

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

<https://doi.org/10.35381/r.k.v9i17.32381>

## **La gestión académica estratégica y su incidencia en la intención emprendedora universitaria**

### **Strategic academic management and its impact on university entrepreneurial intention**

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano

[p810201421@unitru.edu.pe](mailto:p810201421@unitru.edu.pe)

Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, La Libertad  
Perú

<https://orcid.org/0000-0002-9233-3288>

Yoni Mateo Valiente-Saldaña

[yvaliente@unitru.edu.pe](mailto:yvaliente@unitru.edu.pe)

Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, La Libertad  
Perú.

<https://orcid.org/0000-0002-9083-3553>

Recibido: 15 de septiembre 2023

Revisado: 10 de noviembre 2023

Aprobado: 15 de diciembre 2023

Publicado: 01 de enero 2024

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

## RESUMEN

El objetivo de este estudio fue determinar la incidencia de la gestión académica estratégica en la intención emprendedora de los estudiantes, en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, adoptando un diseño de investigación no experimental, transeccional y de alcance correlacional. Se aplicaron los estadísticos de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk, revelando una distribución no normal de los datos. Se aplicó la Prueba Estadística de Correlación Rho de Spearman. Los resultados mostraron un nivel de significancia (sig.) de 0.011, inferior a 0.05, y un coeficiente de correlación positivo, aunque muy bajo ( $r = 0.191$ ), lo cual indica que la incidencia de la gestión académica estratégica en la intención emprendedora es significativa, pero su magnitud es muy baja. Los hallazgos indican que mejorar la gestión académica podría impulsar significativamente la intención emprendedora estudiantil, fomentando un ecosistema universitario más favorable para el emprendimiento.

**Descriptores:** Gestión educacional; universidad; estudiante universitario. (Tesauro UNESCO).

## ABSTRACT

The objective of this study was to determine the incidence of strategic academic management on the entrepreneurial intention of students in the Faculty of Economics and Administrative Sciences of the National University Toribio Rodríguez de Mendoza of Amazonas. Adopting a non-experimental, cross-sectional and correlational research design, the Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk statistics were applied, revealing a non-normal distribution of the data. Spearman's Rho Correlation Statistical Test was applied. The results showed a significance level (sig.) of 0.011, less than 0.05, and a positive, but very low correlation coefficient ( $r = 0.191$ ), indicating that the impact of strategic academic management on entrepreneurial intention is significant, but its magnitude is very low. The findings indicate that improving academic management could significantly boost student entrepreneurial intention, fostering a more entrepreneurial university ecosystem.

**Descriptors:** Educational management; universities; university student (UNESCO Thesaurus).

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

## INTRODUCCIÓN

El campo de estudio sobre la intención emprendedora sigue ampliándose con fuerte énfasis en el ámbito universitario bajo la premisa de que parte de la responsabilidad de la innovación y la formación emprendedora debe recaer sobre los hombros de las universidades que conlleven a alcanzar un crecimiento económico sostenido; por lo tanto, son los centros de educación superior los que tienen una mayor obligación, sobre esa formación para emprender.

Según el informe 2021/2022 de la *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2022), en relación con la probabilidad de que las personas más jóvenes inicien una empresa destaca que éstas tienen más energía, tienen menos concesiones que hacer en términos de carreras establecidas y salarios altos, y pueden estar más cerca de los nuevos o emergentes mercados y tecnologías que aceleran los negocios. También podrían estar más dispuestos a correr riesgos, por cuanto pueden tener menos que perder, y si el negocio fracasa, todavía pueden tener una carrera larga y exitosa por delante. Por otro lado, es probable que tengan menos conocimiento y experiencia, y menos acceso a recursos. Igualmente, en el Informe 2020/2021 de la *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021) hace referencia a que la intención de iniciar un negocio puede ser un indicador importante del nivel de ambición empresarial en una economía, así como un posible indicador principal para la actividad empresarial en etapa inicial.

En este orden, Zambrano et al. (2020) destacan la importancia de las intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios. Estas intenciones sirven como un indicador inicial para que las instituciones educativas determinen si sus estudiantes están inclinados a iniciar negocios. Esta información es crucial para orientar la formación emprendedora, enfocándose no solo en la elaboración de planes de negocio, sino también en fomentar una cultura emprendedora. Por otro lado, Gibb (2007) argumenta que las universidades deben asegurar la formación de profesionales con habilidades emprendedoras, reconociendo que estas capacidades pueden ser enseñadas y desarrolladas. Esto implica la necesidad de implementar cambios significativos en los

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

programas educativos, en los modelos pedagógicos y en las metodologías de enseñanza, según Gómez y Satizábal (2011). Estos cambios buscan adaptar la educación superior a las demandas del mundo empresarial y fomentar un espíritu emprendedor en los estudiantes.

Así mismo, Ynsunza y Izar (2020), discuten la influencia de la educación en el desarrollo de actitudes hacia el emprendimiento. Aunque reconocen que una formación adecuada puede fomentar actitudes positivas y mejorar las competencias emprendedoras, advierten que una formación inadecuada puede tener el efecto contrario. Específicamente, una educación deficiente en emprendimiento puede desalentar a los individuos a emprender y reforzar percepciones negativas basadas en experiencias de proyectos fallidos, tanto propios como observados. Por lo tanto, es crucial garantizar la relevancia y efectividad de la educación en emprendimiento.

La educación emprendedora es crucial en el desarrollo de actitudes, habilidades y una mentalidad emprendedora en los profesionales, por lo tanto; las cualidades de un emprendedor, como habilidades, actitudes y comportamientos, pueden ser adquiridas a través de la educación. Es importante la formación emprendedora durante la educación superior como un elemento esencial en el proceso de aprendizaje del individuo (Coronado García et al., 2020; Contreras Velásquez et al., 2017). Considera que se ha identificado una creciente necesidad de comprender mejor el rol de las instituciones universitarias en la sociedad, en particular, respecto a la manera en que el entorno académico y la formación en emprendimiento fomentan la iniciativa empresarial entre los estudiantes universitarios.

Por otro lado; Hernández Mogollón y Castellano Rodríguez (2017), destacan el rol crucial de las universidades dentro del ecosistema emprendedor, ya que facilitan la creación de micro ecosistemas orientados al fomento del emprendimiento y al desarrollo empresarial. En colaboración con otros actores, las universidades actúan como catalizadores del crecimiento y fortalecimiento del emprendimiento (Silva Peralta et al., 2022). Actualmente, las instituciones de educación superior juegan un papel significativo en la promoción del

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

espíritu empresarial, integrándose en un ecosistema empresarial junto a empresas y gobierno (Carvalho et al., 2010).

Por otro lado, Etzkowitz y Leydesdorff (2000), en su modelo de la triple hélice, sostienen que las instituciones educativas, especialmente las universidades, son esenciales en el contexto de la globalización. Se requiere de una formación profesional y de investigación científica que impulse la innovación, generando nuevos conocimientos y enfrentando los desafíos del mundo moderno.

Así mismo, Gibb (2012) desarrolló un modelo que destaca cinco áreas clave para evaluar el potencial emprendedor de una institución universitaria. Este modelo se estructura en un cuadro de mando integral que abarca temas como: Misión, gobierno y estrategia; Educación emprendedora; Intercambio de conocimiento y apoyo a su transferencia; Relaciones con grupos de interés locales y nacionales; e Internacionalización. En complemento, Romero (2017) aborda la naturaleza de la gestión académica en el contexto de la educación superior, destacando que esta gestión se caracteriza por contar con profesores que llevan a cabo actividades docentes en este nivel educativo.

Estos profesores deben tener una formación académica adecuada en sus respectivas áreas de conocimiento y su labor debe integrar tres aspectos fundamentales: la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad. La gestión académica, por tanto, se enfoca en coordinar estos procesos, transformando el sistema educativo y asegurando el desarrollo efectivo de las actividades académicas. Este enfoque integrador contribuye a un modelo educativo que promueve y garantiza la calidad de la educación superior.

Por otro lado, Yabar (2013), sostiene que una gestión eficaz en el ámbito educativo implica pasar por etapas de diagnóstico, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación, que se interrelacionan y contribuyen al logro de los objetivos establecidos por los equipos directivos. Esto asegura que las acciones de cada miembro de la institución tengan un propósito y pertenezcan a un proyecto común. Por ello, es crucial considerar los cuatro ámbitos de la gestión educativa: la gestión directiva, la administrativa, la de aula y la de la comunidad.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

Según los datos del informe técnico del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023a), el departamento de Amazonas mostró un incremento del 9,7% en la creación o reactivación de empresas durante el cuarto trimestre de 2022, en comparación con el mismo trimestre del año anterior. A pesar de este crecimiento, también se observó un notable aumento del 1906,3% en el número de empresas que cesaron sus operaciones. Además, hubo un significativo aumento del 10,3% en el registro de nuevas empresas como personas naturales. Lo más destacado fue el extraordinario incremento del 1028,6% en el número de empresas como personas naturales que cerraron. Estos datos indican una dinámica económica y empresarial compleja en el departamento de Amazonas durante ese período.

En el contexto descrito, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas enfrentan desafíos similares. A pesar de existir iniciativas de emprendimiento, muchas de estas no se sostienen a largo plazo por razones aún desconocidas, resultando en proyectos efímeros. Además, se observa que las ideas de negocio prometedoras, presentadas en ferias de emprendimiento organizadas por la Facultad, a menudo no avanzan más allá de estas exposiciones, careciendo de un seguimiento efectivo. Asimismo, se nota que las predisposiciones emprendedoras manifestadas por algunos estudiantes en ciertas asignaturas tienden a diluirse tras la conclusión de sus estudios. Por último, la participación en programas destinados a fortalecer la cultura de emprendimiento e innovación no siempre se mantiene de manera sostenible. Este conjunto de situaciones subraya la necesidad de un enfoque más estructurado y continuo para apoyar y darle sostenibilidad al espíritu emprendedor en la Universidad.

Respecto a la literatura pertinente a esta investigación, se observa una escasez de estudios que examinen directamente la influencia de la gestión académica sobre la intención emprendedora en el contexto universitario, o su relación respectiva. Entre las investigaciones relevantes más próximas se destaca el estudio de Maheshwari, et al., (2023), el cual persigue dos objetivos principales: primero, identificar los factores más

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

estudiados en la literatura que afectan las intenciones emprendedoras (EI) de los estudiantes, y segundo, determinar cuáles son menos explorados para medir las de los estudiantes.

Igualmente, Herrera Valverde et al. (2020), que se enfocó en examinar cómo distintas dimensiones de un ecosistema emprendedor universitario pueden influir en la intención emprendedora de estudiantes universitarios. Según las percepciones de los participantes, la investigación destacó varios factores cruciales y sus componentes relacionados con la intención de emprender. Entre estos, se subrayó la importancia de programas curriculares, actividades co-curriculares, compromiso estratégico, asignación de recursos financieros, participación en redes internacionales, infraestructura organizacional y tecnológica.

De la misma forma, Tapia Cárdenas et al. (2020), formularon como objetivo alinear estrategias que propicien el emprendimiento entre la población estudiantil de la Universidad Católica de Cuenca. Se concluyó que, fortaleciendo la formación educativa en temas de emprendimiento, facilitando la transferencia de conocimientos generados por la investigación, proporcionando espacios adecuados, tecnología y un acompañamiento constante, se puede motivar y fomentar la creación de emprendimientos interdisciplinarios e innovadores, siendo la innovación un elemento clave para el éxito. Además, se subrayó la importancia de considerar el macroentorno, ya que este puede potenciar o limitar el emprendimiento. Un entorno adecuado, un marco normativo favorable y políticas gubernamentales que incentiven la actividad emprendedora son factores esenciales.

Asimismo, Díaz Casero et al. (2017) quienes se enfocaron en estudiar la influencia del contexto universitario en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, desarrollaron un modelo estructural que vincula dos variables ambientales, el contexto universitario y la educación, con la intención emprendedora. Para probar las relaciones en el modelo, se utilizó el análisis de mínimos cuadrados parciales (PLS) en una muestra de 2497 estudiantes universitarios. Los resultados destacaron la importancia del efecto

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

de la educación estratégica en las intenciones emprendedoras. En menor medida, también revelaron la importancia del entorno universitario en el que se desarrolla el estudiante. El contexto universitario influye de manera positiva en las intenciones educativas, indirectamente, a través de la educación emprendedora.

El problema abordado en el presente estudio tiene una raíz científica porque la intención emprendedora ha sido ampliamente analizada a través de modelos de intención. Estos modelos proporcionan un marco sólido y coherente para entender el proceso de emprender. En la literatura sobre emprendimiento, los modelos más destacados incluyen la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen (1991) y el Modelo Social del Evento Emprendedor (SEE) de Shapero y Sokol (1982). Según Tarapuez et al. (2018), la TCP es particularmente prominente y cuenta con un amplio respaldo empírico en la investigación de diversas conductas, incluyendo la creación de empresas.

El presente estudio destaca la importancia de ciertas dimensiones de la gestión académica sobre otras, proporcionando insights valiosos para el fortalecimiento del emprendimiento en el ámbito universitario. En consecuencia, el problema planteado fue: ¿Cuál es la incidencia de la gestión académica estratégica en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas?

El objetivo se centró en determinar esta incidencia en la intención emprendedora de los estudiantes. Mientras tanto, la hipótesis planteada sostiene que la gestión académica estratégica de la Facultad incide significativamente en la intención emprendedora de sus estudiantes.

## **MÉTODO**

La población de este estudio estuvo compuesta por estudiantes de los dos últimos años, de las cuatro escuelas profesionales, pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, ubicada en la provincia de Chachapoyas, región Amazonas.



Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

Durante la fase de recolección de datos, se determinó que la población de estudiantes presentes ascendía a 175 individuos, constituyendo la población muestral. Esta cifra, en comparación con el total de inscritos (266), revela una proporción significativa, indicando así un nivel positivo de representatividad. Es relevante destacar que la muestra exhibió homogeneidad, y la tasa de respuesta brindó información valiosa y pertinente para alcanzar los objetivos establecidos en la investigación.

La muestra se formó a partir de aquellos que estuvieron presentes y decidieron responder, lo cual se asemeja más a un muestreo no probabilístico. Al respecto, Liñán y Chen (2006), explican la pertinencia de seleccionar estudiantes universitarios del último año para estudios sobre intenciones emprendedoras. Ellos argumentan que:

- a) Este grupo demográfico es frecuentemente utilizado en investigaciones empíricas relacionadas con la intención emprendedora;
- b) Los estudiantes en su último año de universidad están a punto de unirse al segmento de la población que tiene una mayor inclinación a emprender; y
- c) Dado que estos estudiantes están próximos a tomar decisiones importantes sobre su carrera profesional, es probable que respondan a las encuestas con un mayor grado de reflexión y conciencia.

El diseño de investigación fue no experimental, porque se limitó solo a observar y analizar las percepciones sobre la variable gestión académica estratégica, tal como se presenta en su contexto natural de la universidad, sin manipulación o alteración alguna; de corte transeccional, porque se enfocó en un momento específico en el tiempo, y se recopilaron datos en ese momento; y de alcance correlacional, porque en función del problema planteado y la hipótesis establecida se llegó a explorar la relación o asociación entre las dos variables de estudio y, por lo tanto, medir qué tan significativa (o fuerte) fue dicha relación.

El cuestionario diseñado, con respuestas tipo Likert, consta de 2 dimensiones y 8 ítems para la variable intención emprendedora; y 7 dimensiones y 27 ítems para la variable

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

modelo estratégico de gestión académica. El cuestionario fue validado por tres expertos, todos con una amplia trayectoria en la docencia universitaria, especializados en temas de emprendimiento y poseedores de un grado doctoral. Su fiabilidad se estableció mediante los coeficientes de  $\alpha$  de Cronbach (0.862) y  $\omega$  de McDonald (0.875).

De igual manera, se utilizó el estadígrafo descriptivo de distribución de frecuencias para evaluar el nivel de percepción e intención emprendedora. Además, se aplicó el estadígrafo inferencial de análisis correlacional, específicamente a través de la prueba de Correlación Rho de Spearman, dado que los datos no siguieron una distribución normal.

## RESULTADOS

### Diagnóstico de la gestión académica vigente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

**Tabla 1.**

Distribución de frecuencias en la percepción de los estudiantes sobre la gestión académica vigente.

Dimensiones	Nivel de Percepción Estudiante							
	Nulo		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Nivel en modelo curricular ontológico	9	5%	67	38%	89	51%	10	6%
Nivel en políticas y lineamientos estratégicos	26	15%	90	51%	49	28%	10	6%
Nivel en investigación científica aplicada con carácter transversal	11	6%	71	41%	73	42%	20	11%
Nivel en oportunidades del macro y microentorno	19	11%	85	49%	57	33%	14	8%
Nivel en capital humano con liderazgo	12	7%	71	41%	77	44%	15	9%
Nivel en responsabilidad social	20	11%	93	53%	50	29%	12	7%
Nivel en infraestructura y tecnología	66	38%	67	38%	30	17%	12	7%

**Elaboración:** Los autores.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

La tabla 1, señala que, los estudiantes tienen percepciones variadas en diferentes dimensiones de la gestión académica vigente; además, hay áreas en las que los estudiantes perciben niveles bajos o nulos, lo que sugiere oportunidades de mejora.

**Tabla 2.**

Consolidado de la percepción de estudiantes sobre la gestión académica vigente.

Nivel de Percepción Estudiantes	fi	%
Nulo	2	1%
Bajo	88	50%
Medio	73	42%
Alto	12	7%
TOTAL	175	100%

**Elaboración:** Los autores.

Mientras tanto, en la tabla 2, en términos generales, la mitad de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (50%) existen preocupaciones y están descontentos con ciertos aspectos de la gestión académica actual, en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas; mientras que el 42% reconoce ciertos aspectos positivos en la gestión académica, pero también identifican áreas que pueden mejorarse.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

## Determinación del nivel de intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

**Tabla 3.**

Distribución de frecuencias en la intención emprendedora de los estudiantes.

Dimensiones: Grado de Esfuerzo & Certeza	Nada de acuerdo		Poco de acuerdo		Medianamente de acuerdo		Muy de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
1.- Probabilidad de llegar a crear una empresa.	4	2.3%	6	3.4%	29	16.6%	55	31.4%	81	46.3%
2.- Esfuerzo necesario para ser empresario.	4	2.3%	8	4.6%	29	16.6%	67	38.3%	67	38.3%
3.- Dudas para llegar a crear una empresa.	27	15.4%	61	34.9%	45	25.7%	27	15.4%	15	8.6%
4.- Decidido a crear una empresa en el futuro.	4	2.3%	9	5.1%	34	19.4%	54	30.9%	74	42.3%
5.- Objetivo profesional es llegar a ser empresario.	7	4.0%	7	4.0%	31	17.7%	55	31.4%	75	42.9%
6.- Teniendo la oportunidad y los recursos desearía crear una empresa.	4	2.3%	8	4.6%	23	13.1%	53	30.3%	87	49.7%
7.- Crear una empresa al término de mis estudios, con una alta probabilidad.	7	4.0%	15	8.6%	41	23.4%	61	34.9%	51	29.1%
8.- Conocimiento del proceso normativo que me va a permitir crear una empresa.	6	3.4%	15	8.6%	48	27.4%	72	41.1%	34	19.4%

**Elaboración:** Los autores.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

La tabla 3, revela que los estudiantes de esta facultad muestran una fuerte inclinación y actitud positiva hacia el emprendimiento, con un nivel considerable de confianza en sus habilidades, y un deseo claro de emprender en el futuro. Aunque existen dudas y cierta incertidumbre, estas no parecen ser mayores obstáculos para sus intenciones emprendedoras. Además, el conocimiento sobre los aspectos normativos del emprendimiento indica una buena preparación en esta área.

**Tabla 4.**

Consolidado del nivel de intención emprendedora de los estudiantes.

Nivel de Intención Emprendedora	fi	%
Bajo	12	7%
Medio	60	34%
Alto	103	59%
TOTAL	175	100%

**Elaboración:** Los autores.

Por otro lado, la tabla 4, señala que existe un porcentaje considerable del 59% de estudiantes que tiene la disposición y la ambición de emprender en el futuro. Además, un 34% se encuentra en la categoría “Medio”, lo que podría indicar un interés moderado en el emprendimiento. En conjunto, estos resultados demuestran que existe una base sólida de estudiantes con una mentalidad emprendedora en la facultad.

En contextos donde el mercado laboral es desafiante y las oportunidades de empleo formal son limitadas, el emprendimiento es una ruta atractiva y viable para los estudiantes en los últimos ciclos de sus estudios. Considerando que la situación laboral para aquellos con educación superior universitaria en Perú varía de un periodo a otro y, según la región, la Nota de Prensa del INEI (2023b), indica que durante los tres primeros trimestres del año 2022 hubo un incremento en la población ocupada con educación universitaria, mientras que en el cuarto trimestre se observó un decrecimiento.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

En lo que refiere a los resultados de Herrera Valverde et al. (2020), resaltan la importancia de elementos como los lineamientos estratégicos (o compromiso estratégico), la infraestructura y tecnología, y el modelo curricular en el fomento del emprendimiento. Mientras que el estudio de Tapia Cárdenas et al. (2020), destaca tanto el alto interés de los alumnos por emprender, así como aspectos relevantes para el fomento del emprendimiento interdisciplinario, tales como la investigación, la dotación de infraestructura (o espacio) y tecnología, resaltando la importancia de considerar el macroentorno como un elemento influyente.

### **Determinación del grado de correlación entre la gestión académica estratégica de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y la intención emprendedora de sus estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.**

#### **Tabla 5.**

Correlación Rho de Spearman entre dimensiones de la gestión académica estratégica e intención emprendedora.

	Rho de Spearman	Significance(2-tailed)	95% de intervalos de confianza (bilateral) <sup>a, b</sup>	
			Inferior	Superior
Intención – Modelo curricular ontológico	0,274	<b>0,000</b>	0,127	0,410
Intención – Políticas y lineamientos estratégicos	0,097	0,201	-0,056	0,246
Intención – Investigación científica aplicada	0,181	0,017	0,029	0,325
Intención – Oportunidades del macro y micro ambiente	0,161	0,033	0,008	0,306
Intención – Capital humano con liderazgo	0,241	0,001	0,092	0,380
Intención – Responsabilidad social con la comunidad	0,127	0,094	-0,026	0,274
Intención – Infraestructura y tecnología	0,079	0,301	-0,075	0,229

**Nota.** <sup>a</sup> La estimación se basa en la transformación de r a z de Fisher

<sup>b</sup> La estimación de error estándar se basa en la fórmula propuesta por Fieller, Hartley y Pearson.

**Elaboración:** Los autores.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

La tabla 5 muestra que existe una relación significativa entre algunas dimensiones de la gestión académica estratégica (modelo curricular ontológico, investigación científica aplicada con carácter transversal, oportunidades del macro y microentorno, y capital humano con liderazgo) y la intención emprendedora de los estudiantes. Estas dimensiones muestran correlaciones positivas y estadísticamente significativas.

Sin embargo, otras dimensiones como políticas y lineamientos estratégicos, responsabilidad social, e infraestructura y tecnología no muestran una relación estadísticamente significativa con la intención emprendedora. Esto sugiere que estas áreas pueden no incidir de manera significativa en el espíritu emprendedor de los estudiantes, o que su incidencia es menos directa o perceptible; o también, que ciertas dimensiones (áreas) de la gestión académica vigente en la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, tienen un impacto más directo en la intención emprendedora que otras.

Entre los hallazgos de Díaz Casero et al. (2017), sostienen que la educación emprendedora tiene un impacto significativo en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Esto sugiere que los programas y cursos enfocados en el emprendimiento pueden aumentar efectivamente la disposición de los estudiantes a iniciar sus propios negocios. Igualmente, la influencia del contexto universitario, tales como el entorno y el clima universitario, juegan un papel crucial en fomentar las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Un contexto universitario que promueve la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor puede inspirar a los estudiantes a desarrollar ideas de negocios y motivarlos a emprender.

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

**Tabla 6.**

Índice general de correlación Rho de Spearman entre la gestión académica estratégica e intención emprendedora.

			<b>Intención Emprendedora</b>	<b>Gestión Académica</b>
<b>Rho Spearman</b>	<b>de Intención Emprendedora</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,191*
		Sig. (bilateral)		0,011
		N	175	175
	<b>Gestión Académica</b>	Coeficiente de correlación	,191*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,011	
		N	175	175

**Nota.** La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Elaboración:** Los autores.

La tabla 6 revela que existe una relación estadísticamente significativa entre la gestión académica estratégica y la intención emprendedora de los estudiantes, en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez, de Mendoza de Amazonas. El coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0.191 y Sig. bilateral = 0.011 < 0.05; lo cual es un indicador de significancia; es decir, esta relación es significativa en el nivel 0.05. Aunque los resultados apoyan la hipótesis planteada de que hay una relación significativa entre la gestión académica estratégica y la intención emprendedora, también indican que esta relación no es particularmente fuerte, es decir, que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.191 se encuentra en el rango de una correlación positiva muy baja.

Esto sugiere que la adaptación y mejora de ciertas áreas de la gestión académica actual podrían ser cruciales para potenciar la intención emprendedora entre los estudiantes. Además, implica que, aunque la gestión académica estratégica tiene una influencia en la intención emprendedora, existen otros factores que podrían también desempeñar un papel importante en dicha influencia.

El estudio de revisión sistemática realizado por Maheshwari et al. (2023), se enfoca en los factores que inciden en la intención emprendedora, y entre las que se destaca el



Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

análisis del factor educativo, cuyos hallazgos evidencian que el apoyo educativo, junto con las actividades curriculares y extracurriculares, así como la formación en emprendimiento, ejercen un impacto positivo en la intención emprendedora. Asimismo, el estudio revela que los currículos de educación emprendedora y, los cursos específicos de emprendimiento, presentan una influencia limitada o escasa en la intención emprendedora. Estos hallazgos son fundamentales para la presente investigación, especialmente al vincularlos con la dimensión del modelo curricular de carácter ontológico. Esto permite explorar qué acciones estratégicas podrían implementarse por parte de los actores internos de la universidad.

## **CONCLUSIONES**

El hecho de que el 50% de los estudiantes estén descontentos con ciertos aspectos de la gestión académica vigente, mientras que el 42% ve aspectos positivos, pero reconoce áreas de mejora, sugiere una percepción mixta. Esto indica que, aunque hay elementos valorados en la gestión actual, existen áreas significativas que requieren atención y mejoras para satisfacer las expectativas y necesidades de los estudiantes.

El alto porcentaje (59%) de estudiantes con disposición y ambición de emprender en el futuro, junto con un 34% con interés moderado, señala un fuerte potencial emprendedor dentro de la población estudiantil. Esto subraya la importancia de una gestión académica estratégica que apoye y fomente estas inclinaciones emprendedoras.

Los resultados apoyan la hipótesis de que existe una relación significativa entre la gestión académica estratégica y la intención emprendedora, pero esta relación no es tan fuerte como se podría haber anticipado inicialmente. A pesar de la muy baja fuerza de la correlación, los resultados aún subrayan la importancia de la gestión académica estratégica en la formación de la intención emprendedora en los estudiantes.

La combinación de una percepción mixta de la gestión académica vigente, y un alto interés emprendedor entre los estudiantes, sugiere una oportunidad significativa para la universidad objeto de estudio. Mejorar las dimensiones de la gestión académica que

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

actualmente son insatisfactorias podría tener un impacto positivo en el fomento del espíritu emprendedor.

## FINANCIAMIENTO

No monetario.

## AGRADECIMIENTO

A todos los actores sociales involucrados en el desarrollo de la investigación.

## REFERENCIAS CONSULTADAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Carvalho, L., Costa, T., y Dominginhos, P. (2010). Creating an entrepreneurship ecosystem in higher education. I-TECH Education and Publishing. <https://doi.org/10.5772/9232>
- Contreras Velásquez, J. C., Wilches Duran, S. Y., Graterol Rivas, M. E., y Bautista Sandoval, M. J. (2017). Educación superior y la formación en emprendimiento interdisciplinario: un caso de estudio [Higher education and training in interdisciplinary entrepreneurship: a study case]. *Formación universitaria*, 10(3), 11-20. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062017000300003>
- Coronado García, M. A., Leyva Carrera, A. B., Encinas Meléndrez, L. del C., Rosetti López, S. R., y Rojas Rodríguez, I. S. (2020). Habilidades que determinan el éxito del emprendedurismo del sector industrial de la ciudad de Hermosillo, Sonora [Skills that determine the success of entrepreneurship in the industrial sector of the city of Hermosillo, Sonora]. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 30(55), e20854. <https://doi.org/10.24836/es.v30i55.854>
- Díaz Casero, J. C., Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., y Hernández Mogollón, R. (2017). The influence of university context on entrepreneurial intentions. En M. Peris Ortiz, J. A. Gómez, J. Merigó Lindahl, and C. Rueda Armengot (Eds.), *Entrepreneurial Universities: Exploring the Academic and Innovative Dimensions of Entrepreneurship in Higher Education* (pp. 73-89). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-47949-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-47949-1_5)

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

- Etzkowitz, H., y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Gibb, A. (2007). Creating the Entrepreneurial University Worldwide—Do we need a wholly different model of Entrepreneurship? En A. Fayolle (Ed.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*. (p. 31-47). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781847205377.00012>
- Gibb, A. (2012). Exploring the synergistic potential in entrepreneurial university development: towards the building of a strategic framework. *Annals of Innovation and Entrepreneurship*, 3(1), 16742. <https://doi.org/10.3402/aie.v3i0.17211>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2021). Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report: Opportunity Amid Disruption. London: Global Entrepreneurship Research Association. <https://n9.cl/lim4d>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption. London: Global Entrepreneurship Research Association. <https://n9.cl/k9eel>
- Gómez, M. d. P., y Satizábal, K. (2011). Educación en emprendimiento: Fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali [Entrepreneurship education: Strengthening entrepreneurial competencies at Pontificia Universidad Javeriana Cali]. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 11, 121-151. <https://n9.cl/v9yng>
- Hernández Mogollón, R., y Castellano Rodríguez, A. (2017). El gran desafío de la educación emprendedora. Propuesta de un modelo para la educación superior. [The great challenge of entrepreneurship education. Proposal of a model for higher education]. Barcelona: Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. <https://n9.cl/os8fi>
- Herrera Valverde, D., Mora Esquivel, R., y Leiva, J. C. (2020). Costa Rican university entrepreneurial ecosystem and its link with the entrepreneurial intention: An exploratory study. *Tec Empresarial*, 14(2), 64-83. <https://doi.org/10.18845/te.v14i2.5121>

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023a). A nivel nacional la población ocupada alcanzó 17 millones 696 mil personas en el IV trimestre de 2022 [At a national level, the employed population reached 17 million 696 thousand people in the fourth quarter of 2022]. Nota de Prensa N° 038 - INEI. <https://n9.cl/gznkd>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023b). Demografía Empresarial en el Perú - Cuarto trimestre 2022 [Entrepreneurial Demographics in Peru - Fourth Quarter 2022] Informe Técnico 01. <https://n9.cl/isgyo>
- Liñán, F., y Chen, Y. W. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample. Departament d'Economia de l'Empresa - Universitat Autònoma de Barcelona, Documento de Trabajo 7. <https://n9.cl/tm9nu>
- Maheshwari, G., Kha, K. L., y Arokiasamy, A. R. A. (2023). Factors affecting students' entrepreneurial intentions: A systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 73, 1-18. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
- Romero, O. M. (2017). La gestión estratégica y su influencia institucional en los planes estratégicos de las universidades públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala [Strategic management and its institutional influence on the strategic plans of public universities in Ecuador. Case: Technical University of Machala]. (Tesis Doctoral), Unidad de Posgrado Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. <https://n9.cl/p8j05>
- Shapero, A., y Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton, and K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall. <https://n9.cl/8z94g>
- Silva Peralta, Y., Rompato, M. E., Pesce, N., Tassier, D., y Castaño, A. (2022). Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios [Strategies to promote entrepreneurship in higher education. An analysis from the perspective of undergraduate student]. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 21(46), 328-344. <https://dx.doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>

Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano; Yoni Mateo Valiente-Saldaña

- Tapia Cárdenas, H. A., Erazo Álvarez, J. C., Narváez Zurita, C. I., y Matovelle Romo, M. M. (2020). Estrategias para el fomentar el emprendimiento y desarrollo empresarial: Caso Universidad Católica de Cuenca [Strategies to promote entrepreneurship and business development: Case: Catholic University of Cuenca]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 833-861. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.837>
- Tarapuez, E., Guzmán, B., y Parra, R. (2018). Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina [Factors that determine entrepreneurial intention in Latin America]. *Suma de Negocios*, 9(19), 56-67. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2018.v9.n19.a7>
- Yábar, I. (2013). *La gestión educativa y su relación con la práctica docente en la Institución Educativa Privada Santa Isabel de Hungría de la ciudad de Lima-Cercado*. [Educational management and its relationship with the teaching practice in the Private Educational Institution Santa Isabel de Hungria in the city of Lima-Cercado]. (Tesis de Maestría). Unidad de Posgrado Educación, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. <https://n9.cl/hknfe>
- Ynzunza, C., y Izar, J. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétaro. [Entrepreneurial intention in young university students. A case study in Querétaro]. *Economía Coyuntural*, 5(4), 161-203. <https://n9.cl/3407n>
- Zambrano, S. M., Zambrano, Y., y Chávez, A. M. (2020). Dimensiones para el estudio de la intención emprendedora en jóvenes universitarios. [Dimensions for the study of the entrepreneurial intention in young university students]. *Revista ESPACIOS*, 41(20), 344-354. <https://n9.cl/at088>