                    | 3                                          | 4                 | 5                             |

| <b>N°</b> | <b>Preguntas</b>                                                    | <b>Totalmente en<br/>desacuerdo</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>Totalmente<br/>de acuerdo</b> |
|-----------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------|----------|----------|----------------------------------|
| IE 1      | Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.                        | 1                                   | 2        | 3        | 4        | 5                                |
| IE 2      | Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor.              | 1                                   | 2        | 3        | 4        | 5                                |
| IE 3      | Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento. | 1                                   | 2        | 3        | 4        | 5                                |
| IE 4      | Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.                    | 1                                   | 2        | 3        | 4        | 5                                |
| IE 5      | He pensado muy seriamente en crear un emprendimiento.               | 1                                   | 2        | 3        | 4        | 5                                |
| IE 6      | Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día.      | 1                                   | 2        | 3        | 4        | 5                                |

## Anexo 2. Validación de Instrumento por Juicio de Expertos

**Tabla 52**

### *Doble traducción del instrumento*

| Doble Traducción Simultánea de los ítems (dos traductores) |                 |                                                                                                                    |                        |                  |                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| English                                                    |                 |                                                                                                                    | Constructos en español |                  |                                                                                                                     |
| Constructo                                                 | Dimension       | Item Measurement                                                                                                   | Constructo             | Dimensiones      | Preguntas                                                                                                           |
| Personality Characteristics                                | Passion         | P 1. It is exciting to figure out new ways to solve unmet market needs that can be commercialized.                 |                        | Pasión           | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. |
|                                                            |                 | P 2. Searching for new ideas for products/services to offer is enjoyable to me.                                    |                        |                  | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecer me resulta agradable.                                      |
|                                                            |                 | P 3. I am motivated to figure out how to make existing products/services better.                                   |                        |                  | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              |
|                                                            |                 | P 4. Scanning the environment for new opportunities really excites me.                                             |                        |                  | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 |
|                                                            |                 | P 5. Inventing new solutions to problems is an important part of who I am.                                         |                        |                  | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   |
|                                                            |                 | P 6. Establishing a new company excites me.                                                                        |                        |                  | Crear una nueva empresa me entusiasma.                                                                              |
|                                                            |                 | P 7. Owning my own company energizes me.                                                                           |                        |                  | Ser dueño de mi propia empresa me llena de energía.                                                                 |
|                                                            |                 | P 8. Nurturing a new business through its emerging success is enjoyable.                                           |                        |                  | Cultivar un nuevo negocio hasta que su incipiente éxito sea agradable.                                              |
|                                                            |                 | P 9. Being the founder of a business is an important part of who I am.                                             |                        |                  | Ser el fundador de una empresa es una parte importante de lo que soy.                                               |
|                                                            |                 | P 10. I really like finding the right people to market my product/service to.                                      |                        |                  | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.                          |
|                                                            |                 | P 11. Assembling the right people to work for my business is exciting.                                             |                        |                  | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa es apasionante.                                         |
|                                                            |                 | P 12. Pushing my employees and myself to make our company better motivates me.                                     |                        |                  | Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestra empresa me motiva.                                            |
|                                                            |                 | P 13. Nurturing and growing companies is an important part of who I am.                                            |                        |                  | Cultivar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy.                                             |
|                                                            | Fear of failure | MF 1. Over the past few months, I have been afraid of not getting enough funding to move the company forward.      |                        | Miedo al fracaso | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.       |
|                                                            |                 | MF 2. Over the past few months, I have been afraid of not being able to finance the business.                      |                        |                  | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar la empresa.                                             |
|                                                            |                 | MF 3. Over the past few months, I have been afraid of not being able to get the required funding for the business. |                        |                  | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para la empresa.              |
|                                                            |                 | MF 4. Over the past few months, I have been afraid that no one will be interested in the product/service.          |                        |                  | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.                             |

|                         |               |                                                                                                                             |                                    |              |                                                                                                                   |
|-------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         |               | MF 5. Over the past few months, I have been afraid that this is not a valuable business idea.                               | Características de la personalidad |              | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                                  |
|                         |               | MF 6. Over the past few months, I have been afraid that there is no need for our product/service out there.                 |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio                |
|                         |               | MF 7. Over the past few months, I have been afraid of other people's expectations of me.                                    |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                                  |
|                         |               | MF 8. Over the past few months, I have been afraid of disappointing the people who are important to me.                     |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.                      |
|                         |               | MF 9. Over the past few months, I have been afraid of losing the trust of people who are important to me.                   |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí.         |
|                         |               | MF 10. Over the past few months, I have been afraid that running the business is taking my time away from other activities. |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo que llevar el negocio me quita tiempo para otras actividades.               |
|                         |               | MF 11. Over the past few months, I have been afraid of missing important events of my life because of my business.          |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de perderme acontecimientos importantes de mi vida por culpa de mi negocio. |
|                         |               | MF 12. Over the past few months, I have been afraid of not being able to spend enough time with my family and friends.      |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.                |
|                         |               | MF 13. Over the past few months, I have been afraid of not being able to manage people effectively.                         |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.                    |
|                         |               | MF 14. Over the past few months, I have been afraid of not being able to manage the business effectively.                   |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                              |
|                         |               | MF 15. Over the past few months, I have been afraid of not being able to fulfil all the roles that this job requires.       |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo.      |
|                         |               | MF 16. Over the past few months, I have been afraid of running out of money.                                                |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                     |
|                         |               | MF 17. Over the past few months, I have been afraid of losing all my savings.                                               |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                |
|                         |               | MF 18. Over the past few months, I have been afraid of losing all I have invested in the business/business activities.      |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales. |
|                         |               | MF 19. Over the past few months, I have been afraid meet client expectations.                                               |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                                    |
|                         |               | MF 20. Over the past few months, I have been afraid overcome technical challenges.                                          |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                                 |
|                         |               | MF 21. Over the past few months, I have been afraid deliver upon promises.                                                  |                                    |              | En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                       |
|                         | Self-efficacy | A 1. Have the necessary skills to be an entrepreneur                                                                        |                                    | Autoeficacia | Tener las aptitudes necesarias para ser empresario.                                                               |
|                         |               | A 2. I have a strong mentality to start with challenges in the field of green business                                      |                                    |              | Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos.                        |
|                         |               | A 3. Feel confident when leading                                                                                            |                                    |              | Sentirse seguro al dirigir.                                                                                       |
|                         |               | A 4. I feel confident in myself when starting a green business                                                              |                                    |              | Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio.                                                   |
|                         |               | A 5. I can overcome all difficulties to start a business                                                                    |                                    |              | Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa.                                                      |
| Social entrepreneurship |               | IE 1. I am ready to do anything to be an entrepreneur                                                                       |                                    |              | Estoy dispuesto a todo para ser empresario.                                                                       |
|                         |               | IE 2. My professional goal is to become an entrepreneur                                                                     |                                    |              | Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.                                                             |

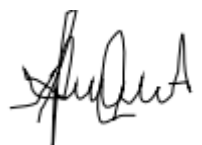
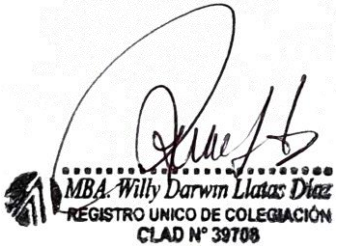
|                                                                                                                                       |                                                             |                               |                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                       | IE 3. I will make every effort to start and run my own firm | Intención Emprendedora Social | Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa.                        |
|                                                                                                                                       | IE 4. I am determined to create a firm in the future        |                               | Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.                                    |
|                                                                                                                                       | IE 5. I have very seriously thought of starting a firm      |                               | He pensado muy seriamente en crear una empresa.                                     |
|                                                                                                                                       | IE 6. I have the firm intention to start a firm some day    |                               | Tengo la firme intención de crear una empresa algún día.                            |
| <p style="text-align: center;"><i>APAESTEGUI FUSTAMANTE, Sonia Telecila</i><br/> <b>DNI: 71840787</b><br/> <b>English Teacher</b></p> |                                                             |                               |  |

Tabla 53

*Validación de las preguntas de investigación.*

| Instrumento validado por expertos  |                  |                                                                                                                     |                                      |                  |                                                                                                                     |
|------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Preguntas de Investigación         |                  |                                                                                                                     | Preguntas validadas por los expertos |                  |                                                                                                                     |
| Variable                           | Dimensiones      | Ítems                                                                                                               | Variable                             | Dimensiones      | Ítems                                                                                                               |
| Características de la Personalidad | Pasión           | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | Características de la Personalidad   | Pasión           | Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. |
|                                    |                  | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecer me resulta agradable.                                      |                                      |                  | Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     |
|                                    |                  | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              |                                      |                  | Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              |
|                                    |                  | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 |                                      |                  | Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 |
|                                    |                  | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   |                                      |                  | Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   |
|                                    |                  | Crear una nueva empresa me entusiasma.                                                                              |                                      |                  | Crear una nueva empresa me entusiasma.                                                                              |
|                                    |                  | Ser dueño de mi propia empresa me llena de energía.                                                                 |                                      |                  | Ser dueño de mi propia empresa me llena de energía.                                                                 |
|                                    |                  | Cultivar un nuevo negocio hasta que su incipiente éxito sea agradable.                                              |                                      |                  | Cultivar un nuevo negocio hasta que su éxito sea agradable.                                                         |
|                                    |                  | Ser el fundador de una empresa es una parte importante de lo que soy.                                               |                                      |                  | Ser el fundador de una empresa es una parte importante de lo que soy.                                               |
|                                    |                  | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.                          |                                      |                  | Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.                          |
|                                    |                  | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa es apasionante.                                         |                                      |                  | Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa es apasionante.                                         |
|                                    |                  | Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestra empresa me motiva.                                            |                                      |                  | Motivar a mis empleados y a mí mismo a mejorar nuestro emprendimiento.                                              |
|                                    |                  | Cultivar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy.                                             |                                      |                  | Cultivar y compartir experiencias sobre mi emprendimiento es una parte importante de lo que soy.                    |
|                                    | Miedo al fracaso | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.       |                                      | Miedo al fracaso | En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.       |
|                                    |                  | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar la empresa.                                             |                                      |                  | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.                             |
|                                    |                  | En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para la empresa.              |                                      |                  | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                                    |
|                                    |                  | En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.                             |                                      |                  |                                                                                                                     |
|                                    |                  | En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                                    |                                      |                  |                                                                                                                     |

|                               |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               |                               | <p>En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo que llevar el negocio me quita tiempo para otras actividades.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perderme acontecimientos importantes de mi vida por culpa de mi negocio.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.</p> |                               | <p>En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de fallar a las personas que son importantes para mí.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo que llevar el negocio me quita tiempo para otras actividades.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perderme acontecimientos importantes de mi vida por culpa de mi negocio.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.</p> <p>En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.</p> |
|                               | Autoeficacia                  | <p>Tener las aptitudes necesarias para ser empresario.</p> <p>Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos.</p> <p>Sentirse seguro al dirigir.</p> <p>Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio.</p> <p>Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Autoeficacia                  | <p>Tener las aptitudes necesarias para ser emprendedor.</p> <p>Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos.</p> <p>Sentirse seguro al dirigir.</p> <p>Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un emprendimiento.</p> <p>Puedo superar todas las dificultades para crear un emprendimiento.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Intención Emprendedora Social | Intención Emprendedora Social | <p>Estoy dispuesto a todo para ser empresario.</p> <p>Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.</p> <p>Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Intención Emprendedora Social | <p>Estoy dispuesto a todo para ser emprendedor.</p> <p>Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor.</p> <p>Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propio emprendimiento.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                           | <p>Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.</p> <p>He pensado muy seriamente en crear una empresa.</p> <p>Tengo la firme intención de crear una empresa algún día.</p> |                                                                                                                                       | <p>Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.</p> <p>He pensado muy seriamente en crear un emprendimiento.</p> <p>Tengo la firme intención de crear un emprendimiento algún día.</p> |
|  <p>MBA Willy Darwin Llatas Díaz<br/>REGISTRO UNICO DE COLEGIACIÓN<br/>CLAD N° 39708</p> |                                                                                                                                                                                |  <p>Lic. Billy H. Maco Elera<br/>DNI. 42696764</p> |                                                                                                                                                                                            |
| <p>MBA Willy Darwin Llatas Díaz<br/>DNI: 47099921</p>                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                | <p>Lic Billy Heinrich Maco Elera<br/>DNI: 42696764</p>                                                                                |                                                                                                                                                                                            |

### Anexo 3. Prueba de Fiabilidad

**Tabla 54**

*Fiabilidad de la dimensión pasión*

| Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente |                     |
|------------------------------------------------------|---------------------|
| Estimar                                              | Cronbach's $\alpha$ |
| Estimación por punto                                 | 0.740               |

*Nota. Los siguientes ítems correlacionaron negativamente con la escala: P7, P8, P10, P12.*

| Estadísticas de confiabilidad de ítems individuales |                     |
|-----------------------------------------------------|---------------------|
| Item                                                | If item dropped     |
|                                                     | Cronbach's $\alpha$ |
| P1                                                  | 0.757               |
| P2                                                  | 0.704               |
| P3                                                  | 0.721               |
| P4                                                  | 0.679               |
| P5                                                  | 0.703               |
| P6                                                  | 0.700               |
| P7                                                  | 0.749               |
| P8                                                  | 0.740               |
| P9                                                  | 0.687               |
| P10                                                 | 0.750               |
| P11                                                 | 0.695               |
| P12                                                 | 0.774               |
| P13                                                 | 0.728               |

**Tabla 55**

*Fiabilidad de la dimensión miedo al fracaso*

| Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente |                     |
|------------------------------------------------------|---------------------|
| Estimate                                             | Cronbach's $\alpha$ |
| Estimación por punto                                 | 0.905               |

*Nota. De las observaciones, se utilizaron casos completos por pares. Las variables MF11 y MF12 están perfectamente correlacionadas. Las variables MF14 y MF15 están perfectamente correlacionadas.*

**Estadísticas de confiabilidad de ítems individuales**

| Item | If item dropped     |
|------|---------------------|
|      | Cronbach's $\alpha$ |
| MF1  | 0.901               |
| MF2  | 0.907               |
| MF3  | 0.902               |
| MF4  | 0.905               |
| MF5  | 0.899               |
| MF6  | 0.916               |
| MF7  | 0.897               |
| MF8  | 0.896               |
| MF9  | 0.909               |
| MF10 | 0.902               |
| MF11 | 0.897               |
| MF12 | 0.897               |
| MF13 | 0.887               |
| MF14 | 0.896               |
| MF15 | 0.896               |
| MF16 | 0.893               |
| MF17 | 0.891               |
| MF18 | 0.907               |
| MF19 | 0.899               |

**Tabla 56**

*Fiabilidad de la dimensión Autoeficacia*

**Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente**

| Estimate             | Cronbach's $\alpha$ |
|----------------------|---------------------|
| Estimación por punto | 0.356               |

Nota. El siguiente ítem correlacionó negativamente con la escala: A1.

**Estadísticas de confiabilidad de ítems individuales**

| Item | If item dropped     |
|------|---------------------|
|      | Cronbach's $\alpha$ |
| A1   | 0.473               |
| A2   | 0.143               |
| A3   | 0.146               |
| A4   | -0.429              |
| A5   | 0.576               |

**Tabla 57***Fiabilidad de la intención emprendedora***Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente**

| <b>Estimate</b>      | <b>Cronbach's <math>\alpha</math></b> |
|----------------------|---------------------------------------|
| Estimación por punto | 0.478                                 |

*Nota. El siguiente ítem correlacionó negativamente con la escala: IE2. Las variables IE4 e IE5 correlacionaron perfectamente.*

**Estadísticas de confiabilidad de ítems individuales**

| <b>Item</b> | <b>If item dropped</b>                |
|-------------|---------------------------------------|
|             | <b>Cronbach's <math>\alpha</math></b> |
| IE1         | 0.377                                 |
| IE2         | 0.607                                 |
| IE3         | 0.303                                 |
| IE4         | 0.335                                 |
| IE5         | 0.335                                 |
| IE6         | 0.570                                 |

**Tabla 58***Fiabilidad de las características de la personalidad y la intención emprendedora social***Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente**

| <b>Estimate</b>      | <b>Cronbach's <math>\alpha</math></b> |
|----------------------|---------------------------------------|
| Estimación por punto | 0.796                                 |

**Estadísticas de confiabilidad de ítems individuales**

| <b>Item</b> | <b>If item dropped</b>                |
|-------------|---------------------------------------|
|             | <b>Cronbach's <math>\alpha</math></b> |
| P1          | 0.778                                 |
| P2          | 0.792                                 |
| P3          | 0.791                                 |
| P4          | 0.800                                 |
| P5          | 0.799                                 |
| P6          | 0.793                                 |
| P7          | 0.796                                 |
| P8          | 0.787                                 |
| P9          | 0.805                                 |
| P10         | 0.791                                 |
| P11         | 0.800                                 |

**Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente**

|      | <b>Estimate</b> | <b>Cronbach's <math>\alpha</math></b> |
|------|-----------------|---------------------------------------|
| P12  |                 | 0.796                                 |
| P13  |                 | 0.796                                 |
| MF1  |                 | 0.766                                 |
| MF2  |                 | 0.776                                 |
| MF3  |                 | 0.779                                 |
| MF4  |                 | 0.802                                 |
| MF5  |                 | 0.776                                 |
| MF6  |                 | 0.818                                 |
| MF7  |                 | 0.787                                 |
| MF8  |                 | 0.780                                 |
| MF9  |                 | 0.802                                 |
| MF10 |                 | 0.777                                 |
| MF11 |                 | 0.787                                 |
| MF12 |                 | 0.787                                 |
| MF13 |                 | 0.770                                 |
| MF14 |                 | 0.781                                 |
| MF15 |                 | 0.781                                 |
| MF16 |                 | 0.772                                 |
| MF17 |                 | 0.773                                 |
| MF18 |                 | 0.796                                 |
| MF19 |                 | 0.774                                 |
| A1   |                 | 0.789                                 |
| A2   |                 | 0.797                                 |
| A3   |                 | 0.808                                 |
| A4   |                 | 0.807                                 |
| A5   |                 | 0.815                                 |
| IE1  |                 | 0.808                                 |
| IE2  |                 | 0.812                                 |
| IE3  |                 | 0.792                                 |
| IE4  |                 | 0.801                                 |
| IE5  |                 | 0.801                                 |
| IE6  |                 | 0.791                                 |

## Anexo 4. Número de Estudiantes en el Ciclo académico 2024-II



**Universidad  
Nacional de  
Cajamarca**  
"Norte de la Universidad Peruana"



**ESCUELA  
PROFESIONAL DE  
INGENIERÍA EN  
AGRONEGOCIOS**

**RELACIÓN DE ALUMNOS MATRICULADOS****CICLO ACADÉMICO 2024 - II**

| NRO | CÓDIGO     | APELLIDOS Y NOMBRES                |
|-----|------------|------------------------------------|
| 1   | 2023850001 | ACUÑA CRUZADO MARLENY              |
| 2   | 2017850001 | ACUÑA SALAZAR JUAN PABLO           |
| 3   | 2023850025 | ACUÑA VARGAS MARY EDITH            |
| 4   | 2023850027 | ALFARO GAMONAL CESAR AUGUSTO       |
| 5   | 2022850002 | ALVARADO ROJAS YONADIR ANDERSON    |
| 6   | 2023850002 | AZULA HOYOS JOSE                   |
| 7   | 2023850028 | BALCAZAR MALCA YULIÑO              |
| 8   | 2024850001 | BAUTISTA CABRERA YULI ADELITA      |
| 9   | 2023850030 | BAUTISTA SAUCEDO EMERSON JHONY     |
| 10  | 2021850001 | BAUTISTA TOCAS DEISI YANET         |
| 11  | 2020850013 | BECERRA ACUÑA DEISI ELIZABETH      |
| 12  | 2022850016 | BENAVIDES BURGA DINA JACKELY       |
| 13  | 2023850031 | BENAVIDES HERNANDEZ BLANCA MARDELI |
| 14  | 2024850029 | BENAVIDES VASQUEZ HANZ JUNNIOR     |
| 15  | 2020850001 | BLANCO ACUÑA YOEL MAYCOL           |
| 16  | 2019850001 | BLANCO HUANCA ROSA ANTUANET        |
| 17  | 2020850014 | BURGA CARUAJULCA RICHARD JERLY     |
| 18  | 2023850003 | BUSTAMANTE ACUÑA SYULER ENILSSON   |
| 19  | 2024850030 | CABRERA JULCA GISELA NATHALY       |
| 20  | 2024850031 | CAMPOS BERNAL SOFIA MILAGROS       |
| 21  | 2023850032 | CAMPOS MUÑOZ LUZ MIRELI            |
| 22  | 2022850003 | CARRANZA BUENO ERICA NANCY         |
| 23  | 2019850002 | CARRANZA MARIN DENI ELIZETH        |
| 24  | 2020850015 | CARRANZA WALTER ELIAN              |
| 25  | 2023850033 | CARRASCO ESPINOZA DARWIN ALEXIS    |
| 26  | 2019850013 | CARUAJULCA AGUILAR NEIDER YEVERSON |



|    |            |                                   |
|----|------------|-----------------------------------|
| 27 | 2023850034 | CARUAJULCA DIAZ LISETH SARAI      |
| 28 | 2023850035 | CARUAJULCA DIAZ MILAGROS          |
| 29 | 2024850002 | CARUAJULCA JULON JHEYSON OSMAR    |
| 30 | 2023850004 | CARUAJULCA TONGO CELINDA ZARAI    |
| 31 | 2024850032 | CARUAJULCA VASQUEZ JOSE FERNANDO  |
| 32 | 2024850003 | CARUAJULCA VASQUEZ ROBERTO CARLOS |
| 33 | 2019850015 | CARUAJULCA VASQUEZ YOSSY ELIAN    |
| 34 | 2023850005 | CASQUIN ROMERO DIANA MILAGROS     |
| 35 | 2023850006 | CASTILLO LABAN OSMAN ELI          |
| 36 | 2024850004 | CHAVEZ GAONA ANGIE MILAGROS       |
| 37 | 2023850036 | CHAVEZ ROJAS FERNANDO DARWIN      |
| 38 | 2023850037 | CHIGNE HERNANDEZ LUIS RONALDIÑO   |
| 39 | 2020850016 | CIEZA CARBAJAL OSCAR DAVID        |
| 40 | 2024850033 | CIEZA IBAÑEZ JOAQUÍN EMANUEL      |
| 41 | 2024850034 | CIEZA RUIZ LEIDI                  |
| 42 | 2022850004 | CORTEZ CUBAS BRAYAN               |
| 43 | 2023850008 | COTRINA JULON MARYORLI ORFELINDA  |
| 44 | 2021850002 | COTRINA SANCHEZ ALEX SALATIEL     |
| 45 | 2022850017 | CRUZADO BLANCO CESAR ALADINO      |
| 46 | 2024850005 | CRUZADO MARRUFO DEIMER BRAYAN     |
| 47 | 2023850009 | CRUZADO RUIZ DEINER ELI           |
| 48 | 2022850006 | CUBAS DIAZ LUIS ANGEL             |
| 49 | 2023850038 | CUEVA AGUILAR MARLENY LISETH      |
| 50 | 2024850007 | DIAZ GALVEZ LUZ NERY              |
| 51 | 2022850018 | DIAZ JULCA KEYLA NAYELY           |
| 52 | 2023850039 | DIAZ MUÑOZ NEIRO ROYER            |
| 53 | 2024850008 | DIAZ RIMARACHIN DIEGO ALONSO      |
| 54 | 2023850040 | DIAZ RUBIO HERMES YONEL           |
| 55 | 2023850041 | DURAN CHICLOTE NANDO AMERSON      |
| 56 | 2024850035 | ESCOBAR HUAMAN YERSON FRANKLI     |
| 57 | 2023850011 | ESPINOZA COLINA JHUNIOR ESTALIN   |
| 58 | 2022850019 | EUGENIO MEDINA JAKYY JHESENIA     |





|    |            |                                   |
|----|------------|-----------------------------------|
| 59 | 2022850020 | FERNANDEZ HERNANDEZ RONALDO       |
| 60 | 2022850021 | FERNANDEZ ORRILLO NILITA          |
| 61 | 2024850009 | FIGUEROA DIAZ YERI JHOMAYRA       |
| 62 | 2024850036 | FUSTAMANTE REGALADO LUIS HUMBERTO |
| 63 | 2020850005 | GALLARDO BUENO KEYLA ISAMAR       |
| 64 | 2024850010 | GALLARDO ORTIZ ANDER YOEL         |
| 65 | 2024850011 | GALLARDO TAMAY NILTON             |
| 66 | 2020850006 | GARCIA SILVA YOVANI               |
| 67 | 2024850012 | GOICOCHEA PEREZ CARLA JHOSELIN    |
| 68 | 2021850003 | GOICOCHEA VASQUEZ NOEMI           |
| 69 | 2021850004 | GONZALES URIARTE ZAHIT AMANDA     |
| 70 | 2024850037 | GUEVARA CRUZADO ANDERSON DENILSON |
| 71 | 2023850013 | GUEVARA CRUZADO CLEVERSON ALDAIR  |
| 72 | 2019850019 | GUEVARA DIAZ DEYSI MARDELY        |
| 73 | 2023850014 | GUEVARA DIAZ YANELA ADALI         |
| 74 | 2024850013 | HERNANDEZ MENDOZA VILMER YOEL     |
| 75 | 2013850018 | HOYOS GUEVARA ODINO YONER         |
| 76 | 2023850044 | HOYOS URRUTIA LEIDI SHADIRA       |
| 77 | 2020850007 | HUAMAN CONDOR MIULER              |
| 78 | 2022850022 | HUAMAN ESCOBAR LISET ARACELY      |
| 79 | 2022850007 | HUAMAN PALMA EBER YONER           |
| 80 | 2023850045 | HUAMAN PALMA JOSE MERLY           |
| 81 | 2024850028 | HUAMAN ROJAS KLEVER AUGUSTO       |
| 82 | 2024850038 | IRIGOIN GARCIA RENZO ALEXANDER    |
| 83 | 2024850039 | IRIGOIN VÁSQUEZ DORIS MIRELLY     |
| 84 | 2024850041 | LLAMO DIAZ LISENY THALIA          |
| 85 | 2022850023 | LLAMOCTANTA SANCHEZ SAIRA ELIZA   |
| 86 | 2021850006 | LLAMOCTANTA VASQUEZ VIDALINA      |
| 87 | 2023850015 | LOZANO COTRINA JHON WILDER        |
| 88 | 2018850022 | LUNA RAMOS MIRIAN JUDITH          |
| 89 | 2024850015 | MANOSALVA HOYOS INELDA            |
| 90 | 2022850024 | MARIN CAMPOS ESGAR YHOEL          |



|     |            |                                 |
|-----|------------|---------------------------------|
| 91  | 2023850016 | MARLO BUENO DELIR RONALDI       |
| 92  | 2020850020 | MARRUFO BURGA JORGE LUIS        |
| 93  | 2020850008 | MEDINA CERCADO ERIKA YANINA     |
| 94  | 2017850013 | MEDINA URRUTIA KELIN MARDELI    |
| 95  | 2022850025 | MEGO SALDAÑA GIANMARCO          |
| 96  | 2019850023 | MEJIA CARUAJULCA LEYDI IVANESSA |
| 97  | 2020850021 | MEJIA ESPINOZA YESNER ELI       |
| 98  | 2024850042 | MEJIA VASQUEZ YHON GEINER       |
| 99  | 2024850016 | MONTENEGRO SILVA CLEVER         |
| 100 | 2022850009 | MUÑOZ CIEZA LUZ MARICELY        |
| 101 | 2017850015 | MUÑOZ CIEZA NEYLER              |
| 102 | 2023850046 | MUÑOZ DIAZ DAYANA MARICIELO     |
| 103 | 2022850010 | MUÑOZ GARCIA LUZ DENIS          |
| 104 | 2020850022 | MUÑOZ GONZALEZ JOSELITO ROBERT  |
| 105 | 2019850025 | MUÑOZ ZAMORA MILI JESSICA       |
| 106 | 2024850017 | OLIVARES ABANTO CRISTIAN YOEL   |
| 107 | 2023850018 | OLIVARES GALLARDO ROSMER OMAR   |
| 108 | 2019850027 | ORTIZ DIAZ JORGE ALEX           |
| 109 | 2023850019 | ORTIZ PERALTA ARACELY           |
| 110 | 2023850020 | PEREZ BAZAN DARLENY DARUTH      |
| 111 | 2019850030 | RAMIRES SALDAÑA PAOLA           |
| 112 | 2019850032 | RAMOS MONTENEGRO KATHERIN THAIZ |
| 113 | 2023850047 | RAMOS VALLEJOS IRMA FLORECITA   |
| 114 | 2024850018 | REGALADO HUANAMBAL FLOR DIANIRA |
| 115 | 2021850009 | REGALADO ZAVALETA RUDIA EDITH   |
| 116 | 2024850043 | REQUEJO MONTEZA JOAN ANTONEL    |
| 117 | 2019850033 | ROJAS SILVA EVELIN LIZETH       |
| 118 | 2024850044 | RUBIO AGUILAR FRANCK JOSE       |
| 119 | 2024850019 | RUIZ AGUILAR FLOR MARISOL       |
| 120 | 2023850021 | RUIZ COLUNCHE LIZET YAQUELIN    |
| 121 | 2021850010 | RUIZ HUAMAN KEYLI NOEMI         |
| 122 | 2024850020 | RUIZ HUAMAN LUIS ANTONIO        |



|     |            |                                 |
|-----|------------|---------------------------------|
| 123 | 2024850021 | SALAZAR AGUILAR YERSON          |
| 124 | 2021850011 | SALAZAR BLANCO EDUARDO JORLY    |
| 125 | 2023850048 | SALAZAR MURGA YONI ALEXANDER    |
| 126 | 2023850049 | SALDAÑA ROJAS HUMBERTO          |
| 127 | 2021850012 | SANCHEZ COTRINA ROYER JOSELITO  |
| 128 | 2024850022 | SANCHEZ HERRERA JUAN CHILABER   |
| 129 | 2024850023 | SANCHEZ OLIVERA YULI            |
| 130 | 2020850024 | SANCHEZ RUIZ GILMER MICHEL      |
| 131 | 2024850024 | SILVA CAMPOS BERCELITA          |
| 132 | 2024850045 | SILVA RIVERA JADEE YOJAMI       |
| 133 | 2019850038 | SOTO BUENO FLOR DEYSI           |
| 134 | 2020850025 | SOUSA MEJIA LAURA ESTEFANIA     |
| 135 | 2023850022 | TANTALEAN RODRIGO YERZON MILSER |
| 136 | 2023850051 | TARRILLO TIRADO SILVIA OMAIRA   |
| 137 | 2023850052 | TELLO AGUILAR RUTMERY YAQUELINE |
| 138 | 2023850053 | TELLO SEMPETEGUI ANTHONY SMITH  |
| 139 | 2023850023 | TINOCO HUAMAN JHAN ALEX         |
| 140 | 2024850046 | TOCTO HURTADO JHOYNER           |
| 141 | 2022850026 | TONGO VILLANUEVA ANA ELVA       |
| 142 | 2022850012 | TORRES RAMOS FERNANDO           |
| 143 | 2024850025 | VALLEJOS ASENJO ANDREA DAYANA   |
| 144 | 2023850054 | VALLEJOS TELLO YULIZA           |
| 145 | 2022850027 | VASQUEZ ACUÑA DEYSI YANET       |
| 146 | 2019850042 | VASQUEZ ACUÑA EMERSON           |
| 147 | 2022850013 | VASQUEZ ACUÑA OLMER MAYCOL      |
| 148 | 2016850041 | VASQUEZ ACUÑA PERCY YOMELI      |
| 149 | 2023850055 | VASQUEZ GALVEZ ERIK YUÑOR       |
| 150 | 2020850029 | VASQUEZ MONZON HERBERT ALDAIR   |
| 151 | 2021850014 | VASQUEZ VASQUEZ ALEX AUDOMARO   |
| 152 | 2022850028 | VASQUEZ ZAMORA LUZ ELITA        |
| 153 | 2024850026 | VELARDE ASTONITAS VIVIANA       |
| 154 | 2022850015 | VIGO RUIZ LUIS FERNANDO         |

|            |            |                                   |
|------------|------------|-----------------------------------|
| <b>155</b> | 2024850027 | VILAS MENDOZA DIANA LISETH        |
| <b>156</b> | 2020850012 | VILLANUEVA ZELADA SANDRA YAQUELIN |
| <b>157</b> | 2022850029 | WALTER MENDOZA HERNAN BRUSLI      |
| <b>158</b> | 2020850030 | WALTER MONTENEGRO KEYLIN JHULIANA |
| <b>159</b> | 2023850056 | WALTER VERA YERSON JHON           |
| <b>160</b> | 2022850030 | ZAMBRANO RUIZ ALEXANDER           |
| <b>161</b> | 2021850015 | ZAMBRANO RUIZ ELIZABETH           |
| <b>162</b> | 2024850047 | ZORRILLA RODRIGUEZ YASSER JANKLER |



## Anexo 5. Matriz de Operacionalización de Variables

**Tabla 59**

*Matriz de operacionalización de variables*

| Variables                                                           | Definición conceptual                                                                                                                                                                                               | Definición operativa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Dimensiones                                                                                                                                                                      | Indicadores                                 | Ítems                                                                                                                   | Técnicas/instrumentos/escalas Likert                  |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Variable independiente</b><br>Características de la personalidad | La personalidad comprende pasión (motivación profunda), miedo al fracaso (ansiedad ante el fracaso) y autoeficacia (creencia en habilidades). Influyen en la toma de decisiones y éxito en metas (DeCoursey, 2018). | La personalidad se compone de diversas dimensiones, entre las que destacan la pasión, el miedo al fracaso y la autoeficacia. La pasión se refiere al entusiasmo y compromiso hacia una actividad específica, el miedo al fracaso al temor de no cumplir con las expectativas, y la autoeficacia a la creencia en la propia capacidad | <b>Pasión</b><br>La pasión es un elemento clave y motivador en la creación de nuevas empresas, proporcionando energía y creatividad continuas a los emprendedores (Neneh, 2022). | Pasión por la innovación y oportunidades    | 1). Es apasionante descubrir nuevas formas de resolver necesidades de mercado insatisfechas que puedan comercializarse. | Encuesta/cuestionario/ Escalas Likert de cinco puntos |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 2). Buscar nuevas ideas para productos/servicios que ofrecerme resulten agradables.                                     |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 3). Me motiva descubrir cómo mejorar los productos y servicios existentes.                                              |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 4). Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades me entusiasma.                                                 |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 5). Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.                                   |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  | Pasión por la creación empresarial          | 6). Crear una nueva empresa me entusiasma.                                                                              |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 7). Ser dueño de mi propia empresa me llena de energía.                                                                 |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 8). Cultivar un nuevo negocio hasta que su incipiente éxito sea agradable.                                              |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 9). Ser el fundador de una empresa es una parte importante de lo que soy.                                               |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 10). Cultivar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy.                                            |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  | Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo | 11). Me gusta mucho encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.                         |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 12). Reunir a las personas adecuadas para trabajar en mi empresa es apasionante.                                        |                                                       |
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                                             | 13). Empujar a mis empleados ya mí mismo a mejorar nuestra empresa me motiva.                                           |                                                       |

|  |  |                         |                         |                                              |                                                                                                                        |  |
|--|--|-------------------------|-------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | para lograr resultados. | <b>Miedo al fracaso</b> |                                              | 14). En los últimos meses, he tenido miedo de no conseguir suficiente financiación para sacar adelante la empresa.     |  |
|  |  |                         |                         | Miedo financiero                             | 15). En los últimos meses, he tenido miedo de no poder financiar la empresa.                                           |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 16). En los últimos meses, he tenido miedo de no poder conseguir la financiación necesaria para la empresa.            |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 17). En los últimos meses, he tenido miedo de quedarse sin dinero.                                                     |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 18). En los últimos meses, he tenido miedo de perder todos mis ahorros.                                                |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 19). En los últimos meses, he tenido miedo de perder todo lo que he invertido en la empresa/actividades empresariales. |  |
|  |  |                         |                         | Miedo a la viabilidad de la idea             | 20). En los últimos meses, he tenido miedo que nadie se interesará por el producto/servicio.                           |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 21). En los últimos meses, he tenido miedo que esta no es una idea de negocio valiosa                                  |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 22). En los últimos meses, he tenido miedo que no existe ninguna necesidad de nuestro producto/servicio                |  |
|  |  |                         |                         | Miedo social                                 | 23). En los últimos meses, he tenido miedo de las expectativas de los demás sobre mí.                                  |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 24). En los últimos meses, he tenido miedo de engañar a las personas que son importantes para mí.                      |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 25). En los últimos meses, he tenido miedo de perder la confianza de las personas que son importantes para mí.         |  |
|  |  |                         |                         | Miedo a la pérdida de tiempo y vida personal | 26). En los últimos meses, he tenido miedo que llevar el negocio me quita tiempo para otras actividades.               |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 27). En los últimos meses, he tenido miedo de perderme acontecimientos importantes de mi vida por culpa de mi negocio. |  |
|  |  |                         |                         |                                              | 28). En los últimos meses, he tenido miedo de no poder pasar suficiente tiempo con mi familia y amigos.                |  |
|  |  |                         |                         | Miedo a la gestión y desempeño               | 29). En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar satisfactoriamente a las personas.                    |  |

Encuesta/cuestionario/ Escalas Likert de cinco puntos

|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  |                                                                                                                   |                                                       |                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  | 30). En los últimos meses, he tenido miedo de no poder gestionar la empresa con eficacia.                         |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  | 31). En los últimos meses, he tenido miedo de no poder desempeñar todas las funciones que requieren este trabajo. |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  | 32). En los últimos meses, he tenido miedo satisfacer las expectativas del cliente.                               |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  | 33.) En los últimos meses, he tenido miedo superar los retos técnicos.                                            |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  | 34.) En los últimos meses, he tenido miedo cumplir las promesas.                                                  |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            | Autoeficacia La autoeficacia emprendedora se basa en la confianza en habilidades y la capacidad de superar obstáculos en el contexto empresarial (Leino, 2017). | Confianza en habilidades empresariales                           | 35). Tener las aptitudes necesarias para ser empresario.                                                          | Encuesta/cuestionario/ Escalas Likert de cinco puntos |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  | 36). Me siento seguro de mí mismo a la hora de emprender un negocio.                                              |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 | Seguridad en liderazgo                                           | 37). Sentirse seguro al dirigir.                                                                                  |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 | Capacidad para superar dificultades                              | 38). Tengo una mentalidad fuerte para empezar con retos en el campo de los negocios ecológicos.                   |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                  |                                                                                                                   |                                                       | 39). Puedo superar todas las dificultades para crear una empresa. |
| Variable Dependiente<br>Intención Emprendedora Social (Es una variable unidimensional) | La intención emprendedora social implica la voluntad de crear impacto social y considerar múltiples beneficios en el emprendimiento (Glaubitz & Raymond, 2021) | Es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de un negocio o una empresa. | Componente afectivo (deseo/disposición)                                                                                                                         | 1). Estoy dispuesto a todo para ser empresario.                  | Encuesta/cuestionario/ Escalas Likert de cinco puntos                                                             |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 | 2). Tengo la firme intención de crear una empresa algún día.     |                                                                                                                   |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            | Componente cognitivo (creencias)                                                                                                                                | 3). Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.        |                                                                                                                   |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 | 4). He pensado muy seriamente en crear una empresa.              |                                                                                                                   |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            | Componente conductual (predisposición a la acción)                                                                                                              | 5). Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa. |                                                                                                                   |                                                       |                                                                   |
|                                                                                        |                                                                                                                                                                |                                                                                                            |                                                                                                                                                                 | 6). Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.             |                                                                                                                   |                                                       |                                                                   |

## Anexo 6. Matriz de Consistencia

**Tabla 60**

*Matriz de consistencia*

| Título: Características de la Personalidad y la Intención Emprendedora Social en Estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2023-2024               |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |                                    |             |                                             |                       |                                                                                                 |                                                                                                                                                           |                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|---------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Formulación del problema                                                                                                                                                      | Objetivos                                                                                                                                                                              | Hipótesis                                                                                                                                                                                 | Variables                          | Dimensiones | Indicadores                                 | Fuente o instrumento  | Metodología                                                                                     | Población o Muestra                                                                                                                                       |                                  |
| Problema General                                                                                                                                                              | Objetivo General                                                                                                                                                                       | Hipótesis General                                                                                                                                                                         | Variable Independiente             | La pasión   | Pasión por la innovación y oportunidades    | Encuesta/Cuestionario | Enfoque: Cuantitativo<br>Alcance: Correlacional de corte transversal<br>Diseño: No experimental | Estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca. Muestra: 99 estudiantes |                                  |
|                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |                                    |             | Pasión por la creación empresarial          |                       |                                                                                                 |                                                                                                                                                           |                                  |
| ¿Cómo se relaciona las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca, 2024? | Determinar la relación entre las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024. | Existe relación positiva entre las características de la personalidad con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca- Sede Bambamarca, 2024. | Características de la personalidad |             | Pasión por el liderazgo y trabajo en equipo |                       |                                                                                                 |                                                                                                                                                           |                                  |
| Problema Específicos                                                                                                                                                          | Objetivo Específicos                                                                                                                                                                   | Hipótesis Especificas                                                                                                                                                                     |                                    |             | Miedo al fracaso                            |                       |                                                                                                 |                                                                                                                                                           | Miedo financiero                 |
| ¿Cómo se relaciona la                                                                                                                                                         | Determinar la relación de la                                                                                                                                                           | La pasión se relaciona con                                                                                                                                                                |                                    |             |                                             |                       |                                                                                                 |                                                                                                                                                           | Miedo a la viabilidad de la idea |

|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                      |                                                                 |                                              |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| pasión con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024?                                                    | pasión con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.                                            | la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.                                         |                      |                                                                 | Miedo social                                 |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                      |                                                                 | Miedo a la pérdida de tiempo y vida personal |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                      |                                                                 | Miedo a la gestión y desempeño               |  |  |  |  |  |
| ¿Cuál es la relación que existe entre el miedo al fracaso con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024? | Examinar la relación del miedo al fracaso con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.         | El miedo al fracaso se relaciona con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024.    |                      |                                                                 | Confianza en habilidades empresariales       |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                      |                                                                 | Seguridad en liderazgo                       |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                      |                                                                 | Capacidad para superar dificultades          |  |  |  |  |  |
| ¿De qué forma la autoeficacia se relaciona con la con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024?         | Identificar la relación de la autoeficacia con la con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024. | La autoeficacia se relaciona con la con la intención emprendedora social en estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca-Sede Bambamarca, 2024. | Variable Dependiente | La Intención Emprendedora Social es una variable unidimensional | Componente afectivo (deseo/disposición)      |  |  |  |  |  |

|  |  |  |                                  |  |                                                             |  |  |  |
|--|--|--|----------------------------------|--|-------------------------------------------------------------|--|--|--|
|  |  |  |                                  |  | Componente<br>cognitivo (creencias)                         |  |  |  |
|  |  |  | Intención Emprendedora<br>Social |  | Componente<br>conductual<br>(predisposición a la<br>acción) |  |  |  |

## Anexo 7. Panel Fotográfico

**Figura 9**

*Aplicación del cuestionario a estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*



**Figura 10**

*Aplicación del cuestionario a estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*



**Figura 11**

*Aplicación del cuestionario a estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*

**Figura 12**

*Aplicación del cuestionario a estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*



**Figura 13**

*Aplicación del cuestionario a estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*

**Figura 14**

*Aplicación del cuestionario a estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca*

