



Universidad Nacional  
**SAN LUIS GONZAGA**



## [Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

# UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA DE ICA



## EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD



### CONSTANCIA



El que suscribe deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**“Educación Universitaria y Cultura Emprendedora de los Estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”, 2023”**

Presentado por:

**Bach: ELIANA PAOLA NIETO FUENTES**

El resultado obtenido es una coincidencia de 3%, por el cual se otorga el calificativo de:

### APROBADO

Según reglamento de Evaluación de la Originalidad

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Se aprueba el informe final de tesis por tener un porcentaje de similitud inferior a los límites establecidos por el reglamento.

Ica, 04 de junio del 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Facultad de Administración



TESIS

EDUCACIÓN UNIVERSITARIA Y CULTURA EMPRENDEDORA  
DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE  
ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS  
GONZAGA", 2023

Para optar por el título profesional de Licenciada en Administración

**Línea de Investigación**

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

**Autora:**

Bach. Eliana Paola Nieto Fuentes

**Asesora:**

Dra. Esther Jesús Vilca Perales

Ica – Perú

2025

### **Dedicatoria**

A mis padres por su amor incondicional, apoyo constante y los valores que me han inculcado a lo largo de mi vida. Su esfuerzo, sacrificio y confianza en mí han sido la base fundamental para alcanzar cada uno de mis logros. Con todo mi cariño y gratitud eterna, les dedico este importante logro.

### **Agradecimiento**

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada etapa de mi vida, permitiéndome alcanzar este logro con salud y sabiduría.

A mis docentes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”, por su invaluable enseñanza, orientación y apoyo a lo largo de mi formación académica, contribuyendo de manera significativa a mi crecimiento profesional y personal.

## Índice de Contenido

	Pág.
Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índie de Contenido.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Índice de Figuras.....	vii
Resumen .....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	11
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA .....	26
III. RESULTADOS .....	29
IV. DISCUSIÓN.....	61
V. CONCLUSIONES .....	63
VI. RECOMENDACIONES .....	65
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	66
VIII. ANEXOS .....	69
8.1. Operacionalización de las Variables .....	69
8.2. Instrumentos de recolección de información.....	70
8.3. Matriz de consistencia .....	74

## Índice de Tablas

	Pág.
<b>Tabla 1</b> Población de estudiantes de la facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023 .....	26
<b>Tabla 2</b> Muestra de la Investigación .....	27
<b>Tabla 3</b> Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ofrece una amplia variedad de cursos que abarcan los aspectos teóricos y prácticos .....	29
<b>Tabla 4</b> Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ha proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio .....	31
<b>Tabla 5</b> Apreciación sobre si su plan de estudios incluye suficientes actividades prácticas y experiencias de aprendizaje basadas en casos reales de emprendimiento .....	32
<b>Tabla 6</b> Apreciación sobre si ha participado en algún programa de emprendimiento ofrecido por la universidad .....	34
<b>Tabla 7</b> Valoración sobre si los programas de emprendimiento de la universidad brindan un apoyo adecuado para desarrollar sus habilidades emprendedoras .....	35
<b>Tabla 8</b> Valoración sobre si considera que los profesores en la universidad utilizan enfoques pedagógicos efectivos que facilitan su aprendizaje y comprensión de los temas .....	36
<b>Tabla 9</b> Apreciación sobre si considera importante que los métodos de enseñanza utilizados promuevan la participación activa y el intercambio de ideas entre los estudiantes .....	38
<b>Tabla 10</b> Apreciación sobre si consideraban que las clases en la universidad fomentan la aplicación práctica de los conceptos teóricos a través de ejercicios, proyectos o casos de estudio .....	39
<b>Tabla 11</b> Apreciación sobre si se siente satisfecho con la utilización de recursos audiovisuales, tecnológicos y herramientas interactivas en las clases de la universidad .....	40
<b>Tabla 12</b> Apreciación sobre si considera que la metodología de la enseñanza en la universidad fomenta el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución y trabajo en equipo ...	42
<b>Tabla 13</b> Apreciación sobre si considera que existe un acceso equitativo a oportunidades de financiamiento para emprendedores en su entorno.....	43
<b>Tabla 14</b> Apreciación sobre si está de acuerdo con que el principal desafío al que se enfrentan los emprendedores al buscar financiamiento son los requisitos y condiciones de financiamiento demasiado estrictos.....	45
<b>Tabla 15</b> Apreciación sobre si considera que el acceso a financiamiento es un factor clave para fomentar la cultura emprendedora .....	46
<b>Tabla 16</b> Apreciación sobre si considera que la principal motivación para emprender es la superación personal .....	47
<b>Tabla 17</b> Apreciación sobre con qué frecuencia considera que su entorno le brinda apoyo y motivación para emprender .....	49

<b>Tabla 18</b> Apreciación sobre si considera que la educación universitaria ha contribuido a fortalecer su motivación para emprender.....	50
<b>Tabla 19</b> Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno fomenta la motivación y el espíritu emprendedor .....	51
<b>Tabla 20</b> Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno valora y promueve la creatividad y la innovación .....	53
<b>Tabla 21</b> Apreciación sobre qué tan importante considera que es la creatividad para tener éxito como emprendedor .....	54
<b>Tabla 22</b> Apreciación sobre si consideraron que su formación universitaria ha sido importante para estimular su capacidad de generar ideas creativas para emprender .....	55
<b>Tabla 23</b> Contrastación de la Hipótesis Principal .....	57
<b>Tabla 24</b> Contrastación de la Hipótesis Secundaria 1 .....	58
<b>Tabla 25</b> Contrastación de la Hipótesis Secundaria 2.....	59
<b>Tabla 26</b> Contrastación de la Hipótesis Secundaria 3.....	60
<b>Tabla 27</b> Operacionalización de variables .....	69
<b>Tabla 28</b> Matriz de consistencia modelo de investigación .....	74

## Índice de Figuras

	Pág.
<b>Figura 1</b> Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ofrece una amplia variedad de cursos que abarcan los aspectos teóricos y prácticos .....	29
<b>Figura 2</b> Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ha proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio .....	30
<b>Figura 3</b> Apreciación sobre si su plan de estudios incluye suficientes actividades prácticas y experiencias de aprendizaje basadas en casos reales de emprendimiento .....	32
<b>Figura 4</b> Apreciación sobre si ha participado en algún programa de emprendimiento ofrecido por la universidad .....	33
<b>Figura 5</b> Apreciación sobre si los programas de emprendimiento de la universidad brindan un apoyo adecuado para desarrollar sus habilidades emprendedoras .....	35
<b>Figura 6</b> Apreciación sobre si considera que los profesores en la universidad utilizan enfoques pedagógicos efectivos que facilitan su aprendizaje y comprensión de los temas .....	36
<b>Figura 7</b> Apreciación sobre si considera importante que los métodos de enseñanza utilizados promuevan la participación activa y el intercambio de ideas entre los estudiantes .....	37
<b>Figura 8</b> Apreciación sobre si consideraban que las clases en la universidad fomentan la aplicación práctica de los conceptos teóricos a través de ejercicios, proyectos o casos de estudio .....	39
<b>Figura 9</b> Apreciación sobre si se siente satisfecho con la utilización de recursos audiovisuales, tecnológicos y herramientas interactivas en las clases de la universidad .....	40
<b>Figura 10</b> Apreciación sobre si considera que la metodología de la enseñanza en la universidad fomenta el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución y trabajo en equipo ...	41
<b>Figura 11</b> Apreciación sobre si considera que existe un acceso equitativo a oportunidades de financiamiento para emprendedores en su entorno.....	43
<b>Figura 12</b> Apreciación sobre si está de acuerdo con que el principal desafío al que se enfrentan los emprendedores al buscar financiamiento son los requisitos y condiciones de financiamiento demasiado estrictos .....	44
<b>Figura 13</b> Apreciación sobre si considera que el acceso a financiamiento es un factor clave para fomentar la cultura emprendedora .....	46
<b>Figura 14</b> Apreciación sobre si considera que la principal motivación para emprender es la superación personal .....	47
<b>Figura 15</b> Apreciación sobre con qué frecuencia considera que su entorno le brinda apoyo y motivación para emprender .....	48
<b>Figura 16</b> Apreciación sobre si considera que la educación universitaria ha contribuido a fortalecer su motivación para emprender.....	50

<b>Figura 17</b> Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno fomenta la motivación y el espíritu emprendedor.....	51
<b>Figura 18</b> Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno valora y promueve la creatividad y la innovación .....	52
<b>Figura 19</b> Apreciación sobre qué tan importante considera que es la creatividad para tener éxito como emprendedor .....	54
<b>Figura 20</b> Apreciación sobre si consideraron que su formación universitaria ha sido importante para estimular su capacidad de generar ideas creativas para emprender .....	55
<b>Figura 21</b> Contrastación hipótesis principal .....	57
<b>Figura 22</b> Contrastación hipótesis secundaria 1 .....	58
<b>Figura 23</b> Contrastación hipótesis secundaria 2 .....	59
<b>Figura 24</b> Contrastación hipótesis secundaria 3 .....	60

## Resumen

El propósito del estudio fue determinar cómo la educación universitaria se relaciona con la cultura emprendedora de los estudiantes de administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga para explicar y analizar la educación que reciben los estudiantes y el impacto pueda tener en sus emprendimientos. En conclusión, se realizó una investigación básica; que permitió analizar las características de la educación universitaria y cómo esta impacta en la cultura emprendedora de los estudiantes de la carrera profesional de administración de una universidad pública de la ciudad de Ica. La investigación fue de nivel correlacional que permitió conocer las causas y efectos de la problemática materia de estudio con un diseño ex post-facto de carácter no experimental. La población estuvo conformada por un total de 214 estudiantes de los 2 últimos años de estudio y una muestra de 138 estudiantes, con un nivel de confiabilidad del 95%, y un margen de error del 5%. Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en el proceso de desarrollo de la investigación fueron las fichas bibliográficas y la encuesta de opinión; y para las técnicas de procesamiento de datos se realizó la organización y presentación de datos en forma estadística. Se concluye, que se ha logrado el objetivo general, aceptando la hipótesis principal que la educación universitaria se relaciona directamente con la cultura emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

**Palabras claves:** educación universitaria, cultura emprendedora, formación universitaria, emprendimiento

## **Abstract**

The purpose of the study was to determine how university education relates to the entrepreneurial culture of management students at the National University "San Luis Gonzaga" to explain and analyze the education received by students and the impact it may have on their entrepreneurial ventures.

In conclusion, a basic research study was conducted, which allowed for the analysis of the characteristics of university education and how it influences the entrepreneurial culture of students in the professional management program of a public university in the city of Ica. The research was correlational, enabling the identification of the causes and effects of the studied issue, with a non-experimental ex post-facto design. The population consisted of a total of 214 students from the last two years of study, and a sample of 138 students was selected, with a confidence level of 95% and a margin of error of 5%.

The data collection techniques used during the research development process were bibliographic records and opinion surveys, while the data processing techniques involved the organization and presentation of data in a statistical format.

It is concluded that the general objective has been achieved, accepting the main hypothesis that university education is directly related to the entrepreneurial culture of the students of the Faculty of Management at the National University "San Luis Gonzaga," 2023.

**Keywords:** university education, entrepreneurial culture, university training, entrepreneurship

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a pesar de la importancia cada vez más reconocida del emprendimiento como motor de crecimiento económico y generación de empleo, existe una brecha significativa entre la formación académica recibida en las universidades y las habilidades requeridas para emprender con éxito.

Esta carencia se manifiesta en la falta de asignaturas específicas, programas de mentoría y actividades prácticas enfocadas en el desarrollo de competencias emprendedoras. Como resultado, muchos estudiantes universitarios no reciben una educación adecuada en emprendimiento durante su formación, lo que limita su capacidad para convertir sus ideas en proyectos empresariales viables y sostenibles.

Además, la cultura emprendedora no siempre está arraigada en el entorno universitario, lo que dificulta la creación de un ecosistema propicio para el desarrollo de emprendedores. La falta de un entorno colaborativo, espacios para la innovación y la ausencia de modelos a seguir dentro del entorno académico contribuyen a esta problemática. Esta falta de educación y cultura emprendedora se traduce en una baja tasa de emprendimiento entre los estudiantes universitarios. Muchos de ellos carecen de las habilidades, conocimientos y mentalidad necesarios para iniciar y administrar un negocio de manera exitosa, lo que repercute directamente en su inserción laboral y capacidad de generar valor económico.

Esto no solo limita su potencial de crecimiento personal y profesional, sino que también representa una pérdida de oportunidades para la economía en general, ya que la falta de nuevos emprendimientos frena la innovación y la diversificación de los mercados. Las universidades, como instituciones formadoras de profesionales, tienen un rol fundamental en la generación de individuos capacitados no solo para incorporarse al mercado laboral existente, sino también para crear nuevas fuentes de empleo y contribuir al desarrollo social y económico.

En la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, se observa una brecha significativa entre la educación universitaria brindada y la cultura emprendedora de los estudiantes. Aunque los planes de estudio cubren ampliamente temas teóricos relacionados con la gestión empresarial, la formación carece de un enfoque práctico y vivencial que prepare a los estudiantes para afrontar los retos del mundo empresarial real. La limitada exposición a experiencias prácticas, como ferias de emprendimiento, incubadoras de empresas y la participación en proyectos reales, contribuye a esta deficiencia.

A pesar de recibir una formación académica sólida en áreas administrativas, muchos de los estudiantes carecen de la actitud emprendedora necesaria para aplicar los conocimientos adquiridos en la creación y desarrollo de nuevos negocios. Esta situación plantea un desafío, ya que la educación universitaria debería fomentar y cultivar la cultura emprendedora en los estudiantes, para que estos puedan aprovechar su potencial creativo, innovador y de liderazgo.

Sin embargo, existe una desconexión entre lo enseñado en las aulas y la realidad del emprendimiento, lo que genera un desfase entre la teoría impartida y las necesidades del entorno empresarial cambiante.

Según Quispe et al. (2022) en su artículo titulado “Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior”, mencionaban que la cultura emprendedora se refería a un conjunto de comportamientos, valores, creencias y conocimientos generados a través de acciones educativas que buscan estimular a los ciudadanos a adoptar prácticas innovadoras en el ámbito laboral y social con el fin de mejorar la realidad. Estas acciones debían estar orientadas hacia tres perspectivas principales: promover el crecimiento económico, la justicia y la cohesión social, y el desarrollo sostenible desde el punto de vista medioambiental. Desde esta perspectiva, se puede entender la cultura emprendedora como la combinación de dos conceptos: "cultura", que se refiere a la construcción social de normas integradas para la vida en sociedad, y "emprendedora", que se refiere a la persona que tiene iniciativa y determinación para emprender.

De esta manera Pérez (2018) concluye en su investigación titulada “Educación en emprendimiento y la cultura emprendedora de los estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas y de Economía y Negocios de la Universidad de Cartagena y la Universidad Tecnológica de Bolívar 2006-2015” que, para lograr una cultura de emprendimiento en los estudiantes, se requería brindar enseñanza sobre el espíritu emprendedor o el tema relacionado. Sin embargo, al hacerlo, no se garantizaba que el estudiante emprenda, tenga ideas innovadoras, elabore planes de negocios, establezca una empresa y contribuya con su creatividad e ingenio a mejorar la productividad efectiva de una empresa ya existente. Por lo tanto, era necesario desarrollar una educación orientada al emprendimiento y la innovación, en conjunto con una cultura emprendedora, para fomentar la creación, crecimiento y desarrollo de empresas con enfoques de sostenibilidad, sustentabilidad y responsabilidad social.

De este modo Guevara et al. (2022) consideraban en su artículo de investigación titulado “Emprendimiento y educación universitaria: una relación necesaria” que la educación universitaria desempeñaba un papel fundamental en el fomento de emprendimientos, ya que las instituciones educativas proporcionaban los conocimientos clave para la innovación y el crecimiento empresarial. Como se mencionó previamente, la tasa de fracasos en emprendimientos disminuyó considerablemente cuando los emprendedores recibían capacitación y educación adecuadas. De esta manera, se entendió que la educación universitaria permitía que los emprendimientos sean sostenibles y reduce el riesgo de fracasos.

De igual forma, se tomó en cuenta la investigación de Coelho y Marín-González (2022) titulada “Programa de Formación para Emprendedores desde la formación de posgrado en la Península de Paraguaná-Venezuela”, donde sostenían que el entorno universitario es el escenario ideal para la convergencia de ideas, opiniones, debates, encuentros intelectuales y otras formas de

interacción entre diferentes actores sociales, lo cual fue fundamental para el desarrollo de las comunidades y, especialmente, para la toma de decisiones que fortalezcan los procesos de emprendimiento a nivel local. Gestionar estrategias como la creación, diseño y ejecución de programas de formación en emprendimiento e innovación empresarial pone a prueba las habilidades individuales, promoviendo el intercambio y flujo de conocimientos en áreas prioritarias, tanto para satisfacer las necesidades básicas personales como las de la comunidad en general.

Finalmente, los aportes de Mayer et al. (2020) quienes a su vez citan a (Wong, 2005) en su trabajo de investigación titulado “Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios” mencionaban que el emprendimiento impulsaba el crecimiento económico al introducir innovaciones y generar competencia en los mercados. Específicamente, se estimaba que la actividad emprendedora de las empresas de alto potencial de desarrollo, como las denominadas "empresas gacelas", presentaron una relación positiva, intensa y estadísticamente significativa con el crecimiento económico. Sin embargo, se revela que el emprendimiento no ha recibido la atención adecuada en las investigaciones empíricas de primer nivel sobre las fuentes del crecimiento económico, lo que indica la necesidad de ampliar la literatura en esta área del conocimiento.

Guevara et al. (2020) en su investigación sobre la educación universitaria en la era del hombre tecnológico desarrollada en medio de la pandemia mencionaban que la educación en general ha ido evolucionando con el paso del tiempo. La tecnología es una herramienta que debió ser implementada en sectores como la educación universitaria. Mientras que el reto de la educación universitaria fue apoyarse en esta tecnología para poder desarrollarse a sí misma e ir tomando forma a partir de la competente capacitación de los docentes donde los estudiantes fueran capaces de adecuarse a una educación tecnológica virtual. La autoridad debe garantizar la continuidad de una educación universitaria de calidad.

Lo arribado por Dávila et al. (2022) en su artículo sobre “La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña”, en donde se comprobó que existe una relación positiva significativa entre la educación universitaria y el espíritu emprendedor de los estudiantes de una universidad en Lima. Por lo tanto, se pudo concluir que los estudiantes con un nivel de educación universitaria muestran una actitud emprendedora más fuerte. Además, se fue comprobado la existencia de una relación entre el estado intelectual de los estudiantes universitarios y su disposición para emprender. En resumen, esto indicaba que a medida que mejoraba el estado intelectual de los estudiantes, también aumenta su capacidad emprendedora. Se determinó la existencia de una relación entre el estado mental y el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios de una universidad en Lima. También en este análisis, se encontró que existía una relación positiva entre el desarrollo del estado mental y el

emprendimiento. En otras palabras, cuanto mejor fuera el desarrollo del estado mental, mayor será el nivel emprendedor del estudiante.

La investigación de Jiménez et al. (2021) consideraban en su artículo de investigación titulado “Emprendimientos y emprendedores en un contexto peruano”, en relación al perfil de los emprendedores en Perú, se destacaba su capacidad para identificar y aprovechar oportunidades, así como la importancia de desarrollar habilidades de persistencia y trabajar con calidad y eficiencia. Estos emprendedores tenían un buen dominio de las herramientas de gestión y mostraban interés en aspectos financieros y de recursos humanos. Además, deben superar las limitaciones asociadas a la informalidad en su actividad emprendedora.

Según Casimiro et al. (2019) en su trabajo de investigación en relación al nivel de desarrollo de las competencias de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Universidad Privada TELESUP se contemplaba cuatro dimensiones: en cuanto al trabajo en equipo, el 40,6% de los estudiantes mostraban un nivel medio o regular. En cuanto a la comunicación, el 48,1% tenían un nivel medio o regular. En cuanto a la confianza en sí mismos, el 59,4% mostraba una manifestación adecuada. En lo que respecta a la capacidad de innovación, el 47,2% tenía una manifestación adecuada. Concluyendo en que los estudiantes de la carrera profesional de Administración, Finanzas y Negocios Globales de la Universidad Privada TELESUP mostraban competencias de emprendimiento empresarial, lo que indica que fue fomentándose este enfoque en las instituciones de educación superior en Perú.

Finalmente, lo arribado por Salas y Tiella (2022) en su estudio determinó que la educación financiera contribuye al desarrollo del espíritu emprendedor en las personas y les brinda la oportunidad de mejorar su calidad de vida. Al adquirir conocimientos financieros a nivel conceptual y práctico, las personas podían prepararse para contar con recursos económicos que les eviten enfrentar situaciones de escasez en el futuro. El dominio de estos conocimientos financieros se traducía en una mejora en las actitudes emprendedoras de los individuos, ya que la educación financiera fomenta el espíritu emprendedor al enfocarse en el mejoramiento de la calidad de vida a través del ahorro, la inversión y la innovación. De esta manera, cuando una persona planeaba emprender un negocio, la educación financiera le permitía adaptarse al contexto social que lo rodea y buscar oportunidades para alcanzar sus metas.

Por otro lado, Bendezú (2022) realizó una investigación que tuvo como objetivo establecer la correlación entre la educación empresarial y las actitudes emprendedoras en estudiantes de Contabilidad pertenecientes a una universidad nacional en Ica durante el año 2022. Los resultados obtenidos revelaron un p-valor de .000 y una correlación moderada de Spearman de .444. En base a estos hallazgos, se pudo rechazar la hipótesis nula, lo que indicó que existe relación entre la educación empresarial y las actitudes emprendedoras. Estos resultados proporcionan una comprensión más clara de que a medida que los niveles de educación

empresarial aumentan, se desarrollan actitudes emprendedoras más sólidas en la población estudiada.

### **Justificación de la investigación**

La presente investigación se sustentó en la necesidad de determinar la relación existente entre la educación universitaria y la cultura emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga. Este estudio se sumó a las investigaciones previas en el ámbito empresarial y educativo, contribuyendo a la comprensión de cómo la formación académica impacta en el desarrollo de competencias emprendedoras. Según estudios recientes, la educación superior desempeña un papel clave en la formación de emprendedores, ya que brinda conocimientos técnicos y habilidades que facilitaban la generación de nuevos negocios (Zhou y otros, 2021).

Además, esta investigación evaluó la efectividad de la formación académica en el desarrollo de competencias emprendedoras, identificando aspectos clave que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes. Los resultados obtenidos permitieron la formulación de estrategias para fortalecer la cultura emprendedora en la facultad, lo que resultó fundamental para preparar profesionales capaces de afrontar los retos del mundo empresarial y contribuir al desarrollo económico de la región. En este sentido, investigaciones recientes han destacado que la educación en emprendimiento no solo fomenta la innovación, sino que también fortalece la capacidad de adaptación y resiliencia en un entorno dinámico y competitivo (Kuratko y otros, 2022).

### **Importancia de la investigación**

La importancia de este estudio radicó en demostrar la relación positiva entre la educación universitaria y la cultura emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga. Para ello, se evaluó la calidad de la formación educativa brindada, con el propósito de identificar posibles áreas de mejora y desarrollar estrategias que fortalecieran la preparación de los estudiantes en términos de emprendimiento. Estudios recientes han evidenciado que los programas académicos orientados al emprendimiento potencian la creación de nuevas empresas y fomentan la mentalidad innovadora en los estudiantes (Nabi y otros, 2020).

Asimismo, este estudio permitió la identificación de factores que influyen en la decisión de los estudiantes de emprender, tales como la metodología de enseñanza, los programas de formación en emprendimiento y la integración de prácticas empresariales dentro del currículo universitario. La mejora de estos aspectos se tradujo en un impacto positivo en la formación de profesionales más competitivos y con mayores posibilidades de éxito en el mercado laboral. De acuerdo con recientes hallazgos, las instituciones de educación superior que incluyen

estrategias de aprendizaje práctico y mentorías logran un mayor impacto en el desarrollo de habilidades emprendedoras (Pérez y otros, 2023).

### **Educación universitaria**

La educación universitaria se concibe como un proceso formativo integral que trasciende la mera transmisión de conocimientos, orientándose hacia el desarrollo de competencias críticas, analíticas y creativas en los estudiantes. Según Bernate y Vargas (2020), la educación superior debe formar individuos capaces de enfrentar los desafíos de la cuarta revolución industrial, promoviendo competencias digitales y una adaptación constante a los cambios tecnológicos. Asimismo, Ríos (2023) enfatiza que la educación universitaria debe centrarse en el desarrollo de habilidades fundamentales que permitan a los estudiantes desenvolverse eficazmente en entornos complejos y dinámicos.

### **Objetivos de la educación superior en el siglo XXI**

En la actualidad, la educación superior tiene un rol clave en la transformación de la sociedad y la preparación de individuos capaces de enfrentar los desafíos de un mundo cada vez más globalizado, tecnológico y competitivo. Su propósito va más allá de la mera transmisión de conocimientos, abarcando el desarrollo de habilidades críticas, creativas y éticas en los estudiantes.

#### **1. Formación de profesionales competentes y adaptables**

Uno de los principales objetivos de la educación superior es garantizar que los egresados sean profesionales altamente capacitados, con habilidades técnicas y transversales que les permitan desempeñarse eficazmente en entornos laborales dinámicos. Esto implica no solo el dominio de conocimientos específicos en sus áreas de estudio, sino también el desarrollo de competencias como la resolución de problemas, la adaptabilidad y el pensamiento crítico (Bernate & Vargas, 2020).

#### **2. Integración de competencias digitales y tecnológicas**

En el contexto de la cuarta revolución industrial, la tecnología ha modificado radicalmente las formas de trabajo, aprendizaje e interacción social. Por ello, las universidades deben integrar competencias digitales en sus currículos, preparando a los estudiantes para manejar herramientas tecnológicas, analizar datos y desarrollar soluciones innovadoras en diversas disciplinas (Bernate & Vargas, 2020). Además, se ha identificado la necesidad de fortalecer el uso de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la automatización y el análisis de big data para mejorar la calidad del aprendizaje y la empleabilidad de los graduados.

### **3. Fomento de la investigación interdisciplinaria**

La educación superior también tiene el propósito de generar conocimiento innovador mediante la investigación interdisciplinaria. Los problemas globales, como el cambio climático, la salud pública y el desarrollo económico, requieren soluciones desde múltiples perspectivas académicas. Las universidades deben fomentar el trabajo colaborativo entre distintas áreas del conocimiento para desarrollar soluciones sostenibles y basadas en evidencia (Guevara et al., 2020).

### **4. Internacionalización y movilidad académica**

Otro objetivo esencial es la internacionalización de la educación superior. La globalización exige que los estudiantes tengan una visión más amplia del mundo, por lo que las universidades han intensificado sus esfuerzos para establecer convenios internacionales, promover intercambios académicos y desarrollar programas bilingües. Estas estrategias permiten que los estudiantes adquieran una perspectiva multicultural y estén mejor preparados para el contexto global (Mayer et al., 2020).

### **5. Formación en valores éticos y responsabilidad social**

Más allá del conocimiento técnico y las habilidades profesionales, la educación superior debe formar individuos con valores éticos sólidos, comprometidos con la justicia social, la equidad y la sostenibilidad. En este sentido, se busca que los egresados no solo sean agentes de cambio en el ámbito empresarial o científico, sino que también contribuyan al bienestar social y al desarrollo sostenible de sus comunidades (Dávila et al., 2022). La incorporación de programas de responsabilidad social universitaria y aprendizaje-servicio ha demostrado ser una estrategia efectiva para fomentar este compromiso.

### **6. Impulso del emprendimiento y la innovación**

Finalmente, la educación superior tiene el reto de formar estudiantes con una mentalidad emprendedora, capaces de generar empleo y desarrollar soluciones innovadoras para las problemáticas de su entorno. Las universidades están incorporando programas de incubación de empresas, metodologías de enseñanza basadas en proyectos y alianzas con el sector privado para fomentar el espíritu emprendedor y la creación de startups (Salas y Ticlla, 2022).

## **Diferencias entre educación superior, educación técnica y formación profesional**

Aunque estos términos suelen emplearse de manera intercambiable, presentan diferencias sustanciales en cuanto a sus enfoques, objetivos y métodos de enseñanza. Cada uno responde a necesidades específicas de formación y al perfil de los estudiantes que buscan integrarse al mercado laboral o continuar con su desarrollo académico.

### ***Educación superior***

La educación superior es impartida principalmente por universidades y se centra en la formación académica, la investigación y el desarrollo del pensamiento crítico. Su objetivo principal es proporcionar un conocimiento profundo en diversas áreas del saber, fomentando tanto la especialización como la capacidad de análisis y resolución de problemas en contextos diversos (Bernate & Vargas Guativa, 2020).

#### ***Características principales:***

- ✓ Se imparte en universidades, institutos superiores y escuelas de posgrado.
- ✓ Incluye grados académicos como licenciaturas, maestrías y doctorados.
- ✓ Promueve la investigación científica y el desarrollo del conocimiento.
- ✓ Tiene un enfoque más teórico y conceptual, aunque en algunas disciplinas se combinan prácticas profesionales.
- ✓ Fomenta la innovación y el liderazgo, preparando a los estudiantes para asumir roles de dirección en sus respectivas áreas.

En este nivel, el aprendizaje se desarrolla a través de metodologías como el análisis de casos, proyectos de investigación y debates académicos, y suele requerir una mayor capacidad de abstracción y síntesis. La educación superior es fundamental para el avance científico y tecnológico, además de ser clave para la producción de nuevo conocimiento y la mejora de la sociedad en distintos ámbitos (Guevara et al., 2020).

### ***Educación técnica***

La educación técnica está enfocada en la enseñanza de habilidades prácticas y operativas, permitiendo que los egresados se inserten rápidamente en el mercado laboral con competencias específicas. Este tipo de formación está diseñada para responder a las necesidades de sectores industriales, tecnológicos, comerciales y de servicios (Coelho y Marín-González, 2022).

#### ***Características principales:***

- ✓ Se imparte en institutos técnicos, tecnológicos y centros de formación ocupacional.
- ✓ Su duración es más corta en comparación con la educación universitaria, con programas que van desde seis meses hasta tres años.
- ✓ Su enfoque es altamente práctico, priorizando la ejecución de tareas y el dominio de herramientas y tecnologías específicas.
- ✓ Se orienta a la rápida inserción laboral, preparando a los estudiantes para desempeñar ocupaciones técnicas en sectores como mecánica, informática, electricidad, gastronomía, administración y salud.
- ✓ No suele requerir estudios previos avanzados ni proyectos de investigación académica.

Este tipo de educación es ideal para aquellos que buscan adquirir habilidades especializadas en un tiempo más corto y sin la necesidad de completar estudios de grado prolongados. Además,

en muchos países, la educación técnica es valorada por las empresas debido a la preparación específica y práctica que reciben los egresados, lo que les permite desempeñarse de manera eficiente en el mundo laboral (Mayer et al., 2020).

### ***Formación profesional***

La formación profesional combina elementos de la educación técnica y superior, con un enfoque orientado al desarrollo de competencias para el ejercicio de una profesión. Este tipo de formación busca equilibrar la teoría y la práctica, dotando a los estudiantes de herramientas tanto conceptuales como operativas para desempeñar un rol específico en el mercado laboral (Dávila et al., 2022).

### ***Características principales:***

- ✓ Se imparte en institutos especializados, universidades e instituciones de formación profesional.
- ✓ Incluye programas con duraciones variadas, desde cursos cortos hasta programas de certificación y diplomados.
- ✓ Está orientada a la actualización y especialización en el campo laboral, ofreciendo formación en áreas como negocios, tecnología, salud, educación y servicios.
- ✓ Es una opción popular entre profesionales que buscan mejorar su perfil laboral a través de certificaciones o capacitaciones continuas.
- ✓ Algunos programas ofrecen aprendizaje dual, es decir, una combinación de formación teórica con prácticas en empresas.

La formación profesional es especialmente valiosa en el contexto de la educación continua, ya que permite a los trabajadores mejorar sus competencias, adaptarse a los cambios tecnológicos y mejorar sus oportunidades de crecimiento dentro de sus industrias (Salas y Ticlla, 2022).

### **Características de la Educación Universitaria**

- **Desarrollo del pensamiento crítico y analítico**

Una de las características fundamentales de la educación universitaria es la promoción del pensamiento crítico y analítico. Este enfoque permite a los estudiantes evaluar información de manera objetiva, cuestionar supuestos y formular juicios fundamentados. Según Bernate y Vargas Guativa (2020), el desarrollo de estas habilidades es esencial para que los graduados puedan enfrentar problemas complejos y tomar decisiones informadas en sus respectivas disciplinas.

- **Formación en habilidades blandas y competencias profesionales**

Además de los conocimientos técnicos, la educación universitaria enfatiza la importancia de las habilidades blandas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la adaptabilidad. Estas competencias son cruciales para el éxito profesional en entornos laborales dinámicos y multiculturales. Ríos (2023) señala que la formación en estas

habilidades complementa la preparación técnica, facilitando la integración de los graduados en el mercado laboral y su desempeño efectivo en diversas situaciones profesionales.

- **Innovación en los métodos de enseñanza y aprendizaje**

Las instituciones de educación superior han incorporado innovaciones en los métodos de enseñanza y aprendizaje para adaptarse a las necesidades actuales. La digitalización ha revolucionado la educación superior, especialmente en escuelas de negocios que buscan preparar a futuros líderes empresariales. Gracias a internet y las nuevas tecnologías, tanto profesores como alumnos disponen de sofisticadas herramientas y dispositivos que permiten la enseñanza y el acceso a los recursos desde cualquier lugar. Las plataformas en línea y las simulaciones empresariales son algunas de las innovaciones que mejoran notablemente la calidad de la enseñanza y la preparación práctica de los estudiantes (Huffington Post, 2024).

- **Vinculación con el sector productivo y empresarial**

La colaboración entre las universidades y el sector productivo es fundamental para garantizar la pertinencia de los programas académicos y mejorar la empleabilidad de los graduados. Bernate y Vargas Guativa (2020) destacan que esta vinculación permite la actualización constante de los planes de estudio y facilita la inserción laboral de los egresados. Además, promueve la transferencia de conocimientos y tecnología, impulsando la innovación y el desarrollo económico.

### **Importancia de la Educación Universitaria en la Sociedad**

La educación universitaria es un pilar fundamental para el desarrollo económico, social y cultural de las sociedades modernas. No solo proporciona a los individuos conocimientos técnicos y especializados, sino que también desarrolla habilidades críticas, analíticas y creativas que les permiten adaptarse a los cambios del entorno laboral y social. Según García-Gallego et al. (2020), la educación superior fue un motor clave para el crecimiento económico, ya que incrementaba la productividad laboral y fomenta la innovación en distintos sectores productivos.

Además del impacto económico, la educación universitaria jugaba un papel fundamental en la reducción de desigualdades y en la movilidad social. Investigaciones recientes han demostrado que el acceso a la educación superior se correlaciona con mejores oportunidades laborales y salarios más altos, lo que permite a los graduados mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo de sus comunidades (Tight, 2021). En este sentido, la educación superior se considera una herramienta clave para la equidad y la justicia social.

Otro aspecto esencial de la educación universitaria es su contribución al avance del conocimiento y la innovación. Las universidades no solo cumplen una función formativa, sino

que también son centros de investigación que impulsan el desarrollo de nuevas tecnologías, metodologías y teorías en diversas disciplinas. Según Altbach y De Wit (2020), la educación superior ha evolucionado para convertirse en un ecosistema global donde la generación y transferencia de conocimiento son esenciales para el progreso de las naciones.

Asimismo, la educación universitaria fomenta el desarrollo de ciudadanos críticos y responsables, capaces de participar activamente en la sociedad y de contribuir al fortalecimiento de las democracias. Según Marginson (2022), los estudiantes universitarios desarrollan una mayor conciencia social y habilidades de liderazgo, lo que les permite involucrarse en la toma de decisiones y en la resolución de problemas comunitarios.

### **Cultura emprendedora**

La cultura emprendedora se define como el conjunto de valores, comportamientos y prácticas que alientan a los individuos a tomar iniciativas, asumir riesgos calculados y buscar nuevas oportunidades dentro de una organización o sociedad. Esta cultura promueve la innovación y la creatividad, alentando a las personas a proponer soluciones novedosas y a liderar proyectos que contribuyan al crecimiento y desarrollo económico.

Según Quispe et al. (2021), las competencias emprendedoras estaban relacionadas con capacidades, destrezas, habilidades y aptitudes que posee un emprendedor, o puede adquirir, a través de procesos formativos y de capacitación. Estas competencias son fundamentales para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior.

Por otro lado, Turpo-Gebera et al. (2025) destacan que la cultura emprendedora implica la integración de actitudes, habilidades y capacidades orientadas a la innovación y la solución de problemas, trascendiendo la simple creación de negocios lucrativos. Este enfoque más amplio busca fomentar una mentalidad emprendedora que contribuya al desarrollo socioeconómico de los países.

### **Evolución del concepto a lo largo del tiempo**

El concepto de cultura emprendedora ha experimentado una transformación significativa a lo largo de la historia. En sus inicios, se vinculaba casi exclusivamente con la capacidad de los individuos para crear empresas y generar beneficios económicos, enfocándose en la gestión de recursos y la maximización de ganancias. Durante el siglo XX, con el auge del capitalismo y la expansión del mercado global, el emprendimiento comenzó a percibirse como un motor fundamental del desarrollo económico, promoviendo la innovación y la competitividad en diversos sectores industriales. Sin embargo, en esta etapa inicial, el enfoque del emprendimiento se limitaba principalmente al ámbito empresarial, dejando de lado otros aspectos fundamentales como la educación, la creatividad y el impacto social.

A partir de la última década del siglo XX y comienzos del siglo XXI, el concepto de cultura emprendedora se amplió considerablemente. Diversos estudios comenzaron a enfatizar que el emprendimiento no solo se trata de crear y administrar negocios, sino que implica una mentalidad orientada a la innovación, la resiliencia y la búsqueda de oportunidades en cualquier contexto. Investigaciones como las de Turpo-Gebera et al. (2025) han demostrado que el emprendimiento no solo debe abordarse desde una perspectiva económica, sino también desde una óptica educativa y social, fomentando el desarrollo de habilidades emprendedoras desde etapas tempranas de la formación académica. Este cambio de paradigma llevó a la implementación de programas de educación emprendedora en universidades y colegios, con el objetivo de inculcar en los estudiantes una mentalidad innovadora y proactiva.

Además, la evolución del concepto ha estado influenciada por la creciente necesidad de adaptación a entornos cambiantes y crisis económicas globales. La cultura emprendedora se ha consolidado como un factor clave en la reducción del desempleo y el impulso del crecimiento sostenible, alentando la creación de startups, el desarrollo de modelos de negocio disruptivos y la diversificación de los mercados. En este contexto, las tecnologías digitales y la globalización han impulsado la aparición de nuevos ecosistemas emprendedores, donde el acceso a información, financiamiento y redes de contacto facilita la puesta en marcha de proyectos innovadores.

Otro aspecto fundamental en la evolución de la cultura emprendedora es su relación con la responsabilidad social y la sostenibilidad. En las últimas décadas, se ha observado una tendencia creciente hacia el emprendimiento social, donde la prioridad no es únicamente la rentabilidad económica, sino también la generación de un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente. Este enfoque ha promovido la creación de empresas con modelos de negocio sostenibles, que buscan resolver problemáticas como la desigualdad, la pobreza y el cambio climático a través de soluciones innovadoras y escalables.

### **Diferencias entre cultura emprendedora y espíritu emprendedor**

La cultura emprendedora y el espíritu emprendedor, aunque estrechamente relacionados, tienen enfoques y alcances diferentes. La cultura emprendedora abarca un conjunto de valores, creencias, normas y prácticas compartidas dentro de una comunidad o sociedad que fomentan el desarrollo de iniciativas empresariales. En este sentido, se trata de un entorno que impulsa el emprendimiento a través de políticas, educación, acceso a financiamiento y redes de apoyo. Por ejemplo, una sociedad con una cultura emprendedora sólida valora la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos como elementos esenciales para el progreso económico y social.

Por otro lado, el espíritu emprendedor es una cualidad individual que define la predisposición de una persona para identificar oportunidades y convertirlas en proyectos concretos. Este espíritu se manifiesta en la autoconfianza, la perseverancia, la capacidad de asumir riesgos y la

motivación para alcanzar logros. A diferencia de la cultura emprendedora, que se desarrolla a nivel macro, el espíritu emprendedor se cultiva a nivel personal y puede estar influenciado por factores como la educación, la experiencia, el entorno familiar y la exposición a modelos a seguir exitosos en el ámbito del emprendimiento.

El vínculo entre estos dos conceptos es evidente: una cultura emprendedora sólida facilita el desarrollo del espíritu emprendedor en los individuos. Según Espinoza et al. (2020), un estudio realizado en Trujillo, Perú, determinó que el contexto sociocultural influye en el espíritu emprendedor en un 42.7%, lo que sugiere que los valores y creencias presentes en una comunidad pueden potenciar o limitar la actitud emprendedora de sus integrantes. Esto significa que, aunque una persona tenga un fuerte espíritu emprendedor, su capacidad de emprender con éxito dependerá en gran medida del contexto en el que se desenvuelva.

Por ejemplo, en países donde la cultura emprendedora está bien desarrollada, existen incentivos como facilidad para acceder a financiamiento, asesoramiento y formación especializada, lo que aumenta las probabilidades de éxito de los emprendedores. En contraste, en sociedades donde el emprendimiento no es visto como una opción viable o donde existen muchas trabas burocráticas, las personas con espíritu emprendedor pueden encontrar más dificultades para materializar sus ideas en proyectos sostenibles.

Otra diferencia clave radica en la forma en que ambos conceptos pueden ser desarrollados y promovidos. La cultura emprendedora se construye a través de estrategias de largo plazo, como la incorporación de educación en emprendimiento en las escuelas y universidades, el diseño de políticas públicas que favorezcan el desarrollo de nuevos negocios y la creación de ecosistemas emprendedores con infraestructura y financiamiento adecuado. Mientras tanto, el espíritu emprendedor puede fortalecerse a través de la formación individual, el desarrollo de habilidades blandas y técnicas, la adquisición de experiencia y la exposición a entornos dinámicos donde se incentive la innovación y la toma de decisiones autónomas.

### **Factores que influyen en la cultura emprendedora**

Diversos factores influyen en la formación y consolidación de una cultura emprendedora. Entre ellos se encuentran el contexto sociocultural, la educación, las políticas públicas y el entorno económico. La educación desempeña un papel crucial al desarrollar competencias emprendedoras desde edades tempranas. Además, las políticas públicas que promueven el emprendimiento y facilitan la creación de empresas son fundamentales. El entorno económico también influye, ya que un mercado dinámico y competitivo puede incentivar la actividad emprendedora. Por ejemplo, el Plan General de Emprendimiento de Andalucía 2021-2027 destaca la importancia de generar un entorno ordenado que facilite el desarrollo de iniciativas emprendedoras, integrando parques científicos, comunidades de emprendedores y otros actores clave (Junta de Andalucía, 2021).

### **Características de la cultura emprendedora**

La cultura emprendedora se define por un conjunto de valores, actitudes y comportamientos que fomentan la creación de empresas y la innovación. Entre sus características principales se encuentran la motivación, la iniciativa, la innovación, la responsabilidad y la capacidad de adaptación. La motivación impulsa a los emprendedores a perseguir sus objetivos con entusiasmo y perseverancia. La iniciativa se refleja en la proactividad para identificar y aprovechar oportunidades. La innovación implica la creatividad y la búsqueda de soluciones novedosas. La responsabilidad se manifiesta en el compromiso con el proyecto y sus implicaciones. Finalmente, la capacidad de adaptación permite a los emprendedores ajustarse a los cambios del entorno y superar obstáculos (SantanderX, 2020).

### **Importancia de la cultura emprendedora**

La cultura emprendedora juega un papel clave en la transformación y dinamización de las economías, no solo impulsando el crecimiento económico, sino también promoviendo la creatividad, la innovación y el desarrollo social. A través del fomento de una mentalidad emprendedora, se facilita la creación de nuevas empresas que aportan soluciones a las demandas del mercado y generan empleo, lo que contribuye a la reducción del desempleo y a la mejora de la calidad de vida de las personas. En un mundo cada vez más globalizado y competitivo, una cultura emprendedora fuerte permite que las sociedades sean más resilientes y adaptables a los cambios tecnológicos y económicos (Vargas & Uttermann, 2020).

Uno de los aspectos más importantes de la cultura emprendedora es su impacto en la creación de empleo y desarrollo de nuevos sectores productivos. A medida que las economías evolucionan, los modelos tradicionales de empleo pueden volverse obsoletos, lo que obliga a los individuos y las comunidades a buscar nuevas oportunidades de crecimiento. En este contexto, una cultura emprendedora bien establecida incentiva a las personas a desarrollar proyectos innovadores, startups y modelos de negocio disruptivos que impulsan la diversificación de la economía. Esto no solo genera nuevos puestos de trabajo, sino que también fortalece la competitividad de los mercados, promoviendo un ecosistema de negocios más dinámico y sostenible.

Además, la cultura emprendedora potencia la innovación, ya que estimula a las personas a pensar de manera creativa y a encontrar soluciones originales a los problemas del entorno. En una economía basada en el conocimiento y la tecnología, la capacidad de innovar se convierte en un factor clave para el éxito empresarial. Las empresas y emprendedores que operan en un entorno donde la cultura emprendedora es sólida tienen más posibilidades de desarrollar productos y servicios que marquen la diferencia en el mercado. Esto no solo impulsa la competitividad, sino que también contribuye al avance tecnológico y al progreso de la sociedad en su conjunto.

Otro aspecto relevante es la resiliencia económica y la capacidad de adaptación a los cambios. En un mundo en constante transformación, donde las crisis económicas y las disrupciones tecnológicas pueden afectar sectores enteros, la existencia de una cultura emprendedora permite que los individuos y las empresas se adapten rápidamente a nuevas realidades. Aquellas sociedades que promueven el emprendimiento desde edades tempranas y que generan condiciones favorables para el desarrollo de nuevos negocios tienen una mayor capacidad de recuperación ante situaciones adversas. Esto se traduce en economías más estables y en una menor dependencia de industrias tradicionales, muchas veces vulnerables a cambios globales inesperados.

Desde una perspectiva social, una cultura emprendedora también contribuye al empoderamiento de los ciudadanos y a la reducción de la desigualdad. Cuando las personas tienen acceso a educación en emprendimiento y a oportunidades para desarrollar sus propias iniciativas, se genera un ecosistema más inclusivo en el que individuos de diferentes contextos pueden acceder a herramientas para mejorar su situación económica. En este sentido, el emprendimiento no solo se trata de la creación de riqueza, sino también de la generación de impacto social positivo, promoviendo valores como la responsabilidad, la colaboración y el desarrollo sostenible.

### **Cultura emprendedora y su impacto en la creación de empresas**

En Perú, la cultura emprendedora ha tenido un impacto significativo en la creación de empresas. El país ha sido reconocido por su elevado espíritu emprendedor, situándose como líder en la región latinoamericana y quinto a nivel mundial. Este entorno cultural favorable ha incentivado la creación de nuevas iniciativas empresariales y ha reducido el estigma asociado al fracaso, lo que ha impulsado a más personas a emprender (ESAN, 2023).

En la región de Ica, se han desarrollado programas para fortalecer la cultura emprendedora y apoyar la creación de empresas. Por ejemplo, en 2018, el Gobierno Regional de Ica y Telefónica lanzaron la Segunda Convocatoria Nacional de Proyectos Tecnológicos con Impacto Social, seleccionando seis proyectos que accedieron a un programa integral de incubación. Este programa brindó formación, asesoría y recursos a los emprendedores, facilitando el desarrollo de sus iniciativas y contribuyendo al ecosistema emprendedor local (Fundación Telefónica, 2018).

Estos casos evidenciaban cómo una cultura emprendedora robusta, apoyada por iniciativas gubernamentales y privadas, puede generar un entorno propicio para la creación y sostenibilidad de nuevas empresas, impulsando el desarrollo económico y social tanto a nivel nacional como regional.

## II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La investigación se llevó a cabo en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, ubicada en la Av. Los Maestros S/N, una institución clave en la formación académica y profesional. Esta facultad, compuesta por un cuerpo docente especializado y una comunidad estudiantil diversa, se encarga de la capacitación profesional, la investigación científica y tecnológica, la proyección social y la generación de bienes y servicios en áreas administrativas y de gestión.

El estudio se centró en los estudiantes de los dos últimos años de la Facultad de Administración, conformando una población de 214 estudiantes, de los cuales 130 cursaban el octavo ciclo y 84 el décimo ciclo. Para garantizar resultados precisos y representativos, se seleccionó una muestra significativa, aplicando criterios metodológicos actualizados, que permitieron la obtención de información fiable y oportuna.

El tipo de investigación empleada fue básica, con un diseño de corte transversal, dado que se realizó un análisis en un único momento temporal para todos los participantes. Se adoptó un nivel de estudio correlacional, lo que permitió examinar y especificar la relación causa-efecto entre las variables de educación universitaria y cultura emprendedora.

El diseño metodológico fue ex post-facto y de carácter no experimental, ya que no se manipularon las variables, sino que se observaron y analizaron en su contexto natural. El proceso metodológico seguido incluyó la identificación de la población total, la selección de la muestra, la aplicación de instrumentos de recolección de datos y el análisis estadístico de los resultados.

La elección de este diseño permitió evaluar de manera objetiva la influencia de la formación académica en la cultura emprendedora de los estudiantes, contribuyendo al análisis de la realidad educativa en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, ubicada en la ciudad y provincia de Ica.

**Tabla 1**

*Población de estudiantes de la facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023*

Ciclo	Número de estudiantes
Octavo ciclo	130
Décimo ciclo	84
<b>Total</b>	<b>214</b>

## Muestra

La muestra se obtendrá con criterios estadísticos de muestreo, la fórmula a utilizarse para hallar la muestra será:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

### Dónde:

- n** = Tamaño de muestra
- N** = Población
- Z** = 1.96 (al 95%)
- E** = Error permitido (5%)
- P** = (Se asume la máxima heterogeneidad de 50% x 50%) = 0.50
- q** = 1- p = 0.50

### Muestra de Estudiantes:

$$n = \frac{(1,96)^2(214)(0,50)(0,50)}{(0,050)^2(214 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

n = 137.67 estudiantes

n = 138 estudiantes

## Tabla 2

### Muestra de la Investigación

Ciclo	Porcentaje representativo	Tamaño de Muestra
Octavo ciclo	0.607476	84
Décimo ciclo	0.392523	54
<b>Total</b>		<b>138</b>

Para obtener la información de la presente investigación se emplearon las siguientes técnicas:

### Encuesta

Una encuesta es un método de investigación que recoge información de una muestra representativa de una población utilizando un conjunto de preguntas predeterminadas. Su propósito fue obtener datos relacionados con las opiniones, actitudes, comportamientos o características de un grupo determinado. De acuerdo con Medina et al. (2023), la encuesta fue una herramienta de investigación empleada para obtener información de un amplio número de

estudiantes. Es un recurso accesible y flexible que posibilitaba a los investigadores obtener datos sobre comportamientos, actitudes, opiniones y características demográficas de una población objetivo.

Se utilizó para obtener la información necesaria, a fin conocer la relación existente entre la educación universitaria y la cultura emprendedora.

Las Técnicas de Análisis e Investigación que se utilizaron fueron:

**a) De organización de datos**

Consistió en depurar la información analizando y revisando los datos contenidos en el cuestionario de investigación para reajustar los datos primarios y agruparlos mediante los métodos estadísticos descriptivos de acuerdo a las variables de estudio.

**b) De tabulación de datos**

Se hizo uso de las tablas de contingencia extraídas del SPSS.

El empleo del SPSS permitió agrupar los datos en categorías, para contrastar las hipótesis general e hipótesis específicas. También, la tabla de contingencia permitió realizar el análisis y la interpretación de la información obtenida de la investigación.

**c) Tablas y representaciones estadísticas**

Haciendo uso del paquete estadístico SPSS se presentaron gráficamente los resultados del estudio, como consecuencia de la tabulación de datos y al mismo tiempo sirvieron para interpretar y explicarlos.

**d) De análisis e interpretación de datos**

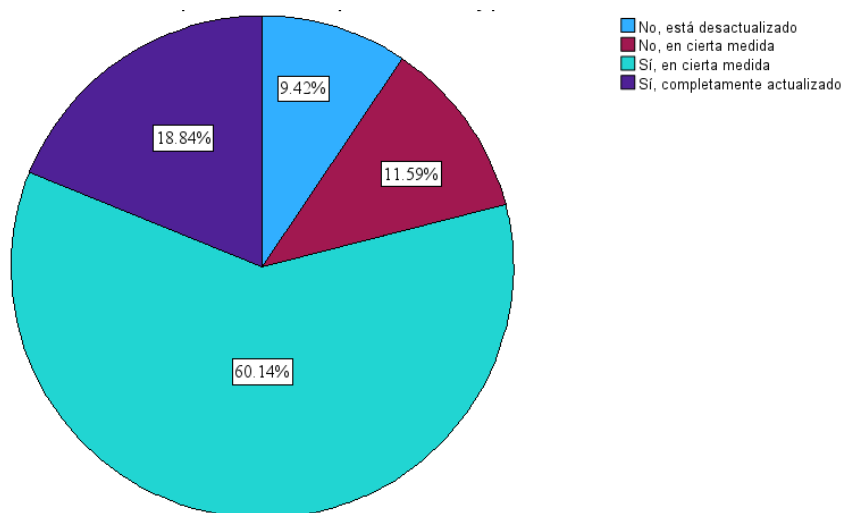
Para probar si existe correlación entre las variables y posterior validar o rechazar las hipótesis de la Investigación, se hizo uso de las herramientas estadísticas del análisis de las pruebas no paramétricas como Chi Cuadrado, y coeficiente de contingencia.

### III. RESULTADOS

Posterior a la organización de los resultados obtenidos por el cuestionario aplicado para esta investigación, construyendo una base de datos en el SPSS se obtuvo los resultados siguientes:

**Figura 1**

*Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ofrece una amplia variedad de cursos que abarcan los aspectos teóricos y prácticos*



**Tabla 3**

*Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ofrece una amplia variedad de cursos que abarcan los aspectos teóricos y prácticos*

	Frecuencia	Porcentaje
No, está desactualizado	13	9,4
No, en cierta medida	16	11,6
Sí, en cierta medida	83	60,1
Sí, completamente actualizado	26	18,8
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 1 y la Tabla 3 mostraron las percepciones de los encuestados sobre el nivel de actualización del plan de estudios de la carrera de Administración. Según los resultados, la mayoría de los participantes, un 60,14%, consideró que el plan de estudios estaba actualizado "en cierta medida". Esto indicó que más de la mitad

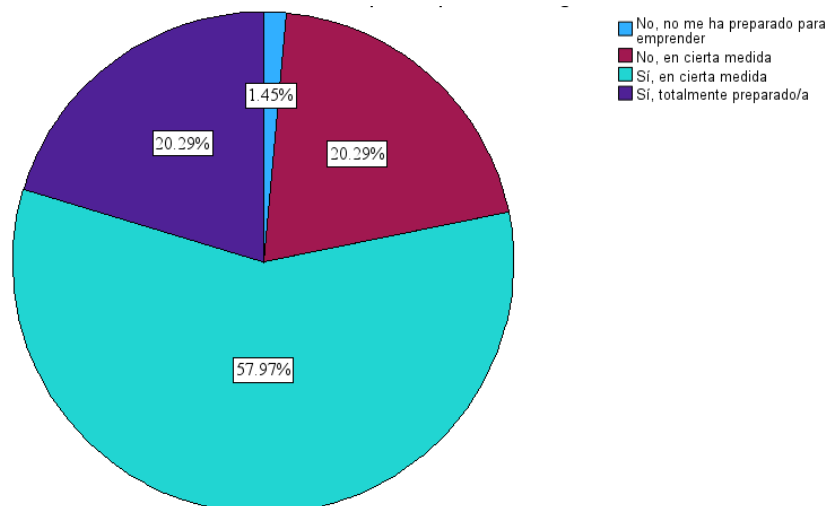
percibía que el programa cumplía parcialmente con las expectativas de actualización y relevancia en los aspectos teóricos y prácticos.

Por otro lado, un 18,84% de los encuestados opinó que el plan estaba "completamente actualizado". Aunque este porcentaje fue menor en comparación con la categoría anterior, reflejó un grupo que consideraba que el programa cubría ampliamente las necesidades actuales del mercado y de la profesión. Sin embargo, esta percepción positiva se contrastó con un 11,59% que creyó que el plan estaba "en cierta medida desactualizado" y un 9,4% que lo calificó como "está desactualizado", sumando un 21% que opinó que había margen de mejora en términos de actualización.

Estos resultados sugirieron que, aunque el programa académico satisfacía parcialmente las expectativas, existe una necesidad de reforzar el contenido y la estructura del plan de estudios para garantizar que los estudiantes perciban una oferta más actualizada y alineada con las demandas del mercado laboral. Es importante destacar que casi una quinta parte de los encuestados tuvo una percepción positiva sólida sobre la actualización del plan, lo cual representó un indicador favorable que podría ampliarse con las mejoras necesarias.

**Figura 2**

*Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ha proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio*



**Tabla 4**

*Apreciación sobre si el plan de estudios de la carrera de administración ha proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, no me ha preparado para emprender	2	1,4
No, en cierta medida	28	20,3
Sí, en cierta medida	80	58,0
Sí, totalmente preparado/a	28	20,3
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 2 y Tabla 4 presentan las percepciones de los encuestados sobre si el plan de estudios de la carrera de Administración les ha proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio. Los resultados mostraron que la mayoría, un 57,97%, consideraba que el plan los ha preparado "en cierta medida" para emprender. Esto reflejaba que más de la mitad de los participantes cree que ha adquirido competencias básicas, aunque no completamente consolidadas, para incursionar en el ámbito emprendedor.

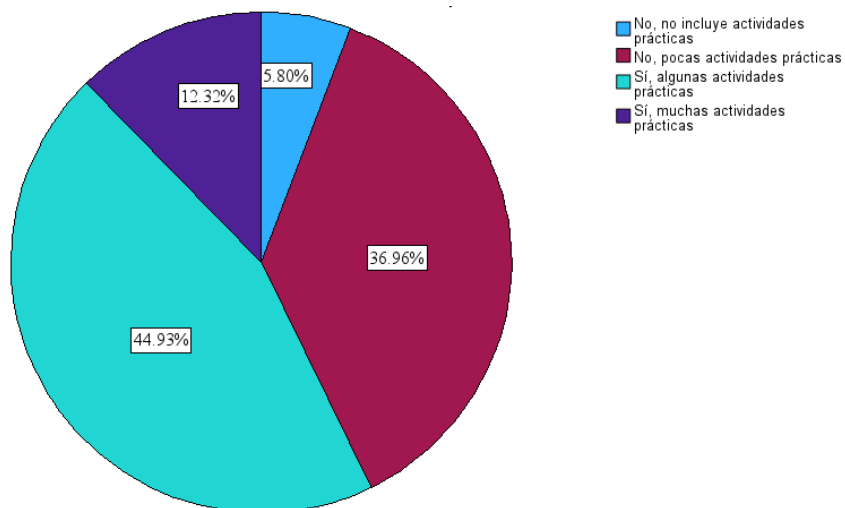
Por otro lado, un 20,29% de los encuestados afirmaba que el plan de estudios los ha preparado "totalmente" para emprender un negocio. Este grupo representa una quinta parte de la muestra y muestra confianza en la formación recibida, considerándola adecuada y suficiente para iniciar un emprendimiento. Sin embargo, un porcentaje igual, también del 20,29%, opinaba que el programa no los ha preparado "en cierta medida", lo que indicaban una percepción de insuficiencia en las habilidades proporcionadas.

Finalmente, un 1,45% de los encuestados consideraba que el plan no los ha preparado para emprender. Aunque este porcentaje es bajo, ponía de manifiesto que existe un pequeño grupo que no percibe haber obtenido los conocimientos necesarios para el emprendimiento a través del programa académico.

En general, los resultados destacan que, aunque la mayoría percibe una preparación parcial, existe un margen considerable para mejorar el enfoque del plan de estudios hacia el desarrollo de habilidades más sólidas y específicas relacionadas con el emprendimiento. Esto podría implicar la necesidad de incorporar más contenidos prácticos o herramientas innovadoras que fortalezcan la formación de los estudiantes en este ámbito.

**Figura 3**

*Apreciación sobre si su plan de estudios incluye suficientes actividades prácticas y experiencias de aprendizaje basadas en casos reales de emprendimiento*



**Tabla 5**

*Apreciación sobre si su plan de estudios incluye suficientes actividades prácticas y experiencias de aprendizaje basadas en casos reales de emprendimiento*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, no incluye actividades prácticas	8	5,8
No, pocas actividades prácticas	51	37,0
Sí, algunas actividades prácticas	62	44,9
Sí, muchas actividades prácticas	17	12,3
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 3 y Tabla 5 reflejan la percepción de los encuestados sobre si el plan de estudios de la carrera incluye suficientes actividades prácticas y experiencias de aprendizaje basadas en casos reales de emprendimiento. Los resultados muestran que el porcentaje más alto, un 44,93%, considera que el plan incluye "algunas actividades prácticas". Esto sugiere que, aunque existen esfuerzos por incorporar actividades aplicadas, no son suficientes para que la mayoría lo considere como un enfoque sólido o destacado en este aspecto.

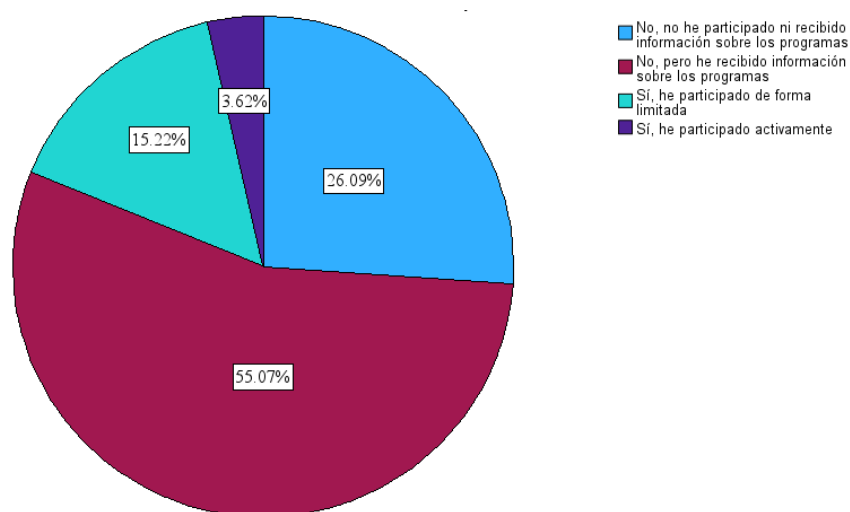
Un 36,96% de los encuestados afirmaba que el programa incluía "pocas actividades prácticas", lo que indicaba una percepción significativa de carencia en este ámbito. Esto podría interpretarse como una necesidad de mayor enfoque práctico en el diseño del plan de estudios, para fortalecer el aprendizaje mediante experiencias reales y actividades aplicadas.

Por otro lado, solo un 12,32% consideraba que el plan incluía "muchas actividades prácticas". Este porcentaje relativamente bajo evidencia que solo una minoría de los encuestados percibe el programa como suficientemente robusto en la implementación de experiencias prácticas basadas en casos reales de emprendimiento. Asimismo, un pequeño 5,80% mencionaba que "no incluía actividades prácticas", lo que, aunque bajo, destacaba una falta percibida en ciertos casos.

En conjunto, los resultados ponen de manifiesto que, aunque el plan de estudios incluía ciertas actividades prácticas, estas no son vistas como suficientes o completamente efectivas por la mayoría de los encuestados. Lo cual sugiere la necesidad de ampliar y diversificar las experiencias prácticas, incorporando un mayor número de proyectos reales y casos aplicados que preparen de manera más integral a los estudiantes para enfrentar retos en el campo del emprendimiento.

#### Figura 4

*Apreciación sobre si ha participado en algún programa de emprendimiento ofrecido por la universidad*



**Tabla 6**

*Apreciación sobre si ha participado en algún programa de emprendimiento ofrecido por la universidad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, no he participado ni recibido información sobre los programas	36	26,1
No, pero he recibido información sobre los programas	76	55,1
Sí, he participado de forma limitada	21	15,2
Sí, he participado activamente	5	3,6
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 4 y la Tabla 6 mostraban la apreciación sobre la participación en programas de emprendimiento ofrecidos por la universidad. Los datos indicaban que la mayoría de los encuestados, un 55,1%, no habían participado en ningún programa de emprendimiento, aunque sí ha recibido información sobre ellos. Este resultado evidencia que, aunque los programas son comunicados, la participación fue limitada, lo que podría deberse a factores como desinterés, falta de tiempo o barreras en la accesibilidad.

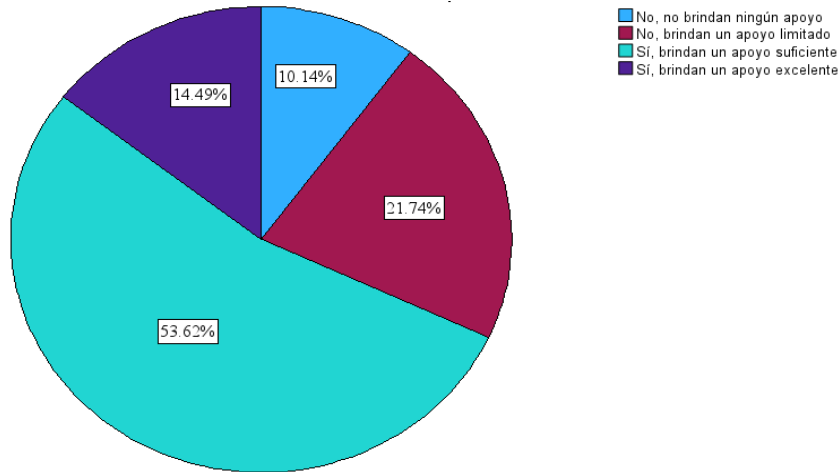
Por otro lado, un 26,1% de los encuestados afirmaba que no ha participado ni ha recibido información sobre los programas de emprendimiento. Esto representa un desafío importante para la universidad, ya que una cuarta parte de los estudiantes no está siendo alcanzada ni motivada para participar en estas iniciativas, lo que podría deberse a una insuficiencia en los canales de comunicación o difusión.

En contraste, un 15,2% mencionaba haber participado en programas de forma limitada, lo que sugiere un interés moderado por parte de los estudiantes, pero también señala posibles áreas de mejora en términos de estructura o alcance de las actividades. Solo un 3,6% indicaba que ha participado activamente en programas de emprendimiento, lo que mostraba que una proporción muy pequeña de estudiantes aprovecha plenamente estas oportunidades.

Por tanto, los resultados reflejaban la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación y motivación para incrementar la participación en programas de emprendimiento. Asimismo, sería pertinente evaluar las características y beneficios de estos programas para asegurar que sean atractivos y accesibles para un mayor número de estudiantes, fomentando así una cultura emprendedora dentro de la universidad.

**Figura 5**

*Apreciación sobre si los programas de emprendimiento de la universidad brindan un apoyo adecuado para desarrollar sus habilidades emprendedoras*



**Tabla 7**

*Valoración sobre si los programas de emprendimiento de la universidad brindan un apoyo adecuado para desarrollar sus habilidades emprendedoras*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, no promueven la interacción ni la colaboración	19	13,8
No, promueven la interacción y colaboración de forma limitada	24	17,4
Sí, promueven la interacción y colaboración en cierta medida	70	50,7
Sí, promueven la interacción y colaboración activamente	25	18,1
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

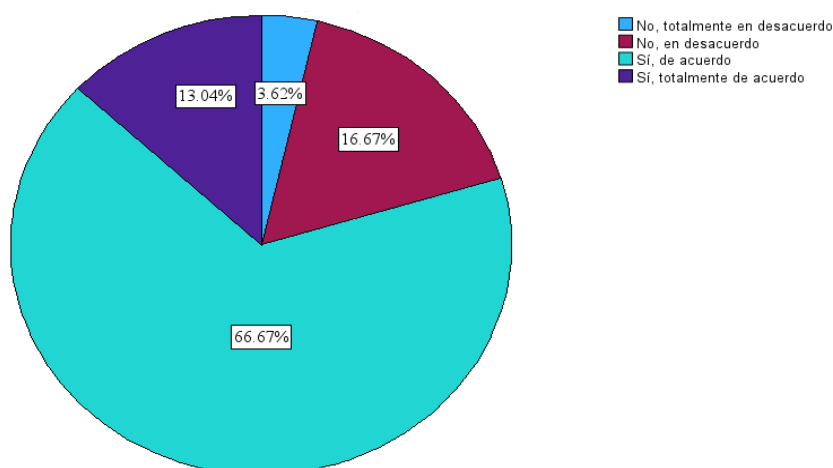
La Figura 5 y Tabla 7 mostraban la apreciación de los encuestados sobre si los programas de emprendimiento de la universidad brindaban un apoyo adecuado para desarrollar habilidades emprendedoras. Los resultados revelaban que la mayoría, un 51,45%, consideraban que los programas ofrecían "en cierta medida" un apoyo adecuado. Este dato sugiere que, aunque existe un esfuerzo percibido por parte de la universidad en proporcionar respaldo, los estudiantes no consideraban que sea completamente efectivo o suficiente para el desarrollo pleno de sus habilidades emprendedoras.

Por otro lado, un 21,74% de los encuestados opinaba que los programas brindan "un apoyo adecuado". Este grupo, aunque menor en comparación con el anterior, reflejaba una valoración positiva sobre la utilidad de las iniciativas universitarias en fomentar competencias

emprendedoras. Sin embargo, este porcentaje ponía de manifiesto que menos de una cuarta parte de los participantes percibe los programas como verdaderamente satisfactorios. En contraste, un 14,49% considera que los programas brindan "poco apoyo", y un 12,32% opina que "no brindan ningún apoyo". Estos porcentajes suman un 26,81%, lo cual evidencia que una proporción considerable de estudiantes percibe que los programas no cumplen con sus expectativas o necesidades en términos de soporte para el emprendimiento. En general, los resultados sugieren que, aunque los programas de emprendimiento de la universidad son percibidos como parcialmente efectivos, existe un área de mejora importante para optimizar el alcance, la estructura y el impacto de estas iniciativas. Incrementar el enfoque práctico, ofrecer más recursos específicos y realizar un seguimiento más personalizado podrían ser estrategias clave para mejorar la percepción y efectividad de estos programas.

**Figura 6**

*Apreciación sobre si considera que los profesores en la universidad utilizan enfoques pedagógicos efectivos que facilitan su aprendizaje y comprensión de los temas*



**Tabla 8**

*Valoración sobre si considera que los profesores en la universidad utilizan enfoques pedagógicos efectivos que facilitan su aprendizaje y comprensión de los temas*

	Frecuencia	Porcentaje
No, totalmente en desacuerdo	5	3,6
No, en desacuerdo	23	16,7
Sí, de acuerdo	92	66,7
Sí, totalmente de acuerdo	18	13,0
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 6 y Tabla 8 mostraban la apreciación de los encuestados sobre si consideran que los profesores en la universidad utilizaban enfoques pedagógicos efectivos que facilitan su aprendizaje y comprensión de los temas. Los resultados indicaban que la mayoría, un 66,67%, está "de acuerdo" con que los docentes empleaban métodos pedagógicos adecuados. Este dato resalta una valoración predominantemente positiva hacia las estrategias de enseñanza utilizadas por los profesores, sugiriendo que, en general, los estudiantes consideraban que el aprendizaje es bien facilitado.

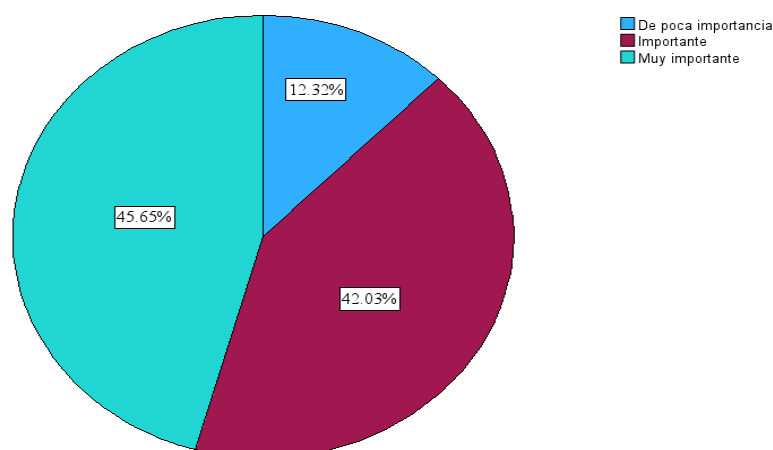
Por otro lado, un 16,67% de los encuestados está "totalmente de acuerdo" con esta afirmación, lo que representa una minoría significativa que tiene una percepción muy favorable sobre las metodologías de enseñanza implementadas. Esto demuestra que, aunque la mayoría está conforme, todavía existe un margen para que más estudiantes perciban a los profesores como altamente efectivos.

En contraste, un 13,04% de los encuestados está "en desacuerdo" y un 3,62% está "totalmente en desacuerdo" con la afirmación. Estos porcentajes, que suman un 16,66%, revelan que un sector de los estudiantes percibe debilidades en los enfoques pedagógicos utilizados, lo cual podría indicar la necesidad de implementar mejoras o capacitaciones que fortalezcan la práctica docente.

En general, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva, pero también ponen de manifiesto que existe un porcentaje no menor de estudiantes que considera que los métodos pedagógicos podrían ser más efectivos. Esto sugiere la importancia de una evaluación constante de las estrategias de enseñanza y la implementación de metodologías innovadoras y centradas en las necesidades de los estudiantes.

### Figura 7

*Apreciación sobre si considera importante que los métodos de enseñanza utilizados promuevan la participación activa y el intercambio de ideas entre los estudiantes*



**Tabla 9**

*Apreciación sobre si considera importante que los métodos de enseñanza utilizados promuevan la participación activa y el intercambio de ideas entre los estudiantes*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De poca importancia	17	12,3
Importante	58	42,0
Muy importante	63	45,7
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 7 y Tabla 9 muestra la apreciación de los encuestados sobre la importancia de que los métodos de enseñanza utilizados promovían la participación activa y el intercambio de ideas entre los estudiantes. Los resultados reflejaban que la mayoría, un 45,65%, consideraba que este aspecto es "muy importante". Esto indicaba un fuerte reconocimiento por parte de los estudiantes sobre el valor de una enseñanza que fomente el diálogo y la interacción activa en el proceso de aprendizaje.

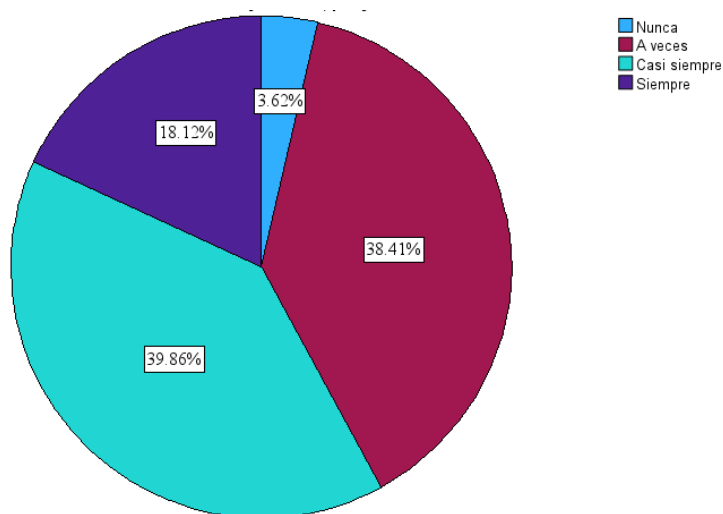
Por otro lado, un 42,03% de los encuestados califica este aspecto como "importante". Este porcentaje, que también fue significativo, evidenciaba que una gran proporción de los participantes valora positivamente la promoción de la participación activa, aunque no con la misma intensidad que el grupo mayoritario. La combinación de estas dos categorías indica que casi el 88% de los encuestados otorgan relevancia a métodos de enseñanza interactivos y participativos.

En contraste, un 12,32% de los encuestados percibían este aspecto como "de poca importancia". Aunque este grupo representa una minoría, resalta que hay estudiantes que no consideraban prioritario que los métodos de enseñanza se centren en el intercambio de ideas o la participación activa, lo cual podría estar relacionado con preferencias personales o experiencias educativas previas.

En general, los resultados subrayaban la importancia de que los métodos de enseñanza promuevan un aprendizaje activo y colaborativo. Esto sugiere que las instituciones educativas deben continuar fortaleciendo estrategias pedagógicas que fomenten el intercambio de ideas y la participación de los estudiantes, ya que fueron elementos clave para un aprendizaje significativo y dinámico.

**Figura 8**

*Apreciación sobre si consideraban que las clases en la universidad fomentan la aplicación práctica de los conceptos teóricos a través de ejercicios, proyectos o casos de estudio*



**Tabla 10**

*Apreciación sobre si consideraban que las clases en la universidad fomentan la aplicación práctica de los conceptos teóricos a través de ejercicios, proyectos o casos de estudio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	5	3,6
A veces	53	38,4
Casi siempre	55	39,9
Siempre	25	18,1
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 8 y Tabla 10 presentan la apreciación de los encuestados sobre si las clases en la universidad fomentaban la aplicación práctica de los conceptos teóricos mediante ejercicios, proyectos o casos de estudio. Los resultados mostraron que el 39,86% consideraban que esto ocurre "casi siempre". Este dato indicaba que una proporción significativa de estudiantes percibe que las clases priorizan, en gran medida, el aprendizaje práctico, lo cual es un aspecto positivo en la formación académica.

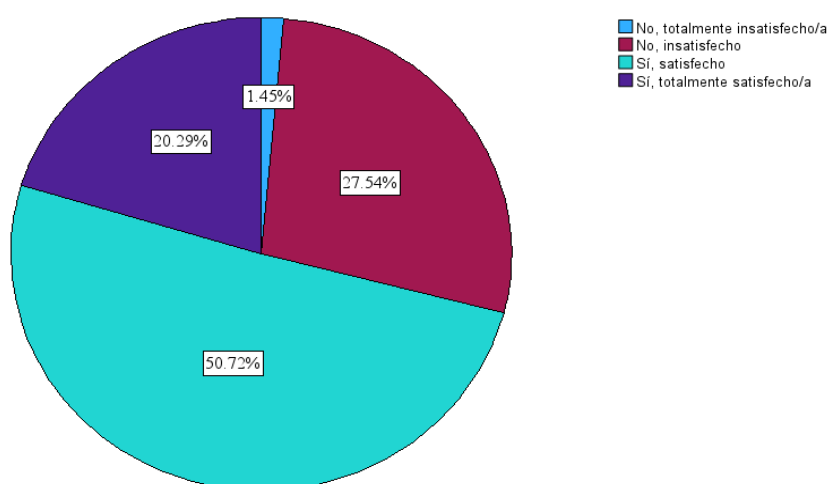
Por otro lado, el 38,41% de los encuestados señalaban que esta práctica ocurre "a veces". Esto sugiere que, aunque existía un esfuerzo por vincular teoría y práctica, en muchos casos no se lograba de manera consistente. Este grupo refleja la percepción de que hay áreas de mejora para implementar más actividades prácticas en el diseño de las clases.

En contraste, un 18,12% mencionaban que esta aplicación práctica ocurre "siempre". Aunque es el grupo más reducido de los que perciben un enfoque práctico, destacaban que hay estudiantes que valoran positivamente esta integración como un componente sólido de la enseñanza. Sin embargo, un 3,62% afirmaba que "nunca" se fomentaba esta aplicación, lo que revela un pequeño sector que percibe una falta total de énfasis en la práctica dentro del entorno académico.

En conjunto, los resultados reflejaban que, si bien la mayoría de los encuestados reconocía esfuerzos por fomentar la aplicación práctica de los conceptos teóricos, existían oportunidades para fortalecer y diversificar las estrategias pedagógicas. Incrementar el uso de proyectos reales, ejercicios prácticos y estudios de caso podrían ayudar a satisfacer mejor las expectativas de los estudiantes y a mejorar la calidad del aprendizaje.

**Figura 9**

*Apreciación sobre si se siente satisfecho con la utilización de recursos audiovisuales, tecnológicos y herramientas interactivas en las clases de la universidad*



**Tabla 11**

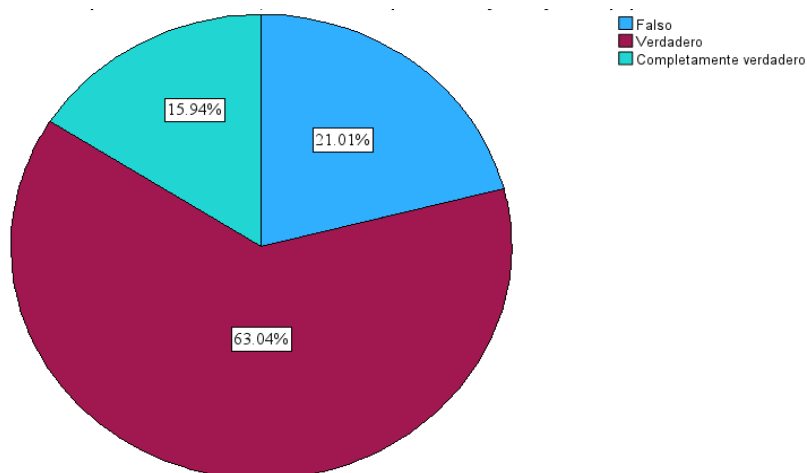
*Apreciación sobre si se siente satisfecho con la utilización de recursos audiovisuales, tecnológicos y herramientas interactivas en las clases de la universidad*

	Frecuencia	Porcentaje
No, totalmente insatisfecho/a	2	1,4
No, insatisfecho	38	27,5
Sí, satisfecho	70	50,7
Sí, totalmente satisfecho/a	28	20,3
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 9 y Tabla 11 refleja la apreciación de los encuestados sobre su nivel de satisfacción con la utilización de recursos audiovisuales, tecnológicos y herramientas interactivas en las clases de la universidad. Los resultados indicaban que la mayoría, un 50,72%, se sentían "satisfecho" con el uso de estos recursos. Este dato sugiere que, en general, los estudiantes valoraban positivamente el esfuerzo por integrar herramientas tecnológicas en las actividades académicas, lo que contribuía a un aprendizaje más dinámico y efectivo. Por otro lado, un 20,29% de los encuestados manifestaban estar "totalmente satisfecho". Aunque esta cifra es menor que la de quienes estaban simplemente satisfechos, representa un grupo significativo que consideraban que el uso de recursos tecnológicos y audiovisuales cumple completamente con sus expectativas. Esto indica que, para algunos, estas herramientas fueron empleadas de manera óptima en su experiencia educativa. En contraste, un 27,54% de los encuestados afirmaban estar "insatisfecho" con el uso de estos recursos, mientras que un 1,45% está "totalmente insatisfecho". Estos datos combinados mostraban que casi un 29% de los estudiantes percibían deficiencias en la implementación o uso de herramientas tecnológicas, lo que sugería áreas de mejora en la planificación y ejecución de estas estrategias. En conjunto, los resultados reflejan que, aunque la mayoría de los estudiantes está satisfecha con la utilización de recursos audiovisuales y tecnológicos en las clases, existe una proporción considerable que no comparte esta percepción. Esto pone de manifiesto la necesidad de evaluar y ajustar el uso de estas herramientas para garantizar su accesibilidad, funcionalidad y efectividad, asegurando así que todos los estudiantes se beneficien de ellas de manera equitativa.

**Figura 10**

*Apreciación sobre si considera que la metodología de la enseñanza en la universidad fomenta el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución y trabajo en equipo*



**Tabla 12**

*Apreciación sobre si considera que la metodología de la enseñanza en la universidad fomenta el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución y trabajo en equipo*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Falso	29	21,0
Verdadero	87	63,0
Completamente verdadero	22	15,9
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 10 y Tabla 12 mostraba la percepción de los encuestados sobre si consideran que la metodología de enseñanza en la universidad fomenta el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución de problemas y trabajo en equipo. Los resultados indicaban que la mayoría, un 63,04%, consideraba que esta afirmación es "verdadera". Esto sugiere que una gran proporción de estudiantes reconocía que las metodologías de enseñanza implementadas en la universidad contribuían significativamente al desarrollo de estas habilidades esenciales. Por otro lado, un 21,01% opina que esta afirmación es "completamente verdadera", lo que demostraban que una minoría considerable tiene una percepción muy positiva sobre la efectividad de las estrategias pedagógicas utilizadas. Este grupo consideraba que la universidad no solo fomenta, sino que sobresale en el desarrollo de competencias relacionadas con el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el trabajo colaborativo.

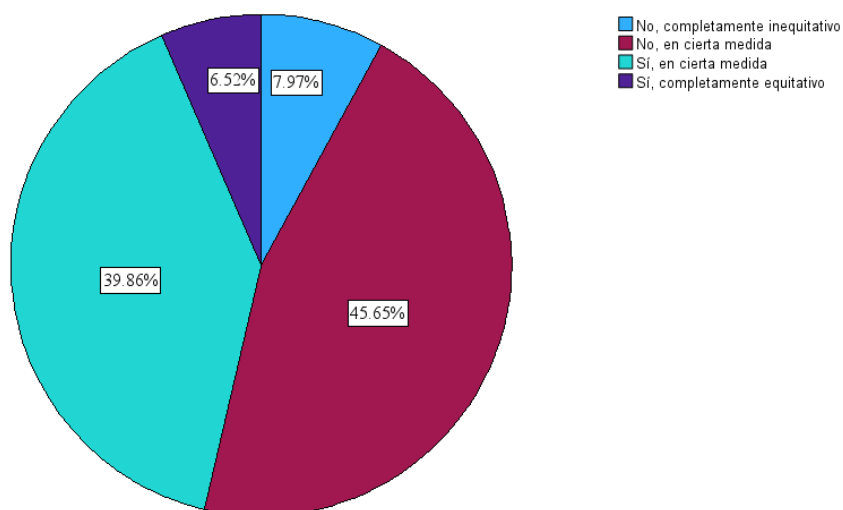
En contraste, un 15,94% calificaba la afirmación como "falsa". Aunque esta proporción es menor en comparación con los grupos anteriores, indicaba que existe un sector de estudiantes que no percibe que las metodologías de enseñanza estén logrando los objetivos de desarrollo de estas habilidades clave. Esto podría reflejar áreas de mejora en la implementación de estrategias educativas más innovadoras y efectivas.

En conjunto, los datos mostraron una valoración predominantemente positiva hacia las metodologías de enseñanza en la universidad, aunque existía una oportunidad de fortalecerlas para que más estudiantes se beneficien plenamente de ellas. Incorporaban actividades más interactivas, casos prácticos y proyectos grupales podría contribuir a garantizar que estas competencias se desarrollen de manera uniforme entre todos los estudiantes.

## Resultados de Cultura Emprendedora

**Figura 11**

*Apreciación sobre si considera que existe un acceso equitativo a oportunidades de financiamiento para emprendedores en su entorno*



**Tabla 13**

*Apreciación sobre si considera que existe un acceso equitativo a oportunidades de financiamiento para emprendedores en su entorno*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, completamente inequitativo	11	8,0
No, en cierta medida	63	45,7
Sí, en cierta medida	55	39,9
Sí, completamente equitativo	9	6,5
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 11 y la Tabla 13 presentan la apreciación de los encuestados sobre si consideraban que existe un acceso equitativo a oportunidades de financiamiento para emprendedores en su entorno. Los resultados revelaron que el 45,7% de los encuestados opinaba que el acceso es equitativo "en cierta medida". Este porcentaje indicaba que una gran proporción percibe que, aunque existían oportunidades de financiamiento disponibles, estas no eran completamente accesibles o equitativas para todos los emprendedores.

Por otro lado, el 39,9% señalaba que el acceso es equitativo "en cierta medida". Este grupo evidencia una percepción de que las oportunidades de financiamiento presentaban ciertas barreras, pero aún son parcialmente accesibles para algunos emprendedores. Esta percepción

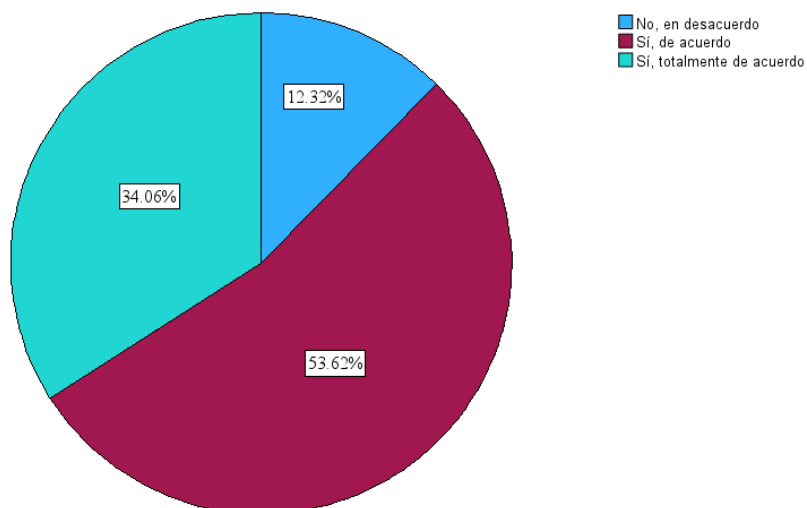
refuerza la idea de que, aunque el sistema de financiamiento existe, no satisface plenamente las expectativas de equidad.

En contraste, el 8% consideraba que el acceso es "completamente inequitativo". Este grupo refleja una percepción negativa, ya que ve una falta total de equidad en las oportunidades disponibles, lo que podría estar relacionado con desigualdades en la distribución de recursos o en los procesos de selección. Finalmente, solo el 6,5% de los encuestados consideraban que el acceso es "completamente equitativo", lo que sugería que una minoría percibía que las oportunidades fueran distribuidas de manera justa y uniforme.

En general, los resultados subrayaban una percepción mixta sobre la equidad en el acceso al financiamiento para emprendedores. Si bien existía un reconocimiento parcial de la disponibilidad de oportunidades, fue evidente que muchos consideraban que estas no son plenamente accesibles para todos. Esto sugiere la necesidad de implementar políticas más inclusivas y transparentes que permitan una distribución más equitativa de los recursos financieros en el entorno emprendedor.

### Figura 12

*Apreciación sobre si está de acuerdo con que el principal desafío al que se enfrentan los emprendedores al buscar financiamiento son los requisitos y condiciones de financiamiento demasiado estrictos*



**Tabla 14**

*Apreciación sobre si está de acuerdo con que el principal desafío al que se enfrentan los emprendedores al buscar financiamiento son los requisitos y condiciones de financiamiento demasiado estrictos*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, en desacuerdo	17	12,3
Sí, de acuerdo	74	53,6
Sí, totalmente de acuerdo	47	34,1
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 12 y Tabla 14 mostraba la percepción de los encuestados sobre si están de acuerdo con que el principal desafío al que se enfrentaban los emprendedores al buscar financiamiento son los requisitos y condiciones de financiamiento demasiado estrictos. Los resultados revelaban que la mayoría, un 53,6%, está "de acuerdo" con esta afirmación. Este dato refleja que más de la mitad de los encuestados consideraba que los requisitos exigidos para acceder a financiamiento representaban una barrera significativa para los emprendedores.

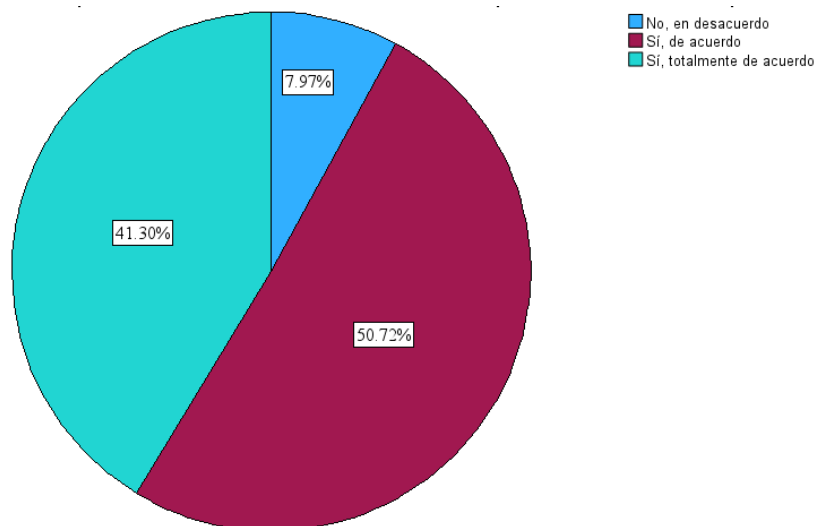
Por otro lado, un 34,06% está "totalmente de acuerdo" con esta apreciación. Esto indicaba que una proporción considerable de los participantes tenían una percepción firme de que los estrictos requisitos y condiciones dificultan el acceso al financiamiento, lo que podría desalentar a muchos emprendedores o limitar sus oportunidades de crecimiento.

En contraste, solo un 12,32% estaban "en desacuerdo" con esta afirmación. Este grupo minoritario sugiere que no todos los encuestados consideraban que los requisitos y condiciones sean una barrera importante, lo que podría estar relacionado con experiencias individuales o contextos específicos donde estas restricciones no han sido un obstáculo significativo.

En general, los datos reflejan que existía una percepción generalizada de que los requisitos y condiciones para acceder a financiamiento fueran demasiado estrictos y representan un desafío importante para los emprendedores. Esto pone de manifiesto la necesidad de revisar y flexibilizar las políticas de financiamiento, haciendo hincapié en un balance entre la seguridad financiera para los prestamistas y la accesibilidad para los emprendedores, con el fin de fomentar un entorno más inclusivo y favorable para el emprendimiento.

**Figura 13**

*Apreciación sobre si considera que el acceso a financiamiento es un factor clave para fomentar la cultura emprendedora*



**Tabla 15**

*Apreciación sobre si considera que el acceso a financiamiento es un factor clave para fomentar la cultura emprendedora*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, en desacuerdo	11	8,0
Sí, de acuerdo	70	50,7
Sí, totalmente de acuerdo	57	41,3
Total	138	100,0

La Figura 13 y la Tabla 15 reflejaban la apreciación de los encuestados sobre si consideraban que el acceso a financiamiento es un factor clave para fomentar la cultura emprendedora. Los resultados indicaron que la mayoría, un 50,7%, está "de acuerdo" con esta afirmación. Esto sugiere que más de la mitad de los encuestados reconocía la importancia del acceso a financiamiento como un elemento fundamental para impulsar el emprendimiento y la creación de negocios.

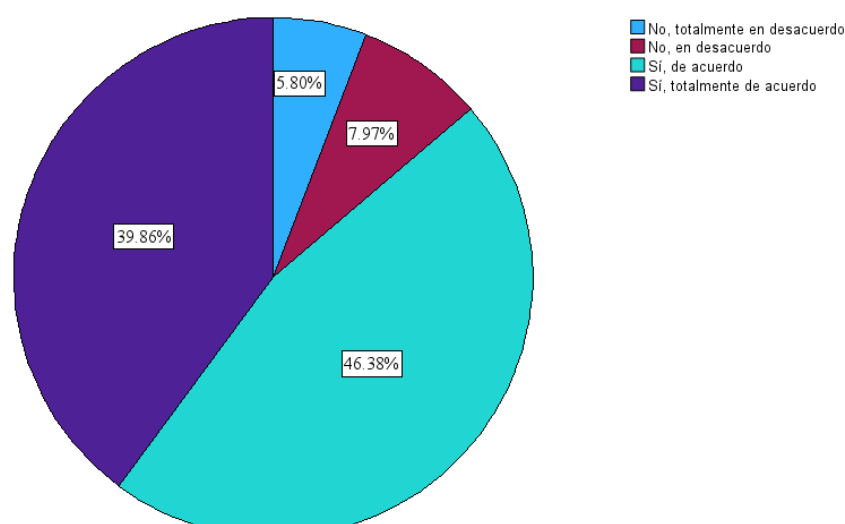
Además, un 41,3% de los encuestados está "totalmente de acuerdo" con esta percepción, lo que demostraba que una proporción significativa de los participantes consideraba de manera firme que el financiamiento es esencial para fortalecer la cultura emprendedora. Este grupo refuerza la idea de que la disponibilidad de recursos económicos es crucial para que los emprendedores puedan desarrollar sus proyectos y fomentar un ecosistema emprendedor activo.

En contraste, un 8% de los encuestados está "en desacuerdo" con esta afirmación. Aunque este porcentaje fue bajo, indica que existe un pequeño grupo que no percibía el acceso al financiamiento como un factor decisivo para fomentar la cultura emprendedora. Esto podría estar relacionado con experiencias personales o contextos donde otros factores, como la educación o la capacitación, son vistos como más importantes.

En general, los datos reflejan un consenso amplio sobre la relevancia del acceso a financiamiento para promover el emprendimiento. Esto subraya la necesidad de implementar políticas y programas que faciliten la obtención de recursos económicos, con el fin de fortalecer la cultura emprendedora y brindar mayores oportunidades a quienes desean desarrollar iniciativas empresariales.

**Figura 14**

*Apreciación sobre si considera que la principal motivación para emprender es la superación personal*



**Tabla 16**

*Apreciación sobre si considera que la principal motivación para emprender es la superación personal*

	Frecuencia	Porcentaje
No, totalmente en desacuerdo	8	5,8
No, en desacuerdo	11	8,0
Sí, de acuerdo	64	46,4
Sí, totalmente de acuerdo	55	39,9
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 14 y Tabla 16 mostraban la apreciación de los encuestados sobre si consideraban que la principal motivación para emprender es la superación personal. Los resultados indicaban que la mayoría, un 46,38%, está "de acuerdo" con esta afirmación. Esto sugiere que, para casi la mitad de los encuestados, la superación personal es un factor importante, aunque no necesariamente el único, que impulsaba a las personas a emprender.

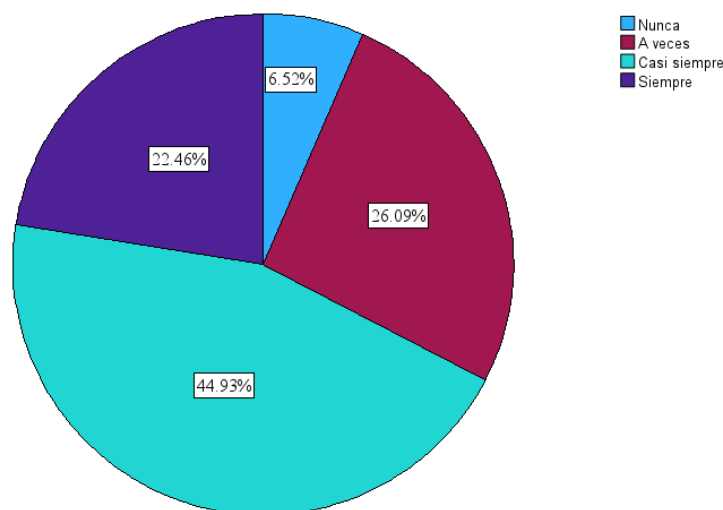
Por otro lado, un 39,86% señala que está "totalmente de acuerdo" con esta afirmación. Este grupo, que representa una proporción significativa, refuerza la percepción de que la superación personal no solo es importante, sino que constituye una motivación clave y prioritaria para iniciar un negocio o proyecto emprendedor.

En contraste, un 7,97% de los encuestados indicaban estar "en desacuerdo" con la afirmación, mientras que un 5,8% estaban "totalmente en desacuerdo". Estos porcentajes, aunque bajos, mostraban que existe un pequeño grupo que no identifica la superación personal como la principal motivación para emprender, lo que podría deberse a que consideraban otros factores, como las necesidades económicas o la búsqueda de independencia, como más determinantes.

En general, los resultados destacan que una gran mayoría de los encuestados asocia el emprendimiento con la búsqueda de la superación personal. Esto pone de manifiesto la importancia de diseñar programas y estrategias que no solo fomenten habilidades técnicas y empresariales, sino que también apoyen el desarrollo personal de los emprendedores, ayudándolos a alcanzar sus metas y objetivos de autorrealización.

### Figura 15

*Apreciación sobre con qué frecuencia considera que su entorno le brinda apoyo y motivación para emprender*



**Tabla 17**

*Apreciación sobre con qué frecuencia considera que su entorno le brinda apoyo y motivación para emprender*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	9	6,5
A veces	36	26,1
Casi siempre	62	44,9
Siempre	31	22,5
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 15 y Tabla 17 reflejan la apreciación de los encuestados sobre la frecuencia con la que consideraban que su entorno les brindaba apoyo y motivación para emprender. Los resultados mostraban que la mayoría, un 44,93%, indicaba que su entorno "casi siempre" les ofrecía apoyo y motivación. Esto sugiere que, para un porcentaje significativo de los encuestados, el respaldo de sus familiares, amigos o comunidad desempeña un papel importante en su camino emprendedor, aunque no de forma constante.

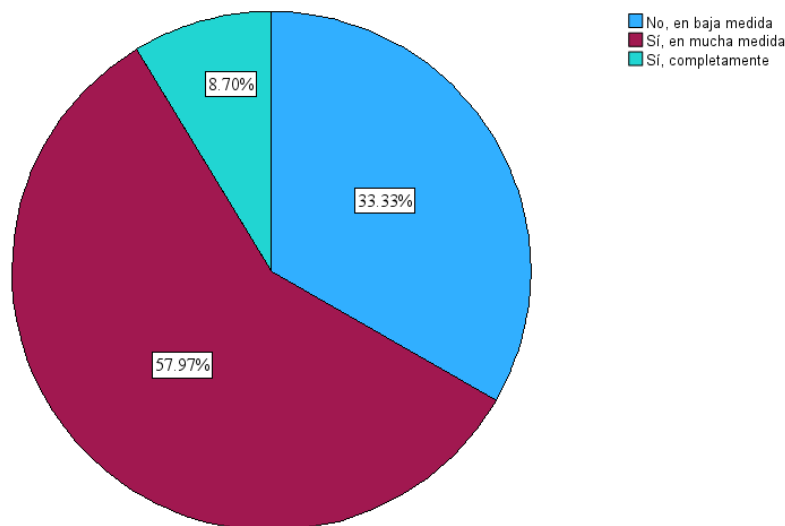
Por otro lado, un 25,36% de los encuestados consideraban que "a veces" recibían apoyo y motivación de su entorno. Este grupo reflejaba una percepción de apoyo intermitente, lo que podría indicar que, aunque existen momentos en los que se sentían respaldados, el entorno no siempre estaba presente o comprometido con sus objetivos emprendedores.

En contraste, un 24,64% mencionaba que "siempre" recibían apoyo y motivación de su entorno. Este grupo menor destacaba un nivel de respaldo constante, lo que puede ser un factor determinante para el éxito de los proyectos emprendedores. Sin embargo, un 5,07% afirmaban que "nunca" recibían apoyo, lo que pone de manifiesto la existencia de un grupo que percibían una completa falta de motivación o respaldo por parte de su entorno.

En general, los resultados subrayaban que, aunque la mayoría de los encuestados percibían cierto grado de apoyo y motivación de su entorno, existía una oportunidad para fortalecer este aspecto. Fomentaba redes de apoyo más sólidas y estrategias de mentoría o acompañamiento podría beneficiar a aquellos emprendedores que no contaban con un respaldo constante en su contexto personal o social.

**Figura 16**

*Apreciación sobre si considera que la educación universitaria ha contribuido a fortalecer su motivación para emprender*



**Tabla 18**

*Apreciación sobre si considera que la educación universitaria ha contribuido a fortalecer su motivación para emprender*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, en baja medida	46	33,3
Sí, en mucha medida	80	58,0
Sí, completamente	12	8,7
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 16 y Tabla 18 reflejan la apreciación de los encuestados sobre si consideraban que la educación universitaria ha contribuido a fortalecer su motivación para emprender. Los resultados mostraban que la mayoría, un 57,97%, indicaba que la universidad ha contribuido "en mucha medida" a fortalecer su motivación. Este dato resaltaba el impacto positivo que la formación universitaria tenía en la promoción del emprendimiento, destacando su papel como un factor motivador para muchos estudiantes.

Por otro lado, un 33,33% de los encuestados señalaban que la educación universitaria ha contribuido "en baja medida" a su motivación para emprender. Este grupo reflejaba que, aunque reconocían cierto grado de influencia positiva, sentían que aún hay margen de mejora en las estrategias educativas para incentivar el emprendimiento de manera más efectiva.

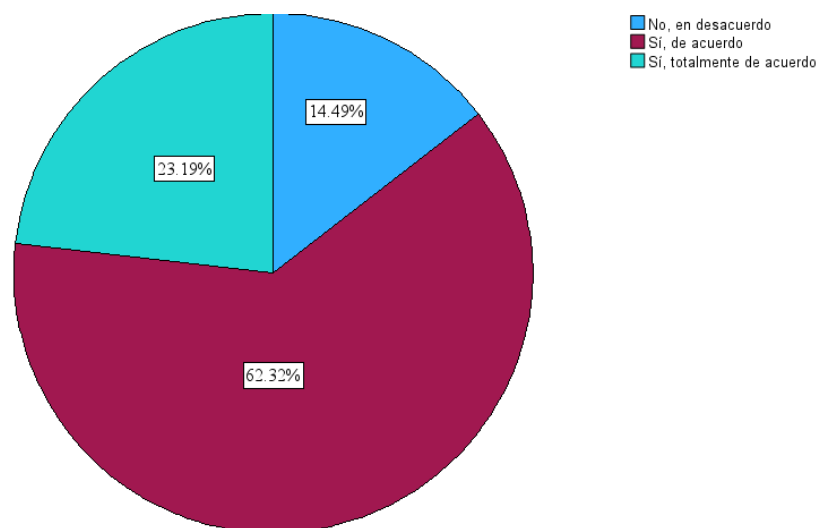
Finalmente, un 8,7% de los encuestados consideraba que la educación universitaria ha contribuido "completamente" a fortalecer su motivación para emprender. Este grupo

minoritario indicaba que algunos estudiantes percibían una conexión muy sólida entre su formación académica y su interés por desarrollar proyectos emprendedores, lo cual fue un indicador positivo.

En general, los resultados subrayan que la mayoría de los estudiantes reconoce el papel significativo de la educación universitaria en su motivación emprendedora, aunque existe una proporción considerable que percibe este impacto como limitado. Esto sugiere que las universidades podrían intensificar sus esfuerzos para integrar más herramientas, experiencias prácticas y programas que estimulen la motivación y preparación para emprender entre sus estudiantes.

**Figura 17**

*Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno fomenta la motivación y el espíritu emprendedor*



**Tabla 19**

*Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno fomenta la motivación y el espíritu emprendedor*

	Frecuencia	Porcentaje
No, en desacuerdo	20	14,5
Sí, de acuerdo	86	62,3
Sí, totalmente de acuerdo	32	23,2
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 17 y la Tabla 19 reflejan la apreciación de los encuestados sobre si consideran que la cultura emprendedora en su entorno fomentaba la motivación y el espíritu emprendedor. Los resultados mostraban que la mayoría, un 62,3%, está "de acuerdo" con esta afirmación. Esto indicaba que una proporción significativa de los participantes reconocía que su entorno promueve, en cierta medida, una mentalidad y motivación emprendedora, lo cual fue un factor positivo para el desarrollo de proyectos y emprendimientos.

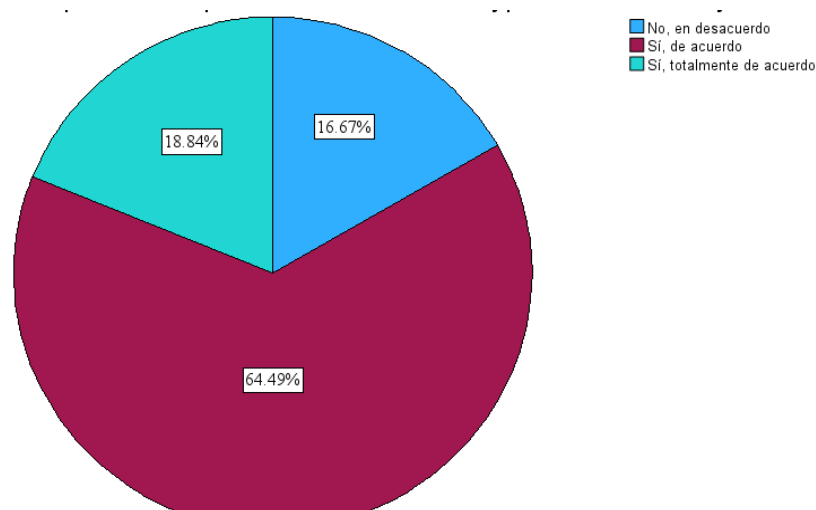
Por otro lado, un 23,2% de los encuestados estaban "totalmente de acuerdo", lo que refuerza la idea de que una parte importante de los estudiantes perciben que la cultura emprendedora en su entorno es un motor clave para impulsar el emprendimiento. Este grupo destaca un reconocimiento claro de cómo su entorno los motiva activamente a desarrollar iniciativas emprendedoras.

En contraste, un 14,5% de los encuestados estaban "en desacuerdo" con esta afirmación, lo que sugerían que eran un sector minoritario consideraba que su entorno no fomenta adecuadamente la motivación ni el espíritu emprendedor. Esto podría deberse a factores como la falta de redes de apoyo, iniciativas locales o recursos adecuados para los emprendedores.

En general, los resultados subrayaban que, aunque la mayoría percibía que la cultura emprendedora en su entorno tenía un impacto positivo, todavía hay espacio para mejorar las condiciones y el apoyo que favorezcan un ecosistema más inclusivo y dinámico. Fortalecer las iniciativas comunitarias y empresariales podría ser una estrategia clave para que más personas se sientan motivadas y respaldadas en sus proyectos emprendedores.

### Figura 18

*Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno valora y promueve la creatividad y la innovación*



**Tabla 20**

*Apreciación sobre si considera que la cultura emprendedora en su entorno valora y promueve la creatividad y la innovación*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, en desacuerdo	23	16,7
Sí, de acuerdo	89	64,5
Sí, totalmente de acuerdo	26	18,8
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 18 y Tabla 20 presentan la apreciación de los encuestados sobre si consideran que la cultura emprendedora en su entorno valora y promueve la creatividad y la innovación. Los resultados mostraban que la mayoría, un 56,52%, está "de acuerdo" con esta afirmación. Esto indicaba que más de la mitad de los encuestados percibían que su entorno fomenta estos valores fundamentales para el emprendimiento, lo que puede ser un factor importante en el desarrollo de ideas y proyectos innovadores.

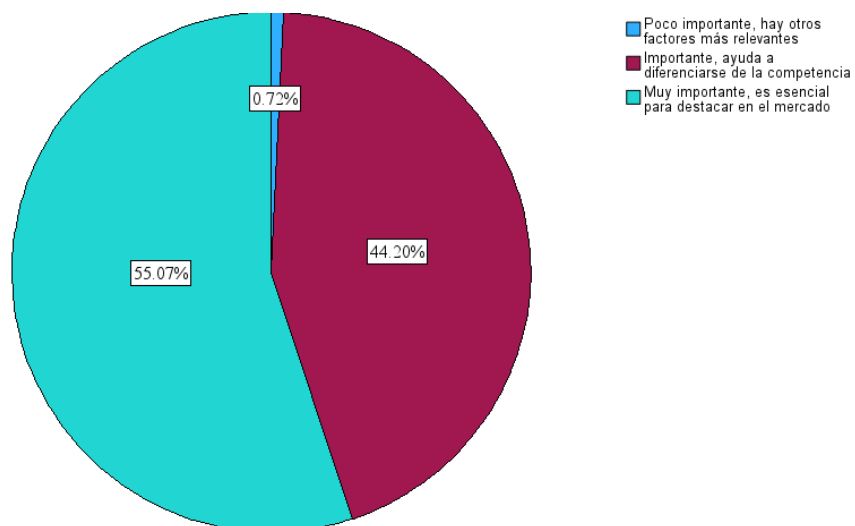
Por otro lado, un 18,84% de los encuestados señalaban estar "totalmente de acuerdo". Este grupo, aunque menor en comparación con el anterior, refuerza la percepción positiva sobre el entorno emprendedor, destacando que en ciertos casos se aprecia claramente una promoción activa de la creatividad y la innovación.

En contraste, un 24,64% de los encuestados está "en desacuerdo" con la afirmación. Este porcentaje consideraba reflejada que casi una cuarta parte de los participantes no percibe que su entorno emprendedor valore ni promueva adecuadamente la creatividad ni la innovación. Esto podría deberse a la falta de programas, recursos o apoyo en el entorno, lo que podría limitar las oportunidades para los emprendedores.

En general, los resultados muestran una tendencia positiva hacia la percepción de que la cultura emprendedora fomenta la creatividad y la innovación, aunque todavía hay espacio para mejorar. Potenciar el acceso a herramientas, capacitación y espacios de colaboración podría ayudar a que más personas perciban un entorno que valore y estimule estas cualidades esenciales para el emprendimiento.

**Figura 19**

*Apreciación sobre qué tan importante considera que es la creatividad para tener éxito como emprendedor*



**Tabla 21**

*Apreciación sobre qué tan importante considera que es la creatividad para tener éxito como emprendedor*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Poco importante, hay otros factores más relevantes	1	,7
Importante, ayuda a diferenciarse de la competencia	61	44,2
Muy importante, es esencial para destacar en el mercado	76	55,1
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

La Figura 19 y Tabla 21 muestra la apreciación de los encuestados sobre la importancia de la creatividad para tener éxito como emprendedor. Los resultados reflejan que la mayoría, un 55,07%, consideraba que la creatividad es "muy importante, esencial para destacar en el mercado". Este dato destaca que más de la mitad de los encuestados reconocían la creatividad como un factor clave e indispensable para lograr diferenciación y éxito en el entorno competitivo del emprendimiento.

Por otro lado, un 44,93% de los encuestados señalaban que la creatividad es "importante, ayuda a diferenciarse de la competencia". Este grupo también otorgaba un valor significativo a la

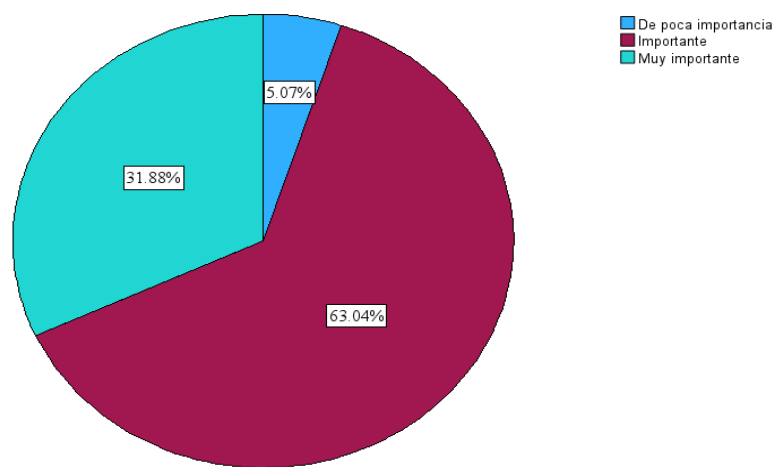
creatividad, aunque lo percibían como uno de varios factores que contribuyen al éxito, más que como el único determinante.

En contraste, solo un 0,72% de los encuestados consideraba que la creatividad tiene "poca importancia, hay otros factores más relevantes". Este porcentaje extremadamente bajo evidencia que la mayoría de los participantes reconocían el valor de la creatividad como una herramienta importante o esencial para el emprendimiento, dejando muy poca relevancia a quienes minimizan su papel.

En general, los resultados subrayan que la creatividad es ampliamente valorada como un elemento crucial para el éxito emprendedor, ya sea como un diferenciador competitivo o como un pilar esencial. Esto resalta la necesidad de que las instituciones y programas de apoyo al emprendimiento fomenten y estimulen la creatividad entre los emprendedores, proporcionándoles herramientas y oportunidades para desarrollar esta habilidad clave.

**Figura 20**

*Apreciación sobre si consideraron que su formación universitaria ha sido importante para estimular su capacidad de generar ideas creativas para emprender*



**Tabla 22**

*Apreciación sobre si consideraron que su formación universitaria ha sido importante para estimular su capacidad de generar ideas creativas para emprender*

	Frecuencia	Porcentaje
De poca importancia	7	5,1
Importante	87	63,0
Muy importante	44	31,9
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100,0</b>

El gráfico 20 y tabla 22 presentan la apreciación de los encuestados sobre si consideran que su formación universitaria ha sido importante para estimular su capacidad de generar ideas creativas para emprender. Los resultados mostraban que la mayoría, un 63,04%, consideraba que la formación universitaria ha sido "muy importante". Este dato indicaba que una proporción significativa de los encuestados percibe que su educación superior ha jugado un papel clave en el desarrollo de su creatividad, lo que es fundamental para el emprendimiento.

Por otro lado, un 31,88% de los encuestados opinaba que la formación universitaria es "importante" en este aspecto. Este grupo reconocía la relevancia de la educación universitaria en la estimulación de la creatividad, aunque no la percibía como un factor determinante. Sin embargo, esta valoración positiva complementa la opinión mayoritaria, que resaltaba el impacto positivo de la formación académica.

En contraste, solo un 5,07% consideraba que la formación universitaria tenía "poca importancia" en este sentido. Este porcentaje minoritario evidenciaba que solo una pequeña proporción de los encuestados percibía que su educación no ha contribuido significativamente al desarrollo de su capacidad creativa para emprender.

En general, los resultados subrayaban que la formación universitaria es ampliamente valorada como un factor importante o esencial para estimular la creatividad en el ámbito emprendedor. Esto sugiere que las instituciones educativas estaban cumpliendo en gran medida con este objetivo, aunque podrían reforzar sus programas y metodologías para garantizar que más estudiantes puedan beneficiarse de una formación que fomente su capacidad creativa.

### **3.1. Contrastación de hipótesis**

Para contrastar las hipótesis de la investigación se siguió el procedimiento estadístico siguiente:

- ✓ Se procedió a formular las hipótesis estadísticas.
- ✓ Se determinó el nivel de confianza que fue el 95%, donde  $\alpha = .05$
- ✓ Se definió el procedimiento estadístico antes de aplicar el mismo que fue el Chi cuadrado.
- ✓ Se analizó los resultados obtenidos para tomar una decisión estadística.

#### **Contrastación de hipótesis principal**

##### **Hipótesis Nula: $H_0$ :**

La educación universitaria no se relaciona con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

### Hipótesis alternante $H_A$ :

La educación universitaria se relaciona con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

Posteriormente, se utilizó el SPSS y los resultados fueron los siguientes:

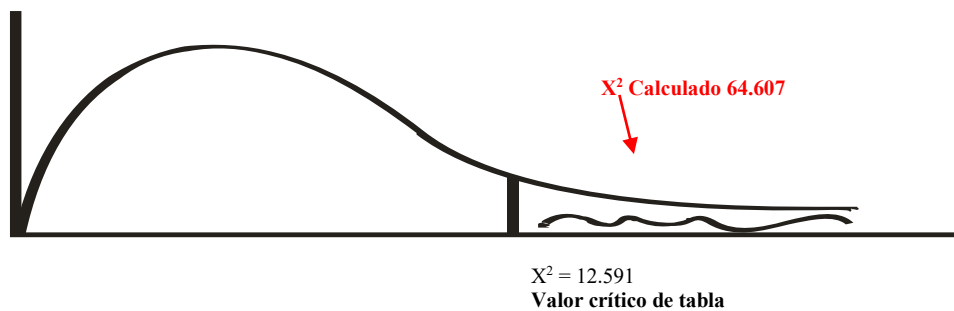
**Tabla 23**

*Contrastación de la Hipótesis Principal*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación
Chi-cuadrado de Pearson	64,607 <sup>a</sup>	6	<,001	<,001 <sup>b</sup>
N de casos válidos	138			

**Figura 21**

*Contrastación hipótesis principal*



Por consiguiente, la tabla estadística muestra los resultados del chi cuadrado a un nivel de confianza del 95% y con 6 grados de libertad su valor es:  $64.607 > 12.591$  y  $p$  value de  $.001 < 0.05$ , además se contó con el coeficiente de contingencia:  $.565$  y  $p$  value =  $<.001$ , que indica una intensidad de la relación moderada, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta La educación universitaria se relaciona con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

### Contrastación de las hipótesis secundarias:

**H<sub>01</sub>:** El plan de estudios de la Educación Universitaria no tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

**Ha1:** El plan de estudios de la Educación Universitaria tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

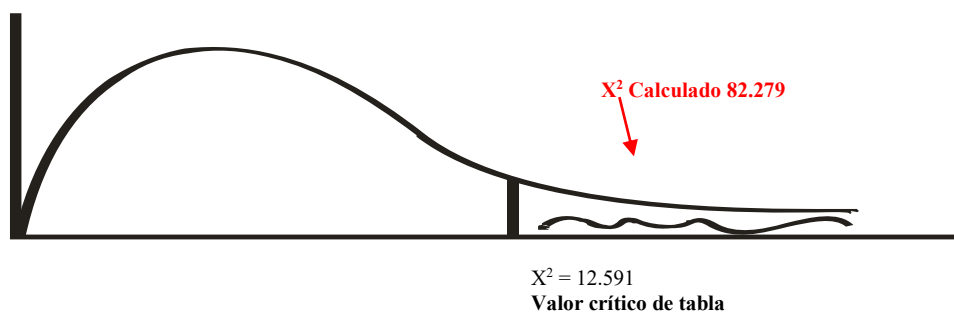
**Tabla 24**

*Contrastación de la Hipótesis Secundaria 1*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación
Chi-cuadrado de Pearson	82,279 <sup>a</sup>	6	<,001	<,001 <sup>b</sup>
N de casos válidos	138			

**Figura 22**

*Contrastación hipótesis secundaria 1*



Luego, los resultados al emplear el SPSS nos demuestra que, el valor del Chi cuadrado a un nivel de confianza del 95% y con 6 grados de libertad su valor es:  $82.279 > 12.591$  y *p value* de  $.001 < 0.05$ , además se contó con el coeficiente de contingencia:  $.611$  y *p value* =  $.001$ , el mismo que nos muestra que la relación tiene intensidad moderada, por lo que se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis El plan de estudios de la Educación Universitaria tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

**Ho2:** Los programas de emprendimiento de la Educación Universitaria no tienen relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

**Ha2:** Los programas de emprendimiento de la Educación Universitaria tienen relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

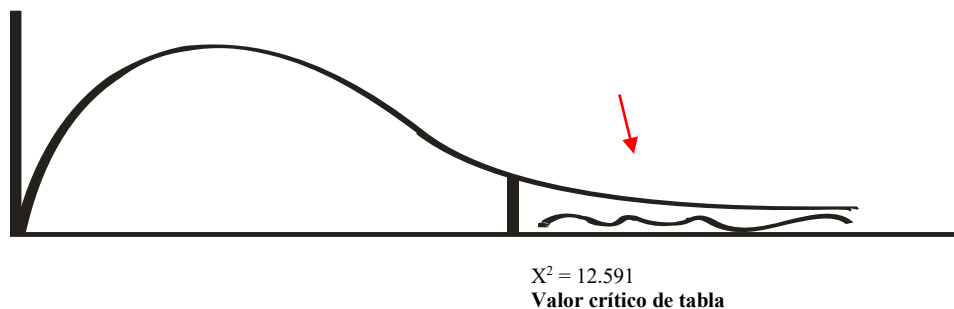
**Tabla 25**

*Contrastación de la Hipótesis Secundaria 2*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación
Chi-cuadrado de Pearson	62.544 <sup>a</sup>	6	<,001	<,001 <sup>b</sup>
N de casos válidos	138			

**Figura 23**

*Contrastación hipótesis secundaria 2*



En consecuencia, los resultados al emplear el SPSS nos demuestra que, el valor del Chi cuadrado a un nivel de confianza del 95% y con 6 grados de libertad su valor es: 62.544 > 12.591 y *p value* de .001 < 0.05, además se contó con el coeficiente de contingencia: .558 y *p value* = .001, el mismo que nos muestra que la relación tiene intensidad moderada, por lo que se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis Los programas de emprendimiento de la Educación Universitaria tienen relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

**Ho3:** La metodología de la enseñanza de la Educación Universitaria no tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

**Ha3:** La metodología de la enseñanza de la Educación Universitaria tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

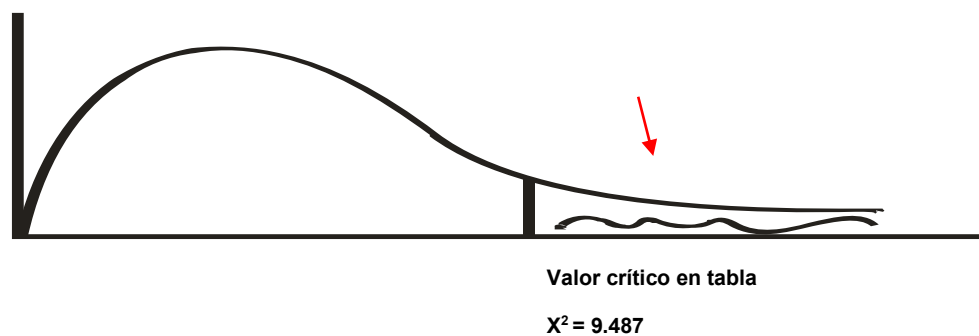
**Tabla 26**

*Contrastación de la Hipótesis Secundaria 3*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación
Chi-cuadrado de Pearson	88.151 <sup>a</sup>	4	<,001	<,001 <sup>b</sup>
N de casos válidos	138			

**Figura 24**

*Contrastación hipótesis secundaria 3*



Por tanto, los resultados al emplear el SPSS nos demuestra que, el valor del Chi cuadrado a un nivel de confianza del 95% y con 6 grados de libertad su valor es:  $88.151 > 9.487$  y *p value de*  $.001 < 0.05$ , además se contó con el coeficiente de contingencia:  $.624$  y *p value= .001*, el mismo que nos muestra que la relación tiene intensidad moderada, por lo que se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis La metodología de la enseñanza de la Educación Universitaria tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.

#### IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la educación universitaria y la cultura emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga. Los resultados obtenidos a través del análisis estadístico permiten discutir la influencia de la formación académica en el desarrollo de una mentalidad emprendedora.

Los hallazgos evidencian que existe una relación significativa entre la educación universitaria y la cultura emprendedora ( $p < .05$ ), lo que coincide con estudios previos que destacan la importancia de la educación superior en la promoción del emprendimiento (Guevara et al., 2022; Mayer et al., 2020). Además, se encontró que el plan de estudios y los programas de emprendimiento universitarios tienen un impacto moderado en el fomento del espíritu emprendedor, lo que refuerza la idea de que una educación adaptada a las necesidades del mercado puede fortalecer la intención emprendedora de los estudiantes (Pérez, 2018).

Uno de los aspectos clave analizados fue la percepción de los estudiantes sobre la actualización y pertinencia del plan de estudios. Aunque un 60.1% de los encuestados considera que el plan de estudios está actualizado en cierta medida, un 21% cree que necesita mejoras sustanciales. Este hallazgo sugiere que, si bien la formación teórica es adecuada, aún se requiere una mayor incorporación de prácticas empresariales y estudios de caso para fortalecer el aprendizaje experiencial (Coelho & Marín-González, 2022).

Asimismo, se encontró que el 58% de los encuestados considera que el plan de estudios les ha proporcionado habilidades para emprender en cierta medida, mientras que solo el 20.3% afirma que se siente completamente preparado para iniciar un negocio. Esto reafirma las conclusiones de estudios previos, los cuales señalan que la simple enseñanza de teoría empresarial no es suficiente para fomentar el emprendimiento; es necesario un enfoque práctico e interactivo que dote a los estudiantes de herramientas reales para la creación de empresas (Dávila et al., 2022).

Otro hallazgo relevante es que el 44.9% de los encuestados percibe que su plan de estudios incluye algunas actividades prácticas, mientras que un 37% considera que estas son insuficientes. Además, un 26.1% de los estudiantes informó que no ha participado en programas de emprendimiento ni ha recibido información al respecto. Estos resultados reflejan una brecha entre la oferta académica y las expectativas estudiantiles, lo que coincide con investigaciones previas que sugieren que las universidades deben fortalecer sus programas de incubación y vinculación con el sector productivo (García-Gallego et al., 2020).

En cuanto al acceso al financiamiento para emprendedores, los resultados indican que el 53.6% de los encuestados considera que los requisitos y condiciones para acceder a financiamiento son demasiado estrictos, lo que dificulta la creación de negocios. Este hallazgo es consistente con

estudios que señalan que la falta de acceso a capital es una de las principales barreras para el emprendimiento, lo que subraya la importancia de generar políticas universitarias que faciliten el acceso a financiamiento para los estudiantes emprendedores (Jiménez et al., 2021).

Finalmente, se destacó que la principal motivación para emprender es la superación personal, con un 46.4% de los encuestados afirmando estar de acuerdo y un 39.9% totalmente de acuerdo con esta afirmación. Este resultado resalta la importancia de desarrollar programas educativos que no solo enseñen técnicas empresariales, sino que también fortalezcan la motivación y la confianza en los estudiantes para que puedan convertir sus ideas en proyectos viables (Casimiro et al., 2019).

En síntesis, los resultados de esta investigación refuerzan la idea de que la educación universitaria juega un papel clave en la promoción de la cultura emprendedora. Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora, especialmente en la implementación de estrategias prácticas, el fortalecimiento de programas de emprendimiento y la eliminación de barreras para el acceso a financiamiento. Estos hallazgos pueden servir de base para futuras investigaciones y para la formulación de políticas educativas que fomenten un ecosistema emprendedor más efectivo dentro de las universidades.

## V. CONCLUSIONES

El estudio ha permitido confirmar que la educación universitaria tiene un impacto moderado en la cultura emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga. A partir del análisis estadístico y la validación de hipótesis, se evidenció que los aspectos estructurales y metodológicos de la educación superior influyen en el desarrollo de competencias y actitudes emprendedoras. Se identificó que elementos como el plan de estudios, los programas de emprendimiento y las metodologías de enseñanza desempeñan un papel crucial en la formación de estudiantes con mentalidad empresarial, aunque aún existen oportunidades de mejora para fortalecer este vínculo y fomentar el emprendimiento en un contexto práctico y realista.

El estudio permitió validar tanto el objetivo general como los objetivos específicos. Se comprobó que la educación universitaria incide directamente en la cultura emprendedora a través de tres dimensiones clave:

- **Plan de estudios:** Los resultados demostraron que la inclusión de asignaturas y contenido académico relacionado con el emprendimiento tiene un impacto moderado en el desarrollo de habilidades empresariales. Sin embargo, se identificó que la aplicabilidad de estos conocimientos en entornos reales es un desafío pendiente.
- **Programas de emprendimiento:** Se evidenció que estos programas contribuyen al fomento de la cultura emprendedora, aunque la baja participación de los estudiantes sugiere que se requieren estrategias de difusión más efectivas y accesibilidad optimizada.
- **Metodología de enseñanza:** Se encontró que las metodologías aplicadas por los docentes fomentan el pensamiento crítico, la creatividad y la resolución de problemas, aunque los estudiantes sugieren la necesidad de metodologías más dinámicas y basadas en la práctica.

Estos hallazgos refuerzan la idea de que el sistema educativo universitario tiene el potencial de fortalecer el ecosistema emprendedor, pero debe mejorar en términos de estrategias pedagógicas, integración de experiencias prácticas y acceso equitativo a oportunidades de emprendimiento.

- La investigación permitió corroborar la hipótesis principal con un nivel de confianza del 95% y 6 grados de libertad, obteniendo un valor Chi-cuadrado de  $64.607 > 12.591$  y un p-value de  $.001 < .05$ , lo que llevó a rechazar la hipótesis nula y aceptar que la educación universitaria está relacionada con la cultura emprendedora.

Adicionalmente, el coeficiente de contingencia (.565) indicó que esta relación es moderada. Estos resultados subrayan la importancia de fortalecer los enfoques educativos para mejorar la

formación emprendedora de los estudiantes, con especial énfasis en la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos y el acceso a oportunidades de emprendimiento.

- Se aceptó la hipótesis H1 con un nivel de confianza del 95%, obteniendo un Chi-cuadrado de  $82.279 > 12.591$  y un p-value de  $.001 < .05$ . Con un coeficiente de contingencia de  $.611$ , se confirmó una relación moderada entre el plan de estudios y la cultura emprendedora.

A pesar de que el plan de estudios incorpora temáticas de emprendimiento, su efectividad práctica sigue siendo limitada, ya que los estudiantes manifiestan una falta de preparación para enfrentar desafíos reales del mundo empresarial.

- La hipótesis H2 fue aceptada con un Chi-cuadrado de  $62.544 > 12.591$  y un p-value de  $.001 < .05$ , con un coeficiente de contingencia de  $.558$ . Esto indica una relación moderada entre los programas de emprendimiento y el desarrollo de la cultura emprendedora.

Sin embargo, la baja participación estudiantil en estos programas sugiere la necesidad de mejorar su promoción y accesibilidad, así como de garantizar que sus contenidos sean más atractivos y aplicables a la realidad del emprendimiento.

- La hipótesis H3 se validó con un Chi-cuadrado de  $88.151 > 9.487$  y un p-value de  $0.001 < 0.05$ , y un coeficiente de contingencia de  $.624$ , confirmando una relación moderada entre la metodología de enseñanza y la cultura emprendedora.

Se destacó que las estrategias pedagógicas implementadas han fomentado en cierta medida el desarrollo de habilidades clave como la creatividad y el pensamiento crítico. No obstante, los estudiantes demandan un enfoque más práctico y experiencial, que los prepare de manera efectiva para la vida emprendedora.

## VI. RECOMENDACIONES

En base al estudio realizado se han determinado las siguientes recomendaciones:

**Apoyo Continuo a los Estudiantes Emprendedores:** Sugerir a la Dirección Académica de la Facultad de Administración seguir mostrando apoyo a los estudiantes emprendedores, ya que se ha comprobado que la educación universitaria es un factor determinante dentro de la cultura emprendedora. Este respaldo debe traducirse en mayores oportunidades de formación, asesoramiento y acceso a recursos clave para el desarrollo de iniciativas empresariales.

**Facilitación de Canales de Apoyo y Reducción de Burocracia:** Sugerir al Vicerrectorado Académico a través de un informe de esta investigación la implementación de canales de apoyo para los estudiantes emprendedores, minimizando la burocracia en el acceso a servicios o recursos. Agilizar los procesos administrativos permitirá que los estudiantes puedan aprovechar mejor las oportunidades disponibles.

**Actualización del Plan de Estudios y Metodologías de Enseñanza:** Se sugiere a la Dirección Académica de la Facultad de Administración continuar con la actualización del plan de estudios y la implementación de metodologías de enseñanza innovadoras con la participación de los egresados. Esto es fundamental para motivar a los estudiantes emprendedores y fortalecer sus capacidades para afrontar los retos del mundo empresarial actual.

**Fomento del Acceso a Financiamiento:** Referir la participación de la Oficina de Desarrollo Social del Gobierno Regional y Local que es necesario establecer alianzas con entidades públicas y privadas para facilitar el acceso a financiamiento a los estudiantes interesados en emprender. La creación de fondos semilla y capacitaciones en educación financiera podría fortalecer el ecosistema emprendedor universitario (Salas & Ticlla, 2022).

**Capacitación Docente:** Se recomienda al Vicerrector Académico capacitar permanentemente a los docentes en estrategias pedagógicas innovadoras que promuevan el pensamiento crítico, la creatividad y la resolución de problemas en los estudiantes (Bendezú, 2022).

**Motivación para el Emprendimiento:** Sugerir a los estudiantes poner en práctica sus capacidades emprendedoras para que aprovechen las herramientas y recursos que les proporciona su centro de estudios universitario. La educación recibida en la universidad es adecuada para fomentar una cultura emprendedora sólida y para impulsar el desarrollo de nuevos proyectos empresariales.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altbach, P., & De Wit, H. (2020). *The Internationalization of Higher Education: Perspectives and Practices*. Routledge.
- Bendezú, A. R. (2022). *Educación empresarial y actitudes emprendedoras en estudiantes de contabilidad de una universidad nacional de Ica, 2022*. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/100072>
- Bernate, J., & Vargas, J. (2020). Desafíos y tendencias del siglo XXI en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales*, 10-25. <https://www.redalyc.org/journal/280/28064146010/html/>
- Casimiro, W. H., Casimiro, C. N., & Casimiro, J. F. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Universidad Y Sociedad*, 11(5), 61-69. <https://doi.org/https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1343>
- Coelho, H., & Marín-González, F. (2022). Programa de Formación para Emprendedores desde la formación de posgrado en la Península de Paraguaná-Venezuela. *Revista De Ciencias Sociales*, 3(413-429), 28. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38484>
- Dávila, R. C., Martin-Bogdanovich, M. M., Zapana, D., & Velarde, L. (2022). La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña. *Universidad Y Sociedad*, 14(4), 486-494. <https://doi.org/https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3070>
- ESAN. (2023). *Perú es el país con mayor espíritu emprendedor de la región LATAM y el quinto a nivel mundial*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/peru-es-el-pais-con-mayor-espiritu-emprendedor-de-la-region-latam-y-el-quinto-a-nivel-mundial>
- Espinoza, R., Del Carpio, M., & Campos, J. (2020). Influencia del contexto sociocultural en el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios de Trujillo, Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 315-329. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/594/759?inline=1>
- Fundación Telefónica. (2018). *Emprendimientos Tecnológicos con impacto social de Ica accederán a un programa integral de incubación*. <https://www.fundaciontelefonica.com.pe/noticias/emprendimientos-tecnologicos-con-impacto-social-de-ica-accederan-a-un-programa-integral-de-incubacion/>
- García-Gallego, A., Georgantzis, N., y Jaramillo-Gutiérrez, A. (2020). Higher education and economic growth: The role of social capital. *Journal of Business Research*, 384-389. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.023>
- Guevara, H. E., Carlos, J. A., Jamanca, N. C., & Gomero, J. M. (2022). Emprendimiento y educación universitaria: una relación necesaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 767-780. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.24>

- Guevara, M., Vértiz, R., Huayama, M., Rivera, R., Vértiz, J., & Damián, J. (2020). La educación universitaria en la era del hombre tecnológico: ¿Quo Vadis? *Revista Científica Pakamuros*, 8(2), 14 - 24.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v8i2.124>
- Huffington Post. (2024). *Digitalización de la enseñanza: innovaciones clave en las escuelas de negocios*. <https://www.huffingtonpost.es/tecnologia/digitalizacion-ensenanza-innovaciones-clave-escuelas-negocios.html>
- Jiménez, R., Zeta, A., Farfán, R., More, J. P., & Atoche, C. A. (2021). Emprendimientos y emprendedores en un contexto peruano. *Revista Científica Cultura, Comunicación Y Desarrollo*, 6(2), 33-40.  
<https://doi.org/https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/290>
- Junta de Andalucía. (2021). *Plan General de Emprendimiento de Andalucía 2021-2027*.  
[https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-02/210602%20Plan\\_%20General\\_%20Emprendimiento\\_2.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-02/210602%20Plan_%20General_%20Emprendimiento_2.pdf)
- Kuratko, D., Morris, M., & Schindehutte, M. (2022). Entrepreneurial Education: The Impact on Entrepreneurial Intentions and Competencies. *Journal of Business Venturing*, 37(4).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.101263>
- Marginson, S. (2022). *Higher Education and Social Justice: The Future of Equality in Education*. Oxford University Press.
- Mayer, E. L., Blanco, F. J., Alonso, M. Á., & Charles, J. A. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(1), 107-127.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31314>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2020). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 19(3), 341-388.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amle.2018.0026>
- Pérez, J., Ramírez, C., & Gonzáles, L. (2023). Innovative Teaching Methods for Entrepreneurial Education: A Case Study in Latin America. *International Journal of Educational Research*, 115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijer.2023.101926>
- Pérez, R. (2018). *Educación en emprendimiento y la cultura emprendedora de los estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas y de Economía y Negocios de la Universidad de Cartagena y la Universidad Tecnológica de Bolívar 2006-2015*. Universidad de Cartagena. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/9445>
- Quispe, G. M., Delgado, R., Ayaviri, D., & Maldonado, A. I. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior.

- Revista De Ciencias Sociales*, 28(6), 297-313.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38847>
- Quispe, G., Delgado, R., Ayaviri, D., & Maldonado, A. (2021). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 8(8), 2-9.
- Ríos, V. (2023). Habilidades Educativas del Siglo XXI: Un Análisis Sistemático del Periodo 2014-2023. *Educación, Ciencia y Sociedad*, 3(2), 77-90.  
<https://boaciencia.org/index.php/scyeducacion/article/download/135/183/570>
- Salas, J., & Ticlla, I. (2022). Educación financiera y Desarrollo de emprendimiento en un Instituto público San Martín 2021. *UCV Hacer*, 11(4), 69–79.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v11n4a7>
- SantanderX. (2020). *Cultura emprendedora para un futuro mejor*.  
<https://www.santanderx.com/es/blog/cultura-emprendedora-caracteristicas.html>
- Tight, M. (2021). *Higher Education Research: The Developing Field*. Bloomsbury Publishing.
- Turpo-Gebera, O., Chirinos-Tovar, K., Huamán-Gutiérrez, R., Flores-Ayquipa, A., Mamani-Quispe, D., & Huarca-Flores, P. (2025). Emprendimiento, cultura emprendedora y cultura de emprendimiento: cartografía conceptual desde las tesis universitarias peruanas. *New Trends in Qualitative Research*, 21(1), 33-53.
- Vargas, & Uttermann. (2020). "Emprendimiento: factores esenciales para su constitución".  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>
- Zhou, H., Zhang, X., & Wang, Y. (2021). University-Based Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: The Role of Learning Environment and Motivation. *Studies in Higher Education*, 46(8), 1563-1579.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770714>

## VIII. ANEXOS

### 8.1. Operacionalización de las Variables

**Tabla 27**

*Operacionalización de variables*

VARIBLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES
<b>EDUCACIÓN UNIVERSITARIA (V.I.)</b>	Se refiere al proceso de enseñanza y aprendizaje dirigido a la capacitación profesional y al crecimiento intelectual de aquellos individuos que demuestren poseer una educación fundamental. Además, busca promover el avance científico, tecnológico y una organización social efectiva.	Plan de estudios Programas de emprendimiento Universitarios Acceso a recursos y servicios Sistema de evaluación de aprendizaje Metodología de la enseñanza
<b>CULTURA EMPRENDEDORA (V.D.)</b>	Engloba un conjunto de principios y habilidades que posibilitan la capacidad de pensar, crear y transformar negocios esenciales para la vida diaria de la sociedad. A través de la innovación y la generación de estrategias y conceptos innovadores, es viable establecer nuevos modelos de negocio más en sintonía con la realidad actual y mejor adaptados a ella.	Competitividad Acceso a financiamiento Tasa de Actividad Emprendedora Motivación Creatividad e Innovación

## 8.2. Instrumentos de recolección de información.

Universidad “San Luis Gonzaga” de Ica

Facultad de Administración

Proyecto de Tesis



*La Educación Universitaria y La Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”, 2023*

**Instrucciones:** Estimado estudiante a continuación encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados a la educación universitaria y la cultura emprendedora; cinco opciones para responder de acuerdo a como se desempeña su empleador. Lea cuidadosamente cada proposición y escriba una (x) la mejor alternativa. Conteste todas las proposiciones. No hay respuestas buenas o malas.

La encuesta es completamente anónima.

Gracias

### **CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN**

#### **Educación Universitaria**

1. ¿Considera Ud. que el plan de estudios de la carrera de Administración ofrece una amplia variedad de cursos que abarcan los aspectos teóricos y prácticos?
  - a) Sí, completamente actualizado
  - b) Sí, en cierta medida
  - c) No, en cierta medida
  - d) No, está desactualizado
  
2. ¿Considera Ud. que el plan de estudios de la carrera de Administración le ha proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio?
  - a) Sí, totalmente preparado/a
  - b) Sí, en cierta medida
  - c) No, en cierta medida
  - d) No, no me ha preparado para emprender
  
3. ¿Considera Ud. su plan de estudios incluye suficientes actividades prácticas y experiencias de aprendizaje basadas en casos reales de emprendimiento?
  - a) Sí, muchas actividades prácticas
  - b) Sí, algunas actividades prácticas
  - c) No, pocas actividades prácticas
  - d) No, no incluye actividades prácticas?
  
4. ¿Ha participado en algún programa de emprendimiento ofrecido por la universidad (por ejemplo, talleres, cursos o incubadoras)?
  - a) Sí, he participado activamente
  - b) Sí, he participado de forma limitada
  - c) No, pero he recibido información sobre los programas
  - d) No, no he participado ni recibido información sobre los programas
  
5. ¿Considera Ud. que los programas de emprendimiento de la universidad brindan un apoyo adecuado para desarrollar sus habilidades emprendedoras?

- a) Sí, brindan un apoyo excelente
  - b) Sí, brindan un apoyo suficiente
  - c) No, brindan un apoyo limitado
  - d) No, no brindan ningún apoyo
6. ¿Considera Ud. que los profesores en la universidad utilizan enfoques pedagógicos efectivos que facilitan su aprendizaje y comprensión de los temas?
- a) Sí, totalmente de acuerdo
  - b) Sí, de acuerdo
  - c) No, en desacuerdo
  - d) No, totalmente en desacuerdo
7. ¿Considera Ud. importante que los métodos de enseñanza utilizados promuevan la participación activa y el intercambio de ideas entre los estudiantes?
- a) Muy importante.
  - b) Importante.
  - c) De poca importancia.
  - d) Sin importancia.
8. ¿Considera Ud. que las clases en la universidad fomentan la aplicación práctica de los conceptos teóricos a través de ejercicios, proyectos o casos de estudio?
- a) Siempre
  - b) Casi siempre
  - c) A veces
  - d) Nunca
9. ¿Se siente satisfecho/a con la utilización de recursos audiovisuales, tecnológicos y herramientas interactivas en las clases de la universidad?
- a) Sí, totalmente satisfecho/a
  - b) Sí, satisfecho
  - c) No, insatisfecho
  - d) No, totalmente insatisfecho/a
10. ¿Considera Ud. que la metodología de enseñanza en la universidad fomenta el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución de problemas y trabajo en equipo?
- a) Completamente verdadero
  - b) Verdadero
  - c) Falso
  - d) Completamente falso

### **Cultura Emprendedora**

1. ¿Considera Ud. que existe un acceso equitativo a oportunidades de financiamiento para emprendedores en su entorno?
- a) Sí, completamente equitativo
  - b) Sí, en cierta medida
  - c) No, en cierta medida

- d) No, completamente inequitativo
2. ¿Está Ud. de acuerdo con que el principal desafío al que se enfrentan los emprendedores al buscar financiamiento son los requisitos y condiciones de financiamiento demasiado estrictos?
- a) Sí, totalmente de acuerdo
  - b) Sí, de acuerdo
  - c) No, en desacuerdo
  - d) No, totalmente en desacuerdo
3. ¿Considera Ud. que el acceso a financiamiento es un factor clave para fomentar la cultura emprendedora?
- a) Sí, totalmente de acuerdo
  - b) Sí, de acuerdo
  - c) No, en desacuerdo
  - d) No, totalmente en desacuerdo
4. ¿Considera Ud. que la principal motivación para emprender es la realización personal?
- a) Sí, totalmente de acuerdo
  - b) Sí, de acuerdo
  - c) No, en desacuerdo
  - d) No, totalmente en desacuerdo
5. ¿Con qué frecuencia considera Ud. que su entorno (familia, amigos, comunidad) le brinda apoyo y motivación para emprender?
- a) Muy frecuentemente
  - b) Frecuentemente
  - c) Raramente
  - d) Nunca
6. ¿Considera Ud. que la educación universitaria ha contribuido a fortalecer su motivación para emprender?
- a) Sí, completamente
  - b) Sí, en mucha medida
  - c) No, en baja medida
  - d) No, en absoluto
7. ¿Considera Ud. que la cultura emprendedora en su entorno fomenta la motivación y el espíritu emprendedor?
- a) Sí, totalmente de acuerdo
  - b) Sí, de acuerdo
  - c) No, en desacuerdo
  - d) No, totalmente en desacuerdo
8. ¿Considera Ud. que la cultura emprendedora en su entorno valora y promueve la creatividad y la innovación?
- a) Sí, totalmente de acuerdo

- b) Sí, de acuerdo
  - c) No, en desacuerdo
  - d) No, totalmente en desacuerdo
9. ¿Qué tan importante considera Ud. que es la creatividad para tener éxito como emprendedor?
- a) Muy importante, es esencial para destacar en el mercado
  - b) Importante, ayuda a diferenciarse de la competencia
  - c) Poco importante, hay otros factores más relevantes
  - d) No considero que la creatividad sea importante para el emprendimiento
10. ¿Considera Ud. que su formación académica/universitaria ha sido importante para estimular su capacidad de generar ideas creativas para emprender?
- a) Muy importante.
  - b) Importante.
  - c) De poca importancia.
  - d) Sin importancia.

### 8.3. Matriz de consistencia

**Trabajo de investigación:** La Educación Universitaria y La Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”, 2023

**Tabla 28**

*Matriz de consistencia modelo de investigación*

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<b>Problema general</b> ¿De qué manera se relaciona la Educación Universitaria y la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023?	<b>Objetivo general</b> Determinar que la educación universitaria se relaciona directamente con la cultura emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”, 2023.	<b>Hipótesis general</b> La educación universitaria se relaciona positivamente con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.	<b>VARIABLE 1</b> <b>EDUCACIÓN</b> <b>UNIVERSITARIA</b>	<b>Plan de Estudios</b>          <b>Programas de Emprendimiento Universitario</b>          <b>Metodología de enseñanza</b>	Pertinencia de Asignaturas Flexibilidad Enfoque práctico  Participación Estudiantil Incubadora de Empresas Colaboración con empresas externas.  Interacción docente-estudiante.	<b>Enfoque de investigación</b> Cuantitativo  <b>Tipo de investigación</b> Básica  <b>Nivel de investigación</b> Correlacional  <b>Diseño de investigación</b>

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específica	Variable 2 Cultura emprendedora	Acceso Financiamiento	Uso de tecnología educativa. Métodos activos de aprendizaje	No experimental. Descriptiva		
¿De qué manera el plan de estudio se relaciona con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023?	Analizar y evaluar el plan de estudio para medir su relación con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.	El plan de estudio tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.			Fuentes de Financiamiento Requisitos Monto de financiamiento	<b>método de investigación</b> Hipotético deductivo		
¿De qué manera los programas de emprendimiento universitario se relaciona con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023?	Evaluar los programas de emprendimiento para medir su grado de relación con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.	Los programas de emprendimiento tienen relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.			<b>Motivación</b>	Tasa de iniciativa. Autoeficacia emprendedora. Orientación a metas	<b>Población de estudio</b> 214 estudiantes de los 2 últimos años.	<b>Muestra de estudio</b> 138 estudiantes
¿De qué manera la metodología de la enseñanza se relaciona con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023?	Analizar y evaluar la metodología de la enseñanza para medir su grado de relación con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023.	La metodología de la enseñanza tiene relación directa con la Cultura Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, 2023			<b>Creatividad Innovación</b>	Ideas innovadoras. Cultura de experimentación. Uso de tecnología.	<b>Muestreo</b> Probabilístico <b>Instrumento</b> Encuesta y Análisis documental	