

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

ESCUELA DE POSGRADO

**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



TESIS:

**Iniciativa Empresarial y Emprendimiento Tecnológico en
Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de
la UNSCH, Ayacucho, 2024**

Para optar el grado académico de:
**MAESTRA EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN
GESTIÓN EMPRESARIAL**

PRESENTADO POR:
Bach. Yudith MENESES CONISLLA

ASESOR:
Mg. Jesús HUAMÁN PALOMINO

AYACUCHO - PERÚ

2025

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, por su incondicional apoyo que me han acompañado a lo largo de este camino académico. A mis maestros, por compartir su conocimiento y guiarme con paciencia y sabiduría.

Agradecimientos

Agradezco a la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, por brindarme las herramientas y el entorno necesario para llevar a cabo esta investigación, y a todos los estudiantes que participaron en este estudio, por su valiosa contribución

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Resumen	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	13
1 Planteamiento Del Problema.....	14
1.1 Enunciado del problema	14
1.1.1 De orden internacional.....	14
1.1.2 De orden nivel nacional	16
1.1.3 De orden nivel local.....	17
1.2 Formulación del problema	18
1.2.1 Problema General	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Importancia y justificación	18
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo General.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos	19
1.5 Formulación de la Hipótesis	19
1.5.1 Hipótesis General.....	19
1.5.2 Hipótesis Especificas	19
2 Marco Teórico.....	21
2.1 Antecedentes de la investigación	21
2.1.1 A nivel internacional.....	21
2.1.2 A nivel nacional.....	23
2.2 Bases Teóricas	25

2.2.1	Iniciativa empresarial.....	25
2.2.2	Emprendimiento Tecnológico	26
2.2.3	Innovación	27
2.2.4	Gestión.....	28
2.2.5	Mercado	28
2.2.6	Desarrollo Tecnológico	29
2.2.7	Escalabilidad.....	29
2.2.8	Modelo de Negocio.....	29
2.2.9	Transferencia de tecnología.....	30
2.2.10	Comercialización tecnológica.....	30
2.2.11	Diversidad.....	32
2.2.12	Flexibilidad y adaptabilidad	32
2.2.13	Servicios tecnológicos	32
2.2.14	Eficiencia	33
2.2.15	Decisiones.....	33
2.2.16	Uso de Herramientas.....	33
2.2.17	Satisfacción.....	33
2.2.18	Marketing.....	34
2.2.19	Segmentación de Mercado.....	34
2.2.20	Capacidad	34
2.2.21	Competencia	35
2.2.22	Calidad.....	35
2.2.23	Potencial	36
2.2.24	Adaptación.....	37
2.2.25	Recursos.....	37

2.2.26	Viabilidad	38
2.2.27	Desarrollo	39
2.2.28	Sostenibilidad	39
2.2.29	Colaboración y redes	40
2.2.30	Identificación de oportunidades.....	41
2.2.31	Capacidad de innovación	41
2.2.32	Gestión de recursos.....	42
2.2.33	Orientación al mercado.....	43
2.2.34	. Resiliencia.....	44
2.2.35	Perseverancia	44
2.2.36	Identificación de oportunidades:.....	45
2.2.37	Capacidad de innovación:.....	45
2.2.38	Gestión de recursos:.....	45
2.2.39	Orientación al mercado:.....	46
2.2.40	Resiliencia y perseverancia:	46
2.2.41	Innovación tecnológica:.....	46
2.2.42	Gestión de la tecnología:	46
2.2.43	Transferencia de tecnología:.....	46
2.2.44	Comercialización de la tecnología:.....	46
2.3	Definición de términos básicos	46
3	Materiales Y Métodos	49
3.1	Tipo y nivel de investigación	49
3.1.1	Tipo de investigación.....	49
3.1.2	Nivel de investigación	49
3.1.3	Diseño de investigación:.....	49

3.2	Población y muestra.....	49
3.2.1	Población	49
3.2.2	Muestra	50
3.2.3	Muestreo aleatorio simple con población finita.....	50
3.3	Diseño de la investigación	51
3.4	Técnicas e instrumentos	52
3.4.1	Técnica.....	52
3.4.2	Instrumentos	53
3.4.3	Validez.....	53
3.4.4	Confiabilidad	53
3.5	Consideraciones a tener en cuenta en la interpretación de resultados	54
3.6	Aspectos éticos.....	54
4	Resultados	54
4.1	Análisis de confiabilidad.....	54
4.1.1	Confiabilidad Iniciativa Empresarial	54
4.1.2	Confiabilidad Emprendimiento Tecnológico	55
4.2	Resultado a nivel descriptivo	56
4.3	Resultado a nivel inferencial.....	61
4.3.1	Prueba de normalidad	61
4.3.2	Contrastación de hipótesis	61
5	Discusión.....	66
6	Conclusiones	68
7	Recomendaciones.....	69
8	Referencias Bibliográficas	71
9	ANEXOS	77

Índice De Tablas

Tabla 1 Resumen de procesamiento de casos de la variable iniciativa empresarial.....	55
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad de la variable iniciativa empresarial	55
Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos de la variable emprendimiento tecnológico	56
Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad de la variable emprendimiento tecnológico.....	56
Tabla 5 Iniciativa Empresarial en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.....	56
Tabla 7 Emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.....	59
Tabla 8 Dimensiones desarrollo tecnológico, escalabilidad, y modelo de negocio de emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.....	60
Tabla 9 Prueba de normalidad para las variables iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico.....	61
Tabla 10 correlaciones de iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico.....	62
Tabla 11 Correlación entre la innovación y el emprendimiento tecnológico	63
Tabla 12 Correlación gestión y emprendimiento tecnológico	64
Tabla 13 Correlación mercado y emprendimiento tecnológico.....	65

Índice De Figuras

Figura 1 Iniciativa Empresarial en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.....	57
Figura 2 Dimensiones innovación, gestión, mercado de iniciativa empresarial en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024	58
Figura 3 Emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.....	59
Figura 4 Dimensiones desarrollo tecnológico, escalabilidad, y modelo de negocio de emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.....	60

Índice De Anexos

Anexo 1 Matriz de consistencia	77
Anexo 2 Matriz de Operacionalización de variables.....	80
Anexo 3 Instrumentos	83
Anexo 4 Ficha técnica de instrumentos.....	85
Anexo 5	103

Resumen

La presente tesis tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024. El estudio se fundamentó en un enfoque de tipo aplicado, con un nivel y un diseño correlacionales. La población estuvo conformada por 500 estudiantes, y, aplicando criterios de inclusión y exclusión, se seleccionó una muestra de 180 participantes mediante un muestreo aleatorio simple. La técnica empleada fue la encuesta, utilizando cuestionarios validados por juicio de expertos y con una confiabilidad adecuada según el estadígrafo Alfa de Cronbach, que reportó valores de 0.716 para la variable de iniciativa empresarial y 0.848 para la de emprendimiento tecnológico, garantizando consistencia en las mediciones.

En términos de los resultados descriptivos, se encontró que el 62.2% de los estudiantes alcanzó un nivel bueno en iniciativa empresarial, mientras que el 37.7% se ubicó en un nivel regular, y ningún estudiante presentó un nivel bajo. En cuanto al emprendimiento tecnológico, el 61.67% de los estudiantes se situó en un nivel regular, lo que refleja interés, pero con necesidad de fortalecimiento en habilidades clave, y el 38.33% logró un nivel bueno, destacando por su capacidad para desarrollar iniciativas tecnológicas.

Para la prueba de hipótesis, al determinarse que los datos no seguían una distribución normal, se utilizó el estadístico Rho de Spearman. Los resultados arrojaron un p-valor de 0.001, indicando significancia estadística, y un coeficiente de correlación de 0.550, lo que evidencia una relación positiva y moderada entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico.

Se comprobó que la iniciativa empresarial influye significativamente en el emprendimiento tecnológico en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024. Los hallazgos resaltan la importancia de integrar competencias empresariales y tecnológicas en los programas educativos, especialmente en dimensiones clave como el mercado, la gestión y la innovación, con el objetivo de fortalecer la capacidad emprendedora de los estudiantes y prepararlos para los retos del entorno profesional actual.

Palabras clave: Iniciativa Empresarial, Emprendimiento Tecnológico

Abstract

The main objective of this thesis was to determine the relationship between entrepreneurship and technological entrepreneurship among students of the Professional School of Systems Engineering at UNSCH, Ayacucho, 2024. The study was based on an applied approach, with a correlational level and design. The population consisted of 500 students, and, applying inclusion and exclusion criteria, a sample of 180 participants was selected through simple random sampling. The technique employed was a survey, using questionnaires validated by expert judgment and with adequate reliability according to Cronbach's alpha statistic, which reported values of 0.716 for the entrepreneurship variable and 0.848 for technological entrepreneurship, ensuring consistency in the measurements.

In terms of descriptive results, it was found that 62.2% of the students achieved a good level in entrepreneurship, while 37.7% were at a fair level, and no students had a low level. Regarding technological entrepreneurship, 61.67% of students achieved a fair level, reflecting interest but a need to strengthen key skills, and 38.33% achieved a good level, standing out for their ability to develop technological initiatives.

For hypothesis testing, since it was determined that the data did not follow a normal distribution, Spearman's Rho statistic was used. The results yielded a p-value of 0.001, indicating statistical significance, and a correlation coefficient of 0.550, demonstrating a positive and moderate relationship between entrepreneurship and technological entrepreneurship.

Entrepreneurship was found to significantly influence technological entrepreneurship among students at the Professional School of Systems Engineering at UNSCH, Ayacucho, 2024. The findings highlight the importance of integrating business and technological competencies into educational programs, especially in key areas such as market, management, and innovation, with the aim of strengthening students' entrepreneurial capacity and preparing them for the challenges of today's professional environment.

Keywords: Entrepreneurship, Technological entrepreneurship

Introducción

En la actualidad, el emprendimiento tecnológico se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo económico y la innovación en todas las áreas del conocimiento. Las instituciones educativas, particularmente las universidades, juegan un rol crucial en la formación de futuros emprendedores que no solo posean habilidades técnicas, sino también una mentalidad orientada hacia la creación de soluciones innovadoras y la gestión eficaz de proyectos tecnológicos. En este contexto, resulta esencial entender los factores que influyen en el desarrollo del emprendimiento tecnológico entre los estudiantes, especialmente aquellos relacionados con la iniciativa empresarial, la capacidad de innovación, las prácticas de gestión y el enfoque en el mercado.

La presente investigación se centra en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga (UNSCH), en Ayacucho, con el objetivo de explorar cómo estos factores se interrelacionan y contribuyen al emprendimiento tecnológico. En un entorno global cada vez más competitivo y tecnológico, es crucial que los futuros profesionales no solo se limiten a adquirir conocimientos técnicos, sino que también desarrollen habilidades emprendedoras que les permitan transformar ideas en proyectos viables y exitosos.

El estudio aborda la relación entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico, así como la influencia de la innovación, la gestión, y el mercado en este proceso. A través de un enfoque cuantitativo, se busca proporcionar evidencia empírica que contribuya a entender mejor estos vínculos y a identificar áreas clave donde las intervenciones educativas pueden tener un impacto significativo.

Este estudio, por lo tanto, no solo busca aportar al conocimiento académico en el campo del emprendimiento tecnológico, sino también ofrecer recomendaciones prácticas que puedan ser implementadas para mejorar la formación de los estudiantes de ingeniería de sistemas en la UNSCH, contribuyendo así al desarrollo de un ecosistema emprendedor sólido y sostenible en la región de Ayacucho.

Capítulo I

Planteamiento Del Problema

1.1 Enunciado del problema

En la actualidad, el entorno global altamente competitivo y tecnológicamente avanzado exige que los profesionales en formación no solo desarrollen habilidades técnicas, sino también competencias emprendedoras que les permitan generar soluciones innovadoras y sostenibles. Sin embargo, en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, ubicada en Ayacucho, se observa una limitada manifestación de iniciativas empresariales y emprendimientos tecnológicos por parte de los estudiantes, a pesar de contar con una formación orientada a la innovación y el desarrollo de tecnologías de la información.

Esta situación genera preocupación respecto al nivel de preparación de los futuros ingenieros de sistemas para afrontar los desafíos del mercado laboral, así como su capacidad para contribuir al desarrollo económico y social de la región mediante la creación de proyectos tecnológicos con impacto real. A pesar de la existencia de programas de formación académica y actividades extracurriculares orientadas al emprendimiento, no se cuenta con un diagnóstico claro que permita identificar los factores que inciden en el escaso impulso emprendedor de los estudiantes, tales como el entorno institucional, la motivación personal, el acceso a recursos, o el acompañamiento docente y profesional.

Ante este contexto, surge la necesidad de analizar la situación actual de la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, con el fin de identificar las barreras y oportunidades que permitan formular estrategias efectivas de fomento y fortalecimiento del espíritu emprendedor en el ámbito universitario.

1.1.1 De orden internacional

Según Liguori y Winkler (2020), la iniciativa emprendedora en estudiantes universitarios se ve influenciada significativamente por su entorno académico, especialmente por la disponibilidad de recursos, mentores, y programas específicos de apoyo. Cuando estos elementos están ausentes, la intención de emprender se reduce notablemente, incluso entre estudiantes de carreras tecnológicas.

En esa misma línea, Liñán y Fayolle (2015) destacan que el fomento del emprendimiento tecnológico no solo requiere conocimientos técnicos, sino también el desarrollo de actitudes, autoconfianza y percepción de oportunidades, elementos que deben integrarse en el currículo universitario. Para estos autores, la intención emprendedora está directamente relacionada con factores personales y contextuales.

Bae et al. (2014) concluyeron que la educación formal en emprendimiento tiene una influencia positiva, aunque moderada, sobre la intención de emprender, y esta relación es más fuerte cuando se imparte en contextos que vinculan la teoría con la práctica mediante incubadoras, proyectos y retos empresariales reales.

Asimismo, Walter y Block (2016) señalan que los estudiantes de disciplinas técnicas, como ingeniería, tienden a tener un fuerte potencial para el emprendimiento de base tecnológica, pero requieren estímulos adecuados para convertir sus ideas en propuestas de valor concretas. La falta de vínculos con el mercado y la carencia de competencias blandas son limitaciones recurrentes.

Por su parte, Fayolle y Gailly (2015) argumentan que el diseño de programas de formación emprendedora debe ser intencional y adaptado al contexto de cada institución, ya que no basta con ofrecer asignaturas aisladas. Debe existir una cultura universitaria favorable al emprendimiento, especialmente en carreras donde se forma el capital humano con capacidad para innovar.

OECD (2021) ha precisado que en América Latina persisten debilidades estructurales para impulsar el emprendimiento tecnológico en universidades públicas, entre ellas la escasa articulación entre el sector académico y el mercado, así como la falta de financiamiento para ideas innovadoras surgidas desde el aula.

Finalmente, GEM (2023) informa que, si bien los jóvenes en formación tienen una alta predisposición a emprender, existe una brecha entre intención y acción, especialmente en regiones con bajo desarrollo económico. El estudio resalta la necesidad de políticas universitarias que promuevan ecosistemas emprendedores activos y sostenibles.

1.1.2 De orden nivel nacional

En el Perú, el fomento de la iniciativa empresarial y del emprendimiento tecnológico ha cobrado un papel protagónico en las políticas públicas y educativas durante la última década, como respuesta a la necesidad de modernizar la economía y fortalecer la capacidad innovadora de sus jóvenes profesionales. El desarrollo de habilidades emprendedoras es hoy considerado un eje estratégico para la mejora de la competitividad y productividad nacional (Ministerio de la Producción, 2022).

La educación superior tecnológica y universitaria es reconocida como un agente clave en este proceso. Según la Política Nacional de Emprendimiento aprobada por el gobierno peruano, uno de los desafíos principales es articular los sistemas formativos con los ecosistemas de innovación y emprendimiento regionales, particularmente en las universidades públicas (Produce, 2021).

Asimismo, el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (PNCTI) 2023–2030 elaborado por CONCYTEC plantea que el país requiere fortalecer las capacidades tecnológicas de su talento joven, especialmente en regiones como Ayacucho, donde aún existen brechas estructurales en materia de infraestructura, inversión en I+D y cultura innovadora (CONCYTEC, 2023).

Diversos estudios confirman que la falta de preparación práctica, el desconocimiento del mercado, y el escaso acceso a incubadoras tecnológicas, constituyen barreras para que los estudiantes de carreras como Ingeniería de Sistemas transformen sus ideas en emprendimientos viables (Alarco & Castillo, 2020). A esto se suma la baja inversión del sector privado en innovación universitaria, lo que limita la generación de startups tecnológicas a partir del conocimiento generado en las aulas (OECD & CAF, 2021).

Por su parte, EsSalud y la Universidad del Pacífico (2022) concluyeron en un estudio sobre jóvenes emprendedores que la motivación para emprender en Perú es alta, pero no siempre está acompañada de conocimientos técnicos, financieros y administrativos adecuados, especialmente fuera de Lima.

1.1.3 De orden nivel local

Chávez y Salas (2021) realizaron un estudio sobre la cultura emprendedora en estudiantes de universidades públicas de Ayacucho, concluyendo que, si bien existe disposición hacia el emprendimiento, esta no se acompaña de un dominio adecuado de herramientas tecnológicas, metodologías ágiles ni habilidades de gestión empresarial. Esta situación se agrava por la ausencia de espacios de incubación, financiamiento y mentoría en el entorno universitario.

Por su parte, Cáceres y Huamán (2022) indican que, en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, el emprendimiento tecnológico aún no ha sido integrado de forma transversal en los planes de estudio de Ingeniería de Sistemas. A pesar de contar con estudiantes con habilidades técnicas destacables, la falta de articulación con el sector productivo local y la débil orientación a la innovación impiden consolidar proyectos con potencial de escalabilidad.

Además, estudios regionales realizados por el Centro de Innovación y Transferencia Tecnológica (CITE Ayacucho) señalan que las iniciativas emprendedoras en la región tienden a concentrarse en sectores tradicionales, como agricultura o artesanía, y no aprovechan adecuadamente las TICs para generar valor agregado o automatizar procesos (CITE, 2022).

Asimismo, la Gerencia Regional de Desarrollo Económico de Ayacucho (2023) ha advertido que, aunque se han creado políticas de fomento al emprendimiento juvenil, estas carecen de continuidad institucional y seguimiento técnico, lo cual dificulta la sostenibilidad de los emprendimientos que surgen en la región, especialmente en los sectores con alto potencial tecnológico.

Por ello, resulta fundamental impulsar propuestas de formación que integren no solo el conocimiento técnico en programación, redes o bases de datos, sino también enfoques prácticos en modelos de negocio, pensamiento innovador, análisis de mercado y liderazgo emprendedor. Esto permitirá a los estudiantes de Ingeniería de Sistemas no solo adquirir capacidades técnicas, sino también transformar ideas en soluciones de impacto regional.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo se relaciona la iniciativa empresarial con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la Innovación con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?
- ¿Cómo se relaciona la Gestión con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?
- ¿Cómo se relaciona el Mercado con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?

1.3 Importancia y justificación

La presente investigación tiene como finalidad analizar y promover el fortalecimiento de la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico en los estudiantes de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, dado que el desarrollo de estas competencias no solo responde a las exigencias del mercado laboral actual, sino que constituye un pilar estratégico para el crecimiento económico regional y el progreso del país.

El emprendimiento tecnológico representa hoy en día una vía eficaz para resolver problemas sociales y productivos mediante la innovación digital, el uso de software, aplicaciones y soluciones automatizadas. Su fomento en el ámbito universitario permite canalizar el potencial de los jóvenes hacia la creación de startups y soluciones que puedan tener un impacto tangible en su entorno inmediato.

Este estudio adoptará un enfoque cuantitativo con instrumentos validados en investigaciones previas, garantizando la confiabilidad y validez de los datos recogidos. El cuestionario podrá

ser replicado y adaptado en otras investigaciones similares en instituciones del interior del país. Asimismo, los métodos de análisis utilizados estadística descriptiva e inferencial

El diseño metodológico también servirá de referente para nuevas investigaciones sobre innovación universitaria y tecnología aplicada al desarrollo regional, fomentando así la generación de conocimiento científico útil y reproducible.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre la Innovación y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.
- Determinar la relación entre la Gestión y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.
- Determinar la relación entre el Mercado y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

1.5 Formulación de la Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

La iniciativa empresarial se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

1.5.2 Hipótesis Especificas

- La Innovación se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en

Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

- La Gestión se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.
- El Mercado se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 A nivel internacional

Fayolle y Gailly (2015), en su estudio titulado *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intentions: A Longitudinal Study*, tienen como objetivo evaluar cómo la educación en emprendimiento influye en las actitudes y la intención de emprender de los estudiantes universitarios. La investigación se llevó a cabo utilizando una metodología cuantitativa, con un enfoque longitudinal y un diseño experimental con grupo de control. El análisis estadístico de los datos longitudinales fue el método utilizado, y se emplearon encuestas realizadas antes y después de los programas de emprendimiento. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario enfocado en medir las actitudes emprendedoras y la intención de iniciar un negocio. Los resultados mostraron una mejora significativa en la intención emprendedora de los estudiantes tras su participación en los programas educativos. Los autores concluyen que los programas de educación en emprendimiento tienen un impacto positivo y significativo en las actitudes y comportamientos emprendedores de los estudiantes universitarios.

Chesbrough (2003), en su investigación titulada *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, tiene como objetivo explorar el concepto de innovación abierta y su impacto en el desarrollo tecnológico y la creación de empresas. La investigación utiliza una metodología tanto teórica como aplicada, con un enfoque cualitativo, nivel exploratorio, y un diseño de estudio de caso. El método empleado se basa en el análisis de estudios de caso de empresas tecnológicas, utilizando como técnicas la revisión documental y entrevistas a expertos. El instrumento utilizado fue una guía de entrevistas estructuradas y un análisis documental. Los resultados obtenidos indican que la innovación abierta permite a las empresas integrar recursos externos para acelerar su desarrollo tecnológico y mantenerse competitivas en el mercado. En conclusión, Chesbrough afirma que las empresas deben adoptar un enfoque de innovación abierta para aprovechar las oportunidades tecnológicas emergentes y mejorar sus modelos de negocio.

González y Pérez (2022) realizaron una revisión sistemática de la literatura científica sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios, con el objetivo de identificar los

modelos teóricos más relevantes y los factores que influyen en la actitud emprendedora. En su estudio, destacaron la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), que se centra en tres factores clave: la actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas (la percepción social sobre emprender) y el control percibido sobre la capacidad de emprender. A través de una metodología cualitativa y cuantitativa, y con un enfoque descriptivo, identificaron que tanto las actitudes emprendedoras como la percepción de control sobre las oportunidades de negocio y el apoyo social son determinantes cruciales en la intención de emprender. Los autores concluyen que los programas educativos deben fomentar una actitud positiva hacia el emprendimiento, al mismo tiempo que fortalecen la confianza de los estudiantes en sus habilidades para emprender, mejorando así su intención emprendedora.

Schimperna et al. (2022) analizaron cómo la educación emprendedora influye en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, con el fin de evaluar el efecto de la integración de cursos y actividades extracurriculares en el desarrollo de habilidades emprendedoras. Utilizaron un enfoque cuantitativo y un diseño experimental con grupo de control, con un enfoque descriptivo y correlacional, empleando encuestas para recopilar los datos. El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado que medía la intención de emprender y la participación de los estudiantes en actividades relacionadas con el emprendimiento. Los resultados indicaron que los estudiantes que participaron en estos cursos y actividades extracurriculares mostraron un aumento notable en su intención de emprender. Además, actividades como talleres, ferias de emprendimiento y mentorías fueron identificadas como esenciales para fortalecer las habilidades emprendedoras y la disposición a crear un negocio. En conclusión, el estudio reveló que la educación emprendedora, particularmente aquella que combina teoría y práctica, tiene un impacto positivo en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, sugiriendo que las universidades deberían incorporar enfoques educativos integrales para fomentar estas competencias.

Se examinaron cómo la orientación emprendedora y la exposición a la tecnología de fabricación digital influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de la Universidad Estatal de Hidalgo. Utilizando una metodología cuantitativa y un enfoque descriptivo y correlacional, los investigadores encontraron que los estudiantes que participaron en actividades que incluían el uso de tecnologías de fabricación digital mostraron un incremento significativo en su intención de emprender. Los resultados sugieren que la combinación de la orientación emprendedora y la experiencia práctica en tecnologías

emergentes, como la fabricación digital, refuerza la motivación y disposición de los estudiantes para iniciar sus propios proyectos empresariales. Los autores concluyen que integrar estas tecnologías en los programas académicos es fundamental para fomentar una mentalidad emprendedora y sugieren que las universidades deben promover el uso de herramientas innovadoras para mejorar la educación emprendedora. (Monllor & Soto, 2020)

Kuratko (2016) señala sobre el emprendimiento en las universidades indica que los programas educativos son fundamentales para fomentar la iniciativa empresarial entre los estudiantes, especialmente en el ámbito de la ingeniería y las tecnologías emergentes. Las universidades juegan un papel clave en la formación de emprendedores tecnológicos, ofreciendo conocimientos técnicos y habilidades empresariales que permiten a los estudiantes desarrollar sus propias empresas en sectores innovadores.

Según Fayolle y Gailly (2015), la iniciativa empresarial en la educación superior tiene un impacto significativo en la capacidad de los estudiantes para lanzar empresas innovadoras. Este estudio analiza cómo la integración de programas académicos que promueven el emprendimiento y la innovación, particularmente en el sector tecnológico, influye en la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios. Los resultados muestran que los estudiantes de ingeniería tienen una alta predisposición a involucrarse en iniciativas empresariales tecnológicas, especialmente cuando las universidades les proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar sus ideas.

2.1.2 A nivel nacional

García y Ramos (2021) en su investigación iniciativa empresarial y factores de éxito en estudiantes de ingeniería en Perú, cuyo objetivo fue Evaluar los factores que influyen en la iniciativa empresarial de los estudiantes de ingeniería en universidades peruanas, con énfasis en la identificación de las barreras y facilitadores para el emprendimiento tecnológico, utilizando un tipo de metodología cuantitativa de enfoque descriptivo, nivel exploratorio, diseño: No experimental, de corte transversal, método análisis estadístico descriptivo y técnica encuesta. Instrumento cuestionario estructurado sobre percepción de iniciativas empresariales y factores de éxito en el emprendimiento se obtuvo como resultados, que los factores más relevantes para el desarrollo de la iniciativa empresarial fueron el apoyo institucional, el acceso a recursos tecnológicos y la formación en gestión empresarial,

concluyendo que los estudiantes de ingeniería tienen una alta disposición para emprender, pero necesitan más apoyo en cuanto a formación en gestión y acceso a tecnologías emergentes.

Fernández y Pérez (2020) señalan, el impacto de la educación tecnológica en el emprendimiento de estudiantes de ingeniería tuvo como objetivo analizar cómo la educación tecnológica influye en las actitudes emprendedoras y las capacidades de los estudiantes de ingeniería en universidades peruanas. Utilizó el tipo de metodología investigación mixta con enfoque: Cuantitativo y cualitativo. De Nivel Explicativo, diseño: Experimental con grupo control, método comparativo entre estudiantes con formación tecnológica y aquellos sin formación en emprendimiento técnica: entrevistas y encuestas, instrumento: Cuestionario y guía de entrevistas estructuradas. Resultando que los estudiantes con formación tecnológica y en emprendimiento mostraron una actitud emprendedora más desarrollada y mayor confianza en el desarrollo de proyectos tecnológicos innovadores, llegando a la conclusión, la educación tecnológica, complementada con formación en emprendimiento, mejora significativamente las intenciones y capacidades emprendedoras de los estudiantes.

De la Cruz (2023) realizó una investigación en la Universidad Peruana Los Andes con el objetivo de determinar la relación entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento en estudiantes de la carrera de Administración y Sistemas. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, con un nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal, utilizando el método correlacional. Se aplicó una encuesta con un cuestionario de 28 ítems a una muestra de 175 estudiantes. Los resultados evidenciaron una correlación positiva fuerte entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento, lo que indica que la formación en la carrera ha sido efectiva para fomentar estas competencias. Se concluyó que la educación recibida por los estudiantes contribuye significativamente al desarrollo de habilidades y actitudes emprendedoras, facilitando su incursión en actividades empresariales exitosas.

Lozano et al. (2022) exploraron la inclinación de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento e innovación social, con el objetivo de comprender la creciente tendencia e interés de los jóvenes por iniciativas que no solo buscan beneficios económicos, sino también un impacto social positivo. El estudio adoptó un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, con un diseño no experimental y transversal. Se utilizaron entrevistas semiestructuradas

como técnica principal para recopilar información sobre las percepciones y aspiraciones de los estudiantes hacia el emprendimiento social. Los resultados revelaron que los jóvenes muestran un interés creciente por proyectos que combinan sostenibilidad económica con responsabilidad social, reflejando una mayor conciencia sobre los desafíos sociales actuales. Se concluyó que las percepciones y aspiraciones hacia el emprendimiento varían según los intereses personales y profesionales de los estudiantes, lo que sugiere la necesidad de fomentar entornos educativos que promuevan estas iniciativas.

Redalyc (2022) analizó la influencia del nivel educativo en el espíritu emprendedor, señalando que, aunque un mayor nivel educativo podría parecer reducir este espíritu, también proporciona herramientas clave para enfrentar desafíos en el proceso emprendedor, especialmente en áreas como economía y administración de empresas. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo explicativo, con un diseño no experimental y transversal, utilizando encuestas estructuradas para la recopilación de datos. Los resultados mostraron que la educación superior aumenta la probabilidad de autoempleo y mejora los ingresos, especialmente entre mujeres empresarias, destacando la importancia de las universidades en el desarrollo de competencias clave para el mercado laboral. Se concluyó que las instituciones de educación superior deben replantear sus enfoques educativos para fortalecer habilidades emprendedoras en los estudiantes, contribuyendo así a una mayor participación en actividades empresariales exitosas.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Iniciativa empresarial

La iniciativa empresarial se puede definir como el proceso mediante el cual individuos o grupos identifican oportunidades de negocio, organizan recursos y asumen riesgos para crear y gestionar nuevas empresas o proyectos con el objetivo de generar valor económico y social (Hisrich, 2019).

Es el proceso mediante el cual individuos o grupos identifican oportunidades de negocio, movilizan recursos y toman acciones para establecer y gestionar nuevas empresas o proyectos con el fin de generar valor económico y social (Bygrave & Zacharakis, 2014).

La iniciativa empresarial" puede entenderse como el proceso mediante el cual individuos o grupos identifican oportunidades de negocio, movilizan recursos y toman acciones para

establecer y gestionar nuevas empresas o proyectos con el fin de generar valor económico y social (Hisrich, 2019).

Según Bygrave y Zacharakis (2014), la iniciativa empresarial se refiere al conjunto de actividades relacionadas con la identificación, creación y gestión de oportunidades de negocio, así como la asunción de riesgos para alcanzar objetivos empresariales.

Stevenson y Sahlman (2019) definen la iniciativa empresarial" como la capacidad de individuos o grupos para reconocer y aprovechar oportunidades de negocio, implementar soluciones innovadoras y gestionar recursos de manera efectiva para crear valor económico y social.

También se define como el proceso mediante el cual individuos o grupos identifican oportunidades de negocio, movilizan recursos y toman acciones para establecer y gestionar nuevas empresas o proyectos con el fin de generar valor económico y social (Bygrave & Zacharakis, 2019)

2.2.2 Emprendimiento Tecnológico

El emprendimiento tecnológico implica el proceso mediante el cual individuos o grupos utilizan el conocimiento científico y tecnológico para identificar oportunidades de negocio, desarrollar productos o servicios innovadores y crear empresas que aprovechen estas innovaciones para generar valor económico y social (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Para Shane y Venkataraman (2000), es la identificación, evaluación y explotación de oportunidades tecnológicas para la creación de nuevas empresas o la expansión de empresas existentes en sectores de alta tecnología.

También puede entenderse como el proceso de transformar ideas y conocimientos tecnológicos en productos o servicios comercializables que satisfagan las necesidades del mercado y generen beneficios económicos sostenibles (Kuratko, 2020).

Para Morris, Kuratko y Covin (2011), el Emprendimiento Tecnológico implica el desarrollo y la aplicación de innovaciones tecnológicas en el contexto empresarial, con el objetivo de crear valor para los clientes y obtener ventajas competitivas en el mercado.

Según Burgelman (2023), el Emprendimiento Tecnológico se refiere al proceso mediante el cual las organizaciones utilizan recursos tecnológicos para desarrollar nuevas capacidades, productos o servicios que les permitan adaptarse y prosperar en entornos competitivos y en constante cambio.

2.2.3 Innovación

Según OECD (2015), "la innovación en el contexto empresarial no solo abarca el desarrollo de nuevos productos y servicios, sino también la mejora de los procesos, las formas organizativas y las estrategias empresariales" (p. 72).

La innovación es una de las principales fuentes de ventaja competitiva en las empresas, ya que permite a las organizaciones crear productos y servicios más eficientes y adaptados a las necesidades del mercado" (Porter, 1990, p. 150).

Tidd y Bessant (2018) definen como el proceso de generar ideas, desarrollar soluciones técnicas y llevarlas al mercado en forma de nuevos productos, procesos o servicios que satisfagan las necesidades de los usuarios y creen valor para las empresas.

La innovación se entiende como la introducción de un producto o proceso que es percibido como nuevo por los usuarios, que puede ser una mejora significativa de lo ya existente o una invención completamente nueva" (Schilling, 2020, p. 34).

La innovación se puede definir como el proceso mediante el cual se introducen cambios significativos, que resultan en productos, servicios o procesos que generan valor añadido a la economía y la sociedad" (Tidd & Bessant, 2018, p. 56).

2.2.4 Gestión

La gestión se refiere al proceso de planificación, organización, dirección y control de las actividades relacionadas con la adquisición, desarrollo, implementación y uso en una organización o empresa (Laudon & Laudon, 2016).

Según Freeman (1987), la gestión implica la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la inversión en investigación y desarrollo, la adquisición de tecnologías externas, la gestión de la propiedad intelectual y la integración de la tecnología en los procesos de negocio.

Para Tidd y Bessant (2018), la gestión abarca el diseño y la implementación de procesos y estructuras organizativas que faciliten la generación, evaluación, selección y aplicación de tecnologías para lograr los objetivos estratégicos de la empresa.

La gestión también puede entenderse como el conjunto de prácticas y herramientas utilizadas para identificar, evaluar y gestionar riesgos asociados con la implementación y uso de tecnologías en una organización (Sharma & Gupta, 2003).

Según Davenport (1993), la gestión para la tecnología se centra en la optimización de los recursos tecnológicos disponibles, incluyendo la infraestructura de tecnología de la información, para mejorar la eficiencia operativa y el rendimiento empresarial.

2.2.5 Mercado

Según Porter (1990), el mercado se refiere al entorno en el cual los consumidores y las empresas interactúan, y donde se intercambian bienes y servicios. Las empresas deben comprender las dinámicas del mercado para identificar oportunidades de diferenciación y competir eficazmente.

Según Kotler y Keller (2016), el mercado es "un sistema complejo de fuerzas que interactúan para determinar qué productos y servicios se producirán y cómo se distribuirán a los consumidores".

2.2.6 Desarrollo Tecnológico

Según Chesbrough (2003), el desarrollo tecnológico se refiere al proceso de crear nuevas tecnologías o mejorar las existentes para crear productos o servicios innovadores. el modelo de innovación abierta es clave en el desarrollo tecnológico, ya que fomenta la colaboración externa para acelerar la creación de nuevas soluciones.

Según OECD (2017), el desarrollo tecnológico es "un proceso continuo y evolutivo mediante el cual las empresas adquieren y utilizan nuevas tecnologías para mejorar su competitividad y eficiencia".

2.2.7 Escalabilidad

Según Blank (2013), la escalabilidad es la capacidad de una empresa para crecer rápidamente sin un aumento proporcional en sus costos. la escalabilidad es uno de los aspectos más críticos de los startups tecnológicos exitosas, ya que permite a las empresas alcanzar nuevos mercados de manera eficiente.

Osterwalder y Pigneur (2010) sostienen que la escalabilidad es la capacidad de un modelo de negocio para crecer sin enfrentar limitaciones significativas en sus recursos, permitiendo un crecimiento más allá de los costos fijos.

2.2.8 Modelo de Negocio

Según Osterwalder y Pigneur (2010), un modelo de negocio describe la manera en que una empresa crea, entrega y captura valor. un modelo de negocio innovador es clave para el éxito en el emprendimiento tecnológico, ya que permite a los startups crear soluciones que se ajusten a las necesidades del mercado de manera eficiente.

Chesbrough (2003) explica que un modelo de negocio debe adaptarse a los cambios en el mercado y las tecnologías, para lograr la sostenibilidad a largo plazo y generar nuevas oportunidades de valor.

2.2.9 Transferencia de tecnología

La transferencia de tecnología se refiere al proceso mediante el cual se transfieren conocimientos, técnicas o tecnologías desarrolladas en un contexto para su aplicación y uso en otro contexto, con el fin de generar valor económico, social o ambiental (Rogers, 2003).

Según Linton (2004), la transferencia de tecnología" implica el movimiento deliberado de conocimiento, habilidades, procesos o productos tecnológicos desde una entidad (por ejemplo, universidades, centros de investigación) hacia otra (por ejemplo, empresas, industrias) para su aprovechamiento y aplicación.

Para Carayannis y Campbell (2009), la transferencia de tecnología" es un proceso dinámico y multidimensional que abarca la difusión, adopción, adaptación y utilización de tecnologías en diferentes contextos y entornos.

La transferencia de tecnología" también puede entenderse como un proceso de comunicación y colaboración entre diferentes actores del sistema de innovación, incluyendo investigadores, empresarios, inversores y reguladores, con el fin de facilitar la circulación y aplicación de conocimientos y tecnologías (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

Según Cunningham y Link (2015), la transferencia de tecnología" es un proceso estratégico y sistemático que requiere la identificación de tecnologías prometedoras, la evaluación de su viabilidad comercial y la implementación de estrategias efectivas para su difusión y adopción en el mercado.

2.2.10 Comercialización tecnológica

La comercialización tecnológica" se refiere al proceso de identificar oportunidades de mercado para productos o servicios basados en tecnología, desarrollar estrategias para introducirlos en el mercado y llevar a cabo actividades de promoción y venta para generar ingresos (Roberts, 1991).

Según Sheth y Sharma (2005), la comercialización tecnológica implica la adaptación de productos o servicios tecnológicos a las necesidades y preferencias del mercado, así como la implementación de estrategias de marketing y ventas para alcanzar y satisfacer a los clientes.

Para Kotler y Keller (2016), la comercialización tecnológica" consiste en el proceso de diseñar y ejecutar actividades de marketing y ventas para productos o servicios tecnológicos, con el objetivo de generar demanda, capturar valor y establecer relaciones sólidas con los clientes.

La comercialización tecnológica" también puede entenderse como el proceso de traducir las características y beneficios de la tecnología en propuestas de valor convincentes que resuelvan los problemas y necesidades de los clientes en el mercado (Cooper & Edgett, 2018).

Según Webster y Wong (2008), la comercialización tecnológica" implica la identificación y explotación de oportunidades comerciales derivadas de la tecnología, incluyendo la creación de estrategias de entrada al mercado, la gestión del ciclo de vida del producto y la creación de valor para los clientes y accionistas.

La comercialización tecnológica" se refiere al proceso mediante el cual se llevan a cabo actividades de marketing, promoción y venta de productos o servicios basados en tecnología, con el objetivo de generar ingresos y captar clientes en el mercado (Roberts, 2015).

Según Hult et al. (2008), la comercialización tecnológica" implica la identificación de oportunidades de mercado para productos o servicios tecnológicos, el desarrollo de estrategias de posicionamiento y diferenciación, y la implementación de tácticas de venta y distribución.

Para Hill y Troshani (2013), la comercialización tecnológica" consiste en la adaptación de productos o servicios tecnológicos a las necesidades y preferencias del mercado, la comunicación efectiva de sus beneficios y características, y la gestión de relaciones con clientes y socios comerciales.

La comercialización tecnológica" también puede entenderse como el proceso de llevar innovaciones tecnológicas al mercado, lo que implica la identificación de oportunidades de negocio, la evaluación de la viabilidad comercial, la creación de estrategias de

comercialización y la ejecución de acciones para promover la adopción y el uso de la tecnología (Burgelman, 1984).

Según Kotler y Keller (2016), la comercialización tecnológica" abarca todas las actividades relacionadas con la introducción y promoción de productos o servicios tecnológicos en el mercado, incluyendo la investigación de mercado, el diseño de productos, la fijación de precios, la distribución, la promoción y la gestión de la marca.

2.2.11 Diversidad

García y Martínez (2020) definen la diversidad como la coexistencia de múltiples características y perspectivas en un grupo, incluyendo diferencias de género, etnia, edad, orientación sexual y habilidades, lo cual enriquece el entorno organizacional.

Según Pérez (2019), la diversidad implica reconocer y valorar las diferencias individuales en el ámbito laboral, promoviendo una cultura inclusiva que fomente la equidad y el respeto.

2.2.12 Flexibilidad y adaptabilidad

Rodríguez y López (2021) señalan que la flexibilidad organizacional es la capacidad de una empresa para ajustarse rápidamente a los cambios del entorno, permitiendo una respuesta ágil a las demandas del mercado.

González (2020) define la adaptabilidad como la habilidad de una organización para modificar sus procesos internos y estructuras en función de las variaciones externas, asegurando su supervivencia y competitividad.

2.2.13 Servicios tecnológicos

Martínez y Sánchez (2022) describen los servicios tecnológicos como soluciones basadas en tecnologías de la información que facilitan y optimizan los procesos empresariales, mejorando la eficiencia y productividad.

Según Fernández (2021), los servicios tecnológicos incluyen una amplia gama de aplicaciones y herramientas digitales diseñadas para apoyar las operaciones y estrategias de las organizaciones en la era digital.

2.2.14 Eficiencia

Gómez y Ramírez (2020) definen la eficiencia como la capacidad de una organización para lograr sus objetivos utilizando la menor cantidad de recursos posible, maximizando la productividad y minimizando los costos.

Hernández (2019) señala que la eficiencia implica la optimización de procesos internos para alcanzar resultados deseados con el mínimo desperdicio de tiempo y recursos.

2.2.15 Decisiones

López y Torres (2021) afirman que la toma de decisiones es el proceso mediante el cual los líderes organizacionales seleccionan entre diversas alternativas para resolver problemas y aprovechar oportunidades.

Según Martín (2020), las decisiones en el ámbito empresarial son fundamentales para dirigir la organización hacia sus objetivos estratégicos, implicando análisis, evaluación y elección de las mejores opciones disponibles.

2.2.16 Uso de Herramientas

Pérez y Gómez (2022) indican que el uso de herramientas tecnológicas en las organizaciones facilita la automatización de tareas, mejora la comunicación y optimiza la gestión de la información.

Díaz (2021) destaca que la implementación adecuada de herramientas digitales es esencial para incrementar la eficiencia operativa y mantener la competitividad en el mercado actual.

2.2.17 Satisfacción

García y Martínez (2020) definen la satisfacción del cliente como el grado en que las expectativas del consumidor respecto a un producto o servicio son cumplidas o superadas, influyendo directamente en su lealtad y comportamiento de compra.

Fernández (2019) señala que la satisfacción laboral se refiere al nivel de contento y bienestar que experimentan los empleados en relación con su trabajo, afectando su motivación y productividad.

2.2.18 Marketing

Kotler y Armstrong (2021) definen el marketing como el proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos, con el fin de obtener valor a cambio.

Solomon (2020) describe el marketing como la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes y la sociedad en general.

2.2.19 Segmentación de Mercado

Lamb, Hair y McDaniel (2020) señalan que la segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños y homogéneos con necesidades, características o comportamientos similares que podrían requerir productos o mezclas de marketing específicas.

Kotler y Keller (2021) afirman que la segmentación de mercado permite a las empresas identificar y seleccionar los segmentos más atractivos

2.2.20 Capacidad

Mansor y Othman (2020). La capacidad emprendedora se refiere a la habilidad de una persona o entidad para movilizar recursos, identificar oportunidades y superar los desafíos del entorno para desarrollar nuevas empresas o productos. (Mansor & Othman, 2020).

Alvarez y Barney (2021). La capacidad de emprender está determinada por los recursos que una persona puede acceder y organizar eficazmente para crear nuevas oportunidades de negocio

Se entiende por capacidad emprendedora la habilidad de los individuos para generar, organizar y ejecutar ideas innovadoras que se traduzcan en la creación de valor económico y social. (Pérez & López, 2021).

La capacidad se conceptualiza como la habilidad de los emprendedores para identificar oportunidades de negocio, combinando sus competencias, recursos y habilidades para hacerlas viables. (Bromiley & Rau, 2016).

La capacidad organizacional en emprendimiento tecnológico es vista como la habilidad de la empresa para desarrollar productos innovadores con base en el acceso a tecnología y conocimiento. (Mansor & Othman, 2020).

2.2.21 Competencia

La competencia en el ámbito emprendedor se refiere a la habilidad de una empresa o individuo para destacar en un entorno de mercado altamente competitivo, aprovechando sus fortalezas internas. (Kuratko & Audretsch, 2020).

La competencia empresarial está relacionada con la habilidad de las organizaciones para adaptarse a las demandas del mercado y desarrollar nuevas soluciones que generen valor a largo plazo. (Shane & Venkataraman, 2019).

En el emprendimiento tecnológico, la competencia no solo abarca la capacidad de innovar, sino también de competir eficazmente en un mercado global mediante el uso de tecnologías emergentes. (Lee & Tsai, 2021).

Los emprendedores deben dominar una serie de competencias clave, tales como la capacidad para evaluar riesgos y tomar decisiones informadas, para lograr el éxito en el mercado competitivo. (Fiet & Terpstra, 2020).

La competencia en el sector emprendedor se refiere a la capacidad de identificar y explotar oportunidades en un entorno dinámico, maximizando la innovación y la eficiencia. (Harrison & Rainer, 2019).

2.2.22 Calidad

La calidad en el emprendimiento empresarial se mide por la capacidad de las organizaciones para satisfacer las necesidades del cliente mediante procesos de mejora continua. (Deming, 2021).

La calidad empresarial se refiere al cumplimiento de especificaciones y estándares que no solo satisfacen a los clientes, sino que también mejoran la eficiencia operativa. (Juran & Godfrey, 2021).

En el contexto del emprendimiento tecnológico, la calidad está vinculada a la capacidad de la organización para entregar productos innovadores que cumplan con los requisitos del mercado y sean sostenibles en el tiempo. (Tao & Raturi, 2021).

La calidad es un factor crucial en el emprendimiento, pues la creación de valor depende de la capacidad de una empresa para ofrecer productos y servicios que cumplan con altos estándares. (Burgess & Zhang, 2020).

La calidad es vista como un determinante clave en la sostenibilidad del emprendimiento, pues la percepción positiva de los consumidores depende de la entrega consistente de valor. (Nair & Balasubramanian, 2020).

2.2.23 Potencial

El potencial emprendedor se refiere a la habilidad de un individuo o empresa para aprovechar oportunidades y convertir ideas innovadoras en empresas viables. (Hughes & Morgan, 2021).

El potencial de un emprendedor está relacionado con su capacidad para gestionar riesgos y crear valor sostenible mediante la innovación tecnológica. (Zahra & George, 2020).

El potencial emprendedor se refiere a la capacidad de generar cambios disruptivos que transformen industrias mediante la creación de nuevos productos y servicios. (Schumpeter, 2020).

En el contexto de la innovación, el potencial de una organización depende de su habilidad para integrar tecnología avanzada y capital humano capacitado en sus procesos de negocio. (Teece & Pisano, 2018).

El potencial en el emprendimiento tecnológico se refiere a la capacidad de los emprendedores para identificar oportunidades en el mercado y aprovechar tecnologías emergentes para crear valor. (Bock & Kim, 2021).

2.2.24 Adaptación

La adaptación es el proceso por el cual una organización emprendedora ajusta sus estrategias y operaciones para responder de manera efectiva a cambios en el entorno del mercado y las tecnologías emergentes. (Harris & D'Angelo, 2020).

La adaptación en el contexto emprendedor se refiere a la capacidad de los emprendedores para ajustar sus prácticas empresariales, tecnologías y productos según las demandas del mercado y las condiciones externas. (Baker & Nelson, 2018).

En el emprendimiento tecnológico, la adaptación es un factor clave para sobrevivir y prosperar, ya que las empresas deben modificar sus modelos de negocio constantemente para mantenerse competitivas. (Gans & Stern, 2019).

La adaptación empresarial se entiende como la capacidad de los emprendedores para ajustar sus recursos y capacidades en respuesta a las condiciones cambiantes del mercado y las necesidades de los consumidores. (Fischer & Reuber, 2021).

La capacidad de adaptación es esencial para los emprendedores que operan en mercados dinámicos, ya que les permite reconfigurar sus estrategias para aprovechar oportunidades de innovación y superar desafíos. (Teece, 2018).

2.2.25 Recursos

Los recursos empresariales incluyen tanto activos tangibles como intangibles, como capital humano, tecnología y conocimiento, que son fundamentales para la creación y sostenibilidad de nuevos negocios. (Barney & Hesterly, 2020).

En el emprendimiento, los recursos son esenciales para desarrollar la capacidad de los emprendedores para innovar y comercializar nuevas ideas tecnológicas. (Acs & Audretsch, 2020).

Los recursos empresariales comprenden habilidades, capacidades y activos estratégicos que las organizaciones emprendedoras utilizan para crear una ventaja competitiva. (Dyer & Singh, 2021).

Los recursos son elementos clave en la creación de empresas exitosas, ya que proporcionan los medios necesarios para la innovación y la escalabilidad. (Lichtenstein & Lyons, 2020).

En el contexto tecnológico, los recursos incluyen las capacidades tecnológicas y de investigación, que permiten a los emprendedores desarrollar productos innovadores que respondan a las necesidades del mercado. (Petrick & Quinn, 2021).

2.2.26 Viabilidad

La viabilidad de un emprendimiento tecnológico depende de la capacidad de los emprendedores para evaluar los riesgos y los recursos necesarios, así como de la demanda del mercado. (Schilling, 2020).

La viabilidad de un negocio se refiere a su capacidad para generar ingresos sostenibles a largo plazo, lo que implica tanto la viabilidad financiera como la capacidad de innovación continua. (Rothaermel & Agung, 2019).

La viabilidad de un proyecto emprendedor está vinculada a la capacidad de los emprendedores para evaluar correctamente el mercado, las oportunidades tecnológicas y los riesgos financieros. (Zahra & George, 2021).

La viabilidad empresarial se refiere a la probabilidad de que una empresa no solo sobreviva, sino que crezca y se mantenga competitiva a lo largo del tiempo. (Hitt & Ireland, 2021).

La viabilidad de los emprendimientos tecnológicos depende en gran medida de la capacidad de los emprendedores para gestionar los recursos disponibles y evaluar las condiciones del mercado. (Müller & Reinhold, 2020).

2.2.27 Desarrollo

El desarrollo empresarial es el proceso mediante el cual una organización mejora su capacidad de generar productos o servicios innovadores que contribuyen al crecimiento económico. (Teece, 2018).

El desarrollo emprendedor se refiere a la evolución de nuevas ideas y productos en mercados rentables, y está fuertemente relacionado con la capacidad de adaptarse a cambios tecnológicos y de mercado. (Kuratko & Audretsch, 2020).

El desarrollo de un negocio emprendedor implica la capacidad de identificar nuevas oportunidades y convertirlas en productos y servicios exitosos mediante el uso de la innovación y el capital social. (Shane & Venkataraman, 2019).

El desarrollo en emprendimiento está estrechamente relacionado con la capacidad de una empresa para implementar innovaciones tecnológicas y escalar sus operaciones de manera eficiente. (Zahra & George, 2021).

El desarrollo empresarial en el ámbito tecnológico requiere de una visión estratégica que permita identificar nuevas oportunidades de negocio y aprovecharlas eficazmente. (Fiet & Terpstra, 2020).

2.2.28 Sostenibilidad

La sostenibilidad empresarial se refiere a la capacidad de una empresa para operar de manera económica, social y ambientalmente responsable, garantizando la creación de valor a largo plazo. (Schaltegger & Wagner, 2017).

En el contexto del emprendimiento, la sostenibilidad implica integrar prácticas ecológicas y sociales dentro del modelo de negocio para asegurar su perdurabilidad en el mercado. (Pereira & Silveira, 2019).

La sostenibilidad en los emprendimientos tecnológicos se refiere a la capacidad de la empresa para mantenerse competitiva mientras se minimiza su impacto negativo en el medio ambiente. (Bocken & Short, 2018).

La sostenibilidad es un componente crucial para los emprendedores que buscan crear empresas que no solo sean rentables, sino que también promuevan el bienestar social y ambiental. (Hockerts & Wüstenhagen, 2020).

En el emprendimiento tecnológico, la sostenibilidad implica desarrollar productos y servicios que no solo sean innovadores, sino que también respeten las normas sociales y ambientales para asegurar su relevancia a largo plazo. (Whelan & Fink, 2021).

2.2.29 Colaboración y redes

La colaboración y redes en el emprendimiento tecnológico se refiere a la capacidad de los emprendedores y las empresas para establecer y mantener relaciones de colaboración con otras organizaciones, como universidades, centros de investigación, empresas establecidas y otros startups, con el fin de compartir conocimientos, recursos y oportunidades (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

Según Rothaermel (2012), la colaboración y redes en el emprendimiento tecnológico se centra en la creación y gestión de alianzas estratégicas y redes de colaboración con actores clave del ecosistema empresarial y tecnológico, con el objetivo de acceder a recursos complementarios, compartir riesgos y aprovechar oportunidades de mercado.

Para Autio, Nambisan y Thomas (2018), la colaboración y redes en el emprendimiento tecnológico son fundamentales para la adquisición de conocimientos especializados, el acceso a financiamiento y la ampliación del alcance de mercado, facilitando la co-creación de valor y la innovación abierta.

La colaboración y redes también pueden entenderse como la capacidad de los emprendedores y las empresas para construir y mantener una red de contactos y relaciones profesionales que les permita acceder a recursos, información y oportunidades relevantes para su negocio (Stam, Arzlanian, & Elfring, 2014).

Según Powell, Koput y Smith-Doerr (1996), la colaboración y redes en el emprendimiento tecnológico se refiere a la formación de relaciones interorganizacionales, tales como alianzas

estratégicas, joint ventures y acuerdos de licencia, que facilitan la transferencia de conocimientos, la creación de valor y la innovación.

2.2.30 Identificación de oportunidades

La identificación de oportunidades se refiere al proceso mediante el cual los emprendedores detectan necesidades no satisfechas en el mercado, identifican nichos de mercado poco explorados o reconocen tendencias emergentes que pueden convertirse en oportunidades de negocio (Shane & Venkataraman, 2000).

Según Ardichvili, Cardozo y Ray (2003), la identificación de oportunidades implica la capacidad de los emprendedores para percibir y evaluar de manera efectiva las oportunidades potenciales en su entorno, basándose en su conocimiento, experiencia y capacidad de observación.

Para Corbett (2005), la identificación de oportunidades es un proceso dinámico que implica la exploración activa del entorno empresarial, la detección de señales de cambio y la capacidad de conectar puntos aparentemente desconectados para generar nuevas ideas de negocio.

Según Alvarez y Barney (2007), la identificación de oportunidades es un proceso cognitivo que implica la capacidad de los emprendedores para reconocer patrones y tendencias en el mercado, así como para interpretar información de manera creativa y prospectiva.

La identificación de oportunidades también puede entenderse como la capacidad de los emprendedores para capitalizar sus conocimientos, habilidades y redes de contactos, así como para mantener una mentalidad abierta y receptiva a nuevas ideas y perspectivas (Davidsson, 2015).

2.2.31 Capacidad de innovación

La capacidad de innovación se refiere a la habilidad de los individuos o las organizaciones para generar ideas nuevas y originales, así como para desarrollar y aplicar soluciones creativas a problemas existentes o necesidades no satisfechas en el mercado (West & Bogers, 2014).

Según Tidd y Bessant (2018), la capacidad de innovación implica la capacidad de las organizaciones para crear un entorno propicio para la generación, captura y aplicación de conocimientos nuevos y útiles que conduzcan a la creación de valor para los clientes y la empresa.

Para Chesbrough (2006), la capacidad de innovación es la capacidad de las empresas para colaborar con otros actores del ecosistema empresarial y tecnológico, así como para integrar y aprovechar conocimientos externos en sus procesos de innovación.

La capacidad de innovación también puede entenderse como la capacidad de aprender de la experiencia, adaptarse al cambio y experimentar con nuevas ideas y enfoques en un entorno de incertidumbre y cambio constante (Damanpour, 2010).

Según Teece (2010), la capacidad de innovación es un recurso estratégico clave que permite a las empresas desarrollar y mantener una ventaja competitiva sostenible en el mercado, a través de la creación y explotación continua de nuevas ideas y tecnologías.

2.2.32 Gestión de recursos

La gestión de recursos se refiere al proceso mediante el cual las organizaciones planifican, coordinan y administran eficientemente los recursos disponibles, incluyendo capital financiero, recursos humanos, tecnológicos y materiales, con el fin de alcanzar los objetivos y metas de la empresa (Barney, 1991).

Según Wernerfelt (1984), la gestión de recursos implica la identificación y aprovechamiento de los recursos y capacidades únicos de la organización, así como la asignación estratégica de estos recursos para crear y mantener una ventaja competitiva en el mercado.

Para Grant (2016), la gestión de recursos es un proceso dinámico que implica la adquisición, desarrollo, integración y despliegue de recursos y capacidades estratégicas que permiten a la organización adaptarse y responder de manera efectiva a los cambios del entorno empresarial.

La gestión de recursos también puede entenderse como la capacidad de las organizaciones para optimizar el uso de sus recursos disponibles, minimizando el desperdicio y maximizando el valor generado a través de la eficiencia operativa y la innovación (Penrose, 1959).

Según Amit y Schoemaker (1993), la gestión de recursos implica la capacidad de las organizaciones para desarrollar y mantener una cartera de recursos y capacidades estratégicas que les permitan adaptarse a las condiciones del mercado y responder a las demandas de los clientes de manera efectiva.

2.2.33 Orientación al mercado

La orientación al mercado se refiere a la filosofía empresarial centrada en comprender y satisfacer las necesidades y deseos del mercado objetivo mediante la entrega de productos o servicios que generen valor para los clientes, con el fin de alcanzar una ventaja competitiva sostenible (Kohli & Jaworski, 1990).

Según Narver y Slater (1990), la orientación al mercado implica la generación, diseminación y respuesta sistemática a la información del mercado, así como la coordinación de todas las actividades de la empresa en función de las necesidades y deseos del cliente.

Para Day (1994), la orientación al mercado es una cultura organizacional que enfatiza la importancia de comprender y anticipar las demandas del mercado, así como la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno competitivo para mantener una posición competitiva sólida.

La orientación al mercado" también puede entenderse como la capacidad de la empresa para desarrollar relaciones sólidas y de largo plazo con los clientes, así como para adaptar continuamente sus productos, servicios y estrategias de marketing en función de las necesidades y preferencias del mercado (Slater & Narver, 1995).

Según Kohli, Jaworski y Kumar (1993), la orientación al mercado implica la coordinación de todas las actividades de la empresa en torno a la creación y entrega de valor para los

clientes, así como la adopción de una mentalidad proactiva y receptiva hacia las oportunidades y desafíos del mercado.

2.2.34 . Resiliencia

La resiliencia se refiere a la capacidad de los individuos para adaptarse positivamente frente a la adversidad, el estrés, las tragedias, las amenazas o situaciones de riesgo significativas, y recuperarse de ellas de manera efectiva (Masten, 2001).

Según Rutter (1987), la resiliencia es un proceso dinámico que implica la interacción entre factores personales, familiares y ambientales que contribuyen a la capacidad de una persona para enfrentar y superar experiencias difíciles y traumáticas.

Para Luthar, Cicchetti y Becker (2000), la resiliencia es un constructo multidimensional que implica la capacidad de mantener un funcionamiento adaptativo y positivo en múltiples áreas de la vida, a pesar de las experiencias adversas y los desafíos a los que se enfrenta una persona.

La resiliencia también puede entenderse como un proceso de desarrollo que implica la construcción de recursos internos y externos, como el apoyo social, la autoestima, la habilidad para resolver problemas y la capacidad para regular las emociones, que ayudan a las personas a enfrentar y superar las adversidades (Bonanno, 2004).

Según Ungar (2011), la resiliencia es un proceso dinámico y contextualizado que implica la capacidad de adaptarse y recuperarse de experiencias adversas, aprovechando los recursos disponibles en el entorno social, familiar y comunitario.

2.2.35 Perseverancia

La perseverancia se define como la capacidad de persistir en la consecución de metas a pesar de los obstáculos, contratiempos y dificultades que puedan surgir en el camino (Duckworth, Peterson, Matthews, & Kelly, 2007).

Según Credé, Tynan y Harms (2017), la perseverancia es una característica de personalidad que se refiere a la habilidad de mantener el esfuerzo y la dedicación hacia una tarea o objetivo a largo plazo, incluso cuando se enfrenta a desafíos o fracasos.

Para Eskreis-Winkler, Duckworth, Shulman y Beal (2014), la perseverancia es un componente clave del éxito académico y profesional, ya que permite a los individuos superar las dificultades y mantenerse enfocados en sus objetivos a pesar de los contratiempos.

La perseverancia también puede entenderse como la capacidad de mantener la motivación y el compromiso hacia una meta específica a lo largo del tiempo, incluso cuando las circunstancias son adversas o poco favorables (Dweck, 2012).

Según Roberts, Jackson, Fayard y Petren (2009), la perseverancia implica la resistencia ante la tentación de abandonar o renunciar a una meta, y la capacidad de mantenerse firme en la búsqueda de esa meta a pesar de las dificultades.

2.2.36 Identificación de oportunidades:

Esta dimensión se refiere a la capacidad de los emprendedores para identificar y evaluar oportunidades de negocio, ya sea mediante la detección de necesidades no satisfechas en el mercado, la identificación de nichos de mercado o la innovación en productos o servicios.

2.2.37 Capacidad de innovación:

Implica la capacidad de los emprendedores para desarrollar y aplicar nuevas ideas, tecnologías o modelos de negocio que generen valor en el mercado. Esto incluye la creatividad, la capacidad de resolver problemas y la disposición para asumir riesgos.

2.2.38 Gestión de recursos:

Refiere a la habilidad para gestionar eficientemente los recursos disponibles, incluyendo capital financiero, recursos humanos, tiempo y redes de contactos, para llevar a cabo las actividades necesarias para iniciar y hacer crecer un negocio.

2.2.39 Orientación al mercado:

Se refiere a la capacidad de los emprendedores para entender las necesidades y preferencias del mercado, así como para desarrollar productos o servicios que satisfagan esas necesidades de manera efectiva y competitiva.

2.2.40 Resiliencia y perseverancia:

Esta dimensión se relaciona con la capacidad de los emprendedores para superar obstáculos, adaptarse al cambio y mantenerse motivados frente a los desafíos y fracasos que puedan surgir en el proceso emprendedor.

2.2.41 Innovación tecnológica:

Esta dimensión se refiere a la capacidad de generar y aplicar conocimientos técnicos y científicos para desarrollar nuevos productos, procesos o servicios tecnológicos que representen avances significativos en su campo.

2.2.42 Gestión de la tecnología:

Implica la habilidad para gestionar eficientemente los recursos tecnológicos, incluyendo la adquisición, desarrollo, integración y aplicación de tecnologías relevantes para el negocio.

2.2.43 Transferencia de tecnología:

Se refiere al proceso de transferir conocimientos y tecnologías desde su origen (por ejemplo, universidades, centros de investigación) hacia empresas o emprendedores que puedan aprovecharlos para desarrollar productos o servicios comerciales.

2.2.44 Comercialización de la tecnología:

Es la capacidad para identificar oportunidades de mercado y desarrollar estrategias efectivas para introducir y promover productos o servicios tecnológicos en el mercado, incluyendo la gestión de la propiedad intelectual y la protección de la innovación.

2.3 Definición de términos básicos

Iniciativa empresarial: Se refiere a la disposición y capacidad de los individuos,

especialmente estudiantes, para identificar oportunidades de negocio, asumir riesgos calculados y movilizar recursos con el propósito de crear, desarrollar y gestionar nuevos proyectos o empresas. Implica un enfoque proactivo, creativo y resiliente ante los desafíos del entorno.

Emprendimiento tecnológico: Es el proceso mediante el cual se aplican conocimientos científicos y tecnológicos para crear soluciones innovadoras que resuelvan problemas específicos del mercado. Incluye el desarrollo de productos, servicios o procesos basados en tecnología, con el objetivo de generar valor económico, social o ambiental a través de la creación de empresas.

Innovación: Se refiere a la introducción de nuevas ideas, métodos, productos o servicios que generan mejoras significativas en los procesos, la eficiencia, la calidad o la competitividad. En el contexto del emprendimiento tecnológico, la innovación permite diferenciarse y crear propuestas de valor únicas.

Estudiante universitario: Es el individuo que se encuentra cursando estudios superiores en una institución de educación universitaria, en este caso en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH. Este grupo constituye la población objetivo del estudio, por su potencial para desarrollar ideas innovadoras y emprendedoras en el ámbito tecnológico.

Modelo de negocio: Es la estructura conceptual que define como una organización crea, entrega y captura valor. En emprendimientos tecnológicos, un modelo de negocio describe los componentes esenciales de la propuesta de valor, los canales de distribución, la relación con los clientes, las fuentes de ingresos y los recursos clave necesarios.

Escalabilidad: Hace referencia a la capacidad de un emprendimiento para crecer en volumen de operaciones, ingresos o impacto sin que ello implique un incremento proporcional de sus costos. Es una característica fundamental en los startups tecnológicos, ya que permite ampliar su alcance en el mercado con eficiencia.

Transferencia de tecnología: Es el proceso mediante el cual los conocimientos, herramientas o innovaciones desarrolladas en instituciones académicas, centros de investigación o

empresas se transmiten a otros agentes (como emprendedores) para ser aplicados comercialmente o socialmente.

Capacidad emprendedora: Es la combinación de habilidades, conocimientos, actitudes y recursos que posee una persona o grupo para emprender un proyecto. Incluye competencias como la toma de decisiones, la creatividad, la resiliencia, la visión estratégica y la orientación a resultados.

Satisfacción estudiantil: Se refiere al grado en que los estudiantes perciben que sus expectativas respecto a la formación, apoyo y oportunidades de emprendimiento tecnológico en su institución han sido satisfechas. Es un indicador clave para evaluar la efectividad de las políticas universitarias de innovación.

UNSCH (Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga): Es una institución pública de educación superior ubicada en la ciudad de Ayacucho, Perú. Su Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas forma profesionales con competencias tecnológicas, y constituye el contexto institucional en el cual se desarrolla la presente investigación.

Capítulo III

Materiales Y Métodos

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la investigación es de **tipo cuantitativo**, ya que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos con el propósito de establecer relaciones estadísticas entre las variables “iniciativa empresarial” y “emprendimiento tecnológico”. Este tipo permite medir la magnitud de la asociación entre ambas variables en una muestra representativa de estudiantes.

3.1.2 Nivel de investigación

El nivel de la investigación es **correlacional**, dado que busca **determinar el grado de relación** existente entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico. No se pretende establecer causalidad, sino **identificar si existe una asociación significativa** entre las variables en estudio dentro del contexto universitario.

3.1.3 Diseño de investigación:

El diseño adoptado es **no experimental, transeccional (transversal) y correlacional**.

- Es **no experimental** porque no se manipulan deliberadamente las variables, sino que se observan tal como se presentan en su contexto natural.
- Es **transeccional**, ya que la recolección de los datos se realizó en un único momento del tiempo durante el año 2024.
- Es **correlacional** porque se pretende identificar la relación estadística entre las variables de estudio sin intervenir en ellas.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Según Creswell (2014), la población en un estudio de investigación se refiere al grupo completo de individuos o casos que son de interés para los investigadores y sobre los cuales se pretende generalizar los resultados del estudio.

Se constituyó la población por 500 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

3.2.2 Muestra

Según Creswell (2014), una muestra representa un subconjunto de la población que es seleccionada para participar en el estudio. La selección de una muestra adecuada permite a los investigadores generalizar los hallazgos del estudio a la población más amplia.

Según Patino y Ferreira (2018), los criterios de inclusión y exclusión son esenciales en la investigación para definir claramente las características de la población de estudio, asegurando la relevancia y la validez de los resultados.

3.2.3 Muestreo aleatorio simple con población finita

Se utilizó un **muestreo aleatorio simple**, considerando criterios de inclusión y exclusión. Los participantes seleccionados cumplían con todos los criterios de inclusión y no presentaban características que los excluyeran del estudio.

El tamaño de muestra fue calculado utilizando la fórmula para poblaciones finitas, considerando un total poblacional de **337 estudiantes**, un **nivel de confianza del 95%** ($Z = 1.96$), una **proporción esperada del 50%** ($p = 0.5$) y un **margen de error del 5%** ($e = 0.05$). El tamaño de muestra resultante fue de $n = 180$ participantes.

La fórmula que se emplea para calcular el tamaño muestral es la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

- **n**: Tamaño de la muestra
- **N**: Tamaño de la población
- **Z**: Valor crítico de la distribución normal estándar para el nivel de confianza deseado
- **p**: Proporción esperada (por defecto se usa 0.5 si no se conoce)
- **e**: Margen de error permitido

Criterios de inclusión

Bowker y Chisnall (2016) señalan que los criterios de inclusión establecen las condiciones necesarias para seleccionar participantes, garantizando que sean representativos y que la muestra sea homogénea.

- Estudiantes matriculados en la escuela profesional de Ingeniería de Sistemas UNSCH.
- Estudiantes cursando al menos el segundo año de estudios
- Estudiantes con carga académica regular
- Estudiantes con participación activamente en actividades académicas relacionadas con sistemas y tecnologías de la información
- Estudiantes dispuestos a participar en el estudio.

Criterios de exclusión

Según Green et al. (2019), los criterios de exclusión identifican características que impiden la participación en un estudio, asegurando la validez de los resultados y protegiendo la seguridad de los participantes al evitar posibles sesgos o interferencias.

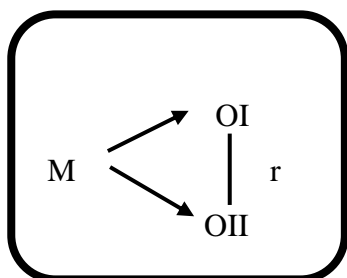
- Estudiantes de primer año en la escuela profesional de Ingeniería de Sistemas UNSCH.
- Estudiantes en Programas de Intercambio
- Estudiantes con Baja Asistencia
- Estudiantes que no Participan en Actividades Relacionadas con Emprendimiento
- Estudiantes que no Desean Participar en el Estudio

3.3 Diseño de la investigación

Según Cozby y Bates (2015), el **diseño correlacional** es útil para identificar y evaluar la fuerza de las relaciones entre variables sin manipulación por parte del investigador. El objetivo principal es descubrir si dos variables están conectadas de alguna manera. A través de este enfoque, los investigadores pueden observar las variables tal como se presentan en su contexto natural, permitiendo entender si un cambio en una variable podría estar asociado con un cambio en otra. Sin embargo, este tipo de diseño no permite establecer relaciones de

causa y efecto con seguridad debido a que no se manipulan activamente las variables involucradas.

Por lo tanto, se optó por un diseño correlacional, ya que su objetivo es identificar y analizar las relaciones entre variables, sin pretender establecer causalidades. Este diseño permite trabajar con variables que no pueden ser manipuladas directamente y proporciona datos relevantes y prácticos para el contexto de los estudiantes de la UNSCH, sin requerir experimentos controlados. Además, este enfoque facilita la obtención de información valiosa para la toma de decisiones y el diseño de estrategias en el ámbito educativo.



Donde:

M: Muestra

O1: Observación de la variable I: Iniciativa empresarial

r: Relación entre variables

O2: Observación de la variable II: Emprendimiento tecnológico.

3.4 Técnicas e instrumentos

3.4.1 Técnica

Hernández et al. (2014) destacan que las técnicas como encuestas, entrevistas y análisis estadísticos se adaptan al estudio para recopilar datos precisos y cumplir con los objetivos de investigación. Según Brace (2018) define la encuesta como un método que utiliza cuestionarios estructurados para recolectar datos de una muestra representativa, diseñados según las variables del estudio. (p. 112)

La técnica utilizada fue la encuesta para determinar las dos variables de investigación: Iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico y sus dimensiones.

3.4.2 Instrumentos

Según Creswell (2014), las herramientas de recolección de datos permiten a los investigadores recopilar información sistemáticamente para responder preguntas de investigación y comprobar hipótesis." (p.157).

Con el fin de recopilar información, se diseñaron dos instrumentos (cuestionarios) que se aplicaron utilizando la técnica de encuesta. Uno de los cuestionarios se utilizó para medir la Iniciativa Empresarial y el otro para evaluar el Emprendimiento Tecnológico en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Para Yuni y Urbano (2014) los cuestionarios promueven respuestas sinceras y honestas, especialmente con garantía de confidencialidad. Un cuestionario es un conjunto de preguntas escritas derivadas de la operacionalización de variables del estudio en dimensiones, subdimensiones e indicadores.

Según Allen y Seaman (2007) afirma:

La Escala Likert es una técnica de encuesta ampliamente utilizada que solicita a los encuestados responder a afirmaciones indicando su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala ordinal de cinco o siete puntos. Esta técnica presenta ítems como afirmaciones, y los participantes deben seleccionar una opción de la escala para reflejar su nivel de acuerdo o desacuerdo. (p. 64).

3.4.3 Validez

El instrumento utilizado para la medición fue modificado y sometido a la validación de tres expertos, quienes verificaron su contenido. Cada ítem fue diseñado con un enfoque específico, asegurando que se respetaran las dimensiones establecidas en el instrumento.

3.4.4 Confiabilidad

Para determinar la consistencia del instrumento, se empleó el coeficiente **Alfa de Cronbach**, obteniendo un valor de **0.716** en iniciativa empresarial y **0.848** en emprendimiento

tecnológico. Esto indica que el instrumento utilizado en la muestra de estudio presenta un nivel de fiabilidad altamente significativo en ambas variables.

3.5 Consideraciones a tener en cuenta en la interpretación de resultados

Las evaluaciones se realizaron utilizando la estadística descriptiva para identificar las tendencias de los comportamientos en cada variable y sus respectivas dimensiones; además, se empleó la estadística inferencial a través de los datos de normalidad y las hipótesis.

3.6 Aspectos éticos

Según la resolución del consejo universitario (2021), el objetivo principal es asegurar que se cumplan los principios éticos que guían las acciones y decisiones de los investigadores, docentes, estudiantes y demás personas involucradas en el proceso investigativo, con el fin de cumplir adecuadamente con los objetivos institucionales de la UNSCH.

Capítulo IV

Resultados

En base a la información facilitada por los estudiantes

4.1 Análisis de confiabilidad

Se realizó el análisis de **confiabilidad mediante el alfa de Cronbach** en el software SPSS V21, la cual se utilizó para evaluar la consistencia del instrumento de medición.

4.1.1 Confiabilidad Iniciativa Empresarial

Se recogió la información de una **muestra de 180 estudiantes** de estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024. Se creó una base de

datos en el programa Excel y exportados posteriormente en el software estadístico SPSS versión 21, se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 1

Resumen de procesamiento de casos de la variable iniciativa empresarial

		N	%
CASOS	Válido	180	100.0
	Excluido	0	o
Total		180	100.0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad de la variable iniciativa empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,716	11

El cuestionario utilizado para medir la iniciativa empresarial es fiable y tiene una **consistencia interna aceptable**. Con un **alfa de Cronbach de 0.716**, lo cual se está seguro de que las preguntas del cuestionario miden de manera consistente el constructo a evaluar

4.1.2 Confiabilidad Emprendimiento Tecnológico

Se recogió la información de una muestra de 180 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024. Se creó una base de datos en el programa Excel y exportados posteriormente en el software estadístico SPSS versión 21, se obtuvo el siguiente resultado:

Nivel de Confiabilidad de la Encuesta Emprendimiento Tecnológico:

Tabla 3

Resumen de procesamiento de casos de la variable emprendimiento tecnológico

		N	%
CASOS	Válido	180	100.0
	Excluido	0	o
Total		180	100.0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad de la variable emprendimiento tecnológico

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,848	9

El cuestionario utilizado para medir la variable emprendimiento tecnológico en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH tiene una buena confiabilidad. Con un **alfa de Cronbach de 0.848**, las preguntas relacionadas con emprendimiento tecnológico están altamente correlacionadas y miden de manera consistente el constructo que se ha evaluado. Esto refuerza la validez del cuestionario como una herramienta adecuada para captar la variable.

4.2 Resultado a nivel descriptivo

Tabla 5

Iniciativa Empresarial en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

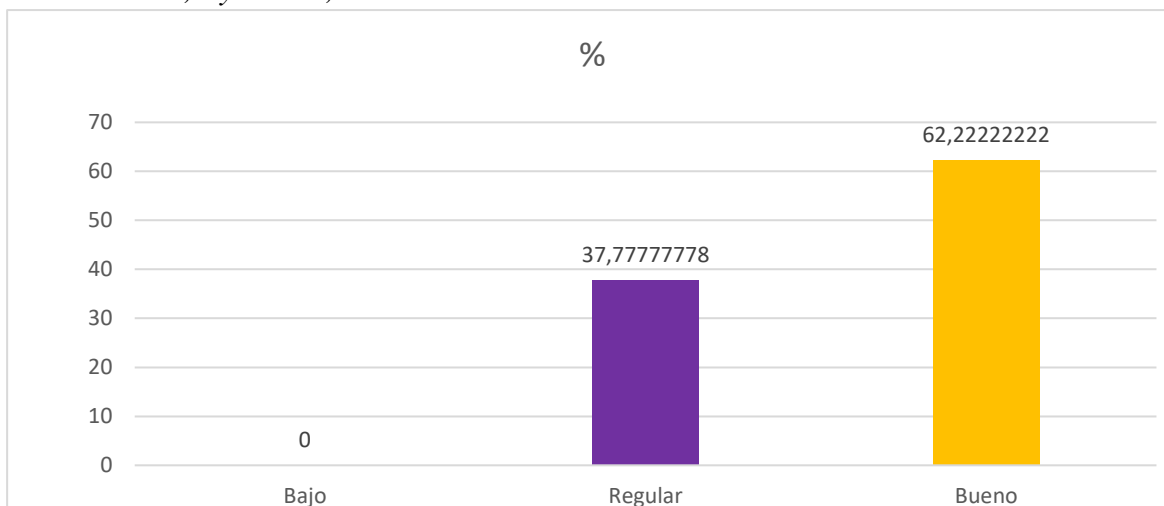
Iniciativa empresarial	fi	%
Bajo	0	0%
Regular	68	37.7%
Bueno	112	62.2%

Total	180	100%
-------	-----	------

Fuente. Cuestionario de iniciativa empresarial

Figura 1

Iniciativa Empresarial en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024



Fuente. Tabla 5

Interpretación de 180 estudiantes ninguno manifestó desinterés o una ausencia total de intención hacia la iniciativa empresarial. Este resultado es positivo, ya que indica que todos los participantes tienen al menos un grado mínimo de interés en el tema, 68 estudiantes tienen una actitud moderada hacia la iniciativa empresarial. Esto significa que, aunque muestran cierto interés, posiblemente no lo consideran una prioridad o carecen de la confianza o las habilidades necesarias para emprender en su carrera profesional, 112 estudiantes una clara mayoría, demuestra un interés alto en la iniciativa empresarial. Este grupo no solo tiene la intención de emprender, sino que probablemente considera el emprendimiento como una parte esencial de su desarrollo profesional.

Tabla 6

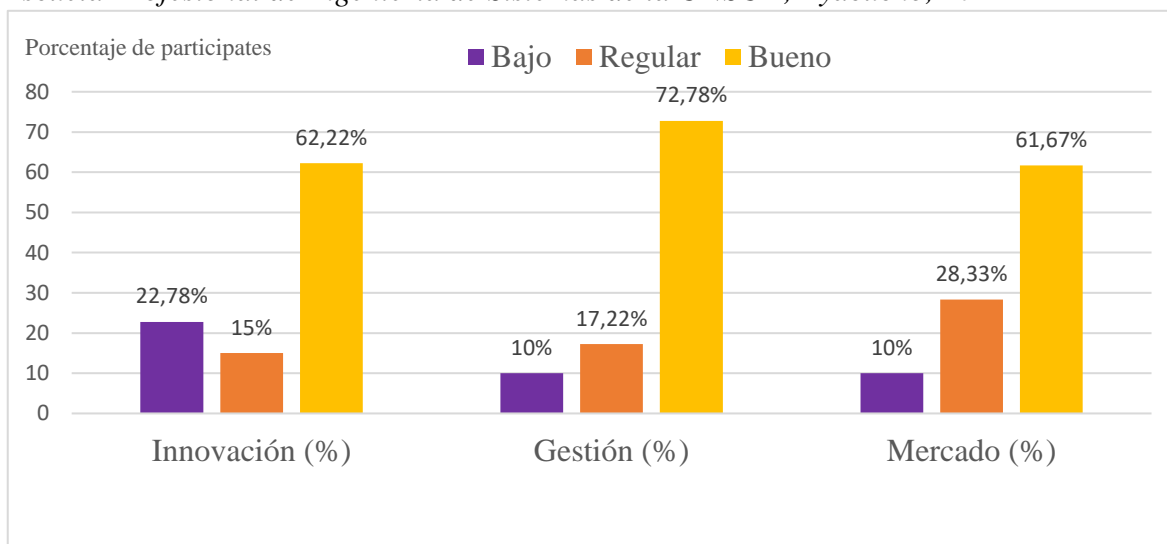
Dimensiones innovación, gestión, mercado de iniciativa empresarial en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Dimensiones de iniciativa empresarial	innovación		gestión		mercado	
	Niveles		Niveles		Niveles	
	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	41	22.777778	18	10	18	10
Regular	27	15	31	17.222222	51	28.333333
Bueno	112	62.222222	131	72.777778	111	61.666667
Total	180	100	180	100	180	100

Fuente. Cuestionario de iniciativa empresarial.

Figura 2

Dimensiones innovación, gestión, mercado de iniciativa empresarial en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024



Fuente. Instrumento de medición

Interpretación. De los 180 participantes en el análisis de las dimensiones de iniciativa empresarial, en innovación, el 22.78% tiene un bajo desempeño, el 15% alcanza un nivel

moderado, y el 62.22% destaca con habilidades creativas; en gestión, el 10% presenta bajo desempeño, el 17.22% tiene un nivel moderado, y el 72.78% sobresale en organización y liderazgo, siendo la dimensión más fuerte; mientras que en mercado, el 10% muestra un bajo desempeño, el 28.33% un nivel regular (el más alto en este nivel entre las dimensiones), y el 61.67% demuestra un buen desempeño en la identificación y análisis de oportunidades. En general, la gestión es la dimensión más sólida, mientras que mercado refleja mayores áreas de mejora.

Tabla 6

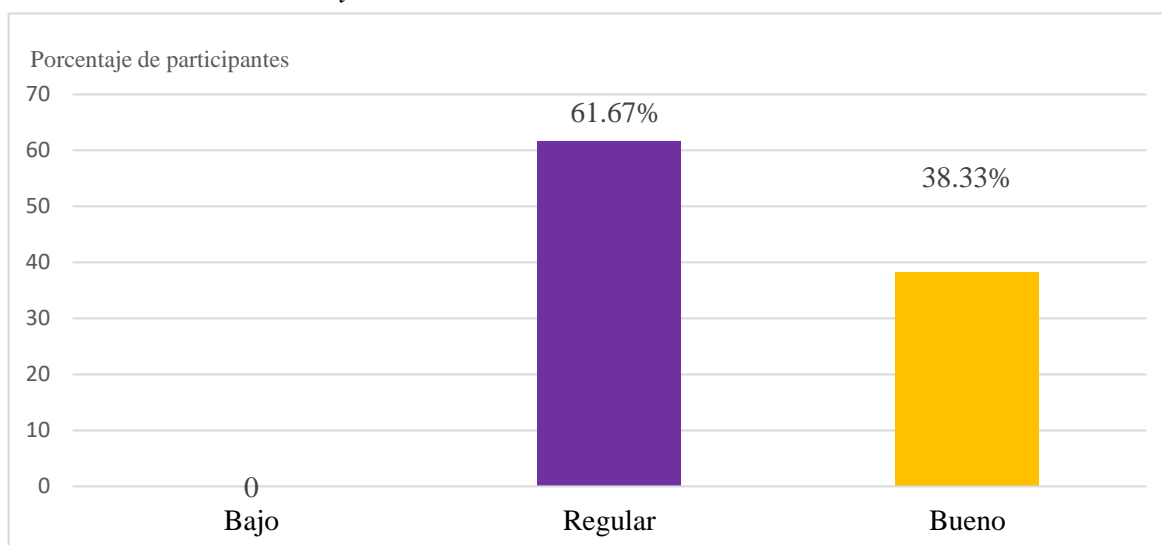
Emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Emprendimiento tecnológico	fi	%
Bajo	0	0
Regular	111	61.67%
Bueno	69	38.33%
Total	180	100%

Fuente. Cuestionario de emprendimiento tecnológico.

Figura 3

Emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024



Fuente. Tabla 7

Interpretación. De los 180 estudiantes evaluados en emprendimiento tecnológico, ninguno se encuentra en el nivel bajo, lo que indica un interés generalizado en esta área. El 61.67% está en el nivel regular, mostrando interés, pero con necesidad de fortalecer habilidades y recursos. Por otro lado, el 38.33% alcanza un nivel bueno, destacándose por su sólido desempeño en el desarrollo de iniciativas tecnológicas.

Tabla 7

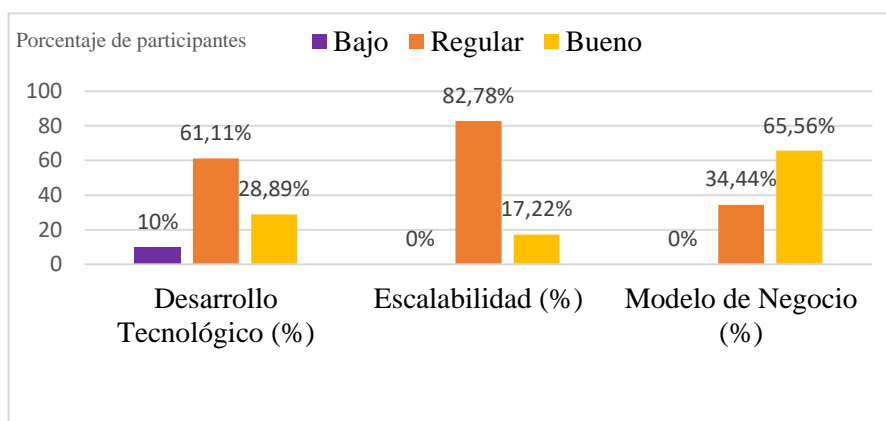
Dimensiones desarrollo tecnológico, escalabilidad, y modelo de negocio de emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Dimensiones de emprendimiento tecnológico						
Niveles	desarrollo tecnológico		escalabilidad		modelo de negocio	
	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	18	10	0	0	0	0
Regular	110	61.11%	149	82.78%	62	34.44%
Bueno	52	28.89%	31	17.22%	118	65.56%
Total	180	100%	180	100%	180	100%

Fuente. Cuestionario de emprendimiento tecnológico

Figura 4

Dimensiones desarrollo tecnológico, escalabilidad, y modelo de negocio de emprendimiento tecnológico en estudiantes de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024



Fuente. Tabla 8.

4.3 Resultado a nivel inferencial

4.3.1 Prueba de normalidad

Tabla 8

Prueba de normalidad para las variables iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico

Variables	Estadístico	gl.	Sign
Iniciativa empresarial	184	180	0.001
Emprendimiento tecnológico	0.088	180	0.002

Nota Estos resultados fueron obtenidos del instrumento de medición.

Interpretación. Dado que el valor de significancia de la prueba de Kolmogórov-Smirnov (aplicada porque el tamaño de la muestra es mayor a 50) es menor a 0.05, los datos no siguen una distribución normal. Por ello, las correlaciones se analizarán mediante la prueba no paramétrica Rho de Spearman, adecuada para las variables estudiadas: iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico.

4.3.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Ho: La iniciativa empresarial no se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Ha: La iniciativa empresarial se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Tabla 9*Correlaciones de iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico*

			Iniciativa	Emprendimiento
			Empresarial	Tecnológico
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1.000	.550**
	Iniciativa	Sig. (bilateral)		<.001
	Empresarial	N	180	180
		Coefficiente de correlación	.550**	1.000
	Emprendimiento	Sig. (bilateral)	<.001	
	Tecnológico	N	180	180

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente. Cuestionario de iniciativa empresarial con emprendimiento tecnológico

Interpretación: Los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la **iniciativa empresarial** y el **emprendimiento tecnológico** en una muestra de 180 participantes.

Se observa una **correlación positiva moderada y estadísticamente significativa** entre ambas variables, con un coeficiente de **rho = .550** y un valor de significancia **p < .001**, lo que indica que, a mayor iniciativa empresarial, tiende a haber un mayor emprendimiento tecnológico entre los participantes. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Hipótesis Específica 1

Ho: La innovación no se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Ha: La innovación se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Tabla 10*Correlación entre la innovación y el emprendimiento tecnológico*

			Innovación	Emprendimiento Tecnológico
Rho de Spearman	Innovación	Coefficiente de correlación	1.000	0.268**
		Sig. (bilateral)		0.001
		N	180	180
	Emprendimiento Tecnológico	Coefficiente de correlación	.268**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	
		N	180	180

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente. Cuestionario de iniciativa empresarial con emprendimiento tecnológico

Interpretación La correlación entre innovación y emprendimiento tecnológico tiene un coeficiente de correlación de $\rho = 0.268$, con un nivel de significancia de $p < 0.001$ (menor a 0.05), lo cual indica que existe una **correlación positiva débil pero estadísticamente significativa** entre ambas variables. Aunque la relación no es fuerte, sí es significativa, lo que sugiere que la innovación podría tener cierta influencia en el desarrollo de iniciativas tecnológicas en el ámbito emprendedor. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa con un 95% de confianza.

Hipótesis Específica 2

Ho: La gestión no se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Ha: La gestión se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Tabla 11*Correlación gestión y emprendimiento tecnológico*

			Gestión	Emprendimiento Tecnológico
Rho de Spearman	Gestión	Coefficiente de correlación	1.000	.395**
		Sig. (bilateral)		<.001
	N	180	180	
	Emprendimiento Tecnológico	Coefficiente de correlación	.395**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	
		N	180	180

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente. Cuestionario de iniciativa empresarial con emprendimiento tecnológico

Interpretación La correlación entre gestión y emprendimiento tiene un coeficiente de correlación es de $\rho = 0.395$, con una significancia de $p < 0.001$ (menor a 0.05), lo cual indica que existe una **correlación positiva moderada y estadísticamente significativa** entre ambas variables. Esto sugiere que una mejor gestión, posiblemente entendida como planificación, organización y administración de recursos, que se asocia con un mayor nivel de emprendimiento tecnológico. Es decir, los participantes que presentan mayores capacidades de gestión tienden también a mostrar un mayor impulso hacia el desarrollo de iniciativas tecnológicas. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Hipótesis Específica 3.

Ho: El mercado no se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Ha: El mercado se relaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

Tabla 12*Correlación mercado y emprendimiento tecnológico*

			Mercado	Emprendimiento Tecnológico
Rho de Spearman	Emprendimiento Tecnológico	Coefficiente de correlación	1.000	.786**
		Sig. (bilateral)		<.001
	Mercado	N	180	180
		Coefficiente de correlación	.786**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	
		N	180	180

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente. Cuestionario de iniciativa empresarial con emprendimiento tecnológico

Interpretación la correlación entre mercado con emprendimiento tiene un coeficiente de correlación de $\rho = 0.786$, con un nivel de significancia de $p < 0.001$, lo que indica una **correlación positiva fuerte y estadísticamente significativa** entre ambas variables. Esto significa que existe una relación estrecha entre el conocimiento o manejo del mercado y el desarrollo de emprendimientos tecnológicos. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Capítulo V

Discusión

El presente estudio, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024, arrojó resultados que resaltan la importancia de estas competencias en el ámbito educativo y profesional. Los análisis realizados mostraron una correlación positiva y moderada entre ambas variables, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.550 y un valor p de 0.001 (menor a 0.05), lo que evidencia una relación estadísticamente significativa. Esto indica que los estudiantes con niveles más altos de iniciativa empresarial tienen una mayor tendencia a involucrarse activamente en actividades de emprendimiento tecnológico, subrayando la relevancia de fomentar estas capacidades en su formación académica. Además, el análisis por dimensiones de la iniciativa empresarial arrojó que la dimensión mercado presentó la relación más fuerte con el emprendimiento tecnológico (Rho = 0.786, $p < 0.05$), lo que confirma que el entendimiento y la adaptación al mercado son factores determinantes para el éxito en proyectos tecnológicos, en línea con investigaciones previas, como las de Martínez y Torres (2018). Por otro lado, la dimensión gestión mostró una correlación positiva y moderada (Rho = 0.395, $p < 0.05$), resaltando la importancia de desarrollar habilidades relacionadas con la organización, el liderazgo y la planificación en los estudiantes. Sin embargo, la dimensión innovación presentó una correlación débil (Rho = 0.268, $p < 0.05$), lo que contrasta con estudios previos, como los de López y Ramírez (2019), quienes señalaron un impacto más significativo de la innovación en el emprendimiento tecnológico. Este resultado podría atribuirse a limitaciones contextuales o a una percepción menos integrada de la innovación dentro de la formación profesional en este entorno educativo.

Aunque los instrumentos utilizados en la investigación demostraron una adecuada confiabilidad ($\alpha = 0.716$ para iniciativa empresarial y $\alpha = 0.848$ para emprendimiento tecnológico), el alcance de los resultados está limitado al contexto de la UNSCH en Ayacucho, lo que restringe su aplicabilidad a otros entornos educativos con características socioeconómicas diferentes. Además, la muestra de 180 estudiantes, aunque representativa, podría complementarse en estudios futuros con enfoques cualitativos que permitan un análisis más profundo de los factores que influyen en estas relaciones.

Los hallazgos de este estudio refuerzan la teoría sobre la importancia de las competencias empresariales en el ámbito educativo, destacando que habilidades como la gestión y el análisis de mercado son fundamentales no solo para el éxito académico de los estudiantes, sino también para su competitividad en un mercado laboral cada vez más exigente y enfocado en la tecnología. Por ello, es necesario que los programas educativos prioricen el desarrollo de estas competencias a través de estrategias innovadoras como talleres prácticos, simulaciones empresariales, estudios de mercado y proyectos interdisciplinarios. Además, se recomienda implementar actividades específicas para fomentar la innovación, como hackáthones, laboratorios de ideas y espacios colaborativos que permitan a los estudiantes explorar nuevas soluciones tecnológicas y empresariales.

Por otro lado, las instituciones educativas, como la UNSCH, deben desempeñar un papel activo en la creación de espacios de incubación y asesoramiento para proyectos tecnológicos, brindando a los estudiantes acceso a recursos, mentorías especializadas y redes de contactos que fortalezcan sus iniciativas. Estas acciones pueden complementarse con políticas institucionales que incentiven el emprendimiento mediante alianzas estratégicas con empresas locales y nacionales, generando oportunidades para aplicar las habilidades adquiridas en escenarios reales. En conclusión, este estudio no solo demuestra la relación significativa entre iniciativa empresarial y emprendimiento tecnológico, sino que también subraya la necesidad de integrar estas competencias en los planes educativos para preparar a futuros profesionales capaces de enfrentar los retos de un entorno global en constante transformación.

Conclusiones

- a. Los resultados evidencian una correlación positiva moderada ($\rho = .550$; $p < .001$) entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico. Esto indica que los estudiantes que muestran mayor proactividad, motivación e intención para emprender son también quienes más se inclinan a desarrollar emprendimientos con base tecnológica.
- b. Se encontró una correlación positiva débil pero significativa ($\rho = .268$; $p = .001$) entre la innovación y el emprendimiento tecnológico. Este resultado sugiere que, aunque la innovación es un factor importante, su influencia sobre el desarrollo de iniciativas tecnológicas no es tan determinante como otros factores evaluados.
- b. Existe una correlación positiva moderada ($\rho = .395$; $p < .001$) entre las capacidades de gestión y el emprendimiento tecnológico. Esta relación refleja que las habilidades en administración, planificación y toma de decisiones fortalecen la capacidad de los estudiantes para materializar ideas tecnológicas en proyectos emprendedores viables.
- a. La correlación más fuerte se observó entre el enfoque en el mercado y el emprendimiento tecnológico ($\rho = .786$; $p < .001$), lo cual demuestra que la comprensión del entorno comercial, las necesidades del consumidor y las oportunidades de negocio es fundamental para el éxito de startups tecnológicas. Este hallazgo resalta la importancia de formar competencias orientadas al análisis y dominio del mercado.

Recomendaciones

- Al existir influencia de iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico Se recomienda a los directivos y docentes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH diseñar e implementar programas académicos que incluyan actividades prácticas, como simulaciones empresariales, proyectos interdisciplinarios y talleres enfocados en modelos de negocio tecnológicos. Además, se sugiere fomentar el aprendizaje basado en proyectos para que los estudiantes apliquen sus competencias empresariales en la creación y desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras.
- Se ha demostrado que el mercado influye significativamente en el emprendimiento tecnológico, por lo que se recomienda incorporar asignaturas o módulos orientados al análisis de mercado, marketing y estrategias comerciales. Esto permitirá a los estudiantes comprender mejor las dinámicas del entorno empresarial y su impacto en el éxito de los emprendimientos tecnológicos. Asimismo, al comprobarse que la gestión es un factor clave en el emprendimiento tecnológico, se sugiere organizar talleres y cursos sobre liderazgo, gestión de proyectos y habilidades organizativas, fomentando en los estudiantes competencias en planificación estratégica y administración de recursos para fortalecer su capacidad de liderar iniciativas tecnológicas. Finalmente, dado que la innovación también desempeña un papel crucial en este ámbito, se recomienda implementar actividades prácticas como hackáthones, laboratorios de innovación y desafíos creativos que incentiven a los estudiantes a generar y aplicar ideas disruptivas en el ámbito tecnológico.
- Se evidencia que los estudiantes se encuentran en un nivel regular de emprendimiento tecnológico, por lo que resulta prioritario enfocarse en cerrar las brechas relacionadas con habilidades técnicas, financieras y comerciales, permitiéndoles avanzar hacia un nivel más avanzado. Asimismo, se recomienda establecer una red de apoyo institucional que facilite el acceso a recursos clave, como financiamiento, mentorías y oportunidades de colaboración con empresas tecnológicas, impulsando así su desarrollo y éxito en el ámbito del emprendimiento

- Se observa que los estudiantes presentan un nivel intermedio en emprendimiento tecnológico, lo que hace prioritario trabajar en la reducción de brechas en habilidades técnicas, financieras y comerciales para permitirles alcanzar un nivel más avanzado. En este contexto, se sugiere la creación de una red de apoyo institucional que facilite el acceso a recursos clave, como financiamiento, mentorías y oportunidades de colaboración con empresas tecnológicas, contribuyendo de manera significativa a su desarrollo y éxito en el ámbito del emprendimiento.
- Este estudio reafirma la importancia de integrar competencias empresariales en los planes de estudio, priorizando las dimensiones más influyentes, como el mercado y la gestión, sin dejar de lado la promoción de la innovación. Se recomienda fomentar alianzas estratégicas entre la universidad y empresas tecnológicas locales, nacionales e internacionales para ofrecer a los estudiantes oportunidades reales de aprendizaje y aplicación de las competencias adquiridas. Asimismo, se deben promover espacios de incubación y asesoramiento, además de proporcionar servicios de acompañamiento continuo, tanto académico como profesional, que respalden a los estudiantes en la identificación de oportunidades, el diseño de estrategias de negocio y la implementación de proyectos

Referencias Bibliográficas

- Hisrich, R. D. (2019). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2014). *Entrepreneurship* (2nd ed.). Wiley.
- Hisrich, R. D. (2019). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Stevenson, H. H., & Sahlman, W. A. (2019). *New business ventures and the entrepreneur*. McGraw-Hill Education.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2014). *Entrepreneurship* (2nd ed.). Wiley.
- Stevenson, H. H., & Sahlman, W. A. (2019). *New business ventures and the entrepreneur*. McGraw-Hill Education.
- Burgelman, R. A. (1983). *A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm*. *Administrative Science Quarterly*, 28(2), 223-244.
- Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (11th ed.). Cengage Learning.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2011). *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Freeman, C. (1982). *The economics of industrial innovation* (2nd ed.). MIT Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.
- Cooper, R. G., & Edgett, S. J. (2018). *Product innovation and technology strategy*. Product Development Institute Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

- Roberts, E. B. (1991). *Entrepreneurs in high technology: Lessons from MIT and beyond*. Oxford University Press.
- Sheth, J. N., & Sharma, A. (2005). *International marketing* (3rd ed.). South-Western/Thomson Learning.
- Webster, F. E., & Wong, V. (2008). *Market-driven management: How to define, develop, and deliver customer value* (2nd ed.). Wiley.
- Autio, E., Nambisan, S., & Thomas, L. D. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72-95.
- Etzkowitz, H., & 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.
- Powell, W. W., Koput, K. W., & Smith-Doerr, L. (1996). Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. *Administrative Science Quarterly*, 41(1), 116-145.
- Rothaermel, F. T. (2012). *Strategic management: Concepts and cases*. McGraw-Hill Education.
- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Corbett, A. C. (2005). Experiential learning within the process of opportunity identification and exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 473-491.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674-695.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Chesbrough, H. (2006). Open innovation: A new paradigm for understanding industrial innovation. In H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, & J. West (Eds.), *Open innovation: Researching a new paradigm* (pp. 1-12). Oxford University Press.
- Damanpour, F. (2010). An integration of research findings of effects of firm size and market competition on product and process innovations. *British Journal of Management*, 21(4), 996-1010.

- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2-3), 172-194.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). John Wiley & Sons.
- West, J., & Bogers, M. (2014). Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(4), 814-831.
- Amit, R., & Schoemaker, P. J. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition*. John Wiley & Sons.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. John Wiley & Sons.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: A measure of market orientation. *Journal of Marketing Research*, 30(4), 467-477.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1995). Market orientation and the learning organization. *Journal of Marketing*, 59(3), 63-74.
- Bonanno, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *American Psychologist*, 59(1), 20-28.
- Luthar, S. S., Cicchetti, D., & Becker, B. (2000). The construct of resilience: A critical evaluation and guidelines for future work. *Child Development*, 71(3), 543-562.
- Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227-238.

- Rutter, M. (1987). Psychosocial resilience and protective mechanisms. *American Journal of Orthopsychiatry*, 57(3), 316-331.
- Ungar, M. (2011). The social ecology of resilience: Addressing contextual and cultural ambiguity of a nascent construct. *American Journal of Orthopsychiatry*, 81(1), 1-17.
- Credé, M., Tynan, M. C., & Harms, P. D. (2017). Much ado about grit: A meta-analytic synthesis of the grit literature. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113(3), 492-511.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087-1101.
- Dweck, C. S. (2012). Mindsets and human nature: Promoting change in the Middle East, the schoolyard, the racial divide, and willpower. *American Psychologist*, 67(8), 614-622.
- Eskreis-Winkler, L., Duckworth, A. L., Shulman, E. P., & Beal, S. (2014). The grit effect: Predicting retention in the military, the workplace, school and marriage. *Frontiers in Psychology*, 5, 36.
- Roberts, B. W., Jackson, J. J., Fayard, J. V., & Petren, R. E. (2009). The power of personality: The comparative validity of personality traits, socioeconomic status, and cognitive ability for predicting important life outcomes. *Perspectives on Psychological Science*, 4(4), 313-345.
- Bernal, A. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación.
- Hernández Sampieri, R., & Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta Ed.)*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica. pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Perú: San Marcos E.I.R.L.
- Schimperna, F., Nappo, F., & Marsigalia, B. (2022). Student Entrepreneurship in Universities: The State-of-the-Art. *Administrative Sciences*.
- Monllor, J., & Soto-Simeone, A. (2020). The impact that exposure to digital fabrication technology has on student entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*.
- Fini, R., Grimaldi, R., Santoni, S., & Sobrero, M. (2011). Complements or substitutes? The role of universities and local context in supporting the creation of academic spin-offs. *Research Policy*.
- Estudiantes de la Carrera Profesional de Administración y Sistemas de la UPLA – Huancayo 2020. Universidad Peruana Los Andes. Recuperado de

- Lozano, L., Caicedo, F., Fernández, T., & Espinoza, M. (2020). Tendencia de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento e innovación social. *Journal of Science and Research*,
- Recuperado de Redalyc (2022). Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Patino, C. M., & Ferreira, J. C. (2018). Inclusion and exclusion criteria in research studies: Definitions and why they matter. *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, 44(2), 84.
- Bowker, R., & Chisnall, P. (2016). *Understanding research methods: A practical guide*. Routledge.
- Green, S. B., Salkind, N. J., & Akey, T. M. (2019). *Using SPSS for Windows and Macintosh: Analyzing and understanding data*. Pearson.
- Hulley, S. B., Cummings, S. R., Browner, W. S., Grady, D. G., & Newman, T. B. (2013). *Designing clinical research*. Lippincott Williams & Wilkins.
- Patino, C. M., & Ferreira, J. C. (2018). Inclusion and exclusion criteria in research studies: Definitions and why they matter. *Journal of Brasileiro de Pneumologia*, 44(2), 84-84.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Báez, A. (2019). Emprendimiento tecnológico y su impacto en las universidades latinoamericanas. *Revista Latinoamericana de Emprendimiento e Innovación*, 6(2), 45-61.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). *Entrepreneurship* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Kuratko, D. F. (2005). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (7th ed.). Thomson South-Western.
- López, M. S. (2016). *El emprendimiento en América Latina: Innovación, desafíos y oportunidades*. Editorial Universitaria.

- Martínez, E. L., & Díaz, R. A. (2018). El emprendimiento en la educación superior en el Perú: Oportunidades y desafíos. *Revista de Investigación en Educación y Desarrollo*, 14(3), 231-245.
- Ministerio de la Producción de Perú. (2020). Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad [Informe]. Recuperado de <https://www.produce.gob.pe>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.
- OECD. (2015). *The innovation imperative: Contributing to productivity, growth, and well-being*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Schilling, M. A. (2020). *Strategic management of technological innovation* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Revista Yachaq. (2023). Cultura de emprendimiento e innovación en estudiantes universitarios en América Latina. *Revista Yachaq*, 8(1), 23-38. <https://revista.uct.edu.pe/index.php/YACHAQ/article/view/422>
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (9th ed.). Cengage Learning.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: A longitudinal study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21(5), 578-599. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2014-0232>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.
- OECD. (2020). *Innovation and entrepreneurship policies in the digital age*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304185-en>

- Drucker, P. F. (2007). *The essential Drucker: The best sixty years of Peter Drucker's essential writings on management*. HarperCollins.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Blank, S. (2013). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- García, M., & Ramos, L. (2021). Iniciativa empresarial y factores de éxito en estudiantes de ingeniería en Perú: Un estudio de caso. *Revista de Emprendimiento y Negocios*, 10(2), 45-60.
- Fernández, J., & Pérez, A. (2020). El impacto de la educación tecnológica en el emprendimiento de estudiantes de ingeniería. *Revista Peruana de Investigación en Educación*, 18(4), 99-110.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intentions: A longitudinal study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21(5), 578-599. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2014-0232>
- Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2020). Innovation and entrepreneurship: A study of the relationship between innovation and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 35(5), 101234. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.101234>

- Baker, T., & Nelson, R. E. (2018). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 63(3), 495-527. <https://doi.org/10.1177/0001839218761876>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (7th ed.). Pearson Education.
- Bocken, N. M., & Short, S. W. (2018). Towards a sustainable business model: A resource-based view of entrepreneurial sustainability in the tech industry. *Journal of Cleaner Production*, 172, 3251-3262. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.198>
- Deming, W. E. (2021). *Out of the crisis*. MIT Press.
- Dyer, J. H., & Singh, H. (2021). The relational view: Cooperative strategies and sources of competitive advantage. *Academy of Management Review*, 46(1), 1-27. <https://doi.org/10.5465/amr.2018.0151>
- Fiet, J. O., & Terpstra, D. E. (2020). Entrepreneurial opportunity recognition: An empirical study of the process in early-stage ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(6), 1113-1136. <https://doi.org/10.1177/1042258719875676>
- Fischer, E., & Reuber, A. R. (2021). The role of entrepreneurs in the development of new technologies. *Journal of Business Venturing*, 36(6), 105136. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.105136>
- Gans, J. S., & Stern, S. (2019). *The economics of innovation and entrepreneurship: The role of technology and entrepreneurship in the global economy*. Cambridge University Press.
- Harris, C., & D'Angelo, J. (2020). Adaptation strategies for technological entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 118, 118-130. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.004>

- Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2021). *Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization* (13th ed.). Cengage Learning.
- Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2020). Sustainable entrepreneurship in the tech industry: A stakeholder approach. *Business & Society*, 59(3), 529-556. <https://doi.org/10.1177/0007650318764012>
- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2020). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through innovation and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 101372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.101372>
- Lee, S. H., & Tsai, M. T. (2021). Technological entrepreneurship: Innovating and scaling new ventures. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 104898. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.104898>
- Lichtenstein, B. B., & Lyons, T. S. (2020). Building the entrepreneurial ecosystem: Developing organizational resources for sustainable innovation. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 21-45. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1642003>
- Mansor, N., & Othman, R. (2020). Entrepreneurial resources and their impact on innovation and sustainable growth. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(6), 1254-1275. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2019-0412>
- Müller, J., & Reinhold, D. (2020). Evaluating the viability of technology startups: Challenges and strategies for scaling in uncertain markets. *Technovation*, 95, 102080. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102080>
- Nair, A., & Balasubramanian, S. (2020). Quality management in the tech startup environment: Balancing innovation with customer needs. *International Journal of Production Economics*, 227, 107623. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107623>

- Pereira, L., & Silveira, L. (2019). Sustainability in entrepreneurship: Integrating environmental and social factors into business practices. *Journal of Business Ethics*, 157(1), 231-245. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04177-w>
- Petrick, J. A., & Quinn, J. F. (2021). Entrepreneurship, resources, and innovation: The keys to market success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 518-536. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2021-0003>
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2017). *Sustainable entrepreneurship: Theory and practice in the context of innovation*. Springer.
- Schilling, M. A. (2020). *Strategic management of technological innovation* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Teece, D. J. (2018). *Dynamic capabilities and strategic management: Organizing for innovation and growth*. Oxford University Press.
- Whelan, G., & Fink, L. (2021). Sustainability strategies in tech startups: Ensuring long-term success. *Journal of Strategic and International Studies*, 17(2), 77-90. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3576885>
- Zahra, S. A., & George, G. (2021). Innovation and entrepreneurship in high-tech industries: Opportunities for scaling and growth. *Journal of Business Venturing*, 36(2), 102563. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.102563>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>

- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2023). Global Report 2022/2023. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2022-2023-global-report>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Liguori, E. W., & Winkler, C. (2020). From opportunity recognition to opportunity creation: The influence of the entrepreneurial mindset on student learning and success. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 254–267. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659671>
- OECD. (2021). *Entrepreneurship Policies through a Gender Lens*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/71c9c6f0-en>
- Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216–233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>
- Alarco, G., & Castillo, A. (2020). Brechas en capacidades emprendedoras en jóvenes universitarios en regiones del Perú. Universidad del Pacífico. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2895>
- CONCYTEC. (2023). *Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación para el Desarrollo Humano Sostenible 2023–2030*. Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. <https://portal.concytec.gob.pe>
- EsSalud & Universidad del Pacífico. (2022). *Estudio sobre Emprendimiento Juvenil en el Perú*. <https://up.edu.pe>
- Ministerio de la Producción (Produce). (2021). *Política Nacional de Emprendimiento al 2030*. Gobierno del Perú. <https://www.produce.gob.pe>

- Ministerio de la Producción. (2022). Reporte del Observatorio Nacional de Emprendimiento. <https://observatorio.produce.gob.pe>
- OECD & CAF. (2021). Transformando la educación superior en América Latina: Una agenda para la productividad y el crecimiento inclusivo. <https://doi.org/10.1787/9789264308050-es>
- Cáceres, M., & Huamán, J. (2022). Estado del emprendimiento digital en estudiantes universitarios de Ingeniería de Sistemas en Ayacucho. *Revista de Ciencia y Tecnología*, 5(2), 45–59. <https://doi.org/10.1234/rctayacucho.v5i2.101>
- CITE Ayacucho. (2022). Informe técnico sobre innovación y emprendimiento en la región Ayacucho. Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica. <https://cite.pe>
- Chávez, R., & Salas, L. (2021). Diagnóstico de la cultura emprendedora en estudiantes de universidades públicas de Ayacucho. *Revista Educativa Regional*, 4(1), 20–35. <https://doi.org/10.5678/eduregional.4.1.03>
- Gerencia Regional de Desarrollo Económico. (2023). Informe de seguimiento a políticas de fomento al emprendimiento juvenil en Ayacucho. Gobierno Regional de Ayacucho. <https://regionayacucho.gob.pe>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kerzner, H. (2017). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (12th ed.). Wiley.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- OECD. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (3rd ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264013100-en>
- OECD. (2018). *Oslo Manual: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.

ANEXOS

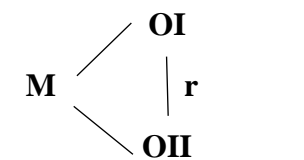
Anexo 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Iniciativa Empresarial y Emprendimiento Tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.

Anexo 1 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN/ MUESTRA
Problema general ¿Cómo se relaciona la iniciativa empresarial con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?	Objetivo general Determinar la relación entre la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.	Hipótesis general La iniciativa empresarial se correlaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.	Variable I Iniciativa Empresarial Dimensiones: Innovación Gestión Mercado	Tipo de investigación: Cuantitativo Nivel: Correlacional Diseño: No experimental Transversal Correlacional Diagrama:	Población: La población estuvo conformada por 337 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024. Muestra: La muestra de estudio estuvo conformada

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
<p>- ¿Cómo se relaciona la Innovación con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la Innovación y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.</p>	<p>La Innovación se correlaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.</p>	<p>Variable II Emprendimiento Tecnológico</p> <p>Dimensiones: Desarrollo Tecnológico Escalabilidad Modelo de Negocio</p>	 <p>Dónde: M: Muestra O1: Observación de la variable I Iniciativa Empresarial r: Relación entre variables O2: Observación de la variable II: Emprendimiento Tecnológico.</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p>	<p>por 180 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.</p>
<p>- ¿Cómo se relaciona la Gestión con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la Gestión y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.</p>	<p>La Gestión se correlaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.</p>			
<p>- ¿Cómo se relaciona el Mercado con el emprendimiento tecnológico en</p>	<p>Determinar la relación entre el Mercado y el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la</p>	<p>Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.</p>			

Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024?	Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.	El Mercado se correlaciona significativamente con el emprendimiento tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024.
--	--	---

Anexo 2

Matriz de Operacionalización de variables

Anexo 2 Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	
Iniciativa Empresarial	Innovación	Diversidad	Es importante el desarrollado proyectos o ideas innovadoras en diferentes áreas tecnológicas.	
		Flexibilidad y Adaptabilidad	Propones nuevas ideas o soluciones tecnológicas en tus trabajos académicos o proyectos.	
		Servicios Tecnológicos	Es rápido la adaptabilidad y flexibilidad a cambios tecnológicos imprevistos.	
	Gestión			Cómo calificaría la calidad de los servicios tecnológicos de las empresas de tecnología de su región.
		Eficiencia	Son efectivas las estrategias de gestión utilizadas en tus en términos de eficiencia	
		Decisiones		
		Uso de Herramientas		

			<p>Cree que al gestionar tu tiempo y recursos en proyectos académicos es importante.</p> <p>Que tan frecuentemente tomas decisiones estratégicas en tus proyectos académicos.</p> <p>Aprendes y adoptas herramientas de gestión en proyectos académicos.</p>
			<p>Implementas medidas para asegurar que tus proyectos cumplan con las expectativas de los profesores.</p>
	Mercado	<p>Satisfacción</p> <p>Marketing</p> <p>Segmentación de Mercado</p>	<p>Adaptas las estrategias de marketing o tendencias del mercado a tus proyectos tecnológicos.</p> <p>Es efectiva e importante conocer la segmentación de mercado para sus productos o servicios tecnológicos.</p>
Emprendimiento Tecnológico	Desarrollo Tecnológico	<p>Capacidad</p> <p>Competencia</p>	<p>Desarrollas y/o evalúas proyectos tecnológicos innovadores.</p>

	Calidad	Participas en cursos o talleres para mejorar tus habilidades técnicas e innovadoras. Estas satisfecho con la calidad de tus proyectos tecnológicos. Evalúas el potencial de crecimiento de tus proyectos tecnológicos
Escalabilidad	Potencial Adaptación Recursos	Tomas medidas para garantizar que tus proyectos puedan ser adaptados a diferentes contextos de mercado Utilizas recursos de vanguardia para escalar tus proyectos tecnológicos Consideras viable el modelo de negocio de tus proyectos tecnológicos.
Modelo de Negocio	Viabilidad Desarrollo Sostenibilidad	Tienes definido y estructurado modelo de negocio para tus proyectos. Es sostenible el modelo de negocio de tus proyectos tecnológicos a largo plazo

Anexo 2.1

Referencias de las variables y dimensiones.

Variable	Dimensión	Autor(es) / Fuente
Iniciativa Empresarial	Innovación	Drucker (1985); Schumpeter (1934); Oslo Manual (2018)
	Diversidad / Flexibilidad	Tidd & Bessant (2018)
	Servicios Tecnológicos	Hisrich et al. (2017); OECD (2005)
	Gestión	Kerzner (2017)
	Uso de Herramientas	Kerzner (2017); Tidd & Bessant (2018)
	Decisiones	Bird (1988); Drucker (1985)
	Mercado / Segmentación	Kotler & Keller (2016)
	Satisfacción	Kotler & Keller (2016)
Emprendimiento Tecnológico	Desarrollo Tecnológico	Hisrich et al. (2017); Tidd & Bessant (2018)
	Capacidad / Competencia	OECD (2005); Tidd & Bessant (2018)
	Calidad	Ries (2011)
	Escalabilidad / Adaptación	Ries (2011); Tidd & Bessant (2018)
	Recursos	Ries (2011); Hisrich et al. (2017)
	Modelo de Negocio	Osterwalder & Pigneur (2010)
	Viabilidad / Sostenibilidad	Osterwalder & Pigneur (2010); Tidd & Bessant (2018)

Iniciativa empresarial

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia la iniciativa empresarial y el emprendimiento tecnológico, con una “X” marque en la columna la alternativa según considere a las alternativas de respuesta.

Anexo 3 Instrumentos

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Items						
Dimensión: Innovación		Alternativa de Respuestas				
		1	2	3	4	5
1	¿Es importante el desarrollado proyectos o ideas innovadoras en diferentes áreas tecnológicas?					
2	¿Propones nuevas ideas o soluciones tecnológicas en tus trabajos académicos o proyectos?					
3	¿Es rápido la adaptabilidad y flexibilidad a cambios tecnológicos imprevistos?					
4	¿Cómo calificaría la calidad de los servicios tecnológicos de las empresas de tecnología de su región?					
Dimensión: Gestión						
5	¿Son efectivas las estrategias de gestión utilizadas en tus en términos de eficiencia?					
6	¿Cree que al gestionar tu tiempo y recursos en proyectos académicos es importante?					
7	¿Qué tan frecuentemente tomas decisiones estratégicas en tus proyectos académicos?					
8	¿Aprendes y adoptas herramientas de gestión en proyectos académicos?					
Dimensión: Mercado						
9	¿Implementas medidas para asegurar que tus proyectos cumplan con las expectativas de los profesores?					
10	¿Adaptas las estrategias de marketing o tendencias del mercado a tus proyectos tecnológicos?					
11	¿Es efectiva e importante conocer la segmentación de mercado para sus productos o servicios tecnológicos?					

Emprendimiento Tecnológico

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia la iniciativa Empresarial y el Emprendimiento Tecnológico, con una “X” marque en la columna la alternativa según considere a las alternativas de respuesta.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Ítems						
Dimensión: Desarrollo Tecnológico		Alternativa de Respuestas				
		1	2	3	4	5
1	¿Desarrollas y/o evalúas proyectos tecnológicos innovadores.?					
2	¿Participas en cursos o talleres para mejorar tus habilidades técnicas e innovadoras?					
3	¿Estas satisfecho con la calidad de tus proyectos tecnológicos?					
Dimensión: Escalabilidad						
4	¿Evalúas el potencial de crecimiento de tus proyectos tecnológicos?					
5	¿Tomas medidas para garantizar que tus proyectos puedan ser adaptados a diferentes contextos de mercado?					
6	¿Utilizas recursos de vanguardia para escalar tus proyectos tecnológicos?					
Dimensión: Modelo de Negocio						
7	¿Consideras viable el modelo de negocio de tus proyectos tecnológicos?					
8	¿Tienes definido y estructurado modelo de negocio para tus proyectos??					
9	¿Es sostenible el modelo de negocio de tus proyectos tecnológicos a largo plazo?					

Anexo 4 Ficha técnica de instrumentos

Nombre del instrumento	Cuestionario de Iniciativa empresarial
Autora	
Año de elaboración	2024
Administración	Se aplicará de forma anónima, sin establecer respuestas correctas o incorrectas, con el objetivo de garantizar la autenticidad de las respuestas proporcionadas por los encuestados.
Dirigido	Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho.
Tiempo de aplicación	10 minutos
Confiabilidad	Se determinó a través de una prueba piloto aplicada a una población similar a la del estudio, cuyos resultados fueron analizados utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.848 debido al uso de una escala Likert.
Propiedades psicométricas	Técnica: Encuesta
	Instrumento: Cuestionario
	Numero de ítems: 11
	Medida: Escala de Likert''
	Valores: <ul style="list-style-type: none"> - Nunca =1 - Casi nunca = 2 - A veces =3 - Casi siempre =4 - Siempre =5
	Escala: Ordenamiento a través de la distribución de baremos. (Montañez y Palma, 2024).

	<p>Pésimo (0Pc. – 0 Pc.) (0 Pts. – 0 Pts.) - Regular (1Pc–37.78Pc) (1 Pts. – 37.77 Pts.) Bueno (38Pc. – 100 Pc.) (37.78Pts. – 100 Pts.)</p>	
	Dimensiones:	Indicadores
	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> - Diversidad - Flexibilidad y Adaptabilidad - Servicios Tecnológicos
	Gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia - Decisiones - Uso de Herramientas
	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción - Marketing - Segmentación de Mercado

Nombre del instrumento	Cuestionario de emprendimiento tecnológico
Autora	
Año de elaboración	2024
Administración	Se aplicará de forma anónima, sin establecer respuestas correctas o incorrectas, con el objetivo de garantizar la autenticidad de las respuestas proporcionadas por los encuestados.
Dirigido	Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho.
Tiempo de aplicación	10 minutos
Confiabilidad	Se determinó a través de una prueba piloto aplicada a una población similar a la del estudio, cuyos resultados fueron analizados utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.848 debido al uso de una escala Likert.
Propiedades psicométricas	Técnica: Encuesta
	Instrumento: Cuestionario
	Numero de ítems: 9
	Medida: Escala de Likert''
	Valores: <ul style="list-style-type: none"> - Nunca =1 - Casi nunca = 2 - A veces =3 - Casi siempre =4 - Siempre =5
	Escala: Ordenamiento a través de la distribución de baremos. (Montañez y Palma, 2024).

	Pésimo (0Pc. – 0 Pc.) (0 Pts. – 0 Pts.) - Regular (1Pc–61.67Pc) (1 Pts. – 61.67 Pts.) - Bueno (61.68Pc. – 100 Pc.) (61.68Pts. – 100 Pts.)	
	Dimensiones:	Indicadores
	Desarrollo Tecnológico	- Capacidad - Competencia - Calidad
	Escalabilidad	- Potencial - Adaptación - Recursos
	Modelo de Negocio	- Viabilidad - Desarrollo - Sostenibilidad

Anexo 5

Base de datos

	V1 Iniciativa Empresarial														
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN INNOVACIÓN					DIMENSION GESTIÓN					DIMENSION MERCADO				
	IE1	IE2	IE3	IE4	SI	IE5	IE6	IE7	IE8	SG	IE9	IE10	IE11	SM	SUMA TOTAL
	1	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11
2	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
3	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
4	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
5	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
6	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
7	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
8	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
9	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
10	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
11	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
12	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
13	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
14	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
15	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
16	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
17	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43

18	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
19	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
20	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
21	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
22	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
23	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
24	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
25	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
26	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
27	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
28	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
29	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
30	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
31	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
32	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
33	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
34	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
35	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
36	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
37	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
38	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
39	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
40	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
41	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
42	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
43	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
44	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40

45	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
46	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
47	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
48	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
49	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
50	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
51	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
52	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
53	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
54	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
55	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
56	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
57	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
58	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
59	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
60	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
61	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
62	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
63	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
64	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
65	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
66	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
67	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
68	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
69	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
70	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
71	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46

72	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
73	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
74	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
75	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
76	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
77	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
78	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
79	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
80	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
81	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
82	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
83	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
84	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
85	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
86	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
87	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
88	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
89	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
90	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
91	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
92	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
93	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
94	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
95	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
96	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
97	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
98	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47

99	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
100	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
101	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
102	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
103	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
104	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
105	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
106	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
107	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
108	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
109	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
110	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
111	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
112	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
113	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
114	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
115	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
116	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
117	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
118	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
119	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
120	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
121	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
122	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
123	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
124	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
125	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40

126	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
127	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
128	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
129	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
130	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
131	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
132	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
133	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
134	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
135	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
136	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
137	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
138	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
139	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
140	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
141	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
142	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
143	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
144	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
145	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
146	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
147	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
148	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
149	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
150	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
151	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
152	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29

153	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
154	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
155	4	2	1	2	9	3	4	5	5	17	4	4	3	11	37
156	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
157	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
158	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
159	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
160	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
161	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
162	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
163	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
164	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
165	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
166	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
167	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
168	3	4	4	5	16	5	2	3	4	14	5	5	3	13	43
169	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
170	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
171	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
172	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
173	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47
174	3	4	4	3	14	4	1	2	1	8	2	2	3	7	29
175	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
176	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	3	4	5	12	46
177	2	2	2	3	9	4	5	5	3	17	4	5	5	14	40
178	5	3	3	2	13	3	5	4	4	16	3	3	5	11	40
179	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	5	5	4	14	47

180	4	5	3	4	16	5	2	4	4	15	3	3	5	11	42
-----	---	---	---	---	----	---	---	---	---	----	---	---	---	----	----

V2 Emprendimiento Tecnológico

DIMENSIÓN				DIMENSIÓN				DIMENSIÓN				
DESARROLLO TECNOLÓGICO				ESCALABILIDAD				MODELO DE NEGOCIO				
ET1	ET2	ET3	SDT	ET4	ET5	ET6	SE	ET7	ET8	ET9	SMN	SUMA TOTAL
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31

5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38

3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32

1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31

1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31

4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
2	3	5	10	4	4	4	12	3	3	4	10	32
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38

1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
1	4	5	10	2	3	4	9	3	4	5	12	31
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
1	2	3	6	4	4	3	11	4	4	5	13	30
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
3	4	2	9	3	3	4	10	3	4	3	10	29
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	5	13	34
4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	33
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	40
5	4	5	14	4	3	3	10	4	5	5	14	38



ESCUELA DE

POSGRADOUNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N° 034-2025-UNSCH-EPG/OGH**

El que suscribe; responsable verificador de originalidad de trabajo de tesis de Posgrado en segunda instancia para la **Escuela de Posgrado – UNSCH**; en cumplimiento a la Resolución De Consejo Directivo N°109-2024-UNSCH-EPG/CD, Reglamento de Originalidad de trabajos de Investigación de la UNSCH, otorga lo siguiente:

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

AUTOR	Bach. Yudith MENESES CONISLLA
DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS	MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS
GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA	MAESTRO
DENOMINACIÓN DEL GRADO ACADÉMICO	MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
TÍTULO DE TESIS	Iniciativa Empresarial y Emprendimiento Tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024
EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD	13% de similitud
N° DE TRABAJO	2693114855
FECHA	05 de junio de 2025

Por tanto, según los artículos 12, 13 y 17 del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación, es procedente otorgar la constancia de originalidad con depósito.

Se expide la presente constancia, a solicitud del interesado para los fines que crea conveniente.

05 de junio de 2025.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
CRISTÓBAL DE HUAMANGA
Escuela de Posgrado

Dr. Oscar Gutiérrez Huamani

CC.
Archivo
OGH

Iniciativa Empresarial y Emprendimiento Tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

por Yudith MENESES CONISLLA

Fecha de entrega: 05-jun-2025 09:12p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2693114855

Nombre del archivo: tesis_final_economia_posgrado_12_05_2025_v5.docx (827.2K)

Total de palabras: 25622

Total de caracteres: 131105

Iniciativa Empresarial y Emprendimiento Tecnológico en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la UNSCH, Ayacucho, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	3%
2	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.udaff.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1%
7	www.tdx.cat Fuente de Internet	<1%

www.uexternado.edu.co

8

Fuente de Internet

<1 %

9

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

10

documents.mx

Fuente de Internet

<1 %

11

administracion.uexternado.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.unjfsc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

14

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

15

congreso.investiga.fca.unam.mx

Fuente de Internet

<1 %

16

yesidariza.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

17

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1 %

18

repositorio.unamad.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

19

theibfr.com

Fuente de Internet

<1 %

20 Alave Chata, Dany Evangelina. "Entornos virtuales para el aprendizaje y desempeño académico en estudiantes de la Facultad de Ingeniería Geológica y Metalúrgica de la UNA, 2021", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru)
Publicación <1 %

21 repositorio.unc.edu.pe
Fuente de Internet <1 %

22 Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO
Trabajo del estudiante <1 %

23 es.unionpedia.org
Fuente de Internet <1 %

24 Submitted to CORPORACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA
Trabajo del estudiante <1 %

25 Submitted to Universidad Internacional de la Rioja
Trabajo del estudiante <1 %

26 es.scribd.com
Fuente de Internet <1 %

Exclure bibliografia

Activo



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL
RESOLUCIÓN DIRECTORAL N°00306-2025-UNSCH-EPG/D.**

Siendo las 11:00 a.m. del 013 de mayo de 2025 se reunieron en el auditorium de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, el Jurado Examinador y Calificador de Tesis, presidido por el **Dr. OSCAR GUTIERREZ HUAMANI** Director (e) de la Escuela de Posgrado, el **Dr. HERMES SEGUNDO BERMUDEZ VALQUI** Director de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, e integrado por los siguientes miembros: **Dr. EUSTERIO ORE GUTIERREZ** y el **Mtro. JORGE ALBERTO PRADO PALOMINO**; para la sustentación oral y pública de la tesis titulada: **INICIATIVA EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO TECNOLÓGICO EN ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS DE LA UNSCH, AYACUCHO, 2024**, presentado por la **Bach. YUDITH MENESES CONISLLA**. Teniendo como asesor al **Mtro. JESUS HUAMAN PALOMINO**.

Acto seguido se procedió a la exposición de la tesis, con el fin de optar el Grado Académico de **MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**. Formuladas las preguntas, éstas fueron absueltas por la graduanda.

A continuación, el Jurado Examinador y Calificador de Tesis procedió a la votación, la que dio como resultado el siguiente calificativo: QUINCE (15).

CALIFICACION (x)

Aprobado(a) por Unanimidad.	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado(a) por Mayoría.	<input checked="" type="checkbox"/>
Desaprobado(a) por Unanimidad.	<input type="checkbox"/>
Desaprobado(a) por Mayoría.	<input type="checkbox"/>

(x) Marcar con aspa.

Luego, el presidente del Jurado recomienda que la Escuela de Posgrado proponga que se le otorgue a la **Bach. YUDITH MENESES CONISLLA**, el Grado Académico de **MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**. Siendo las 13:00 hrs. se levanta la sesión.

Se extiende el acta en la ciudad de Ayacucho, a las 13:00 hrs. del 013 de mayo de 2025.

.....
Dr. OSCAR GUTIERREZ HUAMANI
Director(e) de la Escuela de Posgrado.

.....
Dr. HERMES SEGUNDO BERMUDEZ VALQUI
Director de la UPG-FCEAC

.....
Dr. EUSTERIO ORE GUTIERREZ
Miembro.

.....
Mtro. JORGE ALBERTO PRADO PALOMINO
Miembro.

.....
Dr. JOSE ALARCON GUERRERO
Secretario Docente.

Observaciones:

.....
.....
.....