

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



**“EDUCACIÓN EMPRESARIAL E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS
ESTUDIANTES DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CAJAMARCA, 2023-2024”**

T E S I S

**Para Optar el Título Profesional de:
INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER:
KEIVIN ELDER TAPIA ORTIZ**

ASESORES
MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
M. Cs. Ing. Oscar Ortiz Regalado

CAJAMARCA – PERÚ


2024



CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. **Investigador:** Keivin Elder Tapia Ortiz
DNI: 72731471
Escuela Profesional/Unidad UNC: Ingeniería en Agronegocios
2. **Asesor:** MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
Facultad/Unidad UNC: 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:** "EDUCACIÓN EMPRESARIAL E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA EN AGRONEGIOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA, 2023-2024"
6. **Fecha de evaluación:** 28/11/2024
7. **Software antiplagio:** TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)
8. **Porcentaje de Informe de Similitud:** 13%
9. **Código Documento:** oid:3117:410309214
10. **Resultado de la Evaluación de Similitud:** 13%
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 28/11/2024

<i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i>
 <hr/> MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda DNI: 26636144

* 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 dieciocho días del mes de noviembre del año dos mil veinticuatro, 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° 535-2024-FCA-UNC, de fecha 16 de octubre del 2024, con la finalidad de evaluar la sustentación de la TESIS titulada: "EDUCACIÓN EMPRESARIAL E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA, 2023 - 2024", realizada por el Bachiller KEVIN ELDER TAPIA ORTIZ para optar el Título Profesional de INGENIERO EN AGRONEGOCIOS.

A las once horas y cero 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, el Bachiller queda expedito 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. Isidro Rimarachín Cabrera
PRESIDENTE


Ing. Mg. Sc. Jhon Anthony Vergara Copacandori
SECRETARIO


Ing. José Lizandro Silva Mego
VOCAL


MBA Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
ASESOR


M. Cs. Oscar Ortiz Regalado
ASESOR

DEDICATORIA**A:***Dios por darme la vida,*

a mis padres, hermanos y familiares por su amor incondicional, su comprensión y su constante apoyo moral. Extiendo mi gratitud a mis asesores, quienes, con generosidad, compartieron su conocimiento y brindaron orientación experta a lo largo de este proceso; y todas las personas que han sido parte para hacer posible este logro.

AGRADECIMIENTO

*A mis padres Hector Tapia Huacal y Rosa Elvira Ortiz Vásquez,
a mis hermanos, Analy, Liliana y Liam,
mi abuela Nicolasa Vásquez y mi tía Itala Ortiz
cuya inquebrantable dedicación, amor y apoyo han sido
mi mayor fuente de inspiración y energía para lograr mis objetivos.*

*A mi maestro MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda,
por su apoyo permanente e incondicional,
y al M. Cs. Oscar Ortiz Regalado
cuya motivación y consejos permanentes impulsaron mi trabajo
y todas aquellas personas que de una u otra manera
contribuyeron en la recolección de información y
lo que facilitó la realización de esta tesis.*

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	<i>iv</i>
AGRADECIMIENTO	<i>v</i>
ÍNDICE GENERAL	<i>vi</i>
ÍNDICE DE TABLAS	<i>viii</i>
RESUMEN	<i>xi</i>
ABSTRACT.....	<i>xii</i>
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN.....	<i>1</i>
1.1.1 Objetivo general.....	<i>2</i>
1.1.2 Objetivos específicos	<i>3</i>
CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA.....	<i>4</i>
2.1 Antecedentes de la Investigación	<i>4</i>
2.1.1 Internacionales	<i>4</i>
2.1.2 Nacionales.....	<i>12</i>
2.1.3 Regionales.....	<i>15</i>
2.2 Bases Teóricas.....	<i>16</i>
2.2.1 Teoría del Comportamiento Planificado - TPB	<i>16</i>
2.2.2 Educación Empresarial	<i>18</i>
2.2.3 Intención Emprendedora.....	<i>35</i>
2.2.4 Educación empresarial e Intención Emprendedora.....	<i>38</i>
2.3 Hipótesis de la Investigación.....	<i>45</i>
2.3.1 Hipótesis General.....	<i>45</i>
2.3.2 Hipótesis Específicas	<i>45</i>
2.4 Modelo Teórico de la Investigación.....	<i>46</i>
2.5 Mapa de revisión de literatura.....	<i>46</i>
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS	<i>49</i>
3.1 Localización Geográfica de la Investigación	<i>49</i>
3.3. Unidad de Análisis, Población y Muestra	<i>50</i>

3.3.1. Unidad de análisis.....	50
3.3.2. Población.....	50
3.3.3. Muestra.....	50
3.3 Materiales.....	51
3.4 Metodología.....	51
3.5 Análisis estadístico.....	53
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	55
4.1 Datos Generales.....	55
4.1.1 Características demográficas de la población de estudio.....	55
4.1.2 Datos Descriptivos.....	57
4.1.3 Educación Empresarial.....	63
4.1.4 Intención Emprendedora.....	70
4.2 Análisis de la Educación Empresarial e Intención Emprendedora en los Estudiantes Universitarios.....	73
4.2.1 Prueba de Normalidad.....	73
4.2.2 Contrastación de Hipótesis de la Investigación.....	76
4.2.3 Resultados de la prueba de hipótesis en el estudio y el modelo hipotetizado....	82
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
5.1 Conclusiones.....	84
5.2 Recomendaciones.....	85
CAPÍTULO VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
CAPÍTULO VII ANEXOS.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Definiciones de la educación empresarial según autores y año</i>	20
Tabla 2 <i>Definiciones del conocimiento según autor y año</i>	23
Tabla 3 <i>Ítems de la dimensión conocimiento</i>	26
Tabla 4 <i>Definiciones de habilidades según autores y año</i>	28
Tabla 5 <i>Ítems de la dimensión habilidades</i>	31
Tabla 6 <i>Definiciones de la actitud según autores y año</i>	32
Tabla 7 <i>Ítems de la dimensión actitud</i>	34
Tabla 8 <i>Definiciones de la intención emprendedora</i>	36
Tabla 9 <i>Ítems de la variable dependiente intención emprendedora</i>	38
Tabla 10 <i>Número de estudiantes por ciclo académico</i>	50
Tabla 11 <i>Muestra de la investigación</i>	51
Tabla 12 <i>Tipificación de la investigación según los criterios más importantes</i>	52
Tabla 13 <i>Cuadro comparativo de análisis Paramétricos y No paramétricos (Hernández, et al., 2014)</i>	53
Tabla 14 <i>Reglas de interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman</i>	54
Tabla 15 <i>Edad de los estudiantes</i>	56
Tabla 16 <i>Sexo de los estudiantes universitarios</i>	56
Tabla 17 <i>Lugar de procedencia de los estudiantes</i>	57
Tabla 18 <i>Métodos que utiliza con mayor frecuencia para obtener conocimiento</i>	59
Tabla 19 <i>Participación previa en capacitaciones empresariales</i>	59
Tabla 20 <i>Frecuencia de asistencia a capacitaciones empresariales</i>	60
Tabla 21 <i>Factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios</i>	63
Tabla 22 <i>Conocimiento en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	63
Tabla 23 <i>Nivel de conocimiento de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	65

Tabla 24 <i>Habilidades en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	65
Tabla 25 <i>Nivel de Habilidades de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	67
Tabla 26 <i>Actitud en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	68
Tabla 27 <i>Nivel de actitud de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	69
Tabla 28 <i>Nivel de educación empresarial de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	70
Tabla 29 <i>Intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios</i>	71
Tabla 30 <i>Niveles de la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en</i> <i>Agronegocios</i>	72
Tabla 31 <i>Prueba de normalidad de la hipótesis general H1a</i>	74
Tabla 32 <i>Prueba de normalidad de la hipótesis general H1b</i>	75
Tabla 33 <i>Prueba de normalidad de la hipótesis general H1c</i>	75
Tabla 34 <i>Prueba de normalidad de la hipótesis general H1</i>	76
Tabla 35 <i>Prueba de hipótesis del conocimiento con la intención emprendedora</i>	77
Tabla 36 <i>Prueba de hipótesis de las habilidades con la intención emprendedora</i>	78
Tabla 37 <i>Prueba de hipótesis de la actitud con la intención emprendedora</i>	79
Tabla 38 <i>Prueba de hipótesis de la educación empresarial con la intención emprendedora</i>	80
Tabla 39 <i>Correlación de los ítems con la intención emprendedora</i>	81
Tabla 40 <i>Resultados de la prueba de hipótesis</i>	82
Tabla 41 <i>Doble traducción del instrumento</i>	124
Tabla 42 <i>Validación de las preguntas de investigación</i>	126
Tabla 43 <i>Fiabilidad del instrumento de investigación</i>	129
Tabla 44 <i>Matriz de operacionalización de variables</i>	131
Tabla 45 <i>Matriz de consistencia</i>	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo Teórico de la Investigación</i>	46
Figura 2 <i>Mapa de literatura</i>	48
Figura 3 <i>Ubicación geográfica de la zona de estudio</i>	49
Figura 4 <i>Los cursos de la escuela influyen en cómo emprender un negocio</i>	58
Figura 5 <i>Las capacitaciones recibidas han sido en</i>	61
Figura 6 <i>Cómo califica las capacitaciones recibidas</i>	62
Figura 8 <i>Aplicación del cuestionario</i>	136
Figura 9 <i>Aplicación del cuestionario</i>	136
Figura 10 <i>Aplicación del cuestionario</i>	137

RESUMEN

La presente investigación se realizó en la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca-Filial Bambamarca, teniendo como objetivo determinar la relación entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. El método utilizado es el hipotético deductivo. La investigación es de enfoque cuantitativo, alcance correlacional, diseño no experimental de tipo transversal; se usó el método de muestreo no probabilístico intencional. La técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los datos obtenidos fueron procesados con el paquete estadístico SPSS FOR Windows versión 27 y JASP 0.18.1.0. Los resultados obtenidos determinan que la educación empresarial se correlaciona positiva y estadísticamente significativamente considerable (0,703 **) con la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. Además, al correlacionar el conocimiento, las habilidades y la actitud con la intención emprendedora se determinó que hay una correlación positiva y estadísticamente significativa considerable (0,671 **; 0,701 **; 0,566 **) en los estudiantes universitarios.

Palabras claves: educación empresarial, intención emprendedora, conocimiento, habilidades, actitud y universidad.

ABSTRACT

This research was carried out at the Professional School of Agribusiness Engineering of the National University of Cajamarca-Bambamarca Branch, with the aim of determining the relationship between business education and entrepreneurial intention in university students. The method used is the deductive hypothetical method. The research has a quantitative approach, correlational scope, non-experimental cross-sectional design; the non-probabilistic intentional sampling method was used. The technique used was the survey and the questionnaire was used as an instrument. The data obtained were processed with the statistical package SPSS FOR Windows version 27 and JASSP 0.18.1.0. The results obtained show that entrepreneurial education correlates positively and statistically significantly (0,703 **) with entrepreneurial intention in university students. Furthermore, when correlating knowledge, skills and attitude with entrepreneurial intention it was determined that there is a positive and statistically significantly considerable correlation (0,671 **; 0,701 **; 0,566 **) in university students.

Keywords: entrepreneurial education, entrepreneurial intention, knowledge, skills, attitude and university.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la educación empresarial ha adquirido una significativa relevancia en el ámbito de las políticas públicas de numerosas naciones, dado que las actividades empresariales conforman un pilar fundamental de las economías y desempeñan una función destacada en la creación y consolidación de nuevas empresas. Por lo cual, las universidades despliegan una serie de iniciativas con el propósito de incrementar la intención emprendedora de sus estudiantes, potenciando la enseñanza de habilidades empresariales en todos los niveles educativos

Así mismo, en la era actual de rápidos cambios económicos y sociales, el emprendimiento se ha consolidado como un motor clave para el desarrollo y la innovación en todo el mundo. En el contexto peruano, donde la creación de empresas y el impulso empresarial juegan un papel crucial en la economía, es necesario destacar que la educación empresarial se consolida como un componente esencial para la formación de futuros emprendedores.

De acuerdo con los hallazgos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2016, a nivel latinoamericano se registró una tasa promedio de Emprendimiento en Etapa Temprana (TEA) del 18.8%. En el caso específico de Perú, donde la TEA mide las iniciativas empresariales desde su inicio hasta un periodo de 3.5 años en el mercado, abarcando a la población de entre 18 y 64 años, esta tasa alcanzó el 25.1%. Esta cifra posicionó a Perú en el cuarto lugar en comparación con otros países de la región.

A nivel nacional, la situación de los estudiantes universitarios peruanos ha experimentado cambios durante los años 2019 y 2020 como resultado del impacto del Covid-19. Esta transformación se ha observado en el tercer informe sobre la realidad universitaria peruana, el cual destaca un incremento del 8.7% en el índice de desempleo entre los egresados. Asimismo, se ha registrado un aumento del subempleo no visible del 12.7% al 25.7%. Por otro

lado, la tasa de informalidad ha alcanzado el 40.4%, lo que implica que dos de cada cinco egresados se encuentran realizando actividades laborales en condiciones informales, careciendo de derechos laborales reconocidos (Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, 2021).

Además, el Perú se destaca como el país con la percepción más favorable en cuanto a la facilidad para iniciar un negocio, ocupando el primer puesto en el contexto latinoamericano. Además, ocupa la tercera posición en términos de habilidades y capacidades empresariales, así como en términos de oportunidades para que los ciudadanos inicien sus propios negocios (Romero et al., 2022).

En la región Cajamarca y particularmente en la provincia de Hualgayoc no se evidenció estudios relacionados a la educación empresarial e intención emprendedora, existiendo la necesidad de investigar la educación empresarial considerando tres dimensiones (conocimiento, habilidades y actitud) que podrían ser importantes para influir en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Como resultado, el objetivo principal fue llenar el vacío existente en la literatura, determinando la relación entre la educación empresarial e intención emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca.

En los siguientes capítulos se mostrará: Capítulo 2 Revisión literatura, Capítulo 3 Marco metodológico, Capítulo 4 Resultados y discusiones, Capítulo 5 Conclusiones y recomendaciones, Capítulo 6 Lista de referencias y Capítulo 7 Anexos.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la educación empresarial e intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

1.1.2 Objetivos específicos

- Examinar la relación entre el conocimiento y la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.
- Determinar la relación entre las habilidades y la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.
- Evaluar la relación entre la actitud y la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Internacionales

La investigación de Otache et al. (2024) titulada “Educación empresarial e intenciones emprendedoras: ¿Importan la autoeficacia empresarial, el conocimiento y el reconocimiento de oportunidades?”. Tuvo como objetivo determinar el efecto de la autoeficacia empresarial, el conocimiento y el reconocimiento de oportunidades en la relación de la educación empresarial e intención emprendedora. Su metodología fue un diseño de investigación cuasi experimental, donde se obtuvo una muestra de 254 estudiantes de Nigeria. Los resultados mostraron que, la autoeficacia empresarial se relaciona positivamente de 0,342 con la intención emprendedora, el conocimiento se relaciona positivamente de 0,310 con la intención emprendedora, el reconocimiento de oportunidades se relaciona positivamente de 0,355 con la intención emprendedora. Llegando a la conclusión general, la educación empresarial se relaciona positivamente de 0,569 con la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de Nigeria.

La investigación de Nguyen y Nguyen (2023) titulada “Educación empresarial e intención emprendedora: El papel mediador de la capacidad empresarial”; tuvo como objetivo investigar el vínculo entre la educación empresarial y la intención emprendedora en estudiantes universitarios. La metodología usada fue el enfoque cualitativo y diseño no experimental de corte transversal. Asimismo, la población estuvo integrada por los estudiantes de la Universidad de Comercio Exterior (FTU) en Vietnam. Se usó una muestra de 400 estudiantes universitarios encuestados. Además, se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM), el cual se validó mediante un análisis factorial confirmatorio (AFC). Para el análisis de las relaciones entre los constructos se usó el programa SPSS y AMOS 24. Los resultados

demonstraron que la educación empresarial tiene un impacto positivo y significativo en las intenciones emprendedoras de 0,64 y confirmaron que la capacidad empresarial sirve como mediador parcial entre la educación empresarial y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Llegando a la conclusión general, la educación empresarial se relaciona positivamente de 0,64 con la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de Vietnam. La principal limitación de este estudio fue el tamaño de la muestra de estudio ya que solo fue una universidad y la aplicación del instrumento en línea. Finalmente recomiendan ampliar el tema de investigación en diferentes carreras profesionales, en otros contextos y países en desarrollo.

La investigación de Wang et al. (2023) titulada “El efecto de la educación empresarial en la intención emprendedora: mediación de la autoeficacia empresarial y modelo moderador del capital psicológico” tuvo como objetivo determinar la relación de la educación empresarial y la intención emprendedora, a través de la autoeficacia empresarial, y examinar cómo el capital psicológico actúa como moderador. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Asimismo, la población fue integrada por los estudiantes de algunas universidades de Guangxi en China. Se usó una muestra de 757 estudiantes universitarios encuestados. Además, se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM), el cual se validó mediante un análisis factorial exploratorio (AFE). Para el análisis de las relaciones entre los constructos se usó el programa SPSS 22.0 y AMOS 22.0. Los resultados demostraron que la educación empresarial tiene un impacto positivo y significativo en las intenciones emprendedoras de 0,351 y confirmaron que la autoeficacia empresarial sirve como mediador completo entre la educación empresarial y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Llegando a la conclusión general, la educación empresarial tiene un impacto positivo significativo de 0,351 con la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de China.

La investigación de Qudsia et al. (2022) titulada “El efecto de la educación empresarial en la intención emprendedora: el papel mediador de la cultura”; tuvo como objetivo investigar cómo la educación empresarial, la actitud y la cultura mejoran las intenciones emprendedoras de los estudiantes. La metodología usada fue enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Asimismo, la población estuvo integrada por estudiantes de universidades privadas de Pakistán. Se usó una muestra de 735 estudiantes encuestados. Además, se utilizó un modelo de ecuación estructural de mínimos PLS-SEM con Smart PLS 3. Los resultados demostraron que la actitud tiene una relación positiva y significativa de 0,573 con la intención emprendedora y la educación empresarial tiene un impacto positivo y significativo en las intenciones emprendedoras de 0,29. Llegando a la conclusión general, la educación empresarial influye significativamente en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. La principal limitación del estudio fue la recolección de datos solo de estudiantes de universidades privadas. Finalmente recomiendan investigar en distintas ubicaciones geográficas del mundo y otros grupos de población como las universidades públicas.

La investigación de Kayed et al. (2022) titulada; “El efecto de la educación y cultura empresarial en la intención emprendedora”; tuvo como objetivo investigar el efecto de la educación empresarial y cultura empresarial en la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de Jordania. La metodología utilizada fue el enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Además, la población estuvo integrada por estudiantes universitarios, se aplicaron encuestas a 220 estudiantes. Se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para probar los datos y las hipótesis usando el programa (SPSS). Los resultados mostraron que la educación influye positiva y significativamente en las intenciones emprendedoras de 0,40. Además, todas las hipótesis planteadas fueron confirmadas y todas las variables del modelo desarrollado fueron significativas. Llegando a la conclusión general que las universidades de Jordania deben focalizarse más en la educación empresarial para despertar

el espíritu emprendedor e incrementar las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Las principales limitaciones de este estudio fueron, la crisis de COVID-19 que impidió recopilar los datos, debido que el gobierno restringió el ingreso para visitar las universidades para poder distribuir el cuestionario personalmente, por lo tanto, se recopiló los datos en línea. Finalmente, recomendaron, para futuras investigaciones incrementar otras variables dependientes para el modelo, así como aumentar el tamaño de la muestra y aplicar el modelo en otros países.

La investigación de Wijayati et al. (2021) titulada “El efecto de la educación empresarial sobre la intención emprendedora a través del control conductual planificado, la norma subjetiva y la actitud empresarial”; tuvo como objetivo determinar cómo la educación empresarial influye en la intención empresarial, considerando el control conductual planificado, la norma subjetiva y la actitud empresarial. La metodología usada fue enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal con un método de muestreo intencional. Se usó una muestra de 450 estudiantes encuestados. Además, se utilizó para el análisis de datos Smart PLS 3. Los resultados demostraron que la actitud tiene una relación positiva y significativa de 0,164 con la intención emprendedora, el control conductual planificado tiene una relación positiva y significativa de 0,48 con la intención emprendedora y la norma subjetiva tiene una relación positiva y significativa de 0,152 con la intención emprendedora. Llegando a la conclusión general, la educación empresarial influye significativamente en las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

La investigación de Lv et al. (2021) titulada “Cómo la educación empresarial en las Universidades influye en la intención emprendedora: efecto mediador basado en la competencia empresarial”; tuvo como objetivo determinar la relación entre la educación empresarial e intención emprendedora de los estudiantes. La metodología usada fue enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Se usó una muestra de 5603 estudiantes encuestados. Los resultados demostraron que el conocimiento tiene una relación

positiva y significativa de 0,692 con la intención emprendedora, las habilidades tienen una relación positiva y significativa con la intención emprendedora de 0.804 y la educación empresarial tiene un impacto positivo y significativo en la intención emprendedora de 0,77. Llegando a la conclusión general, la educación empresarial tiene un impacto significativo en la intención emprendedora de los estudiantes.

La investigación de Mukhtar et al. (2021) titulada; “¿La educación y la cultura empresarial promueven la intención emprendedora de los estudiantes? el papel mediador de la mentalidad empresarial”; tuvo como objetivo analizar la relación entre la educación empresarial, la cultura empresarial y la intención emprendedora, así como investigar el papel moderador de la mentalidad empresarial en los estudiantes universitarios. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, este estudio se llevó a cabo en Malag, Java Oriental de Indonesia, siendo la población de 376 estudiantes de la Universitas Negeri Malag, se utilizó un Modelo de Ecuaciones Estructurales Mínimos Cuadrados Parciales (SEM-PLS), para el análisis de la relación entre constructos se utilizó el programa SmartPLS versión 3.0. En los resultados, no se encontró una diferencia significativa entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. Llegando a la conclusión general que la educación empresarial no tiene impacto en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. La principal limitación de este estudio se centró en la aplicación del instrumento en línea, además en la no aplicación de un diseño transversal y modelo de triangulación para la saturación de los datos, así mismo utilizó como muestra solo a estudiantes de una universidad. Finalmente recomendaron para futuras investigaciones incrementar la muestra tanto en universidades públicas como privadas.

La investigación de Handayati et al. (2020) titulada; “¿La educación empresarial promueve la mentalidad empresarial de los estudiantes de formación profesional?”; tuvo como objetivo principal examinar cómo la educación empresarial determina la intención

empresarial de los estudiantes universitarios. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo de corte transversal. Asimismo, la población estuvo integrada por estudiantes entre 15 y 17 años de escuelas públicas vacacionales en Java Oriental de Indonesia. Se usó una muestra de 450 estudiantes. Se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) basado en mínimos cuadrados (PLS). En los resultados, se indicó que la educación empresarial influye positivamente en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de 0.523. Llegando a la conclusión general que la educación empresarial influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes. La principal limitación de este estudio principalmente fue que se generó únicamente a partir de las escuelas vacacionales públicas en Java Oriental utilizando un muestreo de conveniencia. Finalmente recomendaron, para futuras investigaciones ampliar el estudio en escuelas vacacionales públicas y privadas para generalizar los resultados.

La investigación de Doan y Phan (2020) titulada; “El impacto de la educación empresarial en la intención emprendedora: el caso de los vietnamitas”; tuvieron como objetivo evaluar el efecto de la educación empresarial en la intención emprendedora de los estudiantes de la región norte de Vietnam. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Así mismo, la población estuvo integrada por estudiantes de universidades económicas y técnicas en la región norte del país de Vietnam. Se usó una muestra de 688 estudiantes. Además, se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM), para el análisis de los datos se realizó con el software SPSS 22 y Smart PLS 3.0. En los resultados se demostró que en la región norte de Vietnam la educación empresarial tuvo un impacto positivo en la intención emprendedora de 0.413. Llegando a la conclusión, para despertar el espíritu emprendedor y fomentar la intención emprendedora en los estudiantes es importante que las instituciones de educación superior establezcan metas claras y programas para formar emprendedores exitosos. La principal limitación de este estudio se centra en la aplicación del

instrumento solo a estudiantes de la región norte del país limitando así la generalización de los resultados. Finalmente recomendaron ampliar el estudio a otras regiones para profundizar la investigación.

La investigación de Gieure et al. (2019) titulada; “Intenciones emprendedoras en un entorno universitario internacional”; tuvo como objetivo analizar las intenciones emprendedoras de los estudiantes aplicando la teoría del comportamiento planificado. La metodología utilizada fue el enfoque cuantitativo de corte transversal. Donde la población objetiva fueron estudiantes de España y de 74 universidades de 34 países, se utilizó una muestra de 276 estudiantes, así mismo el rango de edad fue de 17 a 55 años. En los resultados, se demostró que la actitud tiene influencia positiva en la intención emprendedora de 0.981, las normas subjetivas tienen una influencia positiva en la intención emprendedora de 0.982 y las habilidades tienen influencia positiva en la intención emprendedora de 0.84. Llegando a la conclusión las universidades son determinantes para desarrollar las capacidades empresariales de los estudiantes, además la intención emprendedora es un proceso intuitivo donde las personas requieren de las capacidades adecuadas para seguir plenamente sus intenciones emprendedoras. La principal limitación de este estudio es la cantidad de muestra, limitando así la generalización de los resultados de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Finalmente recomendaron, investigar el comportamiento emprendedor de los estudiantes que pretenden empezar un negocio y están a punto de hacerlo o han empezado recientemente. Además, aplicar la encuesta a otros actores universitarios que están implicados en el proceso emprendedor.

La investigación de Gilmartin et al. (2019) titulada; “Intención emprendedora de estudiantes de pregrado en ingeniería y negocios”; tuvo como objetivo, analizar las características individuales y los factores que pueden afectar las intenciones emprendedoras de los estudiantes de ingeniería y negocios. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo y

diseño no experimental de corte longitudinal, la población estuvo integrada por colegios y universidades de Estados Unidos. Se usaron una muestra de 518 estudiantes de ingeniería y 471 de negocios. Se utilizó un modelo de regresión lineal de mínimos cuadrados ordinarios (OLS). Para el análisis de los datos se utilizó software STATA 15. En los resultados se demostró que la participación en actividades empresariales y la aspiración a la innovación la intención es más fuerte para los estudiantes de ingeniería que para los que estudian negocios. Llegando a la conclusión general que la intención emprendedora no puede separarse de las características individuales. La principal limitación de este estudio fue la aplicación del instrumento solo a estudiantes de ingeniería y negocios limitando la generalización de los resultados para los estudiantes de otras carreras. Finalmente recomiendan, ampliar el estudio y explorar cómo se desarrolla el aprendizaje emprendedor de los estudiantes en otros lugares.

La investigación de Salguero (2018) titulada; “La relación de la educación empresarial con la intención emprendedora en las instituciones de educación superior del centro del país”; tuvo como objetivo determinar la relación de la educación empresarial en la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. La metodología utilizada fue el enfoque cuantitativo, de corte transversal de tipo descriptivo. Además, la población estuvo integrada por las instituciones de educación superior del Ecuador. Se usó una muestra de 740 estudiantes de ciencias administrativas. Para el análisis de los datos se usó un programa estadístico, además se propuso un Modelo de Regresión Logística Binomial. Los resultados mostraron que la actitud tiene una relación de 0,121 con la intención emprendedora, la autoeficacia tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora de 0,020 y las normas subjetivas tienen un impacto en la intención emprendedora de 0,023. Además, los estudiantes en un 56.3% tienen la intención de convertirse en empresarios luego de completar sus estudios superiores, además prefieren adquirir las herramientas necesarios mediante la educación empresarial antes de emprender. Concluyendo finalmente que los factores de la teoría del

comportamiento planificado impactan en la intención emprendedora. La principal limitación de este estudio fue la aplicación del instrumento en una sola universidad. Finalmente recomendaron, impulsar el trabajo para desarrollar la pasión empresarial, impulsando la educación empresarial en los estudiantes universitarios.

2.1.2 Nacionales

La investigación de Bendezú (2022) titulada “Educación empresarial y actitudes emprendedoras en estudiantes de contabilidad de una Universidad Nacional de Ica, 2022” tuvo como objetivo determinar la relación de la educación empresarial con las actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. Su metodología fue un diseño no experimental de alcance correlacional donde se obtuvo una población de 170 estudiantes de la especialidad de Contabilidad. Además, la muestra estuvo integrada por 119 estudiantes. Los resultados mostraron que, el nivel de educación empresarial de los estudiantes el 37% tiene un nivel alto, el 59.7% tiene un nivel medio y solo el 3.4% un nivel bajo, en cuanto a la actitud el 89.9% tiene un nivel alto, el 9.2% tiene un nivel medio y mientras que solo el 0.8% tienen un nivel de actitud bajo. Además, se evidenció que el 55% de los estudiantes han recibido capacitaciones sobre emprendimiento, el 30% manejo de relaciones humanas y solo el 10% en administración de negocios.

La investigación de Sánchez et al. (2022) titulada, “Intención emprendedora de estudiantes de una universidad pública en la región Amazonas Perú”; tuvo como objetivo identificar la intención emprendedora de los estudiantes de una universidad pública de Amazonas. La metodología usada fue el enfoque descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. Asimismo, la población estuvo integrada por estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. En los resultados se demostró que el 88.9% indicaron estar totalmente de acuerdo en crear su propia empresa y el 11.1% indicaron estar moderadamente interesado, mientras que el 0%

indico estar nada interesado. Además, el 37,5 % de estudiantes tienen la intención de emprender antes de terminar la universidad, mientras que el 36,5 % realizará un emprendimiento después de un tiempo de terminar la universidad y un 26,0 % inmediatamente después de egresar de la universidad.

La investigación de Lloja et al. (2021) titulada; “Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios”; tuvo como objetivo determinar los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes. La metodología utilizada fue el enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de tipo descriptivo. Además, la población fue constituida por las universidades públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Tarapoto, San Martín (Perú). Se usó una muestra de 297 estudiantes de diferentes facultades. En los resultados se demostró que la intención emprendedora en los estudiantes un 60.4% tiene un nivel alto, un 33.4% tiene un nivel medio y mientras que solo el 6% tienen un nivel bajo de intención emprendedora. Llegando a la conclusión final, que el factor personal influye considerablemente en la intención emprendedora de los estudiantes, así como la actitud, habilidades de negocio y crear oportunidades para alcanzar el éxito empresarial.

La investigación de Escobedo et al. (2020) titulada; “Emprendimiento empresarial y la intención emprendedora en estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú”; tuvo como objetivo determinar la relación entre el emprendimiento y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de la macro región sur del Perú. En los resultados, se destaca la actitud que los estudiantes universitarios tienen un nivel alto de conocimiento representado (60%), el 30% un nivel medio y solo el 10% un nivel bajo. Además, los estudiantes encuestados resaltaron el método de adquirir conocimiento consideraron un 45% visitas a empresas, respecto a las plataformas en línea considero un 30% y mientras que respecto a proyectos empresariales un 25%. Así mismo, un interés hacia el emprendimiento

mostró el 37.7% los estudiantes de las universidades UNAM y UNAP, mientras que los estudiantes de la UNSA mostraron alto interés del 62.23%.

La investigación de Salas (2019) titulada; “Intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de administración UNAMBA, 2019”; tuvo como objetivo describir la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Asimismo, la población estuvo integrada por estudiantes de la facultad de administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac del semestre 2019- II sede Tamburco, provincia de Abancay, departamento de Apurímac. Se usó una muestra de 80 estudiantes del octavo y noveno semestre. Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS. En los resultados se corroboró que el 77.5% tiene un alto nivel de intención emprendedora, mientras que el 21.3% se encuentra en un nivel medio, finalmente solo el 1.3% tienen un nivel bajo en intenciones emprendedoras. Además, de total de la muestra el 60% estuvo integrada por mujeres y solo el 40% fueron varones. Llegando a la conclusión general que los estudiantes de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac tienen una alta intención para emprender un negocio. La principal limitación de este estudio se centró en la aplicación del instrumento solo a estudiantes de administración.

La investigación de Coila (2019) titulada; “Educación empresarial y su relación con el desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, 2018”; tuvieron como objetivo determinar la relación que existe entre la educación empresarial con el desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes universitarios. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal y correlacional. Así mismo, la población estuvo integrada por 430 estudiantes del IV al X semestre académico. Para el análisis de los datos se realizó con el software IBM SPSS 21 y Microsoft Excel. En los resultados se encontró que del total de los

estudiantes el 48% son mujeres y el 52% varones, así mismo se determinó que el 25.9% de los estudiantes tienen un nivel alto de educación empresarial, el 47.4% tiene un nivel medio de educación empresarial y mientras que 26.7% tiene un nivel bajo de educación empresarial. Llegando a la conclusión, que existe una relación positiva entre la educación empresarial con la capacidad emprendedora de los estudiantes universitarios. La principal limitación de este estudio se centra en la aplicación del instrumento solo a estudiantes de una Universidad limitando así la generalización de los resultados. Finalmente recomendó principalmente a la escuela de Administración mejorar y enfocar su estructura curricular basada en emprendimiento empresarial.

2.1.3 Regionales

La investigación de Huamán y Torres (2020) titulada; “Inteligencia emocional e intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020”; tuvo como objetivo determinar la relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la Universidad Antonio Urrelo de Cajamarca. La metodología usada fue el enfoque cuantitativo de diseño no experimental, descriptivo, correlacional de corte transversal. En los resultados se determinó que el 57.23% fueron mujeres y el 42.77% fueron varones. Además, se encontró que existe una relación positiva entre ambas variables. Llegando a la conclusión general que existe una correlación positiva y significativa entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. La principal limitación de esta investigación fue la muestra utilizada. Finalmente recomendaron potenciar las habilidades y capacidades de los estudiantes universitarios para así convertirse en futuros emprendedores exitosos.

Realizando la revisión de literatura no se han realizado investigaciones a nivel local sobre este tema, dado que solo se ha llevado a cabo en países tanto desarrollados como en vías

de desarrollo. En tal sentido, la presente investigación sigue las recomendaciones del estudio de Qudsia et al. (2022) donde mencionaron que “las próximas investigaciones deberían incluir otros grupos de población, como universidades del sector público, servicios, trabajadores del sector industrial, etc., para demostrar una ilustración clara y mejor de cómo la educación empresarial afecta las intenciones” p. 13. “de diferentes ubicaciones geográficas en todo el mundo” p. 13.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría del Comportamiento Planificado - TPB

La presente investigación se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen (1991). La TPB afirma que la intención depende de la actitud, normas subjetivas y el control conductual percibido (Ajzen, 2011). Del mismo modo, indica que el modelo TPB sugiere que el comportamiento futuro real de una persona está fuertemente predicho por su intención de comportamiento. Dicha teoría se ha convertido en uno de los modelos más influyentes en la investigación empresarial en la actualidad (Bazan et al., 2020; Paray & Kumar, 2020).

Investigaciones actuales destacan que la TPB es confiable y relevante en predecir las intenciones emprendedoras de cada individuo (Alshagawi & Ghaleb, 2022; Bueckmann et al., 2021; Murad et al., 2021). Esta teoría afirma que, la educación empresarial ha sido identificada como un determinante potencial que influye en la intención emprendedora de los individuos (Hassan et al., 2020; Zaremohzzabieh et al., 2019). En efecto, se prefiere esta teoría puesto que puede ayudarnos a predecir las intenciones emprendedoras a través de la educación (Munir et al., 2019).

2.2.1.1 Actitud hacia la conducta.

La actitud es un conjunto de respuestas aprendidas o implícitas que pueden variar en intensidad y están destinadas a medir o dirigir la evaluación hacia un objeto o concepto (Dijks

et al., 2024). Además, refleja los sentimientos positivos o negativos de una persona respecto a realizar el comportamiento (Caso et al., 2022; Lee et al., 2022). Así mismo, se basa en las creencias sobre las consecuencias de realizarlo y la evaluación de estas consecuencias (Dijks et al., 2024).

La actitud emprendedora implica estar alerta para identificar oportunidades de negocios a partir de diversas percepciones individuales (Zhao et al., 2021). Así mismo, las actitudes pueden estar influidas por creencias sobre los resultados esperados de un comportamiento y la valoración de estos resultados (Niemiec et al., 2020).

2.2.1.2 Normas subjetivas.

Se refiere a la percepción que una persona tiene sobre los valores, normas o creencias de aquellos a quienes respeta y considera importantes, así como su disposición para acatar esas normas (Brock et al., 2023). El conocimiento está relacionado con las normas subjetivas en el sentido de que una persona necesita entender las normas sociales y las expectativas de los demás para formar una norma subjetiva (Wu & Kuang, 2021). En ese contexto, el conocimiento sobre las normas culturales y sociales puede influir en la percepción de estas expectativas (Zhao et al., 2021).

2.2.1.3 El control conductual percibido.

Se refiere a la percepción de una persona sobre la facilidad o dificultad de llevar a cabo el comportamiento y los recursos disponibles para hacerlo (Zafari & Koeszegi, 2021). El control percibido sobre el comportamiento está estrechamente relacionado con las habilidades, ya que las habilidades prácticas y técnicas pueden influir en la percepción de la facilidad o dificultad del comportamiento (Sadaf & Gezer, 2020; Zafari & Koeszegi, 2021). Si una persona posee las habilidades necesarias para realizar el comportamiento, es más probable que perciba un mayor control sobre él (McNamara et al., 2023).

2.2.2 Educación Empresarial

La educación empresarial, conceptualizada por Li y Wu (2019); Viera et al. (2024), abarca actividades formativas en instituciones de educación superior que infunden conocimientos, habilidades y actitudes para fomentar la intención emprendedora en los estudiantes. Asimismo, es el conjunto de actividades académicas llevadas a cabo por las instituciones de educación superior con el fin de promover la creación de nuevas empresas (Almeida et al., 2021; Huber et al., 2024). Además, la educación empresarial puede transmitir la mentalidad y la intención emprendedora a los estudiantes para convertirse en emprendedores y hacer frente a los retos que se les presenten en el ámbito empresarial en el futuro (Wang et al., 2023; Wijayati et al., 2021). Bajo este marco, se considera que la educación empresarial es fundamental para fomentar la intención de emprender y promover la creación de nuevas empresas (Chang et al., 2022; Hassan et al., 2020). Por consiguiente, la universidad desempeña un papel importante al proporcionar educación para despertar la intención emprendedora en sus estudiantes y prepararlos para tener éxito al iniciar su propio negocio (Bagis, 2022; Qudisia et al., 2022).

Según Fayolle y Gailly (2015) la educación empresarial son los programas que tienen como objetivo proporcionar las habilidades, conocimiento y cualidades éticas que requieren los estudiantes para lograr el éxito empresarial. En efecto, la educación empresarial implica el uso, la creación y la aplicación de métodos innovadores y proactivos en un entorno de aprendizaje para fortalecer las habilidades emprendedoras de los estudiantes (Munawar et al., 2023). De ese modo, para Ahmed et al. (2020) la educación empresarial brinda la oportunidad para que los estudiantes afiancen sus capacidades para empezar un negocio en el futuro, además brinda la oportunidad para interactuar entre docente y estudiantes.

La educación empresarial impartida por las universidades ayuda a los estudiantes a cultivar una mentalidad emprendedora ya poner énfasis en el control personal como base para

emprender (Boubker et al., 2021). Además, el concepto de educación empresarial se refiere al proceso mediante el cual los estudiantes desarrollan conocimientos, habilidades, competencias y actitudes empresariales (Tóth et al., 2023). En ese contexto, mediante cursos y programas empresariales, la educación empresarial proporciona a los estudiantes, las habilidades, conocimiento, actitudes y las cualidades personales para convertirse en emprendedor (Wu et al., 2022).

Para Donoso et al. (2022) la educación empresarial es un aspecto determinante y estratégico para impulsar el emprendimiento en los estudiantes de las universidades. En efecto, los programas y cursos de emprendimiento representan una gran estrategia para potenciar las intenciones emprendedoras de los estudiantes (Boubker et al., 2021; Wei et al., 2020). Proporcionando las estrategias y técnicas de resolución de problemas que permita a los estudiantes alcanzar sus metas empresariales (Frolova et al., 2021; Welsh et al., 2016).

La educación empresarial tiene como objetivo general proporcionar a los estudiantes las habilidades y conocimientos para moldear la intención y actitud empresarial, además influye en las aspiraciones para ser empresarios exitosos (Sukron-Djazilan & Darmawan, 2022; Welhelmina et al., 2023). En ese contexto, la clave para alcanzar el éxito como empresario radica en la capacidad de ser creativo, fortalecer las habilidades empresariales y poseer la capacidad para solucionar problemas (Khardin et al., 2022). Por lo tanto, para Wang et al. (2022) la educación empresarial promueve la creatividad empresarial de los estudiantes.

Por lo tanto, una buena educación empresarial permite a los estudiantes tener aspiraciones para emprender, así como tomar decisiones, asumir riesgos, innovar y desarrollar la creatividad (Araya, 2021). Del mismo modo, Gao y Qin (2022) indicaron que una adecuada educación empresarial puede incrementar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Por lo tanto, la educación empresarial en las universidades puede cumplir un rol determinante para poder combatir los factores negativos que limitan las intenciones

emprendedoras mitigando la informalidad y las economías sumergidas (Perez et al., 2022). Entre las definiciones antes mencionadas y otras definiciones para aclarar la educación empresarial se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1

Definiciones de la educación empresarial según autores y año

Autor	Definición
Charney y Libecap (2000)	La educación empresarial se centra en las habilidades necesarias para concebir y poner en marcha una nueva empresa.
Kainova (2001)	“Conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas” (p. 43).
Galloway y Brown (2002)	“Mejora las actitudes y habilidades empresariales” (p. 399).
Jones y English (2004)	“El proceso de proporcionar a los individuos la capacidad de reconocer oportunidades comerciales y la percepción, la autoestima, el conocimiento y las habilidades para actuar en consecuencia” (p. 416).
Godfrey et al. (2005)	“La educación empresarial proporciona a los estudiantes una visión funcionalmente limitada de los negocios y su papel como empleados o gerentes” (p. 310).
Fayolle et al. (2006)	“Cualquier programa o proceso pedagógico de educación para actitudes y habilidades empresariales” (p. 702).
Solomon (2007)	“Tiene como objetivo proporcionar conocimiento y habilidades” (p. 168).
Cheung (2008)	“La educación empresarial fomenta el desarrollo de habilidades y atributos que los empleadores buscan, como el trabajo en equipo, el compromiso y la flexibilidad” (p. 15).
Cheng et al. (2009)	“La educación empresarial se refiere a un programa formalizado para dotar a los estudiantes de las habilidades y conocimientos necesarios para: reconocer oportunidades de negocio” (p. 558).
Graevenitz et al. (2010)	“La educación empresarial puede residir en que los estudiantes ajusten y perfeccionen su evaluación de su propia aptitud empresarial” (p. 93).

- Mojab et al. (2011) “La educación empresarial puede desempeñar el papel de mejorar habilidades empresariales y gerenciales” (p. 437).
- Zhou y Xu (2012) “La educación empresarial se centra en desarrollar el conocimiento, las habilidades y las ideas de los estudiantes” (p. 90).
- Henry (2013) “La educación empresarial brinda a los estudiantes los conocimientos y habilidades para crear una nueva empresa” (p. 339).
- Zhang et al. (2014) “La educación empresarial se define como el proceso de proporcionar a los individuos los conceptos y habilidades para reconocer oportunidades” (p. 624).
- Ruskovaara et al. (2015) “La educación empresarial se refiere en gran medida a comprometerse con nuevas oportunidades de aprendizaje experiencial y, en ese sentido, mejores conocimientos, habilidades y experiencias” (p. 63).
- Welsh et al. (2016) “La educación empresarial, definida como educación para actitudes y habilidades empresariales frente a las intenciones empresariales, definidas como, deseos de poseer o iniciar un negocio” (p. 4).
- Hasan et al. (2017) “La educación empresarial brinda a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para moldear su actitud para actuar de manera empresarial” (p. 892).
- Seikkula (2018) “La educación empresarial se considera la transferencia de conocimientos y habilidades aprendidos a nuevas situaciones” (p. 107).
- Grivokostopoulou et al. (2019) “La educación empresarial es un tipo de educación que tiene como objetivo ayudar a los estudiantes a pensar de forma creativa para adquirir conocimientos y desarrollar actitudes y habilidades” (p. 3)
- Mei et al. (2020) “La educación empresarial se refiere a una serie de cursos y actividades educativas destinadas a mejorar las actitudes y habilidades empresariales” (p. 7).
- Chen et al. (2021) “La educación empresarial consiste en actividades de aprendizaje que permiten a los estudiantes adquirir conocimientos, habilidades y actitudes empresariales necesarias para crear, desarrollar y operar un negocio” (p. 193)
- Kayed et al. (2022) “La educación empresarial proporciona a los estudiantes los conocimientos, habilidades y actitudes para iniciar sus propios negocios” (p. 18).

Rakicevic et al. (2023) “La educación empresarial se define como un programa educativo cuyo objetivo es proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios en el campo del emprendimiento, así como cultivar un conjunto de actitudes” (p. 3).

En efecto, dada las definiciones en la tabla 1; el concepto de la educación empresarial tiene un significado similar. En ese contexto, la definición considerada para la presente investigación es la de Chen et al. (2021) quienes definieron la educación empresarial “La educación empresarial consiste en actividades de aprendizaje que permiten a los estudiantes adquirir conocimientos, habilidades y actitudes empresariales necesarias para crear, desarrollar y operar un negocio” (p. 193)

Por otra parte, la educación empresarial se compone de diferentes dimensiones; esta investigación considera las dimensiones propuestas en el estudio de Bratianu et al. (2020): a) conocimiento, b) habilidades y c) actitud, puesto que son las más utilizadas en investigaciones que tiene un enfoque cuantitativo y que usan la TPB (Bratianu et al., 2020; Kayed et al., 2022; Mei et al., 2020; Rakicevic et al., 2023).

2.2.2.1 Conocimiento.

El conocimiento se puede definir como la información, entendimiento, o habilidad que una persona adquiere a través de la experiencia o educación (Cramer et al., 2020). Intercambiando conocimientos tácitos (personal, difícil de transmitir) y explícitos (formalizado, fácil de compartir) (Castañeda & Cuellar, 2021; Maravilhas, S., & Martins, J. 2019). Así mismo, es el resultado de procesar y comprender información obtenida del entorno (Ford et al., 2021; Ortiz-Regalado et al., 2024).

El conocimiento se refiere a todo lo que nosotros tenemos y nos permite interpretar el entorno que nos rodea, es fundamental para el desarrollo personal y profesional (Canals, 2003; Lackéus, 2020). El conocimiento empresarial se puede adquirir mediante la combinación de la

experiencia, cursos empresariales y aprendizaje continuo en las universidades (Bratianu et al., 2021).

En la educación empresarial, el intercambio de conocimiento se realiza mediante diferentes métodos; como lecturas de libros, revistas, fuente en línea y la interacción entre estudiantes y docentes (Castaneda & Cuellar, 2021). Por consiguiente, las universidades deben desarrollar y diseñar estrategias de enseñanza desde la transferencia y acumulación de conocimiento en la educación de sus estudiantes (Bratianu et al., 2021).

El conocimiento adquiere importancia en las instituciones de educación superior ya que promueven la educación empresarial a través de la generación de conocimiento para la toma de decisiones empresariales (Escorcía & Barros, 2020; Marouf & Agarwal, 2016; Rodríguez & Pedraja, 2016). En efecto, el conocimiento puede ser esencial para las personas que tienen la intención de crear y constituir una nueva empresa (Calanchez et al., 2022).

A continuación, se muestra las definiciones de conocimiento desde sus inicios:

Tabla 2

Definiciones del conocimiento según autor y año

Autor	Definición
Hertz (1990)	Describe el conocimiento como información disponible para el individuo sobre relaciones y reglas que describen actividades humanas organizadas
Argote y Ingram (2000)	El conocimiento en la educación empresarial se refiere a la comprensión, información, habilidades y experiencia adquiridos por individuos y organizaciones
Huber y West (2002)	El conocimiento se transmite a través de programas académicos, cursos de formación, seminarios, talleres y diversas fuentes de información
Gunnlaugsdottir (2003)	El conocimiento se define como el proceso en el cual las personas comparten sus conocimientos implícitos y explícitos entre sí, colaborando para generar nuevos conocimientos de manera conjunta.
Mohan (2010)	El conocimiento se define como el proceso en el cual las personas comparten el conocimiento tácito y explícito

Rodríguez y Pedraja (2016)	El conocimiento es un conjunto de datos e información con un fin específico puede ser el desvelamiento de la verdad o la resolución de un problema
Gupta y Chopra (2018)	El conocimiento puede definirse como un conjunto integrado de información, comprensión, habilidades, y competencias que los individuos adquieren y aplican en el ámbito de los negocios
Maravilhas y Martins (2019)	El conocimiento se puede clasificar en varios tipos, incluyendo conocimiento tácito y conocimiento explícito
Cramer et al. (2020)	El conocimiento se puede definir como la información, entendimiento, o habilidad que una persona adquiere a través de la experiencia o educación
Castañeda y Cuellar (2021)	“Se define como el proceso en el que los individuos intercambian mutuamente sus conocimientos tácitos y explícitos y crean conjuntamente nuevos conocimientos” (p. 2).
Castro-Peixoto et al. (2022)	El conocimiento se define como el proceso en el que los individuos intercambian mutuamente sus conocimientos tácitos y explícitos y crean conjuntamente nuevos conocimientos
Vinnervik (2023)	El conocimiento puede definirse como la información, comprensión, habilidades y saberes adquiridos a través de la experiencia, la educación o el aprendizaje
Along et al. (2024)	El conocimiento se define como el proceso mediante el cual los individuos comparten entre sí sus saberes tácitos y explícitos, colaborando para generar nuevos conocimientos

Dada las definiciones en la tabla anterior, el concepto de conocimiento puede entenderse de formas muy distintas, pero con un significado similar, lo cual, esta investigación considera la conceptualización de Castañeda y Cuellar (2021) “Se define como el proceso en el que los individuos intercambian mutuamente sus conocimientos tácitos y explícitos y crean conjuntamente nuevos conocimientos” (p. 2). Además, el conocimiento semánticamente en la educación empresarial está compuesto por conocimientos tácitos y conocimientos explícitos (Bratianu et al., 2021; Castañeda & Cuellar, 2021; Escorcía & Barros, 2020).

2.2.2.1.1 *Conocimiento tácito.*

El conocimiento tácito se refiere a aquel conocimiento que es personal, contextual y difícil de formalizar o comunicar (Sheerin et al., 2020). Además, se adquiere a través del aprendizaje, la práctica y la experiencia (Matošková, 2020). En el contexto de la educación empresarial, el conocimiento tácito puede incluir habilidades prácticas; como la capacidad de negociar, tomar decisiones y conocimientos empresariales (Huang, 2017).

La educación empresarial puede transmitir el conocimiento tácito mediante la práctica y el aprendizaje basado en la experiencia; además de combinar la teoría con la práctica, para que los estudiantes puedan acumular habilidades prácticas y conocimientos empresariales (Donnellon et al., 2014; Huang, 2017). Por consiguiente, este tipo de conocimiento debe ser compartido entre docente y estudiante (Gertler, 2003).

Además, la transmisión de conocimiento tácito en educación empresarial se realiza a menudo a través de métodos que fomentan la experiencia práctica (Stanca et al., 2022). En este contexto, permite a los estudiantes experimentar situaciones de negocios reales o simuladas, reflexionar sobre sus acciones y observar a expertos en acción, facilitando así la adquisición de conocimiento tácito. (Cho et al., 2020; Stanca et al., 2022). Por lo tanto, el conocimiento tácito en la educación empresarial es fundamental para preparar a los estudiantes no solo con conocimientos teóricos, sino también con las habilidades prácticas (Wijngaarden et al., 2020).

2.2.2.1.2 *Conocimiento explícito.*

El conocimiento explícito, hace referencia al conocimiento que se puede codificar, almacenar y transmitir de una persona a otra con facilidad, mediante el lenguaje verbal o escrito (Gamble, 2020). En el contexto de la educación empresarial, este tipo de conocimiento puede incluir modelos teóricos, modelos de negocio, estrategias de marketing y otras habilidades empresariales (Bratianu et al., 2021). Además, se caracteriza por su facilidad para ser

transmitido entre individuos y su capacidad para ser almacenado y recuperado de manera eficiente (Biloslavo & Lombardi, 2021).

El conocimiento explícito es importante en la educación empresarial puesto que proporciona las estrategias y prepara al estudiante para tomar decisiones informadas y efectivas en temas empresariales (Michael et al., 2021). Este tipo de conocimiento se puede encontrar en artículos, libros, manuales, cursos de formación y otros recursos formales (Maravilhas & Martins, 2019). En ese contexto, el conocimiento tácito y explícito son determinantes para constituir la materia prima para desarrollar las capacidades empresariales (Bratianu et al., 2021)

Así mismo, el conocimiento explícito juega un papel crucial en la transferencia de información específica y en la enseñanza de habilidades que pueden ser claramente definidas y aprendidas (Ronkainen et al., 2021).

En la presente investigación, se empleó la dimensión conocimiento, la cual se basó en el estudio de Bratianu et al. (2020) como referencia. Además, se adoptaron los ítems desarrollados por estos autores para evaluar el conocimiento en el contexto específico de los estudiantes universitarios. Además, se utilizaron seis preguntas y una escala Likert 5 puntos (ver Tabla 3).

Tabla 3

Ítems de la dimensión conocimiento

Dimensión	Indicadores	Ítems
Conocimiento	Conocimiento explícito	Aprendo principalmente de mis profesores
		Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas.
	Conocimiento tácito	Aprendo principalmente de fuentes virtuales
		Aprendo principalmente de cursos empresariales impartidos en la universidad
		Aprendo principalmente de cursos vacacionales
		Aprendo principalmente de charlas y capacitaciones empresariales

Fuente: Bratianu et al. (2020).

2.2.2.2 Habilidades.

Las habilidades son las capacidades que tiene una persona para realizar de manera correcta una determinada acción y alcanzar ciertos objetivos trazados, además hacen referencia a todas las categorías, como las cognitivas, físicas y sociales (Bratianu et al., 2020). Del mismo modo, hace referencia a las capacidades que los estudiantes necesitan desarrollar para lograr el éxito empresarial (Sousa, 2018; Ortiz-Regalado et al., 2024). Por lo tanto, la educación empresarial en las instituciones de educación superior tiene como objetivo principal brindar a los estudiantes las habilidades empresariales para tener éxito en un negocio (Badawi et al., 2019; Henry & Treanor, 2012).

Así mismo, las habilidades en la educación empresarial se centran en preparar a los graduados para el mercado laboral, enfatizando la importancia de experiencias prácticas como pasantías y proyectos para desarrollar habilidades de resolución de problemas y comunicación (Crespí & Ramos, 2021; Landry et al., 2006). Además, se enfatiza la importancia de habilidades académicas, técnicas, personales, y sociales para formar graduados competentes (Nikitina et al., 2020; Santos, 2019).

Las habilidades empresariales son técnicas que los emprendedores pueden utilizar en entornos caracterizados por la incertidumbre, con el objetivo de lograr resultados positivos y constructivos (Shahzad et al., 2021). Por lo cual, la educación empresarial está diseñada para brindar a los estudiantes un conjunto diverso de habilidades que son esenciales para el éxito en el mundo empresarial (Chen et al., 2021; Liu et al., 2021).

A continuación, de muestra las definiciones de habilidades desde sus inicios:

Tabla 4*Definiciones de habilidades según autores y año*

Autor	Definición
Bennett et al. (1999)	Las habilidades pueden definirse como conjuntos de capacidades y conocimientos que las personas adquieren través de la experiencia, el aprendizaje o la formación, y que les permiten realizar tareas o resolver problemas de manera efectiva en diversos contextos
Spence (2003)	Las habilidades son comportamientos y capacidades adquiridos que posibilitan realizar tareas de manera efectiva.
Deist y Winterton (2005)	Las habilidades se definen como conjuntos de comportamientos adquiridos mediante la práctica que permiten el desempeño competente de una tarea o actividad
Genlott y Grönlund (2013)	Las habilidades son conjuntos de capacidades y competencias que las personas adquieren y perfeccionan a través del estudio, la práctica y la experiencia
Broadbent et al. (2015)	Las habilidades son conjuntos de destrezas y capacidades que una persona puede adquirir y perfeccionar mediante la práctica, el estudio y la experiencia.
Johnson y Proctor (2016)	Las habilidades son capacidades adquiridas que permiten realizar tareas de manera efectiva
Bolisani y Bratianu (2018)	“significa conocimiento sobre cómo hacer algo (saber hacer)” (p. 8).
Solomon et al. (2019)	Las habilidades en la educación empresarial incluyen aprender a aprender y resolución de problemas que posibilitan realizar tareas de manera efectiva.
Morris y König (2020)	Las habilidades en la educación empresarial incluyen la resolución de problemas, aprender a aprender lo cual preparan a los individuos para enfrentar desafíos, adaptarse a cambios y prosperar en el entorno empresarial.
Ronkainen et al. (2021)	Las habilidades son las cosas que sabes hacer bien, las cuales mejoras con la práctica, el aprendizaje y haciendo cosas reales.
Igwe et al., (2022)	Las habilidades en la educación empresarial incluyen la resolución de problemas y aprender a aprender lo cual preparan a los individuos para enfrentar desafíos de manera efectiva.

McNamara et al. (2023)	Las habilidades son capacidades o competencias que un individuo posee o desarrolla para realizar ciertas tareas o actividades de manera efectiva.
Fang y Chiu (2024)	Las habilidades en la educación empresarial incluyen aprender a aprender y resolución de problemas que permiten realizar tareas de manera efectiva.

Referente a las definiciones en la tabla anterior, el concepto de habilidades puede entenderse de formas muy distintas, pero con un significado similar, lo cual, esta investigación considera la conceptualización de Bolisani y Bratianu (2018) “significa conocimiento sobre cómo hacer algo (saber hacer)” (p. 8). Además, la educación empresarial se centra en desarrollar en los estudiantes las habilidades genéricas o básicas (Aranda et al., 2022). Las habilidades genéricas más importantes en la educación empresarial son las siguientes: resolución de problemas, aprender a aprender y el pensamiento creativo y estratégico (Bratianu et al., 2020; Bratianu & Vatamanescu, 2017; Crespí & Ramos, 2021; Landry et al., 2006).

2.2.2.2.1 *Aprender a aprender.*

La habilidad de “aprender a aprender” se refiere a la capacidad de una persona para gestionar su propio proceso de aprendizaje de manera efectiva (García-Esteban et al., 2021). Además, se refiere a la habilidad para identificar, adquirir y aplicar nuevos conocimientos de forma continua para resolver problemas (Tian et al., 2022). Además, implica toda actividad de aprendizaje con el objetivo de mejorar el conocimiento y habilidades (Bhatia, 2015). Por lo tanto, las habilidades de aprender a aprender son fundamentales para obtener el éxito en un nuevo negocio o empresa (Bratianu & Vatamanescu, 2017; Torres & García, 2011).

Así mismo, se refiere a la capacidad de los estudiantes para adquirir de manera efectiva nuevos conocimientos y aplicarlos de forma práctica en contextos empresariales (Ronkainen et al., 2021; Tian et al., 2022). En ese contexto, el individuo es capaz de identificar sus necesidades de aprendizaje, buscar y procesar nueva información, y adaptarse a cambios y desafíos en el entorno empresarial. (Chen et al., 2021).

2.2.2.2.2 Resolución de problemas.

Resolución de problemas implica la habilidad para identificar problemas, generar soluciones viables, y ejecutar una solución de manera efectiva (Hesse et al., 2015; Tian et al., 2022). Asimismo, la resolución de problemas es determinante en la educación empresarial, ya que prepara para enfrentar constantes desafíos y obstáculos empresariales (Guaman et al., 2023). Asimismo, los problemas pueden surgir en cualquier nivel de organización de una empresa o negocio es por ello, es fundamental tener la capacidad de resolverlos para hacer crecer una empresa o negocio (Hesse et al., 2015).

En la educación empresarial, se puede enseñar a los estudiantes las técnicas y herramientas para desarrollar su habilidad de resolución de problemas (Sarı et al., 2022). Algunas de las técnicas y herramientas facilitan al estudiante la recopilación de la información relevante, el análisis y las posibles soluciones para el problema identificado (Martz et al., 2017).

La habilidad de resolución de problemas es fundamental en la educación empresarial ya que los emprendedores deben ser capaces de enfrentar y superar los obstáculos que se les presente (Hesse et al., 2015). La educación empresarial puede enseñar las técnicas y habilidades para ayudar a los estudiantes a desarrollar esta habilidad para afrontar los desafíos empresariales (Guaman et al., 2023; Sarı et al., 2022).

Bajo este marco, ambas habilidades son esenciales en el aprendizaje y en el mundo laboral, ya que permiten a los individuos adaptarse a cambios, enfrentar desafíos desconocidos y continuar creciendo tanto personal como profesionalmente (Bratianu et al., 2020; Chen et al., 2021).

En la presente investigación, se empleó la dimensión habilidades, la cual se basó en el estudio de Bratianu et al. (2020) como referencia. Además, se adoptaron los ítems desarrollados

por estos autores para evaluar las habilidades en el contexto específico de los estudiantes universitarios. Además, se utilizaron seis preguntas y una escala Likert 5 puntos (ver Tabla 5).

Tabla 5

Ítems de la dimensión habilidades

Dimensión	Indicadores	Ítems
Habilidades	Aprender a aprender	Aprender a aprender es más importante que acumular información.
		Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar
		En los negocios, necesitamos aprender toda la vida.
	Resolución de problemas	Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios
		Las asignaturas hasta ahora cursadas en la escuela me ayudaran a fortalecer mis habilidades empresariales
		En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones

Fuente: Bratianu et al. (2020).

2.2.2.3 Actitud.

La actitud en la educación empresarial hace referencia a la disposición mental y emocional de los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades en el emprendimiento (Jena, 2020). Así mismo, es muy importante ya que está compuesta por rasgos psicológicos e inteligencia social, lo cual se encarga para determinar el nivel de desempeño de cada individuo en cualquier tarea profesional y empresarial (Bratianu et al., 2020).

Una actitud positiva puede ayudar a superar los obstáculos y perseverar en sus metas a los estudiantes, siendo así fundamental para alcanzar el éxito en el ámbito empresarial (Ortiz-Regalado & Guevara, 2024; Wardana et al., 2020). El desarrollo de actitudes y habilidades en el aula aporta nuevas capacidades en su desarrollo personal y empresarial del estudiante, motivándolos a crear e identificar nuevas oportunidades para emprender (Grichnik et al., 2014).

Ndou (2021) mencionó que, en el contexto de la educación empresarial, la actitud juega un papel crucial en el desarrollo de habilidades, la adopción de conocimientos y la preparación para enfrentar los desafíos del entorno empresarial. Además, la actitud es un constructo psicológico que refleja la manera en que un individuo evalúa objetos, personas, situaciones o temas, de manera favorable o desfavorable (Schaefer & Alvesson, 2020). Además, las actitudes empresariales de los estudiantes se caracterizan por la innovación y la creatividad (Wang et al., 2022).

A continuación, se muestra las definiciones de la actitud desde sus inicios:

Tabla 6

Definiciones de la actitud según autores y año

Autor	Definición
DeFleur y Westie (1963)	La actitud se refiere a la disposición mental o emocional que predispone a una persona a responder de una determinada manera ante situaciones
Goossens (2000)	La actitud es una predisposición mental y emocional que influye en cómo respondemos a personas, objetos o situaciones.
Oskamp y Schultz (2005)	La actitud es una predisposición mental que determina cómo percibimos y respondemos a personas, objetos y situaciones, basada en nuestras experiencias, valores y creencias.
Komulainen et al. (2009)	La actitud en la educación empresarial se refiere a la disposición mental y emocional de los estudiantes o profesionales hacia el aprendizaje y la práctica de conceptos empresariales.
Di Martino y Zan (2010)	Una actitud es un conjunto de emociones, creencias y comportamientos hacia un objeto, persona, cosa o evento.
Xu y Lewis (2011)	“Estado mental y neural de preparación para responder, organizado a través de la experiencia, ejerciendo una influencia directiva y/o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona” (p. 562).
Argyriou y Melewar (2011)	La actitud es una tendencia aprendida a reaccionar de cierta manera ante situaciones o estímulos específicos, reflejando nuestras opiniones, sentimientos y predisposiciones hacia ellos.

Kapoor y Munjaj (2019)	La actitud se define como la manera de actuar, pensar y sentir de una persona frente a situaciones.
Jena (2020)	La actitud se define como la disposición mental y emocional de los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades en el emprendimiento.

A partir de las definiciones en la tabla anterior, el concepto de actitud puede entenderse de formas muy distintas, pero con un significado similar, lo cual, esta investigación considera la conceptualización de Xu y Lewis (2011) “estado mental y neural de preparación para responder, organizado a través de la experiencia, ejerciendo una influencia directiva y/o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona” (p. 562). Bajo este marco, la actitud en la educación empresarial contiene la motivación e inteligencia social (Bratianu et al., 2020).

2.2.2.3.1 Motivación.

La motivación hace referencia al aprendizaje y el desarrollo de habilidades empresariales, es esencial en la educación empresarial, ya que puede influir en el aprendizaje oportuno de los estudiantes universitarios (Sun et al., 2023; Wu et al., 2022). Si los estudiantes tienen confianza en sí mismos y tienen motivación, es más probable que se involucren en las actividades de aprendizaje, se vuelven creativos, trabajan en equipo y luchan por alcanzar sus objetivos en temas empresariales (Oosterbeek et al., 2010; Sun et al., 2023).

La motivación en la educación empresarial se refiere al impulso interno (intrínseca) o externo (extrínseca) que incita a estudiantes y profesionales a comprometerse con el aprendizaje, la mejora continua y la aplicación de conocimientos y habilidades en el ámbito empresarial (Wu et al., 2022). Además, puede influir en la persistencia ante tareas complejas, tienen mejor rendimiento académico, establecimiento de objetivos claros y alcanzables (Somby & Johansen, 2017). Por lo tanto, la motivación puede influir en mejorar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios (Hassan et al., 2022).

2.2.2.3.2 *Inteligencia social.*

La inteligencia social se refiere a la capacidad de entender y manejar las relaciones interpersonales de manera efectiva, reconociendo y respondiendo apropiadamente a las emociones, intenciones, motivaciones y comportamientos de los demás. (Nie et al., 2022; Ortiz-Regalado & Guevara, 2024). Además, es un componente vital para el desarrollo de habilidades de liderazgo, gestión de equipos, negociación, y comunicación efectiva (Garg et al., 2021; Kukah et al. 2022).

La inteligencia social se refiere a la capacidad de uno para comprender, manejar y utilizar de manera efectiva los sentimientos, pensamientos e interacciones sociales en el entorno laboral (Garg et al., 2021). Además, también es la capacidad de generar hipótesis sobre eventos interpersonales futuros y tomar decisiones adecuadas (Garipova & Makhubrahmanova, 2019).

En la presente investigación, se empleó la dimensión actitud, la cual se basó en el estudio de Bratianu et al. (2020) como referencia. Además, se adoptaron los ítems desarrollados por estos autores para evaluar las actitudes en el contexto específico de los estudiantes universitarios. Además, se utilizó seis preguntas y una escala Likert 5 puntos (ver Tabla 7).

Tabla 7

Ítems de la dimensión actitud

Dimensión	Indicadores	Ítems
Actitud	Motivación	El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación
		La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios
		La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles en los negocios.
	Inteligencia social	La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.
		La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.
		Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos

Fuente: Bratianu et al. (2020).

2.2.3 Intención Emprendedora

En relación a la intención emprendedora, Rantanen y Toikko (2017) definieron como el plan concreto o la intención de una persona para crear una empresa en un futuro no muy lejano. Del mismo modo, es el estado de ánimo que impulsa a los estudiantes a emprender y crear un nuevo negocio (Tomy & Pardede, 2020). Es decir, es un proceso previo para convertirse en emprendedor, pero no asegura que el plan resulte en el establecimiento definitivo de una nueva empresa o negocio (Hossain et al., 2020). En ese contexto, la revisión de la literatura muestra que la intención emprendedora se considera uno de los factores decisivos en el comportamiento empresarial (Alferaih, 2022; Hsu et al., 2019; Neneh, 2019; Gelderen et al., 2018).

Anwar et al. (2024); Kruger y Welpel (2014) conceptualizaron la intención emprendedora como el compromiso de crear y poseer un nuevo negocio en un futuro. Además, Doan y Phan (2020) indicaron que la intención emprendedora es la motivación que tiene una persona para establecer las estrategias o un plan para iniciar un nuevo negocio. Por lo tanto, la intención emprendedora que tiene una persona se puede definir como el sueño de crear un nuevo negocio o empresa en el futuro (Bazan et al., 2020; Popescu et al., 2016).

La intención emprendedora es el pensamiento subjetivo, así como el estado de la mentalidad de las personas antes de empezar a emprender (Nwosu et al., 2022). En ese contexto, es determinante para predecir las capacidades para que un individuo se convierta en emprendedor (Ali et al., 2022). De este modo se puede descubrir el compromiso y el deseo de las personas para emprender en un futuro próximo (Martín et al., 2023).

La intención emprendedora es la voluntad que tiene un individuo para aventurarse en un nuevo negocio (Bae et al., 2014). Ese contexto es el primer paso para la creación de una nueva empresa y lo que motiva a una persona para emprender (Bazan et al., 2020).

Las universidades tienen la responsabilidad de desarrollar e incrementar la intención emprendedora en sus estudiantes, incentivando a desarrollar habilidades, actitudes y conocimientos empresariales mediante la educación empresarial en el aula (Bretones & Radrigán, 2018). La intención emprendedora lleva a cabo un nuevo negocio o empresa que pueda generar el desarrollo de nuevas ideas y negocios (Phong et al., 2020). Entre las definiciones antes mencionadas y otras definiciones, para aclarar la intención emprendedora se muestran las siguientes definiciones en la Tabla 8.

Tabla 8

Definiciones de la intención emprendedora

Autor	Definición
Zampetakis y Moustakis (2006)	“La intención de un individuo de crear una empresa” (p. 415).
Guerrero et al. (2008)	“La intención de crear una empresa y la propensión a actuar” (p. 36).
Thompson (2009)	“Una convicción auto reconocida por una persona que tiene la intención de establecer una nueva empresa comercial y planea conscientemente hacerlo en el futuro” (p. 676).
Moriano et al. (2012)	“Se define como el estado consciente de la mente que precede a la acción y dirige la atención hacia una meta como iniciar un nuevo negocio” (p. 165).
Murugesan y Dominic (2013)	“La intención emprendedora se define como los esfuerzos de una persona para llevar a cabo un comportamiento emprendedor” (p. 688).
Heilbrunn y Almor (2014)	“La intención emprendedora se define como el compromiso de iniciar un nuevo negocio” (p. 448).
Boukamcha (2015)	“La intención emprendedora se define como un estado mental y un deseo de crear un nuevo negocio o emprender una actividad” (p. 598).
Ngoc y Huu (2016)	“La intención empresarial se define como el estado mental cada vez más consciente de que una persona desea iniciar una nueva empresa” (p. 105).
Nasip et al. (2017)	“La intención emprendedora se define como una perspectiva individual y la innovación de emprender una empresa propia o iniciar un nuevo negocio” (p. 829).

Nguyen (2018)	“Se pueden definir como una conciencia y convicción por parte de un individuo de establecer una nueva empresa comercial y planea hacerlo en el futuro” (p. 2).
Singh y Onahring, (2019)	“La intención emprendedora es el estado mental cada vez más consciente de que una persona desea iniciar una nueva empresa” (p. 3).
Phong et al. (2020)	“Se define como aquella persona que desea iniciar una empresa comercial y planea conscientemente hacerlo en el futuro, incluso si circunstancias impredecibles detienen este plan” (p. 4).
Zhang y Huang (2021)	“Disposiciones e ideas conductuales de los estudiantes universitarios que eligen emprender su propio negocio en el futuro” (p. 3).
Ali et al. (2022)	“El plan concreto o la intención sería de una persona de iniciar una empresa en un futuro próximo” (p. 65).
Martín et al. (2023).	“Forma de descubrir el deseo y el compromiso de las personas para crear nuevos emprendimientos” (p. 2)

En consecuencia, la definición considerada para la presente investigación es la de Thompson (2009) quien definió la intención emprendedora como “Una convicción auto reconocida por una persona que tiene la intención de establecer una nueva empresa comercial y planea conscientemente hacerlo en el futuro” (p. 676).

Bajo este marco, en la presente investigación se empleó la variable de intención emprendedora como medida unidimensional, tomando como referencia el modelo propuesto por Liao et al. (2022). Asimismo, se utilizaron los ítems desarrollados por dicho autor. Donde utilizó una escala de Likert 5 puntos, donde uno es igual a totalmente en desacuerdo y cinco totalmente de acuerdo (ver Tabla 9).

Tabla 9*Ítems de la variable dependiente intención emprendedora*

Variable Dependiente	Indicadores	Ítems
Intención Emprendedora	Objetivo profesional	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio
		Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.
	Interés de convertirse en empresario	Pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa
		Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.
Idea de iniciar un negocio	He considerado seriamente iniciar un negocio	
Intención firme de emprender	Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día	

Fuente: Liao et al. (2022).

2.2.4 Educación empresarial e Intención Emprendedora

La educación empresarial, conceptualizada por Li y Wu (2019); Viera et al. (2024), abarca actividades formativas en instituciones de educación superior que infunden conocimientos, habilidades y actitudes para fomentar la intención emprendedora en los estudiantes. Asimismo, es el conjunto de actividades académicas llevadas a cabo por las instituciones de educación superior con el fin de promover la creación de nuevas empresas (Almeida et al., 2021; Huber et al., 2024). Además, la educación empresarial puede transmitir la mentalidad y la intención emprendedora a los estudiantes para convertirse en emprendedores; e esta manera, estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos futuros que surjan en el ámbito empresarial (Wang et al., 2023; Wijayati et al., 2021). Bajo este marco, se considera que la educación empresarial es fundamental para fomentar la intención de emprender y promover la creación de nuevas empresas (Chang et al., 2022; Hassan et al., 2020). Por consiguiente, la universidad desempeña un papel importante al proporcionar educación

para despertar la intención emprendedora en sus estudiantes y prepararlos para tener éxito al iniciar su propio negocio (Bagis, 2022; Qudsia et al., 2022).

En relación a la intención emprendedora, Aristizábal et al. (2024); Rantanen y Toikko (2017) definieron como el plan concreto o la intención de una persona para crear una empresa en un futuro no muy lejano. Del mismo modo, es el estado de ánimo que impulsa a los estudiantes a emprender y crear un nuevo negocio (Tomy & Pardede, 2020). Es decir, es un proceso previo para convertirse en emprendedor, pero no asegura que el plan resulte en el establecimiento definitivo de una nueva empresa o negocio (Hossain et al., 2020). En ese contexto, la revisión de la literatura muestra que la intención emprendedora se considera uno de los factores decisivos en el comportamiento empresarial (Alferaih, 2022; Hsu et al., 2019; Neneh, 2019; Gelderen et al., 2018).

La educación empresarial ayuda a los estudiantes a adquirir las habilidades, conocimientos y actitudes que necesitan para establecer su propio negocio (Nguyen & Nguyen, 2023; Toufaily & Bou-Zakhem, 2024). Así mismo, se ha convertido en un componente esencial de la educación universitaria, con un enfoque creciente en el desarrollo del espíritu emprendedor entre los estudiantes (Fang & Chiu, 2024). Mientras que la intención emprendedora es un proceso de identificación, creación y desarrollo de oportunidades de negocio (Dragin et al., 2022). En este contexto, resulta crucial analizar la relación entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios (Nguyen & Nguyen, 2023; Toufaily & Bou-Zakhem, 2024; Qudsia et al., 2022).

La educación empresarial y la educación emprendedora son dos caras de la misma moneda, compartiendo similitudes que revelan su estrecha relación (Maxheimer & Nicholls-Nixon, 2022). Además, comparten el objetivo de preparar a los individuos para enfrentar los desafíos del mundo empresarial moderno (Morris & König, 2020). Además, tanto en la

educación empresarial como en la educación emprendedora se enfatiza la importancia del pensamiento crítico y la resolución creativa de problemas (Lynch et al., 2021).

Por otro lado, la intención emprendedora se refiere a la disposición psicológica de un individuo para iniciar y desarrollar un nuevo negocio (Bazan et al., 2020; Caniëls & Motylska-Kuźma, 2023; Pelegrini & Moraes, 2022). Esta intención se ve influenciada por una variedad de factores, incluyendo el entorno socioeconómico, las experiencias personales, las redes sociales y, significativamente, la educación recibida (Haddad et al., 2021). En ese sentido, una adecuada educación empresarial puede incrementar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios (Gao & Qin, 2022).

Brás et al. (2024); Nguyen y Nguyen (2023) encontraron que la educación empresarial contribuye a mejorar la capacidad empresarial de los estudiantes universitarios, mientras que la capacidad empresarial coopera en la creación y desarrollo de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. Además, la educación empresarial es uno de los factores que más influyen en la intención emprendedora de los estudiantes (Paray & Kumar, 2020). En ese contexto, la educación empresarial abarca una variedad de enfoques educativos diseñados meticulosamente con el propósito abarcador de fomentar, cultivar y fomentar las habilidades y actitudes empresariales de los estudiantes (Nunfam et al., 2022).

Bajo este marco en la actualidad, las universidades tienen como objetivo promover la educación empresarial en sus estudiantes para desarrollar las habilidades e intenciones de emprendimiento (Jena, 2020). Además, contribuyen considerablemente al desarrollo de sus estudiantes a través del proceso de aprendizaje que despierte sus habilidades empresariales (Zhang et al., 2022). Sin embargo, los estudiantes no emprenden por la falta de conocimiento y educación empresarial, sumado a ello el apoyo familiar, el miedo al fracaso y escasos recursos económicos (Arranz et al., 2019; Tomy & Pardede, 2020). En este sentido, Arranz et al. (2019) concluyeron que, para mitigar la falta de intenciones emprendedoras en los estudiantes, las

universidades deben fomentar las actividades formativas y programas que fomenten la perseverancia ante los problemas, fortalecer la confianza en uno mismo, despertar las habilidades empresariales, así como la creatividad. En efecto, estudios realizados por Gao y Qin (2022) indicaron que una adecuada educación empresarial puede incrementar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

La revisión de la literatura muestra que en China existe el desinterés de los estudiantes para emprender un negocio, a pesar de la implementación en programas de educación empresarial tanto en colegios como en universidades (Mei & Symaco, 2022; Sang & Lin, 2019). Este desinterés podría atribuirse a factores como la falta de economía por parte de los estudiantes, una mentalidad empresarial limitada, cultura emprendedora y un escaso desarrollo de la intención emprendedora, lo cual incrementa el desempleo para los estudiantes que recién terminan una profesión (Mukhtar et al., 2021; Kayed et al., 2022). En efecto, el gobierno y las universidades deben preocuparse por la falta de emprendimientos de los que recién se gradúan y concretar estrategias para fomentar el espíritu empresarial (Kusumojanto et al., 2020; Su et al., 2021).

Por otro lado, Doan y Phan (2020) indicaron que en Vietnam; los estudiantes tienen la mentalidad, el espíritu emprendedor y la intención para crear un negocio, pero por temor al riesgo, falta de financiamiento y el tiempo no pueden concretar sus intenciones emprendedoras. Además, Handayati et al. (2020) concluyeron que los estudiantes en Indonesia muestran el desinterés para emprender, en muchos casos debido al escaso financiamiento y competencias empresariales. En consecuencia, es recomendable que las universidades y los responsables políticos apoyen el emprendimiento través de actividades empresariales para fomentar la actividad empresarial en los estudiantes (Sansone et al., 2021).

En los países de América Latina como Colombia los estudiantes muestran el interés de emprender, pero existen factores que limitan el emprendimiento en estudiantes universitarios

tales como como el factor motivacional para crear nuevas empresas, escasos recursos económicos y la existencia de una alta tasa impositiva (Galvez et al., 2020). Del mismo modo, en Ecuador existen factores similares que afectan a las intenciones emprendedoras de los estudiantes, no obstante, la educación empresarial en las universidades ha ido evolucionando considerablemente para así poder combatir los factores negativos del emprendimiento que tienen como origen la informalidad y las economías sumergidas (Perez et al., 2022). Por consiguiente, los estudiantes muestran la falta de intenciones emprendedoras debido a la falta del financiamiento, temor al fracaso o el conocimiento para producir algo innovador (Morris et al., 2024; Tarapuez et al., 2018).

En el Perú, el emprendimiento es altamente reconocido a nivel de América Latina, siendo así uno de los primeros países con una gran percepción para empezar un negocio, como también existen diversas oportunidades para que el ciudadano pueda emprender (Romero et al., 2022). Por consiguiente, una gran cantidad de personas toman el emprendimiento como el interés de crear un negocio y progresar monetariamente (Serida et al., 2018). Por lo tanto, Mendoza (2018) mencionó que existen diferentes instituciones y empresas que promueven la educación empresarial mediante programas y cursos para los estudiantes que tienen la intención de emprender. A pesar de ello, existe la brecha para emprender principalmente debido al escaso financiamiento y el temor al fracaso (Romero et al., 2022; Shahzad et al., 2021). Así mismo, el contexto político y la crisis por la pandemia han limitado el emprendimiento en los estudiantes (Chávez et al., 2022).

Además, los emprendimientos en el país tienen algunas dificultades para poder ser sostenible y mantenerse durante el tiempo, por lo cual estos emprendimientos son creados en su mayoría por jóvenes, quienes desconocen de la gestión empresarial, sumado a ello la inexperiencia en el ámbito empresarial, incrementando así el fracaso para emprender (Salas, 2019).

En el lugar elegido para la presente investigación, la Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca sede Bambamarca, los estudiantes podrían tener limitantes como el escaso financiamiento, el temor al fracaso, la falta de conocimientos y habilidades empresariales. Bajo este marco, estas limitaciones concuerdan con las expuestas por; Elliott et al. (2020), el género, limitada educación empresarial (Elliott et al., 2020; Mukhtar et al., 2021), cultura empresarial (Kayed et al., 2022; Mukhtar et al., 2021), falta de financiamiento (Romero et al., 2022; Shahzad et al., 2021), el miedo al fracaso (Do Paço et al., 2015; Romero et al., 2022) así como la falta de conocimientos y habilidades empresariales (Badawi et al., 2019) el apoyo familiar (Shahzad et al., 2021). En ese contexto, Ekore y Okekeocha (2012) mencionaron que para mitigar la falta de emprendimiento es importante incentivar las intenciones empresariales de los estudiantes de educación superior. Las consecuencias que podría traer este problema serían las siguientes: el incremento del desempleo (Rodríguez & Pedraja 2016), incremento de la pobreza (Morris et al., 2020) y dependencia laboral (Ratten & Jones, 2021).

Por consiguiente, la revisión de literatura muestra que la intención emprendedora ha tomado relevancia en estudios empresariales debido a que juega un papel determinante para reconocer oportunidades y convertirse en emprendedor (Caniëls & Motylska-Kuźma, 2023; Pelegrini & Moraes, 2022). Asimismo, es una alternativa es la creación de empresas puesto que tienen un rol fundamental en la economía de un país, ya que reducen el desempleo, crea oportunidades de trabajo y ayuda a aumentar el crecimiento económico de un país (Keyhani & Kim, 2020; Ratten & Jones, 2021; Shahzad et al., 2021). Asimismo, el emprendimiento alivia la pobreza, disminuye el desempleo y aumenta el nivel de vida (Mukhtar et al., 2021).

Las investigaciones sobre la relación entre educación empresarial e intención emprendedora realizadas durante los últimos años muestran resultados contradictorios. Por ejemplo, Doan y Phan (2020); Handayati et al. (2020); Kayed et al. (2022); Lv et al. (2021);

Nguyen y Nguyen (2023); Otache et al. (2024); Qudsia et al. (2022); Wang et al. (2023); Wijayati et al. (2021); encontraron que la educación empresarial tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora. Por su parte, Oosterbeek et al. (2010) encontraron que el efecto de la educación empresarial sobre la intención emprendedora fue negativo. Así mismo, Nabi et al. (2018) encontraron que la influencia de la educación empresarial es variable, incluso en algunos casos disminuyen las intenciones emprendedoras de los estudiantes en las primeras etapas de la educación. Por otro lado, Mukhtar et al. (2021) no encontraron una diferencia significativa entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios.

La diversidad de los resultados inconsistentes podría atribuirse a: los diferentes tamaños de muestra o la falta de rigurosidad científica y estandarización durante el análisis de los datos (Lopez & Alvarez, 2019). Las limitaciones de la herramienta de medición, es decir su aplicabilidad se restringe únicamente a muestras obtenidas en un lugar específico, lo cual impide su generalización a otras poblaciones (Duval-Couetil, 2013). Por ejemplo, algunas investigaciones han empleado el análisis de correspondencias múltiples (ACM) y regresión logística (RL) (Tarapuez et al., 2018). También se han empleado modelos de regresión lineal de mínimos cuadrados ordinarios (OLS) (Gilmartin et al., 2019; Zhao et al., 2020). Por consiguiente, ante los resultados controversiales obtenidos en las mediciones, es recomendable usar una regresión de mínimos cuadrados dado a que es mayor mente utilizado por la literatura. Por otro lado, la educación empresarial muestra importantes disparidades entre las distintas áreas de conocimiento, lo que se traduce en notables variaciones en sus respectivos impactos (Passoni & Glavam, 2018; Teixeira & Forte-Portela, 2017).

Finalmente, la literatura respecto a este tema muestra que las investigaciones se han centrado la mayoría en países desarrollados de occidente (Nguyen & Nguyen, 2023). Sin embargo, existe la necesidad de investigar estos temas en países en desarrollo (Alshagawi &

Ghaleb, 2022). Particularmente en instituciones de nivel superior, por consiguiente, la presente investigación pretende determinar la relación entre la educación empresarial con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del sector público en países en desarrollo (Qudsia et al., 2022).

2.3 Hipótesis de la Investigación

2.3.1 Hipótesis General

La educación empresarial se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

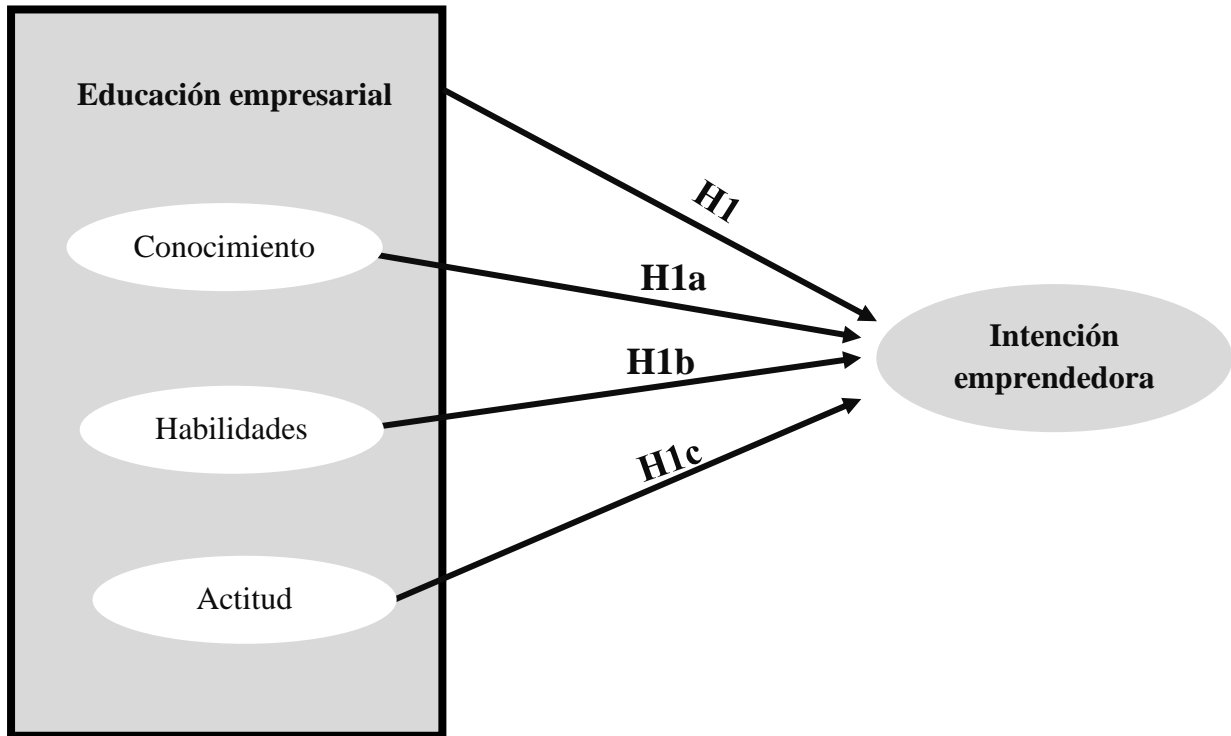
2.3.2 Hipótesis Específicas

- El conocimiento se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.
- Las habilidades se relacionan con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.
- La actitud se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

2.4 Modelo Teórico de la Investigación

Figura 1

Modelo Teórico de la Investigación



Fuente: Bratianu et al. (2020); Qudsia et al. (2022).

2.5 Mapa de revisión de literatura

La revisión de la literatura se fue deduciendo de la general a lo particular con relación a la educación empresarial e intención emprendedora, con la finalidad de explicar la importancia y las relaciones existentes en ambas variables.

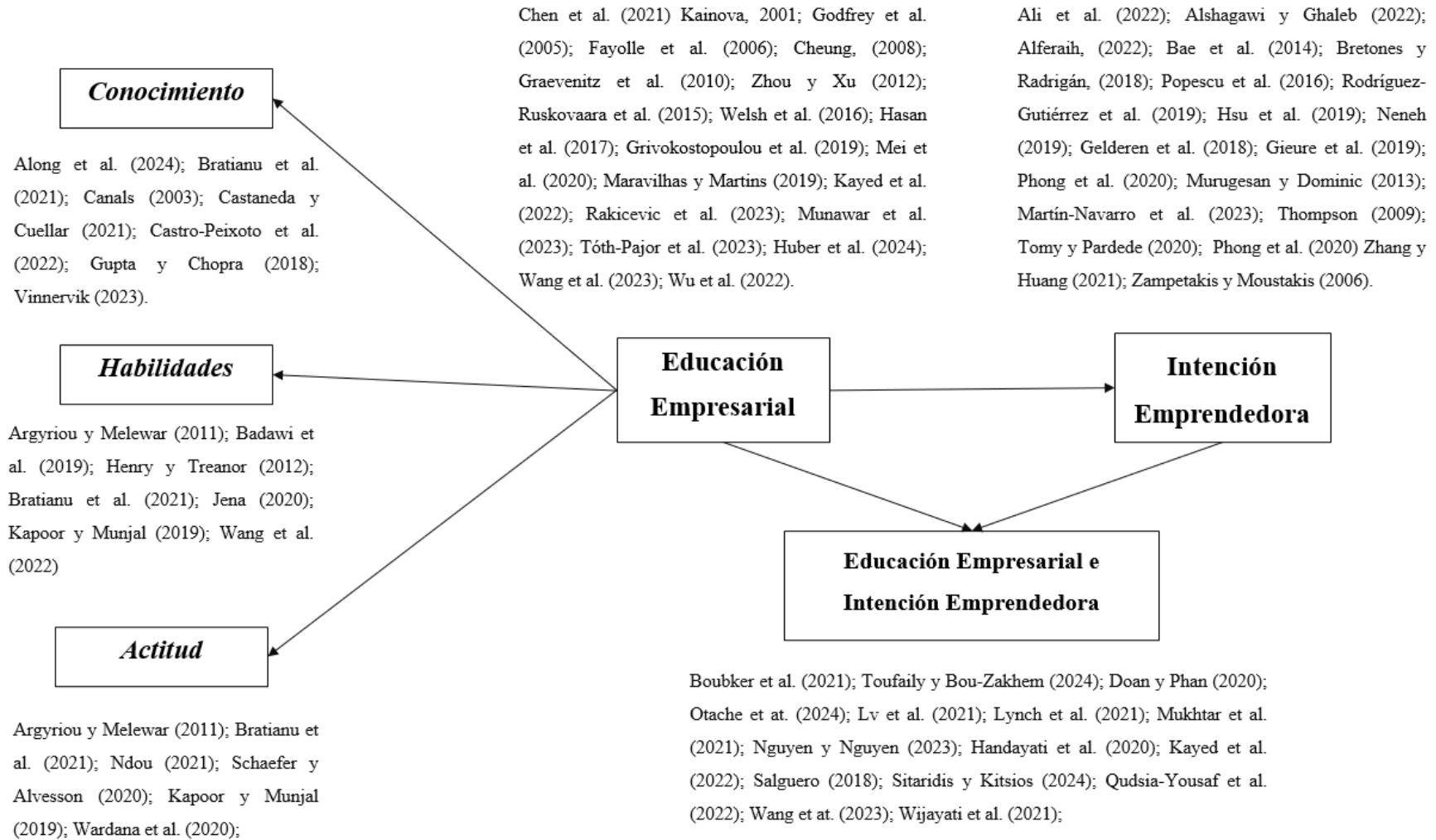
Asimismo, se presentó una revisión exhaustiva de la literatura vinculada a la relación entre la educación empresarial e intención emprendedora en los estudiantes universitarios. El propósito principal radicó en dilucidar la relevancia de estas variables y sus interconexiones. En este sentido, la revisión bibliográfica se desarrolló siguiendo un enfoque que transitó desde lo general hacia lo particular, revelando el cuerpo de conocimiento existente sobre la interacción entre la educación empresarial e intención emprendedora.

Con el propósito de obtener resultados exhaustivos de la literatura pertinente, se recurrió a la consulta de diversas bases de datos académicas, se usaron las bases de datos Web of Science, Scopus, Dialnet, Alicia y Google Académico. Asimismo, para llevar a cabo esta búsqueda de papers se emplearon términos clave específicos como: (a) “Entrepreneurship education”, (b) “Knowledge”. (c) “Skills”; (d) “Attitude”, (e) “Entrepreneurial intention”, (f) “Entrepreneurial education on entrepreneurial intention”

Mediante la revisión bibliográfica se explican las dos variables y sus respectivas dimensiones que inciden en el ámbito investigativo. Se busca así evidenciar los debates suscitados en torno a la interrelación entre la educación empresarial e intención emprendedora. En consecuencia, la estructura de la revisión literaria se organiza de la siguiente manera: (a) Educación empresarial, (b) dimensiones de educación empresarial (conocimiento, habilidades y actitud); (c) Intención emprendedora; (d) Educación empresarial e intención emprendedora.

Figura 2

Mapa de literatura.



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Localización Geográfica de la Investigación

El presente estudio se consideró a los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios Universidad Nacional de Cajamarca-Filial Bambamarca.

Se ubica en la zona urbana de la ciudad de Bambamarca, en el pasaje universitario S/N ex plaza pecuaria, en la provincia de Hualgayoc.

Figura 3

Ubicación geográfica de la zona de estudio.



Fuente: Google Earth

3.3.Unidad de Análisis, Población y Muestra

3.3.1. Unidad de análisis

La unidad de análisis está representada por los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca Filial Bambamarca, para determinar su relación de la educación empresarial e intención emprendedora.

3.3.2. Población

La población del estudio se compuso de un total de 88 estudiantes de Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca-filial Bambamarca, matriculados durante el período académico 2023-II.

Tabla 10

Número de estudiantes por ciclo académico

Nº	Ciclo	Estudiantes
1	IV	27
2	VI	15
3	VIII	18
4	X	28
Total		88

3.3.3. Muestra

En la investigación sobre la educación empresarial e intención emprendedora en los estudiantes universitarios, se ha establecido criterios de selección de muestra rigurosos para garantizar resultados confiables y representativos. Se tomó la muestra desde el IV al X semestre, porque se asume que los estudiantes en los tres primeros semestres adquirieron conocimientos sobre emprendimiento, puesto que, con la presente investigación se buscó conocer su percepción acerca de la educación empresarial que brinda la universidad, y como esta se relaciona con la intención emprendedora de los estudiantes.

Se utilizó el muestreo no probabilístico intencional (Hernández et al., 2014), eligiendo a los estudiantes a partir del IV ciclo matriculados en el semestre académico 2023-II. El muestreo probabilístico no es necesario cuando se trata de comprobar proposiciones teóricas, pudiendo usarse muestras no probabilísticas (Calder et al., 1982).

Tabla 11

Muestra de la investigación

Nº	Ciclo	Varones	Mujeres	Total	%
1	IV	17	10	27	31%
2	VI	6	9	15	17%
3	VIII	10	8	18	20%
4	X	8	20	28	32%
Total		41	47	88	100%

3.3 Materiales

- *Material audiovisual:* Videos de YouTube y cámara de celular.
- *Material informático:* Base de datos de Web of Science, Scopus, Dialnet, Alicia Concytec y Google Académico, laptop, programas de SPSS versión 27, JASP 0.18.1.0., teléfono celular, memoria USB, Microsoft Office 365 e internet.
- *Materiales de escritorio:* cuaderno de apuntes, engrapador, lapiceros, papel bond A4, fichas, plumones, resaltadores, fólder manila, sobre manila, libros, reglas, tablero, mesa, silla y corrector

3.4 Metodología

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, según Hernández et al. (2014) es “secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se

establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis” (p.4)

La presente investigación tiene un alcance correlacional y de tipo no experimental de corte transversal. Ya que no se manipulan las variables, sino que se observan y analizan fenómenos de una realidad concreta en relación con su contexto natural y se centrará en analizar las variables en un solo momento respectivamente.

Diseño no experimental, según Hernández et al. (2014) “se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, transversal se recopilan datos en un momento único y correlacional donde la investigación puede limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar relaciones causales” (p.127).

Tabla 12

Tipificación de la investigación según los criterios más importantes

Criterios	Tipo de investigación
Tipo de investigación	Básica
Enfoque	Cuantitativo
Alcance	Correlacional
Diseño de investigación	No experimental de tipo transversal
Método	Hipotético deductivo
Muestreo	No probabilístico intencional
Marco muestral	Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios
Fuente de datos	Estudiantes
Validez y confiabilidad	Alfa de Cronbach y validación de expertos
Técnicas	Encuestas
Instrumentos	Cuestionario
Softwares utilizados	SPSS FOR Windows V 28 y JASP version 0.18.1.0

3.5 Análisis estadístico

El análisis se realizó mediante estadística inferencial, “para probar hipótesis y estimar parámetros” (Hernández et al. 2014, p. 229). Se obtuvo un p-valor $< 0,05$, lo cual, indica utilizar pruebas no paramétricas, ya que los datos provienen de una distribución no normal, y para comprobar la relación de las hipótesis se aplicó el estadístico de Rho Spearman, porque la muestra de la investigación es mayor a 50.

A continuación, se muestra la Tabla 13 de distribución de normalidad para tomar decisiones de cual estadístico utilizar para las correlaciones.

Tabla 13

Cuadro comparativo de análisis Paramétricos y No paramétricos (Hernández et al., 2014)

Distribución de normalidad	
Paramétricas ($p > 0.05$)	No paramétricas ($p < 0.05$)
T de Student para muestras independientes.	U Mann Whitney.
T de Student p/muestras pareadas.	T de Wilcoxon.
Correlación de Pearson.	Correlación de Spearman.
ANOVA	KrusKall Wallis.
ANCOVA	Chi cuadrado.
	Mc. Nemar

Por otro lado, en la Tabla 14 se muestran las reglas de interpretación de correlación de Rho de Spearman propuestos por Hernández et al. (2014) para la contrastación de hipótesis.

Tabla 14*Reglas de interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman*

Rho	Grado de relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
- 0.76 a - 0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

La relación puede ser directa (+) o inversa (-)

Fuente: Hernández et al. (2014). *Manual de Metodología de la Investigación*.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de Educación Empresarial e Intención Emprendedora en los Estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

4.1 Datos Generales

4.1.1 Características demográficas de la población de estudio

Los datos que se presenta a continuación, permiten tener algunas características de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca-filial Bambamarca, referente a las variables edad, sexo, ciclo académico, lugar de procedencia, ocupación principal de los padres y la zona de procedencia.

a) Edad de los estudiantes

La Tabla 15 muestra la edad de los estudiantes universitarios de Ingeniería en Agronegocios donde. La edad promedio es de 21 años, así como la edad mínima es de 18 años y la edad máxima es de 31 años. Además, se observa que la mayoría de los estudiantes tienen de 18 años a 22 años (77%) mayormente los estudiantes del IV ciclo académico, seguido de 23 años a 27 años (19%) mayormente los estudiantes del X ciclo académico. Por otro lado, se identificó que únicamente un reducido porcentaje de la muestra tiene entre 27 y 31 años (3%). Estos datos concuerdan con el estudio de Salas (2019), en donde la mayoría de los estudiantes tenían entre 19 años a 21 años (42.5%), el 37.5% tenían de 21 años a 23 años, el 12.5% tenían de 24 años a 26 años y solo el 7.5% tenían más de 27 años.

Tabla 15*Edad de los estudiantes*

Edad (años)	Ciclo académico actual				Estudiantes	%
	IV	VI	VIII	X		
18-22	27	12	14	15	68	77%
23-27	0	3	4	10	17	19%
28-31	0	0	0	3	3	3%
Total	27	15	18	28	88	100%

b) Sexo de los estudiantes

En la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios, se identificaron 88 estudiantes de los cuales 47 son mujeres que representan el 53% y 41 varones que representan el 47%. El X Ciclo tiene el mayor número de estudiantes (28), con una proporción significativamente mayor de mujeres (20) en comparación con los varones (8), el IV tiene 17 varones y 10 mujeres, asimismo el VIII está integrado por 10 varones y 8 mujeres y mientras que el VI Ciclo tiene el menor número de estudiantes (15) de los cuales 6 son varones y 9 son mujeres (ver tabla 16). Estos datos concuerdan con el estudio de Salas (2019), en donde la mayoría de los estudiantes fueron del sexo femenino representado el 60% y mientras que solo el 40% del sexo masculino. Así mismo, Huamán y Torres (2020), en su investigación identificaron que el 57.23% fueron mujeres y el 42.77% fueron varones. Por su parte Coila (2019) en su estudio encontraron que del total de los estudiantes encuestados el 48% fueron del sexo femenino y el 52% fueron del sexo masculino.

Tabla 16*Sexo de los estudiantes universitarios*

Ciclo académico actual	Sexo		Estudiantes	%
	Varones	Mujeres		
IV Ciclo	17	10	27	31%
VI Ciclo	6	9	15	17%
VIII Ciclo	10	8	18	20%
X Ciclo	8	20	28	32%
Total	41 (47%)	47 (53%)	88	100%

c) Lugar de procedencia de los estudiantes

En la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, de un total de 88 estudiantes, el 68% provienen de la provincia de Hualgayoc, el 17% son naturales de la provincia de Chota, mientras que estudiantes de San Ignacio y Celendín representan el 5% cada uno respectivamente, por otro lado, estudiantes naturales de Jaén representan el 3% y finalmente estudiantes naturales de Cajamarca y Cutervo representan el 1% cada uno (ver tabla 17). Por lo tanto, se puede decir que la gran mayoría de los estudiantes provienen de la provincia de Hualgayoc lo cual está distribuido en sus tres distritos: Bambamarca, Hualgayoc y Chugur.

Tabla 17

Lugar de procedencia de los estudiantes

Lugar	Estudiantes	%
Hualgayoc	60	68%
Chota	15	17%
Jaén	3	3%
San Ignacio	4	5%
Cajamarca	1	1%
Cutervo	1	1%
Celendín	4	5%
Total	88	100%

4.1.2 Datos Descriptivos

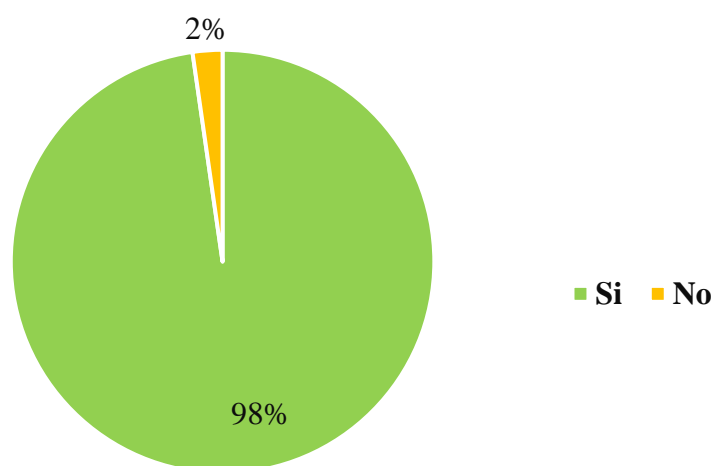
a) Cursos de la escuela

En la Figura 4 se muestra la percepción sobre la influencia de los cursos de la escuela en el proceso de emprender un negocio. Según los datos presentados, un 98% de los encuestados cree que sí hay una influencia de los cursos de escuela en cómo emprender un negocio. Por otro lado, sólo un 2% piensa que no hay tal influencia. Esto indica una opinión casi unánime en favor de la importancia de la educación empresarial en la universidad. Estos

datos concuerdan con el estudio de Coila (2019), en donde se determinó que el 64.4 % consideran que los cursos si influyen en emprender un negocio y el 35.6% menciono que no influye. Además, Escobedo et al. (2020), en su investigación indicaron el que el 90% considera que los cursos si influyen en emprender un negocio, mientras que el 10% considera que no influye.

Figura 4

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



b) Métodos para obtener conocimientos empresariales los estudiantes

En la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, de un total de 88 estudiantes; el 39% mencionó que la visita a empresas es la más frecuente con un 39%, seguida por utilizar recursos y plataformas en línea el 26%, proyectos empresariales el 20%, y estudios de casos el 15% (ver Tabla 18); reflejando la importancia de la visita a campo principalmente a empresas. Estos resultados concuerdan con Escobedo et al. (2020), donde los estudiantes consideraron el método de adquirir conocimiento, respecto a las visitas a empresas consideraron un 45%, respecto a las plataformas en línea un 30% y mientras que respecto a proyectos empresariales un 25%.

Tabla 18

Métodos que utiliza con mayor frecuencia para obtener conocimiento

Métodos	Estudiantes	%
Estudios de casos	13	15%
Proyectos empresariales	18	20%
Visita a empresas	34	39%
Utilizar recursos y plataformas en línea	23	26%
Total	88	100%

c) Participación en capacitaciones empresariales de los estudiantes

En la tabla 19 se muestra que, de 88 estudiantes encuestados, un 74% (65 estudiantes) ha participado previamente en capacitaciones empresariales, mientras que un 26% (23 estudiantes) no lo ha hecho. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes universitarios considerados en este estudio han buscado activamente mejorar sus habilidades y conocimientos empresariales a través de las capacitaciones. Estos hallazgos coinciden con Sánchez et al. (2022), en su estudio encontraron que el 41.5% participan en capacitaciones relacionados con emprendimiento, mientras que el 58.5% no participa.

Tabla 19

Participación previa en capacitaciones empresariales

Participación	Estudiantes	%
Si	65	74%
No	23	26%
Total	88	100%

d) Frecuencia de asistencia a capacitaciones empresariales

En la tabla 20 se muestra que, de 65 estudiantes que asisten a las capacitaciones, la mayoría (31%) asiste quincenalmente, mientras que las frecuencias semanal, mensual y trimestral tienen cada una el mismo porcentaje de asistencia, con un 23%. Esto indica una

preferencia moderada por capacitaciones más frecuentes, siendo las sesiones quincenales las más populares.

Tabla 20

Frecuencia de asistencia a capacitaciones empresariales

Frecuencia	Estudiantes	%
Semanal	15	23%
Quincenal	20	31%
Mensual	15	23%
Trimestral	15	23%
Total	65	100%

e) Tipo de capacitaciones recibidas

En la Figura 5 se muestra que, de las capacitaciones recibidas, un 43% corresponden a temas sociales sobre emprendimiento, lo cual es la categoría más prevalente, seguida por un 29% en negocios agrarios y un 28% en negocios industriales, indicando una marcada preferencia por el desarrollo de habilidades sociales en el ámbito del emprendimiento. Estos resultados coinciden con la investigación de Bendezú (2022), donde se evidencio que el 55% de los estudiantes han recibido capacitaciones sobre emprendimiento, el 30% manejo de relaciones humanas y solo el 10% en administración de negocios.

Figura 5

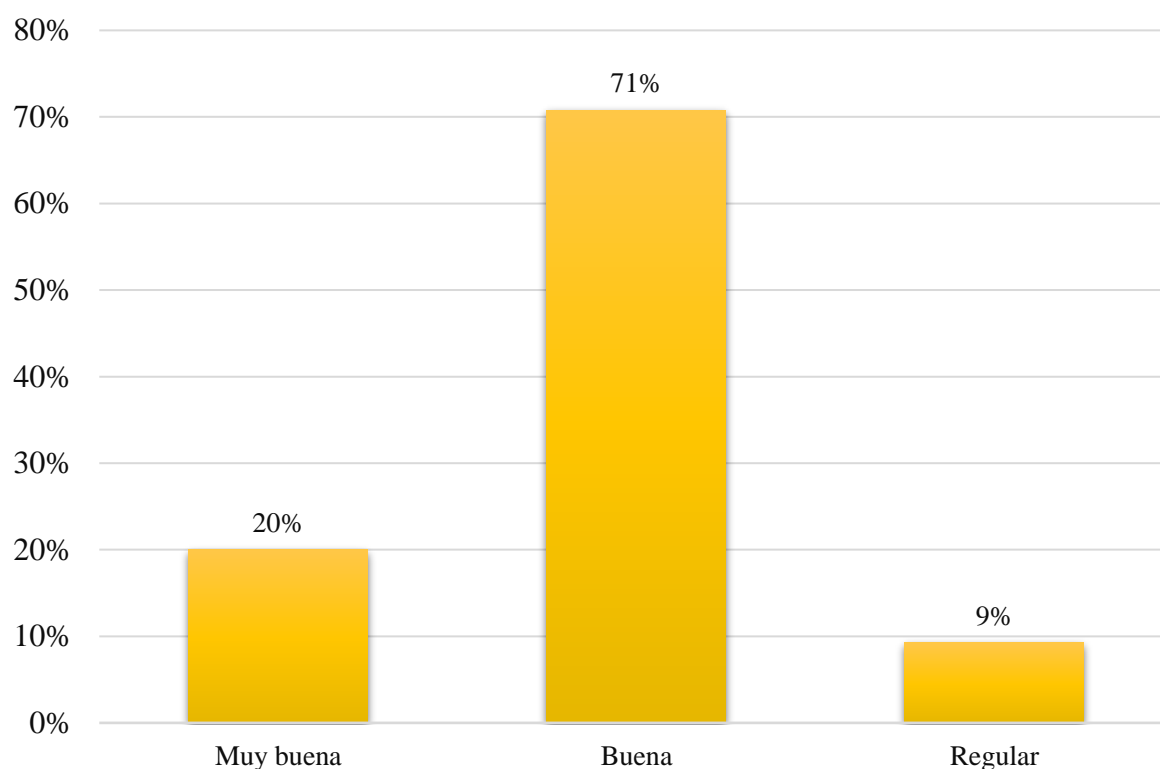
Las capacitaciones recibidas han sido en.



En la Figura 6 se muestra que la mayoría de los participantes califican las capacitaciones recibidas positivamente, con un 71% dando una calificación de buena, un 20% dando una calificación de muy buena y solo un 9% dando una calificación de regular. Esto demuestra una percepción generalmente positiva de la calidad de las capacitaciones, con una gran cantidad de respuestas que indican satisfacción y sólo una minoría que las considera aceptables.

Figura 6

Cómo califica las capacitaciones recibidas.



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

En la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, de un total de 88 estudiantes; la motivación personal con el 35% y las experiencias personales con el 33% son los principales factores, seguidos por modelos a seguir con el 23% y apoyo familiar y social 9% (ver Tabla 21). Esto demuestra que las motivaciones tienen un mayor impacto en sus intenciones de emprender de los estudiantes. Dichos resultados coinciden con Escobedo et al. (2020), los factores que los estudiantes consideran que influyen en la intención emprendedora, destacan las experiencias personales (45%), motivación personal (35%), modelos a seguir 25% respectivamente.

Tabla 21

Factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios

Factores	Estudiantes	%
Experiencias personales	29	33%
Modelos a seguir	20	23%
Apoyo familiar y social	8	9%
Motivación personal	31	35%
Total	88	100%

4.1.3 Educación Empresarial

Los resultados se presentan tomando en cuenta las dimensiones de la educación empresarial; el conocimiento, las habilidades y la actitud.

a) Conocimiento

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de la dimensión conocimiento en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca.

Tabla 22

Conocimiento en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios

Conocimiento	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni, en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente en desacuerdo		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Conocimiento explícito											
Aprendo principalmente de mis profesores.	40	45%	40	45%	0	0%	8	10%	0	0%	88
Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas.	30	34%	48	55%	2	2%	8	9%	0	0%	88
Aprendo principalmente de fuentes virtuales	26	30%	48	55%	4	5%	10	10%	0	0%	88
Conocimiento tácito											
Aprendo principalmente de cursos empresariales impartidos en la universidad.	31	35%	44	50%	3	3%	10	11%	0	0%	88
Aprendo principalmente de cursos vacacionales.	24	27%	48	55%	2	2%	12	14%	2	2%	88
Aprendo principalmente de charlas y capacitaciones empresariales.	25	28%	58	66%	0	0%	5	6%	0	0%	88

En la Tabla 22 se muestra que, del total de los estudiantes encuestados, el 45% mencionó estar de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, aprender principalmente de los profesores y mientras que solo el 10% se mostró en desacuerdo.

En cuanto a la interrogante aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas, el 55% manifestó estar de acuerdo, el 34% totalmente de acuerdo, así mismo el 2% se mostró indiferente y el 9% indicaron estar en desacuerdo.

Respecto a la interrogante, aprendo principalmente de fuentes virtuales, el 55% manifestó estar de acuerdo, el 34% totalmente de acuerdo, así mismo el 5% se mostró indiferente y mientras que el 10% indicaron estar en desacuerdo.

Además, se preguntó sobre si aprenden principalmente de los cursos empresariales impartidos en la universidad, en donde el 50% estuvo de acuerdo, el 35% totalmente de acuerdo, mientras que el 5% se mostró indiferente y solo el 11% manifestó estar en desacuerdo.

Así mismo, se preguntó si los estudiantes aprenden principalmente de cursos vacacionales, en donde el 55% estuvo de acuerdo, el 27% totalmente de acuerdo, el 2% se mostró indiferente, el 14% se mostró en desacuerdo y solo el 2% totalmente en desacuerdo.

Finalmente se preguntó si los estudiantes aprenden principalmente de charlas y capacitaciones empresariales, el 66% estuvo de acuerdo, el 28% totalmente de acuerdo y mientras que solo el 6% se mostró en desacuerdo.

Estos resultados concuerdan con Sánchez et al. (2022), en donde respecto al conocimiento recibido en la universidad les ayudara a iniciar su propio negocio el 74% menciona estar de acuerdo y el 26% indico no estar de acuerdo.

Tabla 23*Nivel de conocimiento de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

Conocimiento		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	9%
Medio	26	30%
Alto	54	61%
Total	88	100%

En la tabla 23 se muestra los niveles del conocimiento de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios; del total de los estudiantes encuestados, el 61% tiene un nivel alto, mientras que un 30% posee un nivel medio y el 9% posee un nivel bajo respecto al conocimiento. Por su parte Escobedo et al. (2020), encontraron que el 60% de los estudiantes tienen un nivel alto de conocimiento, el 30% un nivel medio y el 10% un nivel bajo respectivamente.

b) Habilidades

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de la dimensión habilidades en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca.

Tabla 24*Habilidades en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

Habilidades	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni, en desacuerdo		De desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Aprender a aprender</i>											
Aprender a aprender es más importante que acumular información.	40	45%	39	44%	0	0%	9	11%	0	0%	88
Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar	36	41%	45	51%	2	2%	5	6%	0	0%	88
En los negocios, necesitamos aprender toda la vida	34	39%	49	56%	1	1%	4	5%	0	0%	88

<i>Resolución de problemas</i>											
Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios	20	23%	56	64%	0	0%	12	13%	0	0%	88
Las asignaturas hasta ahora cursadas en la escuela me ayudaran a fortalecer mis habilidades empresariales	24	27%	54	61%	3	3%	7	8%	0	0%	88
En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones	41	47%	42	48%	0	0%	5	6%	0	0%	88

Los resultados de la tabla 24 muestra que, del total de los estudiantes encuestados, el 45% manifestó estar totalmente de acuerdo que aprender a aprender es más importante que acumular información, el 44% indicó estar de acuerdo y mientras que solo el 11% respondió estar en desacuerdo.

También se preguntó si consideran que aprender a aprender significa desarrollar su forma de pensar, el 51% manifestó estar de acuerdo y el 41% respondió estar totalmente de acuerdo; mientras que el 6% manifestó estar en desacuerdo y el 2% se mostró indiferente.

Respecto a la interrogante, en los negocios necesitamos aprender toda la vida, el 56% respondió estar de acuerdo, el 39% indicó estar totalmente de acuerdo, el 5%, manifestó estar en desacuerdo y mientras que el 1% se mostró indiferente.

Así mismo se preguntó si los profesores les enseñan cómo resolver problemas de negocios, el 64% respondió estar de acuerdo, el 23% indicó estar totalmente de acuerdo y mientras que el 13% manifestó estar en desacuerdo.

Además, se preguntó si las asignaturas cursadas en la escuela le ayudarán a fortalecer sus habilidades, en donde el 61% mencionó estar de acuerdo, el 27% respondió totalmente de acuerdo; mientras que el 3% se mostró indiferente y el 6% mencionó estar en desacuerdo.

También se preguntó si en los negocios los problemas tienen varias soluciones, en donde el 48% respondió estar de acuerdo, el 47% mencionó estar totalmente de acuerdo; mientras que el 6% manifestó estar en desacuerdo.

Dichos resultados concuerdan con Coila (2019), donde encontró que 16.3% de los estudiantes no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a los cursos hasta ahora cursados en la escuela me ayudaran a fortalecer mis habilidades empresariales, el 54% indicaron estar de acuerdo mientras que el 29.7% mencionaron estar en desacuerdo; además encontró que más del 50% de los estudiantes consideran que los cursos influyen en mejorar sus habilidades empresariales.

Tabla 25

Nivel de Habilidades de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios

Habilidades		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	14%
Medio	25	28%
Alto	51	58%
Total	88	100%

En la tabla 25 se muestra el nivel de la dimensión habilidades en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios, el 58% tiene un nivel alto, el 28% tiene un nivel medio y el 14% tiene un nivel bajo respecto a las habilidades. Estos resultados concuerdan con Sánchez et al. (2022) en su estudio realizado encontraron que el 40% tiene un nivel alto de habilidades empresariales, el 45% tiene un nivel medio y el 15% un nivel bajo.

c) Actitud

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de la dimensión actitud en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca.

Tabla 26*Actitud en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

Actitud	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni, en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente en desacuerdo		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Motivación											
El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación	28	32%	52	59%	5	6%	3	3%	0	0%	88
La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios	47	53%	36	41%	4	5%	1	1%	0	0%	88
La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles en los negocios.	34	39%	46	52%	3	3%	5	6%	0	0%	88
Inteligencia social											
La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.	34	39%	47	53%	2	2%	5	6%	0	0%	88
La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.	31	35%	51	58%	1	1%	5	6%	0	0%	88
Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos	49	56%	37	42%	1	1%	1	1%	0	0%	88

Se preguntó a los estudiantes si el aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación, el 59% manifestó estar de acuerdo, el 32% señaló estar totalmente de acuerdo, 6% se mostró indiferente y mientras que solo el 3% respondió estar en desacuerdo que el aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación.

Además, se preguntó si la motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios, el 53% respondió estar totalmente de acuerdo, el 41% indicó estar de acuerdo, el 5% se mostró indiferente y solo el 1% manifestó estar en desacuerdo.

En cuanto a la interrogante la motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles en los negocios, el 52% manifestó estar de acuerdo, el 39% se mostró totalmente de acuerdo, así mismo el 6% mencionó estar en desacuerdo y el 3% se mostró indiferente.

Así mismo, se preguntó si la inteligencia emocional es esencial para hacer negocios, el 53% estuvo de acuerdo, el 39% totalmente de acuerdo, mientras que el 6% manifestó estar en desacuerdo y el 2% se mostró indiferente.

También, se preguntó si la gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos, el 58% mencionó estar de acuerdo, el 35% señaló estar totalmente de acuerdo, mientras que el 6% manifestó estar en desacuerdo y el 1% se mostró indiferente.

Finalmente se preguntó si hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos, el 56% se mostró totalmente de acuerdo, el 42% manifestó estar de acuerdo, mientras que el 1% se mostró indiferente y en desacuerdo respectivamente.

Estos resultados coinciden con Lloja et al. (2021), en su investigación determinaron que el 43% está de acuerdo que las actitudes impulsan emprender un negocio, el 30% se mostró indiferente y mientras que 27% indico estar en desacuerdo.

Tabla 27

Nivel de actitud de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios

Actitud		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	3%
Medio	29	33%
Alto	56	64%
Total	88	100%

En la tabla 27 se muestra el nivel de la dimensión actitud en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios, el 64% tiene un nivel alto, el 33% tiene un nivel medio y solo el 3% tiene un nivel bajo respecto a la actitud en los estudiantes universitarios. Estos datos concuerdan con el estudio de Bendezú (2022), en donde la mayoría de los estudiantes tenían un nivel de actitud alto (64%), un 9.2% un nivel medio y solo el 0.8% un nivel de actitud bajo. Además, Salguero (2018), en su investigación encontró que el nivel de actitud en los estudiantes el 45.2% tienen

un nivel alto, el 20.5% tiene un nivel medio y el 34.3% tiene un nivel bajo respecto a las actitudes emprendedoras.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de educación empresarial en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca.

Tabla 28

Nivel de educación empresarial de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios

Educación empresarial		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	2%
Medio	28	32%
Alto	58	66%
Total	88	100%

En la tabla 28 se muestra los niveles de la educación empresarial de los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios, el 66% tiene un nivel alto de educación empresarial, mientras que un 32% posee un nivel medio y solo un 2% posee un nivel de educación baja. Esto se debe a diferentes factores como la malla curricular de la escuela, las capacitaciones en temas empresariales de los estudiantes entre otros. Estos datos concuerdan con el estudio de Bendezú (2022); en donde el 37% tiene una educación empresarial alta, el 59.9% un nivel medio y solo el 3.4% tiene un nivel bajo; por su parte, Coila (2019) encontró que el 25.9% de los estudiantes tienen un nivel alto de educación empresarial, el 47.4% tiene un nivel medio de educación empresarial y mientras que 26.7% tiene un nivel bajo de educación empresarial.

4.1.4 Intención Emprendedora

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la variable intención emprendedora en los estudiantes de ingeniería en agronegocios de la universidad Nacional de Cajamarca.

Tabla 29*Intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios*

Intención emprendedora	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni, en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente en desacuerdo		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio.	45	51%	41	47%	0	0%	2	2%	0	0%	88
Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.	46	52%	38	43%	2	2%	2	2%	0	0%	88
Pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa	45	51%	40	45%	1	1%	2	2%	0	0%	88
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	54	61%	31	35%	1	1%	2	2%	0	0%	88
He considerado seriamente iniciar un negocio	46	52%	39	44%	0	0%	3	4%	0	0%	88
Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día	58	66%	26	30%	3	3%	1	1%	0	0%	88

En la Tabla 29 se muestra que, del total de los encuestados, más de la mitad de los estudiantes están totalmente de acuerdo en hacer cualquier cosa para convertirse en propietarios de un negocio, el 47% mencionó estar de acuerdo y mientras que solo el 2% manifestó estar en desacuerdo.

En cuanto a la interrogante si mi objetivo profesional es convertirme en empresario, el 52% manifestó estar totalmente de acuerdo, el 43% respondió estar de acuerdo, así mismo el 2% se mostró indiferente y en desacuerdo respectivamente.

En cuanto a la pregunta, pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa, en donde el 51% respondió totalmente de acuerdo, el 45% mencionó estar de acuerdo, mientras que el 2% respondió estar en desacuerdo y el 1% se mostró indiferente.

En cuanto a la pregunta si estoy decidido a crear una empresa en el futuro, el 61% estuvo totalmente de acuerdo, el 35% respondió estar de acuerdo, el 2% manifestó estar en desacuerdo y mientras que el 1% se mostró indiferente.

También, se preguntó si ha considerado seriamente iniciar un negocio, el 52% mencionó estar totalmente de acuerdo, el 44% señaló estar de acuerdo, mientras que el 4% respondió estar en desacuerdo.

Finalmente se preguntó si tiene la firme intención de iniciar una empresa algún día, el 66% señaló estar totalmente de acuerdo, el 30% manifestó estar de acuerdo, el 3% se mostró indiferente y el 1% respondió en desacuerdo.

Estos resultados concuerdan con el estudio de Sánchez et al. (2022), en donde los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la UNTRM indicaron estar totalmente de acuerdo en crear su propia empresa (88.9%) y el 11.1% indicaron estar moderadamente interesado, mientras que ningún estudiante menciona estar interesado en crear su propia empresa; además, encontraron que el 37,5 % de estudiantes tienen la intención de emprender antes de terminar la universidad, mientras que el 36,5 % realizará un emprendimiento después de un tiempo de terminar la universidad y un 26,0 % inmediatamente después de egresar de la universidad.

Tabla 30

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

Intención emprendedora		
Niveles	n	%
Bajo	3	3%
Medio	22	25%
Alto	63	72%
Total	88	100%

En la Tabla 30 se refleja que, de un total de 88 estudiantes de Ingeniería en Agronegocios, la gran mayoría, un 72%, muestra una alta intención de emprender, mientras que un 25% se sitúa en un nivel medio y solo un 3% muestra una baja intención emprendedora. Estos datos sugieren que la mayoría de los estudiantes están dispuestos a iniciar sus propios negocios en el futuro.

Estos resultados concuerdan con el estudio de Lloja et al. (2021), en donde el 60.4% de los estudiantes tiene un nivel alto de intención emprendedora, un 33.4% tiene un nivel medio y mientras que solo el 6% tienen un nivel bajo de intención emprendedora. Además, Salas (2019) en su estudio encontró que el 77.5 % de los estudiantes tiene un nivel alto de intención emprendedora, el 21.3 % tiene un nivel medio y solo el 1.3% tiene un nivel bajo.

4.2 Análisis de la Educación Empresarial e Intención Emprendedora en los

Estudiantes Universitarios

4.2.1 Prueba de Normalidad

Para elegir adecuadamente el tipo de prueba de hipótesis a aplicar, es imprescindible evaluar inicialmente el grado de normalidad en la distribución de los datos estadísticos. Según Hernández et al. (2014) definieron que “Una distribución muestral es un conjunto de valores sobre una estadística calculada de todas las muestras posibles de determinado tamaño de una población” p.300. En caso de que los datos cumplan con los criterios de normalidad ($p > 0.05$), se recurre a pruebas paramétricas, mientras que si no lo hacen ($p < 0.05$), se opta por pruebas no paramétricas. En el marco de este estudio, se llevaron a cabo pruebas no paramétricas, utilizando la prueba de Kolmogorov-Smirnov para muestras de tamaño considerable ($n > 50$). Adicionalmente, para la valoración de las hipótesis se recurrió al estadístico de Rho Spearman. A continuación, se detalla el procedimiento analítico adoptado.

Prueba de normalidad de la hipótesis específica H1a

Para determinar la normalidad de los datos, se plantearon las siguientes hipótesis de la siguiente manera:

- H0: Los datos siguen una distribución normal
- H1: Los datos no siguen una distribución normal

En la siguiente Tabla, se ilustra el análisis de normalidad aplicando la prueba de Kolmogórov-Smirnov. Para ambas variables analizadas, el nivel de significancia estadística ha

sido inferior a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis propuesta. Este resultado indica que las variables "conocimiento" e "intención emprendedora" no tienen una distribución normal. En consecuencia, para determinar la correlación postulada en la hipótesis H1a, se utilizará una distribución estadística no paramétrica de Rho de Spearman (ver Tabla 31).

Tabla 31

Prueba de normalidad de la hipótesis general H1a

Variables	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig.
Conocimiento	,162	88	,000
Intención Emprendedora	,222	88	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Prueba de normalidad de la hipótesis específica H1b

Para determinar la normalidad de los datos, se plantearon las siguientes hipótesis de la siguiente manera:

- H0: Los datos siguen una distribución normal
- H1: Los datos no siguen una distribución normal

La siguiente Tabla, muestra la prueba de normalidad realizada mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov. En el análisis de ambas variables, el nivel de significancia estadística es menor a 0.05, lo que lleva a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Lo que significa que los datos de las variables "habilidades" e "intención emprendedora" no tienen una distribución normal. Por tanto, para evaluar la correlación sugerida en la hipótesis H1b, se utilizará una distribución estadística no paramétrica Rho de Spearman (ver Tabla 32).

Tabla 32*Prueba de normalidad de la hipótesis general H1b*

Pruebas de normalidad			
Variab	Kolmogorov-Smirnov^a		
	Estadístico	G1	Sig.
Habilidades	,177	88	,000
Intención Emprendedora	,222	88	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Prueba de normalidad de la hipótesis específica H1c

Para determinar la normalidad de los datos, se plantearon las siguientes hipótesis de la siguiente manera:

- H0: Los datos siguen una distribución normal
- H1: Los datos no siguen una distribución normal

La siguiente Tabla, muestra la prueba de normalidad realizada mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov. En el análisis de ambas variables, el nivel de significancia estadística es menor a 0.05, lo que lleva a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Lo que significa que los datos de las variables "actitud" e "intención emprendedora" no tienen una distribución normal. Por tanto, para evaluar la correlación sugerida en la hipótesis H1c, se utilizará una distribución estadística no paramétrica Rho de Spearman (ver Tabla 33).

Tabla 33*Prueba de normalidad de la hipótesis general H1c*

Variab	Kolmogorov-Smirnov^a		
	Estadístico	G1	Sig.
Actitud	,161	88	,000
Intención Emprendedora	,222	88	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Prueba de normalidad de la hipótesis general H1

Para determinar la normalidad de los datos, se plantearon las siguientes hipótesis de la siguiente manera:

- Ho: Los datos siguen una distribución normal
- Hi: Los datos no siguen una distribución normal

En la siguiente tabla, se muestra el análisis de normalidad utilizando la prueba de Kolmogórov-Smirnov. En ambos casos, el valor de significancia estadística a resultado menor a 0.05, lo que lleva al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis propuesta. Esto señala que los datos relacionados con las variables "educación empresarial" e "intención emprendedora" no siguen una distribución normal. Por lo tanto, para analizar la correlación en la hipótesis H1, se utilizará la distribución no paramétrica de Rho Spearman (ver Tabla 34).

Tabla 34

Prueba de normalidad de la hipótesis general H1

Variables	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	GI	Sig.
Educación Empresarial	,128	88	,001
Intención Emprendedora	,222	88	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

4.2.2 Contrastación de Hipótesis de la Investigación

Prueba de hipótesis específica H1a

H1a: El conocimiento se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

Los resultados de las correlaciones del conocimiento y la intención emprendedora (ver Tabla 35) demostraron que si existe una correlación y estadísticamente significativa al nivel de ,000 el coeficiente Rho de Spearman (Rho= ,671 **) es directa positiva y el grado de correlación positiva considerable (Hernández et al., 2014). Dado como resultado este hallazgo

implica que, cuanto mayor es el nivel de conocimiento, mayor es la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios.

Estos resultados están en consonancia con los hallazgos de Lv et al. (2021); Otache et al. (2024); Wijayati et al. (2021), quienes en sus respectivas investigaciones determinaron que el conocimiento tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora. No obstante, se debe destacar que existen estudios contrapuestos, como el de Oosterbeek et al. (2010), que evidencian una correlación negativa entre el conocimiento y la intención emprendedora.

Tabla 35

Prueba de hipótesis del conocimiento con la intención emprendedora

		Conocimiento	Intención Emprendedora
Conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,671**
	Rho de Spearman		
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	88	88
Intención Emprendedora	Coeficiente de correlación	,671**	1,000
	Rho de Spearman		
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	88	88

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Prueba de hipótesis específica H1b

H1b: Las habilidades se relacionan con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

Los hallazgos derivados de las correlaciones entre las habilidades y la intención emprendedora (ver Tabla 36) demostraron que si existe una correlación y estadísticamente significativa al nivel de ,000 el coeficiente Rho de Spearman (Rho= ,701 **) es directa positiva

y el grado de correlación positiva considerable (Hernández et al., 2014). Estos resultados implican que un incremento en las habilidades está asociado con un aumento en la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios.

Estos resultados, concuerdan con Gieure et al. (2019); Lv et al. (2021); Wijayati et al. (2021); quienes en su investigación encontraron que las habilidades tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora. Sin embargo, otras investigaciones encontraron que el conocimiento y la intención emprendedora tienen una realación negativa Oosterbeek et al. (2010).

Tabla 36

Prueba de hipótesis de las habilidades con la intención emprendedora

		Habilidades	Intención Emprendedora
Habilidades	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1,000	,701**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	88	88
Intención Emprendedora	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,701**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	88	88

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Prueba de hipótesis específica H1c

H1c: La actitud se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

Los resultados de las correlaciones de la actitud y la intención emprendedora (ver Tabla 37) demostraron que si existe una correlación y estadísticamente significativa al nivel de ,000 el coeficiente Rho de Spearman (Rho= ,556 **) es directa positiva y el grado de correlación

positiva considerable (Hernández et al., 2014). Dado como resultado que, a mayor actitud, mayor es la intención emprendedora en los estudiantes universitarios.

Estos resultados, concuerdan con Gieure et al. (2019); Salguero (2018); Qudsia et al. (2022); Wijayati et al. (2021); quienes en su investigación encontraron que la actitud tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora. Sin embargo, otras investigaciones encontraron que el conocimiento y la intención emprendedora tienen una relación negativa Oosterbeek et al. (2010).

Tabla 37

Prueba de hipótesis de la actitud con la intención emprendedora

		Actitud	Intención Emprendedora
Actitud	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1,000	,566**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	88	88
Intención Emprendedora	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,566**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	88	88

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Prueba de hipótesis general H1

H1: La educación empresarial se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024.

Los resultados de las correlaciones de la educación empresarial y la intención emprendedora (ver Tabla 38) demostraron que si existe una correlación y estadísticamente significativa al nivel de ,000 el coeficiente Rho de Spearman (Rho= ,703 **) es directa positiva

y el grado de correlación positiva considerable (Hernández et al., 2014). Dado como resultado que, a mayor educación empresarial, mayor es la intención emprendedora en los estudiantes universitarios.

Estos resultados, concuerdan con Doan y Phan (2020); Handayati et al. (2020); Kayed et al. (2022); Lv et al. (2021); Nguyen y Nguyen (2023); Otache et al. (2024); Qudsia et al. (2022); Wang et al. (2023); Wijayati et al. (2021); quienes en su investigación encontraron que la actitud tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora. Sin embargo, otras investigaciones encontraron que la educación empresarial y la intención emprendedora tienen una relación negativa (Oosterbeek et al., 2010). Así mismo, Nabi et al. (2018) encontraron que la influencia de la educación empresarial es variable, incluso en algunos casos disminuyen las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Por otro lado, Mukhtar et al. (2021) no encontraron una diferencia significativa entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. Ante esta controversia nuestros resultados se suman a los estudios que mayoritariamente han encontrado una relación positiva entre las variables, resuelve parcialmente la problemática en la literatura (Nguyen & Nguyen 2023; Qudsia et al., 2022).

Tabla 38

Prueba de hipótesis de la educación empresarial con la intención emprendedora

		Educación Empresarial	Intención Emprendedora
Educación Empresarial	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1,000	,703**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	88	88
Intención Emprendedora	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,703**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	88	88

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

A continuación, se presentan los ítems de cada dimensión de la educación empresarial con la intención emprendedora (ver Tabla 39).

Tabla 39

Correlación de los ítems con la intención emprendedora

Ítems	Relación	B	P-Valué	Correlación (+)
Conocimiento e intención emprendedora				
Aprendo principalmente de mis profesores.	C1 - EI	0,382**	0.000	Media
Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas.	C2 - EI	0,540 **	0.000	Considerable
Aprendo principalmente de fuentes virtuales	C3 - EI	0,507 **	0.000	Considerable
Aprendo principalmente de cursos empresariales impartidos en la universidad.	C4 - EI	0,476 **	0.000	Media
Aprendo principalmente de cursos vacacionales.	C5 - EI	0,459 **	0.000	Media
Aprendo principalmente de charlas y capacitaciones empresariales.	C5 - EI	0,392 **	0.000	Media
Habilidades e intención emprendedora				
Aprender a aprender es más importante que acumular información.	H1- EI	0,375 **	0.000	Media
Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar	H2- EI	0,381 **	0.000	Media
En los negocios, necesitamos aprender toda la vida	H3- EI	0,505 **	0.000	Considerable
Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios	H4- EI	0,588 **	0.000	Considerable
Las asignaturas hasta ahora cursadas en la escuela me ayudaran a fortalecer mis habilidades empresariales	H5- EI	0,506 **	0.000	Considerable
En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones	H6- EI	0,526 **	0.000	Considerable
Actitud e intención emprendedora				
El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación	A1 - EI	0,459 **	0.000	Media
La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios	A2 - EI	0,235 **	0.000	Media
La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles en los negocios.	A3 - EI	0,550 **	0.000	Considerable
La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.	A4 - EI	0,454 **	0.000	Media
La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.	A5 - EI	0,311 **	0.000	Media
Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos	A6 - EI	0,721 **	0.000	Considerable

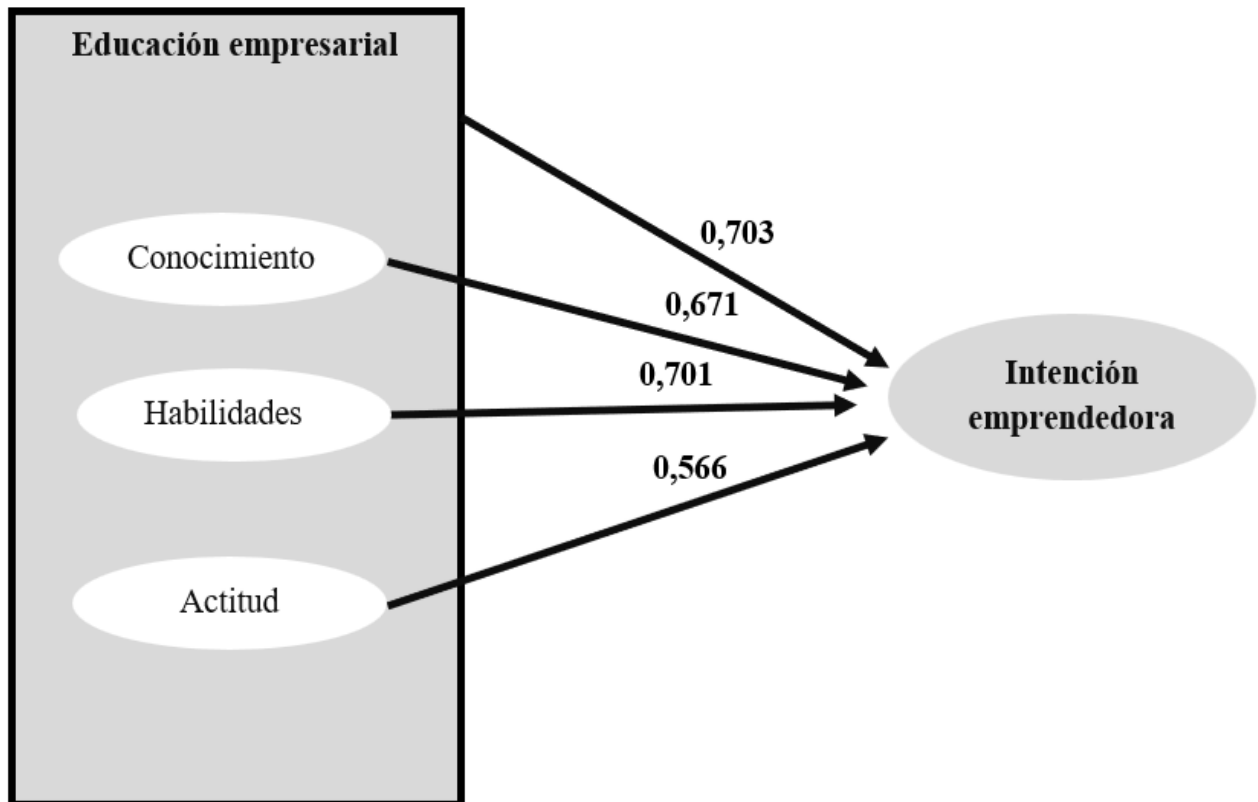
4.2.3 Resultados de la prueba de hipótesis en el estudio y el modelo hipotetizado

A continuación, se sintetizan las correlaciones observadas entre las variables examinadas en el estudio, tal como se detalla en la Tabla 40. Dichas correlaciones se encuentran además reflejadas dentro del marco del modelo teórico propuesto. Al analizar los resultados obtenidos de las pruebas de hipótesis, tanto en su dimensión general como específica, se constata que todas las hipótesis formuladas han sido corroboradas de forma positiva y con significancia estadística. Además, la Figura 7 ofrece una representación gráfica del modelo teórico de investigación, incorporando los valores de correlación pertinentes.

Tabla 40

Resultados de la prueba de hipótesis

Hipótesis	Relación	B	P-Valué	Decisión
H1	EE-IE	0,703**	0,000	Aceptada
H1a	C-IE	0,671**	0,000	Aceptada
H1b	H-IE	0,701**	0,000	Aceptada
H1c	A-IE	0,566**	0,000	Aceptada

Figura 7*Modelo teórico de la investigación*

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En conclusión, la educación empresarial tiene una relación positiva y significativa con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca. La correlación encontrada de ($Rho = 0,703^{**}$) confirma que una formación sólida en este ámbito aumenta la predisposición a emprender, subrayando la importancia de fortalecer estos programas para contribuir al desarrollo regional.

Concerniente al conocimiento, se concluye que existe una relación positiva de $Rho = 0,671^{**}$ entre el conocimiento y la intención emprendedora. Esto implica que los programas educativos que enfatizan conocimientos clave pueden motivar a los estudiantes a iniciar sus propios negocios, sugiriendo que la universidad debe fortalecer estos componentes en su currículo.

Concerniente a las habilidades, se evidenció una correlación positiva considerable con la intención emprendedora ($Rho = 0,701^{**}$). Esto indica que incluir más talleres y actividades prácticas en la formación podría aumentar la confianza de los estudiantes para emprender, haciendo que los programas educativos sean más efectivos.

Finalmente, respecto a la actitud, existe una relación positiva con la intención emprendedora ($Rho = 0,566^{**}$). Esto sugiere que fomentar actitudes positivas hacia el emprendimiento a través de la educación podría ser clave para inspirar a los estudiantes a convertirse en emprendedores.

Estas conclusiones sugieren que fortalecer la educación empresarial en la Universidad Nacional de Cajamarca puede aumentar la creación de nuevas empresas, contribuyendo al desarrollo económico y social de la región. Adaptar continuamente estos programas a las

necesidades locales es esencial para maximizar su impacto en la reducción del desempleo y el fomento de la economía regional.

El aporte principal de esta investigación es la identificación de una relación positiva y estadísticamente significativa entre la educación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. Se evidencio que aspectos como el conocimiento, habilidades y la actitud se correlacionan positivamente con la intención emprendedora. En consecuencia, este estudio llena un vacío existente en la literatura al examinar cómo estas dimensiones específicas de la educación empresarial impactan en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios.

Finalmente, esta investigación sirve como antecedente para futuras investigaciones del sector de los Agronegocios.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda que la Universidad Nacional de Cajamarca fortalezca su enfoque en la educación empresarial dentro de la carrera de Ingeniería en Agronegocios mediante la integración de módulos educativos especializados en gestión empresarial, finanzas, marketing y desarrollo de negocios. Estos módulos deben estar adaptados al contexto local de Cajamarca para asegurar que los estudiantes adquieran un conocimiento relevante y aplicable, enfocado en las necesidades específicas de la región.

Asimismo, se sugiere la creación de talleres y programas de formación práctica que permitan a los estudiantes desarrollar habilidades clave como toma de decisiones, liderazgo y gestión de proyectos. Estos programas deben utilizar simulaciones empresariales y casos de estudio locales para asegurar la relevancia y efectividad del aprendizaje, fortaleciendo la capacidad de los estudiantes para enfrentar desafíos reales en el ámbito empresarial.

Además, es fundamental promover actitudes positivas hacia el emprendimiento mediante la organización de charlas con emprendedores locales y programas de mentoría. Estas

actividades deben complementarse con un currículo que fomente la resiliencia, la motivación y el pensamiento crítico, factores esenciales para el éxito de los estudiantes como futuros emprendedores.

Dado que la muestra de la presente investigación es pequeña y geográficamente limitada a una sola Escuela Profesional, se recomienda realizar investigaciones futuras que amplíen la muestra a otras regiones y Escuelas Profesionales, con el fin de obtener resultados más representativos y generalizables. Asimismo, se sugiere considerar la realización de estudios longitudinales que sigan a los estudiantes a lo largo del tiempo, incluyendo variables adicionales como la cultura emprendedora y la capacidad emprendedora, para explorar su influencia en la intención de emprender.

Finalmente, se recomienda que las instituciones públicas y privadas consideren los resultados de esta investigación para diseñar y promover políticas y programas de capacitación que mejoren la educación empresarial. El objetivo de estas iniciativas debe ser incrementar la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios, contribuyendo al desarrollo económico sostenible de la región.

CAPÍTULO VI

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmed, T., Chandran, R., Klobas, E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *International Journal of Management Education*, 18(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *In Psychology and Health* (Vol. 26, Issue 9, pp. 1113–1127). <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alferaih, A. (2022). Starting a New Business? Assessing University Students' Intentions towards Digital Entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100087>
- Ali, J., Jabeen, Z., & Burhan, M. (2022). Measuring factors influencing entrepreneurial intention across gender in India: evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Database. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1108/JRME-08-2021-0105>
- Along B., Ahmed, I., & MacKee, J. (2024). Flood knowledge management by multiple stakeholders: An example from Malaysia. *International Journal of Disaster Resilience in the Built Environment*, 15(1), 141-157. <https://doi.org/10.1108/IJDRBE-08-2021-0102>
- Alshagawi, M., & Ghaleb, M. (2022). Entrepreneurial intentions of university students in the Kingdom of Saudi Arabia. *International Journal of Innovation Science*. <https://doi.org/10.1108/IJIS-05-2021-0083>
- Anwar, I., Yasin, N., Prasanna, S., Salamzadeh, A. y Saleem, I. (2024). Transición de la intención emprendedora al comportamiento de gestación de la empresa: una evidencia

- longitudinal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-30.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2024.2379105>.
- Aranda, L., Mena, E., & Rubio, L. (2022). Basic Skills in Higher Education: An Analysis of Attributed Importance. *Frontiers in Psychology*, 13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.752248>
- Araya, S. (2021). Intención emprendedora y preferencias laborales de estudiantes de negocios de Chile. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(3), 519–532.
<https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n3.2021.13349>
- Argote, L. & Ingram, P. (2000). Transferencia de conocimiento: una base para la ventaja competitiva en las empresas. *Comportamiento organizacional y procesos de decisión humana*, 82 (1), 150-169. <https://doi.org/10.1006/obhd.2000.2893>
- Argyriou, E., & Melewar, C. (2011). Consumer attitudes revisited: A review of attitude theory in marketing research. *International Journal of Management Reviews*, 13(4), 431-451.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00299.x>
- Aristizábal, M., Tarapuez, E., & Astudillo, A. (2024). Predicting entrepreneurial intention in Colombian academics: a machine learning approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2023-0141>
- Arranz, N., Arroyabe, F., & Fdez, C., (2019). Entrepreneurial intention and obstacles of undergraduate students: the case of the universities of Andalusia. *Studies in Higher Education*, 44(11), 2011–2024. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1486812>
- Badawi, S., Reyad, S., Khamis, R., Hamdan, A., & Alsartawi, M. (2019). Business education and entrepreneurial skills: Evidence from Arab universities. *Journal of Education for Business*, 94(5), 314–323. <https://doi.org/10.1080/08832323.2018.1534799>

- Bae, J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bagis, A. (2022). Building students' entrepreneurial orientation through entrepreneurial intention and workplace spirituality. *Heliyon*, 8(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11310>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. In *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 9, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Bendezú, R., (2022). *Educación empresarial y actitudes emprendedoras en estudiantes de contabilidad de una universidad nacional de Ica, 2022*. [Tesis de pre grado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/100072>
- Bennett, N., Dunne, E., & Carré, C. (1999). Patterns of core and generic skill provision in higher education. *Higher education*, 37(1), 71-93. <https://doi.org/10.1023/A:1003451727126>
- Bhatia, G. (2015). Lifelong learning-learning to learn. *The Business & Management Review*, 5(4), 265.
- Biloslavo, R., & Lombardi, R. (2021). Knowledge transferring and small and medium enterprise's (SME's) effectiveness: emerging insights and future directions. *Business Process Management Journal*, 27(6), 1747-1774. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2020-0441>

- Bolisani, E., & Bratianu, C. (2018). The Elusive Definition of Knowledge. *In Knowledge Management and Organizational Learning* (Vol. 4, pp. 1–22). https://doi.org/10.1007/978-3-319-60657-6_1
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. *International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100450>
- Boukamcha, F. (2015). Impact of training on entrepreneurial intention: an interactive cognitive perspective. *European Business Review*, 27(6), 593–616. <https://doi.org/10.1108/EBR-12-2014-0090>
- Brás, G, Daniel, A. y Fernandes, C. (2024). El efecto de los rasgos de personalidad próximos sobre la intención emprendedora entre estudiantes de educación superior. *Revista Internacional de Ciencia de la Innovación*, 16 (1), 114-137. <https://doi.org/10.1108/IJIS-10-2022-0198>
- Bratianu, C., & Vatamanescu, E. M. (2017). Students' perception on developing conceptual generic skills for business: A knowledge-based approach. *Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 47(4), 490–505. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-11-2016-0065>
- Bratianu, C., Hadad, S., & Bejinaru, R. (2020). Paradigm shift in business education: A competence-based approach. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041348>
- Bratianu, C., Stanescu, F., & Mocanu, R. (2021). Exploring the knowledge management impact on business education. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13042313>

- Bretones, D., & Radrigán, M. (2018). Attitudes to entrepreneurship: The case of Chilean and Spanish university students. CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 11–30. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12668>
- Broadbent, P., Causer, J., Williams, M., & Ford, R. (2015). Perceptual-cognitive skill training and its transfer to expert performance in the field: Future research directions. *European journal of sport science*, 15(4), 322-331. <https://doi.org/10.1080/17461391.2014.957727>
- Brock, E., Hart, T., Bajaj, A., Gerlich, N., Drumheller, D., & Kinsky, S. (2023). Subjective norms and social media: predicting ethical perception and consumer intentions during a secondary crisis. *Ethics & behavior*, 33(1), 70-88. <https://doi.org/10.1080/10508422.2021.2020118>
- Bueckmann, R., García, M., & Gutiérrez, H. (2021). The development of entrepreneurial alertness in undergraduate students. *Education and Training*, 63(7–8), 1015–1026. <https://doi.org/10.1108/ET-03-2019-0042>
- Calanchez, A., Chávez, K., Padrón, A., & Sulbarán, D. (2022). Competencias emprendedoras y espíritu empresarial en la nueva era feminista: Una revisión literaria. *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 24(3), 643–658. <https://doi.org/10.36390/telos243.12>
- 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>
- Canals, A. (2003). La gestión del conocimiento. Acto de presentación del libro Gestión del conocimiento. UOC. Barcelona. Recuperado de <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.html>.

- Caso, D., Capasso, M., Fabbricatore, R., & Conner, M. (2022). Understanding the psychosocial determinants of Italian parents' intentions not to vaccinate their children: an extended theory of planned behaviour model. *Psychology & health*, 37(9), 1111-1131.
- Cassol, A., Tonial, G., Machado, V., Dalbosco, B., & Trindade, S. (2022). Determinants of entrepreneurial intentions and the moderation of entrepreneurial education: A study of the Brazilian context. *International Journal of Management Education*, 20(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100716>
- Castañeda, D. & Cuellar, S. (2021). Knowledge sharing in business education. *Sustainability (Switzerland)*, 13(7), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su13073657>
- Castro Peixoto, L., Barbosa, R y de Faria, A (2022). Gestión del conocimiento regional: el conocimiento fluye entre la universidad, la industria y el gobierno. *Revista de Economía del Conocimiento*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00702-9>
- Chang, Y, Wannamakok, W. y Kao, C (2022). Entrepreneurship education, academic major, and university students' social entrepreneurial intention: the perspective of Planned Behavior Theory. *Studies in Higher Education*, 47 (11), 2204-2223. <https://doi.org/10.1080/03075079.2021.2021875>
- Charney, A., & Libecap, G. (2000). The economic contributonal entrepreneurship education: An evaluation with an established program. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth*, 12, 1–45. [https://doi.org/10.1016/s1048-4736\(00\)12002-8](https://doi.org/10.1016/s1048-4736(00)12002-8)
- Chávez, C., Lopez, M., & Yupanqui, J. (2022). *Modelo Prolab: Dulce Momento, Emprendimiento para Promover Espacios Recreativos y Lazos Afectivos entre Madres y Niños*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUC. <https://orcid.org/0000-0002-6802-053>

- Chen, L., Ifenthaler, D., & Yau, K. (2021). Online and blended entrepreneurship education: a systematic review of applied educational technologies. *Entrepreneurship education*, 4, 191-232. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00047-7>
- Cheng, Y., Chan, S., & Mahmood, A. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education and Training*, 51(7), 555–566. <https://doi.org/10.1108/00400910910992754>
- Cheung, K. (2008). Practicing Entrepreneurship Education for Secondary Pupils through the Operation of a New Year Stall in Hong Kong. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 17(1), 15–31.
- Cho, Y., Happa, J., & Creese, S. (2020). Capturing tacit knowledge in security operation centers. *IEEE access*, 8, 42021-42041. Doi: 10.1109/ACCESS.2020.2976076
10.1109/ACCESS.2020.2976076.
- Coila, C. (2019). *Educación empresarial y su relación con el desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano] Repositorio institucional. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/11674>
- Cramer, T., Canto, J., McKenna, A., Keys, K. y Allen, L. (2022). Knowledge dissemination among early childhood staff members: A promising pathway for professional learning. *Journal of early childhood teacher education*, 43 (4), 554-567. <https://doi.org/10.1080/10901027.2021.1954567>
- Crespí, P., & Ramos, G. (2021). Generic skills at university. *Evaluation of a training program. Educacion XXI*, 24(1), 1–30. <https://doi.org/10.5944/educXX1.26846>.
- DeFleur, M., & Westie, R. (1963). Attitude as a scientific concept. *Social Forces*, 42(1), 17-31. <https://doi.org/10.2307/2574941>

- Deist, D., & Winterton, J. (2005). What is competence?. *Human resource development international*, 8(1), 27-46. <https://doi.org/10.1080/1367886042000338227>
- Di Martino, P., & Zan, R. (2010). ‘Me and maths’: Towards a definition of attitude grounded on students’ narratives. *Journal of mathematics teacher education*, 13, 27-48. <https://doi.org/10.1007/s10857-009-9134-z>
- Dijks, M. A., Warrens, J., Korpershoek, H., & Bosker, J. (2024). Understanding Dutch students’ subject choices in secondary education using the Theory of Planned Behavior. *Educational Research and Evaluation*, 29(1-2), 1-26.
- Djazilan, S., & Darmawan, D. (2022). Entrepreneurship education and family support: The determinants that appear entrepreneurship interest for students. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 26-30. <http://ejournalisse.com/index.php/isse/article/view/28>
- Do Paço, A., Ferreira, M., Raposo, M., Rodrigues, G., & Dinis, A. (2015). Entrepreneurial intentions: ¿is education enough? *International entrepreneurship and management journal*, 11, 57-75. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0280-5>
- Doan, X., & Phan, H. (2020). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: The case of Vietnamese. *Management Science Letters*, 10(8), 1787–1796. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.040>
- Donnellon, A., Ollila, S., & Williams Middleton, K. (2014). Constructing entrepreneurial identity in entrepreneurship education. *International Journal of Management Education*, 12(3), 490–499. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.004>
- Donoso, M., Pedraza, I., & Palferro, L. (2022). Analysis of Entrepreneurial Education—Study of the Configuration of the Entrepreneurial Identity through the Acquisition of Crucial Transversal Competences for Future University Students. *Education Sciences*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/educsci12050310>

- Dragin, S., Mijatov, B., Munitlak Ivanović, O., Jovičić Vuković, A., Ivkov Džigurski, A., Košić, K., ... & Stoiljković, A. (2022). Entrepreneurial intention of students (managers in training): Personal and family characteristics. *Sustainability*, 14(12), 7345.
- Ekore, J., & Okekeocha, C. (2012). Miedo al emprendimiento entre graduados universitarios. *International Journal of Management*, 29(2), 515–524. <http://ir.library.ui.edu.ng/handle/123456789/4602>
- Elliott, C., Mantler, J., & Huggins, J. (2020). Exploring the gendered entrepreneurial identity gap: implications for entrepreneurship education. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13(1), 50–74. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2020-0048>
- Elliott, C., Mavriplis, C., & Anis, H. (2020). An entrepreneurship education and peer mentoring program for women in STEM: mentors' experiences and perceptions of entrepreneurial self-efficacy and intent. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 43–67. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00624-2>
- 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>
- Escorcía, J., & Barros, D. (2020). Gestión del conocimiento en Instituciones de Educación Superior: Caracterización desde una reflexión teórica. *Revista de Ciencias Sociales*. Corporación Universidad de la Costa. <https://hdl.handle.net/11323/6896>
- Fang, X., & Chiu, K. (2024). Enhancing business education through video: A conceptual model and research directions based on a systematic review. *The International Journal of Management Education*, 22(2), 100959. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100959>

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Ford, A., Agerstrand, M., Brooks, W., Allen, J., Bertram, G., Brodin, T., & Maack, G. (2021). The role of behavioral ecotoxicology in environmental protection. *Environmental science & technology*, 55(9), 5620–5628. <https://doi.org/10.1021/acs.est.0c06493>
- Frolova, Y., Alwaely, A., & Nikishina, O. (2021). Knowledge management in entrepreneurship education as the basis for creative business development. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13031167>
- Galloway, L., & Brown, W. (2002). Entrepreneurship education at university: A driver in the creation of high growth firms? *Education + Training*, 44, 398–405. <https://doi.org/10.1108/00400910210449231>
- Galvez, J., Guauña, A., & Ravina, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Gamble, R. (2020). Tacit vs explicit knowledge as antecedents for organizational change. *Journal of Organizational Change Management*, 33(6), 1123–1141. <https://doi.org/10.1108/JOCM-04-2020-0121>
- Gao, Y., & Qin, X. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Chinese college students: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1049232>

- Garg, N., Jain, A., & Punia, B. (2021). Gratitude, social intelligence, and leadership among university teachers: mediation and moderation analysis. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(2), 368–388. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2020-2016>
- Garipova, M., & Makhubrahmanova, R. (2019). Pedagogical Intuition and Social Intelligence of Pedagogical University Graduates. *Journal of History Culture and Art Research*, 8(4), 361. <https://doi.org/10.7596/taksad.v8i4.2384>
- Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923-941. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9971-6>
- Genlott, A y Grönlund, A. (2013). Mejorar las habilidades de alfabetización mediante el aprendizaje de la lectura mediante la escritura: el método iWTR presentado y probado. *Computadoras y educación*, 67, 98-104. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.03.007>
- Gertler, S. (2003). Tacit knowledge and the economic geography of context, or the undefinable tacitness of being (there). *Journal of economic geography*, 3(1), 75-99. <https://doi.org/10.1093/jeg/3.1.75>
- Gieure, C., Benavides, M., & Roig, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(8), 1605–1620. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2018-0810>
- Gilmartin, K., Thompson, E., Morton, E., Jin, Q., Chen, L., Colby, A., & Sheppard, D. (2019). Entrepreneurial intent of engineering and business undergraduate students. *Journal of Engineering Education*, 108(3), 316–336. <https://doi.org/10.1002/jee.20283>
- Godfrey, C., Illes, M., & Berry, R. (2005). Creating Breadth in Business Education Through Service-Learning. *Academy of Management Learning & Education*, 4(3), 309–323. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amle.2005.18122420>

- Goossens, C. (2000). Tourism information and pleasure motivation. *Annals of tourism research*, 27(2), 301-321. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00067-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00067-5)
- Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76(1), 90–112. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.015>
- Grichnik, D., Brinckmann, J., Singh, L., & Manigart, S. (2014). Beyond environmental scarcity: Human and social capital as driving forces of bootstrapping activities. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 310–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.02.006>
- Grivokostopoulou, F., Kovas, K., & Perikos, I. (2019). Examining the impact of a gamified entrepreneurship education framework in higher education. *Sustainability (Switzerland)*, 11(20). <https://doi.org/10.3390/su11205623>
- Guaman, S., Everaert, P., Chiluiza, K., & Valcke, M. (2023). Impact of design thinking in higher education: a multi-actor perspective on problem solving and creativity. *International Journal of Technology and Design Education*, 33(1), 217–240. <https://doi.org/10.1007/s10798-021-09724-z>
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35–50. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-x>
- Gunnlaugsdottir, J. (2003). Seek and you will find, share and you will benefit: organising knowledge using groupware systems. *International Journal of Information Management*, 23 (5), 363-380 [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(03\)00064-1](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(03)00064-1)
- Gupta, V., & Chopra, M. (2018). Gauging the impact of knowledge management practices on organizational performance—a balanced scorecard perspective. *Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(1), 21-46. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-07-2016-0038>

- Haddad, G., Haddad, G., & Nagpal, G. (2021). Can students' perception of the diverse learning environment affect their intentions toward entrepreneurship? *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 167-176. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2021.04.002>
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, E., Wibowo, A., & Narmaditya, S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Hasan, M., Khan, A., & Nabi, U. (2017). Entrepreneurial education at university level and entrepreneurship development. *Education and Training*, 59(7-8), 888-906. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2016-0020>
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, A., Alalyani, R., & Saleem, I. (2022). Nexus between entrepreneurship education, motivations, and intention among Indian university students: The role of psychological and contextual factors. *Industry and Higher Education*, 36(5), 539-555. <https://doi.org/10.1177/09504222211053262>
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7-8), 843-861. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033/FULL/XML>
- Heilbrunn, S., & Almor, T. (2014). Is entrepreneurship education reproducing social inequalities among adolescents? Some empirical evidence from Israel. *International Journal of Management Education*, 12(3), 445-455. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.008>
- Henry, C. (2013). Entrepreneurship education in HE: Are policy makers expecting too much? *Education and Training*, 55(8-9), 836-848. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2013-0079>

- Henry, C., & Treanor, L. (2012). Exploring entrepreneurship education within veterinary medicine: Can it be taught? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 484–499. <https://doi.org/10.1108/14626001211250171>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Research methodology*. Mc Graw Hill
- Hertz, D. (1990). The knowledge engineering basis of expert systems. *Expert Systems With Applications*, 1, 79-84. [https://doi.org/10.1016/0957-4174\(90\)90071-2](https://doi.org/10.1016/0957-4174(90)90071-2).
- Hesse, F., Care, E., Buder, J., Sassenberg, K., & Griffin, P. (2015). A framework for teachable collaborative problem solving skills. *Assessment and teaching of 21st century skills: Methods and approach*, 37-56. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9395-7_2
- Hossain, U., & Asheq, A. (2020). Do leadership orientation and proactive personality influence social entrepreneurial intention?. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 19(2), 109-125. <https://doi.org/10.1504/IJMED.2020.107396>
- Hsu, K., Burmeister, K., Simmons, A., Foo, M, C., & Pipes, D. (2019). “I know I can, but I don’t fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>
- Huamán, Y., & Torres, D. (2023). *Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora en los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio institucional. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/3009>
- Huang, P. (2017). Entrepreneurial education: The effect of entrepreneurial political skill on social network, tacit knowledge, and innovation capability. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(8), 5061–5072. <https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.00982a>

- Huber, E., Harris, L., Wright, S., White, A., Radulescu, C., Zeivots, S., & Brodzeli, A. (2024). Towards a framework for designing and evaluating online assessments in business education. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 49(1), 102-116. <https://doi.org/10.1080/02602938.2023.2183487>
- Huber, G & West, M. (2002). Developing School Leaders: A Critical Review of Current Practices, Approaches and Issues, and Some Directions for the Future. *Second International Handbook of Educational Leadership and Administration*, 1071-1101 https://doi.org/10.1007/978-94-010-0375-9_37
- Huber, R., Sloof, R., & Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a field experiment. *European Economic Review*, 72, 76–97. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2014.09.002>
- Igwe, A., Madichie, O., Chukwuemeka, O., Rahman, M., Ochinanwata, N., & Uzuegbunam, I. (2022). Pedagogical approaches to responsible entrepreneurship education. *Sustainability*, 14(15), 9440. <https://doi.org/10.3390/su14159440>
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Johnson, A., & Proctor, W. (2016). Skill acquisition and training: Achieving expertise in simple and complex tasks. *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781315531656>
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+ training*, 46(8-9), 416-423. <https://doi.org/10.1108/00400910410569533>
- Kainova, E. (2001). Business Education. *Russian Education & Society*, 43(7), 42–50. <https://doi.org/10.2753/res1060-9393430742>
- Kapoor, D., & Munjal, A. (2019). Self-consciousness and emotions driving femvertising: A path analysis of women's attitude towards femvertising, forwarding intention and

- purchase intention. *Journal of Marketing Communications*, 25(2), 137-157.
<https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1338611>
- Kayed, H., Al, A., & Abualbasal, A. (2022). The effect of entrepreneurial education and culture on entrepreneurial intention. *Organizacija*, 55(1), 18-34. <https://doi.org/10.2478/orga-2022-0002>
- Keyhani, N., & Kim, S. (2020). A systematic literature review of teacher entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 4(3), 376-395.
<https://doi.org/10.1177/2515127420917355>
- Khardin, A., & Giatman, M. (2022). The Role of Entrepreneurship Education in Increasing Entrepreneurial Motivation. *Enrichment: Journal of Management*, 12(3), 1629-1638.
- Koe, W. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1).
<https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Komulainen, K., Korhonen, M. y Rätty, H. (2009). ¿Capacidad de asumir riesgos para todos? La educación empresarial finlandesa y el yo emprendedor imaginado por los alumnos. *Género y Educación*, 21 (6), 631-649. <https://doi.org/10.1080/09540250802680032>
- Kukah, A., Akomea, I., Jin, X., & Osei, R. (2022). Emotional intelligence (EI) research in the construction industry: a review and future directions. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 29(10), 4267-4286. <https://doi.org/10.1108/ECAM-05-2021-0414>
- Kusumojanto, D., Narmaditya, S., & Wibowo, A. (2020). Does entrepreneurial education drive students' being entrepreneurs? Evidence from Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 454-466. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(27\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(27))
- Kwong, C., Jones, D., & Thompson, P. (2012). Differences in perceptions of access to finance between potential male and female entrepreneurs: Evidence from the UK. *International*

Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 18(1), 75–97.

<https://doi.org/10.1108/13552551211201385>

- Lackéus, M. (2020). "Comparing the impact of three different experiential approaches to entrepreneurship in education", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26 (5), 937-971. <https://doi.org/10.1108/IJEER-04-2018-0236>
- Landry, S., Smith, K., & Swank, R. (2006). Responsive Parenting: Establishing Early Foundations for Social, Communication, and Independent Problem-Solving Skills. *Developmental Psychology*, 42(4), 627–642. <https://doi.org/10.1037/0012>
- Lee, C., Li, S., Yeh, C., & Yu, Z. (2022). The effects of leader emotional intelligence, leadership styles, organizational commitment, and trust on job performance in the real estate brokerage industry. *Frontiers in psychology*, 13, 881725.
- Li, L., & Wu, D. (2019). Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0157-3>
- Liao, K., Nguyen, A., Chi, H., & Nguyen, H. (2022). Unraveling the direct and indirect effects of entrepreneurial education and mindset on entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurial passion. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(3), 23-40. <https://doi.org/10.1002/joe.22151>
- Liu, H., Kulturel, S., & Konak, A. (2021). Key elements and their roles in entrepreneurship education ecosystem: comparative review and suggestions for sustainability. *Sustainability*, 13(19), 10648. <https://doi.org/10.3390/su131910648>
- Lloja, H., Chugnas, S., Tello, Z., & Cruz, J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269–281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>

- Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., & Huang, L. (2021). How entrepreneurship education at universities influences entrepreneurial intention: Mediating effect based on entrepreneurial competence. *Frontiers in psychology*, 12, 655868. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655868>
- Lynch, M., Kamovich, U., Longva, K., & Steinert, M. (2021). Combining technology and entrepreneurial education through design thinking: Students' reflections on the learning process. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 119689.
- Maravilhas, S., & Martins, J. (2019). Strategic knowledge management in a digital environment: Tacit and explicit knowledge in Fab Labs. *Journal of business research*, 94, 353-359. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.061>
- Marouf, N., & Agarwal, K. (2016). Are Faculty Members Ready? Individual Factors Affecting Knowledge Management Readiness in Universities. *Journal of Information and Knowledge Management*, 15(3). <https://doi.org/10.1142/S0219649216500246>
- Martín, A., Velicia, F., Medina, J. A., & Palos, R. (2023). Impact of effectual propensity on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 157, 113604. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113604>
- Martz, B., Hughes, J., & Braun, F. (2017). Creativity and problem-solving: Closing the skills gap. *Journal of Computer Information Systems*, 57(1), 39–48. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1181492>
- Matošková, J. (2020). Tacit knowledge as an indicator of academic performance. *Journal of Further and Higher Education*, 44(7), 877–895. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2019.1614544>
- Maxheimer, M., & Nicholls, L. (2022). What women want (and need) from coaching relationships during business incubation. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 548-577.

- McNamara, S., Arner, T., Butterfuss, R., Fang, Y., Watanabe, M., Newton, N., & Roscoe, R. (2023). iSTART: Adaptive comprehension strategy training and stealth literacy assessment. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 39(11), 2239–2252. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2114143>
- Mei, H., Lee, H., & Xiang, Y. (2020). Entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention in higher education. *Education Sciences*, 10(9), 1–18. <https://doi.org/10.3390/educsci10090257>
- Mei, W., & Symaco, L. (2022). University-wide entrepreneurship education in China's higher education institutions: issues and challenges. *Studies in Higher Education*, 47(1), 177–193. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1735330>
- Mendoza, L. (2018). Entrepreneurship in Peru: The role of individual sociodemographic factors at the departmental level. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Michael, B., Michael, R., & Fuller, R. (2021). Matching learning conditions to explicit knowledge characteristics: informing employer-supported investments in individual human capital. *Human Resource Development International*, 24(1), 23–47. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1753448>
- Mohan, P. (2010). Knowledge Management—A Road Map for Winning Organization. *International Journal of Research in Economics & Social Sciences*, EuroAsia Publishers. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1616458>
- Mojab, F., Zaefarian, R., & Azizi, D. (2011). Applying competency based approach for entrepreneurship education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 12, 436–447. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.02.054>

- Moriano, A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *In Journal of Career Development* 39(2), 162-185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>
- Morris, H., & König, D. (2020). Self-directed experiential learning to meet ever-changing entrepreneurship demands. *Education+ Training*, 63(1), 23-49. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2019-0209>
- Morris, H., Santos, C., & Neumeier, X. (2020). Entrepreneurship as a solution to poverty in developed economies. *Business Horizons*, 63(3), 377-390. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.010>
- Morris, M, Kuratko, F, Santos, C y Soleimanof, S. (2024). El miedo y la pobreza emprendedora: La paradoja del fracaso y el éxito. *Horizontes empresariales*, 67 (1), 41-54. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2023.07.002>
- Mukhtar, S., Wardana, W., Wibowo, A., & Narmaditya, S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? *The mediating role of entrepreneurial mindset. Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1918849>
- Munawar, S., Yousaf, Q., Ahmed, M., & Rehman, S. (2023). The influence of online entrepreneurial education on entrepreneurial success: An empirical study in Pakistan. *International Journal of Management Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100752>
- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(3), 554-580. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2018-0336>

- Murad, M., Li, C., Ashraf, S., & Arora, S. (2021). The Influence of Entrepreneurial Passion in the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 16(1), 51–60. <https://doi.org/10.1007/s42943-021-00019-7>
- Murugesan, R., & Dominic, D. (2013). Influencing entrepreneurial intentions: the role of attitudes and personality constructs. *International Journal of Business Excellence*, 6(6), 687-701. <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2013.056725>
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452–467. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>
- Nasip, S., Amirul, R., Sondoh, L., & Tanakinjal, H. (2017). Psychological characteristics and entrepreneurial intention: A study among university students in North Borneo, Malaysia. *Education and Training*, 59(7–8), 825–840. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2015-0092>
- Ndofirepi, M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>
- Ndou, V. (2021). Social entrepreneurship education: A combination of knowledge exploitation and exploration processes. *Administrative Sciences*, 11(4), 112. <https://doi.org/10.3390/admsci11040112>
- Neneh, N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>

- Ngoc, M., & Huu, N. (2016). The Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Students of Vietnam National University — A Mediation Analysis of Perception toward Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 104–111. <https://doi.org/10.7763/joebm.2016.v4.375>
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: why? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>
- Nguyen, Q., & Nguyen, T. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial capacity. *International Journal of Management Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100730>
- Nie, T., Zheng, Y., & Huang, Y. (2022). Peer attachment and proactive socialization behavior: The moderating role of social intelligence. *Behavioral Sciences*, 12(9), 312. <https://doi.org/10.3390/bs12090312>
- Niemiec, M., Sekar, S., Gonzalez, M., & Mertens, A. (2020). The influence of message framing on public beliefs and behaviors related to species reintroduction. *Biological Conservation*, 248, 108522.
- Nikitina, T., Lapiņa, I., Ozoliņš, M., Irbe, M., Priem, M., Smits, M., & Nemilentsev, M. (2020). Competences for strengthening entrepreneurial capabilities in Europe. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 62. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030062>
- Nunfam, V., Asitik, A. J., & Afrifa, E. (2022). Personality, Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention Among Ghanaian Students. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(1), 65–88. <https://doi.org/10.1177/2515127420961040>
- Nwosu, H., Obidike, P., Ugwu, J., Udeze, C., & Okolie, U. C. (2022). Applying social cognitive theory to placement learning in business firms and students' entrepreneurial intentions.

International Journal of Management Education, 20(1).

<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100602>

Oosterbeek, H., Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>

Ortiz-Regalado, O. y Guevara, R. (2024). Intellectual Capital and Financial Performance in Small Manufacturing Companies: The Moderating Effect of Managerial Ambidexterity. *IEEE Access*, 12, 75520 - 75531
<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3400827>

Ortiz-Regalado, O., Llamo-Burga, M., Carrión-Bósquez, N., Chávez-Gutiérrez, H., Guerra-Regalado, W., Veas-González, I., ... & Vidal-Silva, C. (2024). Unveiling Millennials' Perceptions of Organic Products: A Grounded Theory Analysis in Ecuador and Peru. *Sustainability*, 16(12), 5230. <https://doi.org/10.3390/su16125230>

Oskamp, S., & Schultz, W. (2005). Attitudes and opinions. *Psychology Press*.
<https://doi.org/10.4324/9781410611963>

Otache, I., Edopkolor, E., Sani, A., & Umar, K. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: Do entrepreneurial self-efficacy, alertness and opportunity recognition matter?. *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100917. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100917>

Ozaralli, N., & Rivenburgh, K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>

Paray, Z., & Kumar, S. (2020). Does entrepreneurship education influence entrepreneurial intention among students in HEI's?: The role of age, gender and degree background.

Journal of International Education in Business, 13(1), 55–72.

<https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2019-0009>

Passoni, D., & Glavam, B. (2018). Entrepreneurial intention and the effects of entrepreneurial education: Differences among management, engineering, and accounting students.

International Journal of Innovation Science, 10(1), 92–107.

<https://doi.org/10.1108/IJIS-05-2017-0042>

Pelegrini, C., & Moraes, D. (2022). Does gender matter? A university ecosystem, self-efficacy and entrepreneurial intention analysis in Brazilian universities. *Gender in Management: An International Journal*, 37(2), 271–286.

<https://doi.org/10.1108/GM-01-2021-0007>

Perez, J., Martins, I., Mahauad, M., & Sarango, P. (2024). A bridge between entrepreneurship education, program inspiration, and entrepreneurial intention: the role of individual entrepreneurial orientation. Evidence from Latin American emerging economies.

Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 16(2), 288–310.

<https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0137>

Phong, N., Thao, P., & Nguyen, P. (2020). Entrepreneurial intent of business students: Empirical evidence from a transitional economy. *Cogent Business and Management*,

7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1747962>

Popescu, C., Bostan, I., Robu, I. B., Maxim, A., & Diaconu, L. (2016). An analysis of the determinants of entrepreneurial intentions among students: A Romanian case study.

Sustainability (Switzerland), 8(8), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su8080771>

Qudsia, H., Munawar, S., Ahmed, M., & Rehman, S. (2022). The effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: The moderating role of culture. *International Journal of Management Education*,

20(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100712>

- Rakicevic, Z., Njegic, K., Cogoljevic, M., & Rakicevic, J. (2023). Mediated Effect of Entrepreneurial Education on Students' Intention to Engage in Social Entrepreneurial Projects. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054606>
- Rantanen, T., & Toikko, T. (2017). The relationship between individualism and entrepreneurial intention – a Finnish perspective. *Journal of Enterprising Communities*, 11(2), 289–306. <https://doi.org/10.1108/JEC-10-2014-0021>
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100431. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2020.100431>
- Rodríguez, R., & Pedraja, M. (2016). Percepciones sobre la gestión del conocimiento de directivos universitarios de cuatro universidades chilenas. *Formación Universitaria*, 9(4), 41–52. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000400006>
- Romero, M., Romero, L., & Barboza, A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 67-82. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.04>
- Ronkainen, J., Aggerholm, K., & Allen, J. (2021). Aprender en el deporte: de las habilidades para la vida al aprendizaje existencial. *Deporte, Educación y Sociedad*, 26 (2), 214-227. <https://doi.org/10.1080/13573322.2020.1712655>
- Ruskovaara, E., Pihkala, T., Seikkula, J., & Järvinen, R. (2015). Broadening the resource base for entrepreneurship education through teachers' networking activities. *Teaching and Teacher Education*, 47, 62–70. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2014.12.008>
- Sadaf, A., & Gezer, T. (2020). Exploring factors that influence teachers' intentions to integrate digital literacy using the decomposed theory of planned behavior. *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 36(2), 124-145.

- Salas, E. (2019). *Intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de administración UNAMBA*, 2019 [Tesis de grado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/1028>
- Salguero, M. (2018). *La relación de la educación empresarial con la intención emprendedora en las instituciones de educación superior del centro del país (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato)*. [Tesis de pre grado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio institucional. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/c72d6acf-ca49-4f1a-b282-213dce80010e>
- Sánchez, A., Cruz, O., & Cueva, E. (2022). Intención Emprendedora de Estudiantes de una Universidad Pública en la Región Amazonas Perú. *Revista Científica Epistemia*, 6(1), 18–30. <https://doi.org/10.26495/re.v6i1.2129>
- Sang, D., & Lin, J. (2019). How does entrepreneurial education influence the entrepreneurial intention of college students: The moderating and mediating effects of entrepreneurial alertness. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 14(8), 139–157. <https://doi.org/10.3991/ijet.v14i08.10408>
- Sansone, G., Ughetto, E., & Landoni, P. (2021). Entrepreneurial intention: An analysis of the role of Student-Led Entrepreneurial Organizations. *Journal of International Entrepreneurship*, 19(3), 399–433. <https://doi.org/10.1007/s10843-021-00288-6>
- Santos, M. (2019). Expected Skills of newly hired business education Graduates. *International Journal of Advanced engineering, Management and Science*, 5, 625-629. <https://doi.org/10.22161/ijaems.512.3>.
- Sari, U., Çelik, H., Pektaş, H. M., & Yalçın, S. (2022). Effects of STEM-focused Arduino practical activities on problem-solving and entrepreneurship skills. *Australasian Journal of Educational Technology*, 2022(3), 140–154.

- Schaefer, S & Alvesson, M. (2020). Actitudes epistémicas y crítica de fuentes en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación sobre Gestión*, 29 (1), 33-45. <https://doi.org/10.1177/105649261773915>
- Seikkula, J. (2018). A review of entrepreneurship education in teacher education. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 15(1), 105-148. <https://doi.org/10.32890/mjli2018.15.1.5>
- Shahzad, M., Khan, I., Saleem, S., & Rashid, T. (2021). What factors affect the entrepreneurial intention to start-ups? The role of entrepreneurial skills, propensity to take risks, and innovativeness in open business models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC7030173>
- Sheerin, C., Hughes, C. y Garavan, T. (2020). Prácticas de género e intercambio de conocimientos tácitos en las organizaciones: una perspectiva de estructuración. *Desarrollo de Recursos Humanos Internacional*, 23 (5), 542-568. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1769402>
- Singh, K., & Onahring, D. (2019). Entrepreneurial intention, job satisfaction and organisation commitment - construct of a research model through literature review. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0134-2>
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168-182. <https://doi.org/10.1108/14626000710746637>
- Solomon, G., Alabduljader, N., & Ramani, S. (2019). Knowledge management and social entrepreneurship education: lessons learned from an exploratory two-country study. *Journal of Knowledge Management*, 23(10), 1984-2006. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2018-0738>

- Somby, M., & Johansen, V. (2017). Entrepreneurship education: motivation and effort for pupils with special needs in Norwegian compulsory school. *European Journal of Special Needs Education, 32*(2), 238–251. <https://doi.org/10.1080/08856257.2016.1223398>
- Sousa, M. (2018). Entrepreneurship skills development in higher education courses for teams leaders. *Administrative Sciences, 8*(2). <https://doi.org/10.3390/admsci8020018>
- Spence, S. (2003). Social skills training with children and young people: Theory, evidence and practice. *Child and adolescent mental health, 8*(2), 84-96. <https://doi.org/10.1111/1475-3588.00051>
- Stanca, L., Dabija, D., & Păcurar, E. (2022). Community of practice: Converting IT graduate students into specialists via professional knowledge sharing. *Kybernetes, 51*(2), 557-581. <https://doi.org/10.1108/K-10-2020-0711>
- Sun, J., Shi, J., & Zhang, J. (2023). From entrepreneurship education to entrepreneurial intention: Mindset, motivation, and prior exposure. *Frontiers in Psychology, 14*, 954118. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.954118>
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. (2021). El III Informe Bial sobre la Realidad Universitaria en el Perú. (Informe n° 3). <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3018068/III%20Informe%20TBial.pdf>
- Tarapuez, E., Guzmán, B., & Parra, R. (2018). Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina. *Suma de Negocios, 9*(19), 56–67. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2018.V9.N19.A7>
- Teixeira, A., & Forte, R. (2017). Prior education and entrepreneurial intentions: the differential impact of a wide range of fields of study. *Review of Managerial Science, 11*(2), 353-394. <https://doi.org/10.1007/s11846-015-0188-2>

- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Tian, Y., Zhao, X., & Huang, W. (2022). Meta-learning approaches for learning-to-learn in deep learning: A survey. *Neurocomputing*, 494, 203–223. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2022.04.078>
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(7), 1423–1447. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2019-0370>
- Torres, P., & García, C. (2011). Estilos de aprendizaje y estilos de pensamiento en estudiantes universitarios. aprender a aprender y aprender a pensar. *Arbor*, 187(3), 261–266. <https://doi.org/10.3989/arbor.2011.Extra-3n3155>
- Tóth, Á., Bedő, Z., & Csapi, V. (2023). Digitalization in entrepreneurship education and its effect on entrepreneurial capacity building. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2210891>
- Toufaily, B., & Bou, N. (2024). Drivers of Student Social Entrepreneurial Intention Amid the Economic Crisis in Lebanon: A Mediation Model. *Sustainability*, 16(7), 2807.
- Viera, L., Machado, L., Leal, W., & Ávila, E. (2024). A transformative online approach to sustainable development in management education: the case of a Brazilian business school. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 25(1), 1-20. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-02-2023-0039>
- Vinnervik, P. (2023). Un análisis en profundidad de la programación en el currículo escolar sueco: fundamento, contenido del conocimiento y orientación docente. *Revista de Computadoras en Educación*, 10 (2), 237-271. <https://doi.org/10.1007/s40692-022-00230-2>

- Walter, G., & Block, H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216–233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>
- Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. *International Journal of Management Education*, 20(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100570>
- Wang, X., You, X., Wang, H., Wang, B., Lai, W., & Su, N. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: Mediation of Entrepreneurial Self-Efficacy and Moderating Model of Psychological Capital. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032562>
- Wardana, L., Narmaditya, B., Wibowo, A., Mahendra, A., Wibowo, N., Harwida, G., & Rohman, A., (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Wei, Y., Lv, H., Chen, M., Wang, M., Heidari, A., Chen, H., & Li, C. (2020). Predicting Entrepreneurial Intention of Students: An Extreme Learning Machine with Gaussian Barebone Harris Hawks Optimizer. *IEEE Access*, 8, 76841–76855. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2982796>
- Welhelmina, M., Revnu, M., Sondari, S., Ade, M., & Muna, A. (2023). Exploring the Relationship Between Entrepreneurial Mindsets and Business Success: Implications for Entrepreneurship Education. *Journal on Education*, 05(04), 12540–12547. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2238>

- Welsh, B., Tullar, L., & Nemati, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both? *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.005>
- Wijayati, T., Fazlurrahman, H., Hadi, K., & Arifah, C. (2021). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention through planned behavioural control, subjective norm, and entrepreneurial attitude. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 11(1), 505–518. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00298-7>
- Wijngaarden, Y., Hitters, E., & Bhansing, V. (2020). Cultivating fertile learning grounds: Collegiality, tacit knowledge and innovation in creative co-working spaces. *Geoforum*, 109, 86-94. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.01.005>
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions of College Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and the Moderating Role of Entrepreneurial Competition Experience. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>
- Wu, X., & Kuang, W. (2021). Exploring influence factors of WeChat users' health information sharing behavior: based on an integrated model of TPB, UGT and SCT. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 37(13), 1243-1255.
- Xu, X., & Lewis, E. (2011). Refinement of a chemistry attitude measure for college students. *Journal of Chemical Education*, 88(5), 561–568. <https://doi.org/10.1021/ed900071q>
- Zafari, S., & Koeszegi, T. (2021). Attitudes toward attributed agency: Role of perceived control. *International Journal of Social Robotics*, 13(8), 2071-2080.
- Zampetakis, A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 413–428. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0006-z>

- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, E., Samah, A., Meng, K., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264–276. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030>
- Zhang, J., & Huang, J. (2021). Entrepreneurial Self-Efficacy Mediates the Impact of the Post-pandemic Entrepreneurship Environment on College Students' Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.643184>
- Zhang, S., Li, Y. Q., Liu, H., & Ruan, W. Q. (2020). Critical factors identification and prediction of tourism and hospitality students' entrepreneurial intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 26. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.100234>
- Zhang, W., Li, Y., Zeng, Q., Zhang, M., & Lu, X. (2022). Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention among College Students: A Meta-Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912158>
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623–641. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z>
- Zhao, W., Yang, T., Hughes, D., & Li, Y. (2021). Entrepreneurial alertness and business model innovation: the role of entrepreneurial learning and risk perception. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 839-864.
- Zhao, X., Lin, X., & Hu, Y. (2020). OLS Model Based Research on Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Intention for Micro-ebusiness: An Evidence from China under the Impact of COVID-19. Proceedings – 2020. *International Conference on Information*

Science and Education, ICISE-IE 2020, 143–149.

<https://doi.org/10.1109/ICISE51755.2020.00037>

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN AGRONEGOCIOS

**Investigación: “Educación Empresarial e Intención Emprendedora en los
Estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca,
2023-2024”**

Cuestionario para los estudiantes

I. Datos Generales

- Características demográficas

1. Por favor indique su edad actual

2. Usted es:

	Hombre
	Mujer
	Preferiría 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
2. Quincenal
3. Mensual
4. Trimestral
5. Anual

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. Información de las variables

A continuación, le presentamos algunas afirmaciones en relación a la educación empresarial e intención emprendedora. 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.

Educación empresarial

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

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
Conocimiento						
C1	Aprendo principalmente de mis profesores.	1	2	3	4	5
C2	Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas.	1	2	3	4	5
C3	Aprendo principalmente de fuentes virtuales	1	2	3	4	5
C4	Aprendo principalmente de cursos empresariales impartidos en la universidad.	1	2	3	4	5
C5	Aprendo principalmente de cursos vacacionales.	1	2	3	4	5
C6	Aprendo principalmente de charlas y capacitaciones empresariales.	1	2	3	4	5

Habilidades						
H1	Aprender a aprender es más importante que acumular información.	1	2	3	4	5
H2	Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar	1	2	3	4	5
H3	En los negocios, necesitamos aprender toda la vida	1	2	3	4	5
H4	Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios	1	2	3	4	5
H5	Las asignaturas hasta ahora cursadas en la escuela me ayudaran a fortalecer mis habilidades empresariales	1	2	3	4	5
H6	En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones	1	2	3	4	5

Actitud						
A1	El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación	1	2	3	4	5
A2	La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios	1	2	3	4	5
A3	La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles en los negocios.	1	2	3	4	5
A4	La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.	1	2	3	4	5
A5	La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.	1	2	3	4	5
A6	Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos	1	2	3	4	5

Intención emprendedora

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

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
IE1	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio.	1	2	3	4	5
IE2	Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.	1	2	3	4	5
IE3	Pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa	1	2	3	4	5
IE4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	1	2	3	4	5
IE5	He considerado seriamente iniciar un negocio	1	2	3	4	5
IE6	Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día	1	2	3	4	5

¡Muchísimas gracias por tu tiempo e información proporcionada!

Anexo 2. Validación de Instrumento por Juicio de Expertos

Tabla 41

Doble traducción del instrumento

Doble Traducción Simultánea de los ítems (dos traductores)							
English				Español			
Construct	Dimension	Indicators	Item Measurement	Constructos	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Entrepreneurial education	Knowledge	Explicit knowledge Q24.	Q1. I learn mostly from my professors	Educación empresarial	Conocimiento	Conocimiento explícito	Aprendo principalmente de mis profesores.
			Q7. I learn mostly from books and published papers in journals				Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas
			Q13. I learn mostly from online sources				Aprendo principalmente de fuentes en línea.
		Tacit Knowledge Q23	Q4. I learn mostly from working on projects			Conocimiento tácito	Aprendo principalmente trabajando en proyectos.
			Q10. I learn mostly from part-time and summer jobs				Aprendo principalmente de trabajos a tiempo parcial y de verano
			Q16. I learn mostly from entrepreneurial activities				Aprendo principalmente de actividades empresariales
	Skills	Learning to learn Q22.	Q2. Learning to learn is more important than accumulating information		Habilidades	Aprender a aprender	Aprender a aprender es más importante que acumular información.
			Q8. Learning to learn means to develop our way of thinking				Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar
			Q14. In business, we need to learn the whole life				En los negocios, necesitamos aprender toda la vida.
		Problem solving Q21.	Q5. Professors teach us how to solve problems in business			Resolución de problemas	Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios
			Q11. Professors teach us how to formulate correctly business problems				Los profesores nos enseñan cómo formular correctamente los problemas empresariales

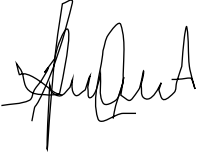
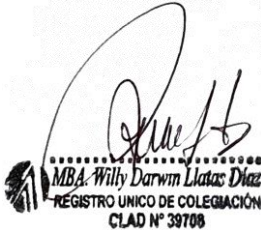

		Q17. In business, problems have always several solutions			En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones
Attitude	Motivation Q20.	Q3. Efficient learning is based on a good motivation	Actitud	Motivación	El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación
		Q9. Motivation is a powerful inner force in business			La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios
		Q15. Motivation helps us in dealing with difficult situations			La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles.
	Social intelligence Q 19	Q6. Emotional intelligence is essential in doing business		Inteligencia social	La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.
		Q12. Effective management is based on team spirit and knowledge sharing			La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.
		Q18. Doing business should be based on ethical values and principles			Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos
Entrepreneurial Intention		EI1. I am willing to do anything to become a business owner.	Intención emprendedora		Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio.
		EI2. My professional goal is to become an entrepreneur.		Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.	
		EI3. I will make every effort to start and run my own firm.		Pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa	
		EI4. I am determined to create a firm in the future.		Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	
		EI5. I have seriously considered establishing a business		He considerado seriamente establecer un negocio	
		EI6. I have a strong intention to start a firm someday.		Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día	
<p>APAESTEGUI FUSTAMANTE, Sonia Telecila DNI: 71840787 English Teacher</p>					

Tabla 42

Validación de las preguntas de investigación

Instrumento validado por expertos							
Preguntas de investigación				Preguntas validadas por los expertos			
Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Educación empresarial	Conocimiento	Conocimiento explícito	Aprendo principalmente de mis profesores.	Educación empresarial	Conocimiento	Conocimiento explícito	Aprendo principalmente de mis profesores.
			Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas				Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas.
			Aprendo principalmente de fuentes en línea.				Aprendo principalmente de fuentes virtuales
		Conocimiento tácito	Aprendo principalmente trabajando en proyectos.			Conocimiento tácito	Aprendo principalmente de cursos empresariales impartidos en la universidad.
			Aprendo principalmente de trabajos a tiempo parcial y de verano				Aprendo principalmente de cursos vacacionales.
			Aprendo principalmente de actividades empresariales				Aprendo principalmente de charlas y capacitaciones empresariales.
	Habilidades	Aprender a aprender	Aprender a aprender es más importante que acumular información.	Habilidades	Aprender a aprender	Aprender a aprender es más importante que acumular información.	
			Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar			Aprender a aprender significa desarrollar nuestra forma de pensar	
			En los negocios, necesitamos aprender todo de la vida.			En los negocios, necesitamos aprender toda la vida.	

		Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios		Los profesores nos enseñan cómo resolver problemas de negocios
	Resolución de problemas	Los profesores nos enseñan cómo formular correctamente los problemas empresariales		Las asignaturas hasta ahora cursadas en la escuela me ayudaran a fortalecer mis habilidades empresariales
		En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones		En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones
		El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación		El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación
	Motivación	La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios		La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios
		La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles.		La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles en los negocios.
Actitud		La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.	Actitud	La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios.
	Inteligencia social	La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.		La gestión eficaz se basa en el espíritu del equipo y el intercambio de conocimientos.
		Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos		Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos
		Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio.		Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio.
Intención emprendedora		Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.	Intención emprendedora	Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.
		Pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa		Pondré todo mi esfuerzo para iniciar y dirigir mi propia empresa

<p>Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.</p> <hr/> <p>He considerado seriamente establecer un negocio</p> <hr/> <p>Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día</p>	<p>Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.</p> <hr/> <p>He considerado seriamente iniciar un negocio</p> <hr/> <p>Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día</p>
 <p>MBA Willy Darwin Llatas Díaz REGISTRO UNICO DE COLEGIACIÓN CLAD N° 39708</p>	
<p>MBA Willy Darwin Llatas Díaz</p> <p>DNI: 47099921</p>	<p>Dr (c) Rubén Iván Marchena Chanduvi</p> <p>DNI: 45246922</p>

Anexo 3. Prueba de Fiabilidad**Tabla 43***Fiabilidad del instrumento de investigación*

Estadísticas de confiabilidad de la escala frecuente	
Estimar	Cronbach's α
Estimación por punto	0.928

Estadísticas de confiabilidad de ítems individuales frecuentes si se elimina el ítem	
Ítem	Cronbach's α
C1	0.926
C2	0.925
C3	0.925
C4	0.925
C5	0.925
C6	0.925
H1	0.925
H2	0.926
H3	0.925
H4	0.925
H5	0.925
H6	0.926
A1	0.926
A2	0.926
A3	0.925
A4	0.925
A5	0.927
A6	0.927
IE1	0.925
IE2	0.925
IE3	0.926
IE4	0.925
IE5	0.925
IE6	0.925

Anexo 4. Número de Estudiantes por Ciclos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE
CAJAMARCA
NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA
FACULTAD DE CIENCIAS
AGRARIAS



ESCUELA ACADÉMICO
PROFESIONAL DE
INGENIERÍA EN
AGRONEGOCIOS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS FILIAL BAMBAMARCA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS – UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

CICLO 2023 – II

NRO	CICLO	TOTAL DE ALUMNOS POR CICLO
01	IV	27
02	VI	15
03	VIII	18
04	X	28
	TOTAL	88

Bambamarca 17, de enero de 2024



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FILIAL BAMBAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERIA EN AGRONEGOCIOS
Mary Jhanina Llamó Burga
Dra. Mary Jhanina Llamó Burga
DIRECTORA

Anexo 5. Matriz de Operacionalización de Variables

Tabla 44

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems/Escalas	Técnicas/ Instrumentos/ Escalas Likert
Variable independiente: Educación empresarial	<p>“La educación empresarial consiste en actividades de aprendizaje que permiten a los estudiantes adquirir conocimientos, habilidades y actitudes empresariales necesarias para crear, desarrollar y operar un negocio” (Chen et al., 2021, p. 193).</p>	<p>La educación empresarial es determinante para proporcionar a los estudiantes el conocimiento, habilidades y actitudes para iniciar un negocio o empresa.</p>	<p>Conocimiento</p> <p>“se define como el proceso en el que los individuos intercambian mutuamente sus conocimientos tácitos y explícitos y crean conjuntamente nuevos conocimientos” (Castañeda & Cuellar, 2021; p. 2)</p>	Conocimiento explícito	1. Aprendo principalmente de mis profesores	Encuesta/cuestionario/ Escalas Likert de cinco puntos
					2. Aprendo principalmente de libros y artículos publicados en revistas.	
					3. Aprendo principalmente de fuentes en línea	
			Conocimiento tácito	4. Aprendo principalmente trabajando en proyectos		
				5. Aprendo sobre todo de trabajos de medio tiempo y de verano.		
				6. Aprendo principalmente de actividades empresariales.		
			Aprender a aprender	1. Aprender a aprender es más importante que acumular información		
				2. Aprender a aprender significa desarrollar nuestra manera de pensar		
				3. En los negocios, necesitamos aprender toda la vida.		
			Resolución de problemas	4. Los profesores nos enseñan a resolver problemas en los negocios		
	5. Los profesores nos enseñan a formular correctamente problemas empresariales					

				6. En los negocios, los problemas siempre tienen varias soluciones.			
		<p>Actitud</p> <p>La actitud contiene rasgos psicológicos e inteligencia social que determinan el nivel de desempeño de cualquier tarea profesional. La motivación se destaca como un motor para el compromiso pleno en el desarrollo de las competencias profesionales (Bratianu et al., 2020; p. 5)</p>	Motivación	1. El aprendizaje eficiente se basa en una buena motivación.			
					2. La motivación es una poderosa fuerza interna en los negocios		
					3. La motivación nos ayuda a afrontar situaciones difíciles		
				Inteligencia social	4. La inteligencia emocional es esencial para hacer negocios		
						5. La gestión eficaz se basa en el espíritu de equipo y el intercambio de conocimientos	
						6. Hacer negocios debe basarse en valores y principios éticos.	
<p>Variable dependiente:</p> <p>Intención emprendedora</p> <p>(Es una variable unidimensional)</p> <p>(Qudsia et al., 2022)</p>	<p>“Una convicción auto reconocida por una persona que tiene la intención de establecer una nueva empresa comercial y planea conscientemente hacerlo en el futuro” (Thompson, 2009,p. 676).</p>	<p>La intención emprendedora es la capacidad que tiene una persona para idealizar su emprendimiento sea en un corto, medio o largo plazo.</p>	Objetivo profesional	1. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para convertirme en propietario de un negocio.	<p>Encuesta/cuestionario/ Escala Likert de cinco puntos</p>		
							2. Mi objetivo profesional es convertirme en empresario.
						Interés de convertirse en empresario	3. Haré todo lo posible para iniciar y administrar mi propia empresa
						Idea de iniciar un negocio	5. He considerado seriamente establecer un negocio
						Intención firme de emprender	6. Tengo la firme intención de iniciar una empresa algún día.

Anexo 6. Matriz de Consistencia

Tabla 45

Matriz de consistencia

Educación Empresarial e Intención Emprendedora en los Estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024								
Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Fuente o instrumento de recolección de datos	Metodología	Población y muestra
¿Qué relación existe entre la educación empresarial e intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024?	Determinar la relación entre la educación empresarial e intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024	La educación empresarial se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024	Variable independiente:	Conocimiento	Conocimiento explícito	Encuesta/cuestionario/ Escala Likert de cinco puntos	Enfoque: cuantitativo Alcance: correlacional de corte transversal Diseño: no experimental	Población Los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca-filial Bambamarca Muestra: 88 estudiantes
Específicos	Específicos	Específicos	Educación empresarial		Conocimiento tácito			
				Habilidades	Aprender a aprender			
¿Qué relación existe entre el conocimiento y la intención	Examinar la relación entre el conocimiento y la intención	El conocimiento se relaciona con la intención emprendedora			Resolución de problemas			

empresaria en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024?	empresaria en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024	en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024						
¿Qué relación existe entre las habilidades y la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024?	Determinar la relación entre las habilidades y la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024	Las habilidades se relacionan con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024	Actitud	Motivación	Inteligencia social	Objetivo profesional	Interés de convertirse en empresario	Idea de iniciar un negocio
¿Qué relación existe entre la actitud y la intención emprendedora en los estudiantes de	Evaluar la relación entre la actitud y la intención emprendedora en los estudiantes de	La actitud se relaciona con la intención emprendedora en los estudiantes de Ingeniería en Agronegocios de la	Intención emprendedora					

Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024?	Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024	Universidad Nacional de Cajamarca, 2023-2024			Intención firme de emprender		
--	---	--	--	--	------------------------------	--	--

Anexo 7. Panel Fotográfico**Figura 8**

Aplicación del cuestionario

**Figura 9**

Aplicación del cuestionario



Figura 10

Aplicación del cuestionario

**Figura 11**

Aplicación del cuestionario

