

Descomponiendo la actitud: efectos por dimensiones del emprendimiento universitario en Lima Norte

Decomposing Attitude: Dimension-Specific Effects on University Entrepreneurship in North Lima

Fernando Eliseo Ramos Pantoja¹  framosp14@ucvvirtual.edu.pe

Eric Gustavo Coronel Castillo²  gcoronel@uni.edu.pe

¹Universidad Cesar Vallejo, Perú

²Universidad Nacional de Ingeniería, Perú

RESUMEN

Se estimó la influencia de la actitud, desagregada en componentes afectivo, cognitivo y conductual, sobre las dimensiones personal, social y productiva del emprendimiento universitario en un estudio cuantitativo, no experimental y transversal con 118 estudiantes; se utilizaron instrumentos validados y adaptados al contexto peruano y se aplicó regresión logística ordinal con enlace logit para un modelo general y modelos por dimensión; los resultados mostraron predominio de niveles altos de actitud y emprendimiento, con concentración moderada en la dimensión productiva; el modelo global presentó ajuste significativo y tamaño de efecto moderado según el pseudo-R² de Nagelkerke, mientras que los modelos por dimensión evidenciaron heterogeneidad con mayor magnitud en las dimensiones social y productiva; se concluye que la actitud se asocia de forma significativa con el emprendimiento y que la brecha productiva requiere reforzar competencias de planificación, gestión y ejecución en el currículo, en coherencia con el Objetivo de Desarrollo Sostenible

Palabras clave: actitud emprendedora; emprendimiento universitario; regresión logística ordinal; dimensiones del emprendimiento.

ABSTRACT

This study estimated the influence of attitude—decomposed into affective, cognitive, and behavioral components—on the personal, social, and productive dimensions of university entrepreneurship in a quantitative, non-experimental, cross-sectional design with 118 students; validated instruments adapted to the Peruvian context were used, and ordinal logistic regression with a logit link was applied to a global model and dimension-specific models; results showed high levels of attitude and entrepreneurship, with moderate concentration in the productive dimension; the global model exhibited significant fit and a moderate effect size according to Nagelkerke's pseudo- R^2 , while dimension-specific models revealed heterogeneity with larger effects for social and productive outcomes; we conclude that attitude is significantly associated with university entrepreneurship and that the productive gap calls for strengthening planning, management, and execution competencies in the curriculum, aligned with Sustainable Development Goal 8.

Keywords: *entrepreneurial attitude; university entrepreneurship; ordinal logistic regression; entrepreneurial dimensions.*

Recibido: 5/11/2025

Aprobado: 5/1/2026

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento juvenil es un mecanismo reconocido para dinamizar el empleo y la productividad. En el marco del Objetivo de Desarrollo Sostenible 8, los organismos de Naciones Unidas priorizan el fomento del trabajo decente y el crecimiento económico, con metas que incluyen la inserción laboral de jóvenes y la mejora de la productividad agregada. Estas pautas justifican intervenciones desde la educación superior para fortalecer capacidades emprendedoras.

En la literatura sobre el comportamiento, este estudio se enmarca en la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), un referente consolidado para explicar conductas volitivas y, en particular, la actividad emprendedora. La evidencia acumulada respalda la pertinencia de este modelo para el estudio de conductas intencionales, incluida la decisión

de emprender (Armitage & Conner, 2001). En la sección de fundamentos teóricos se precisan los mecanismos explicativos y su articulación con enfoques afines en el campo del emprendimiento.

En cuanto a medición, existen instrumentos estandarizados para intenciones y actitudes hacia el emprendimiento. Destaca el Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ), desarrollado y validado transculturalmente, que operacionaliza constructos TPB con propiedades psicométricas sólidas; su difusión ha promovido buenas prácticas de diseño de cuestionarios en población universitaria. En la presente investigación se emplearon cuestionarios validados y adaptados al contexto (Steenekamp et al., 2011).

En el entorno peruano, los informes recientes del Global Entrepreneurship Monitor resaltan brechas en educación y ecosistemas, así como heterogeneidades por contexto institucional. Esta evidencia sugiere la pertinencia de análisis desagregados que permitan orientar políticas universitarias y alianzas con incubadoras y redes de apoyo.

El estudio se apoya en dos insumos empíricos. Primero, un artículo antecedente con la misma muestra ($n=118$) reporta niveles altos de actitud (84.7 %) y emprendimiento (87.3 %), y una influencia global de la actitud sobre el emprendimiento del 28.5 % (pseudo- R^2 de Nagelkerke). Estos resultados establecen la relevancia de la actitud como predictor, pero no exploran diferencias por dimensión del emprendimiento. Segundo, la tesis doctoral que origina esta línea de investigación documenta que, mientras las dimensiones personal y social del emprendimiento presentan niveles altos o eficientes, la dimensión productiva concentra un mayor porcentaje en nivel moderado (~50 %), lo cual sugiere un posible “cuello de botella” productivo en el tránsito desde la actitud al desempeño emprendedor.

Con base en ello, este estudio contribuye a descomponer la influencia de la actitud en sus componentes afectivo, cognitivo y conductual sobre cada dimensión del emprendimiento universitario en estudiantes de Lima Norte: personal, social y productiva. Se estima una regresión logística ordinal por dimensión, dado que los niveles de resultado son categorías ordenadas: deficiente, moderado y eficiente. El modelo de probabilidades proporcionales permite cuantificar la razón de probabilidades acumuladas y, cuando corresponde, verificar el supuesto de paralelismo. Esta elección metodológica se alinea con la literatura estándar para respuestas ordinales.

En síntesis, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo varían los efectos de

las dimensiones afectiva, cognitiva y conductual de la actitud sobre las dimensiones personal, social y productiva del emprendimiento universitario en Lima Norte? El análisis por dimensiones, sustentado en modelos ordinales, busca generar evidencia accionable para el diseño curricular y para la consolidación de ecosistemas que atiendan la brecha productiva sin descuidar el desarrollo personal y el impacto social, en coherencia con el ODS 8.

DESARROLLO

Fundamentos teóricos

Enfoques actitud–conducta aplicados al emprendimiento

El emprendimiento universitario se explica como conducta volitiva mediada por la intención. La Teoría del Comportamiento Planificado sostiene que la intención depende de la actitud, de las normas subjetivas y del control percibido (Ajzen, 1991). La aproximación de Acción Razonada actualiza este marco e integra guías de predicción y cambio conductual (Fishbein & Ajzen, 2010). Un metaanálisis comparativo de modelos en competencia sugiere que los predictores centrales de la TPB conservan capacidad explicativa para la intención emprendedora y que su lectura puede dialogar con el Modelo del Evento Emprendedor, al identificar solapamientos conceptuales entre sus determinantes (Schlaegel & Koenig, 2014).

Estructura tripartita de la actitud

La actitud integra tres componentes: afectivo, cognitivo y conductual. Estudios experimentales validan esta estructura tripartita y distinguen empíricamente los tres dominios (Breckler, 1984). Síntesis clásicas de psicología social la adoptan como estándar conceptual y de medición (Eagly & Chaiken, 1993).

Emprendimiento universitario como constructo multidimensional

Conviene distinguir dimensiones personales, sociales y productivas para caracterizar perfiles emprendedores en estudiantes. En lo personal, la autoeficacia emprendedora diferencia a fundadores de no fundadores y se asocia con intención y desempeño (Chen

et al., 1998). En lo social, el capital social y humano facilitan la gestación del emprendimiento naciente (Davidsson & Honig, 2003). En lo productivo, revisiones muestran aportes del emprendimiento a crecimiento, reasignación y empleo (Van Praag & Versloot, 2007; Carree & Thurik, 2010).

Medición en población universitaria

La intención emprendedora se mide de forma válida y comparable con el Entrepreneurial Intention Questionnaire, alineado con TPB y probado de manera transcultural (Liñán & Chen, 2009). Para competencias, el Marco Europeo de Competencias Emprendedoras define áreas, competencias y progresiones útiles para currículos y evaluación formativa (Bacigalupo et al., 2016).

Implicaciones para el modelamiento empírico

Cuando los resultados se ordenan por niveles, la regresión logística ordinal es idónea. El modelo de probabilidades proporcionales permite estimar razones de probabilidades acumuladas y verificar el supuesto de paralelismo (Agresti, 2010). En este marco, la actitud afectiva, cognitiva y conductual puede asociarse de forma diferencial con las dimensiones personal, social y productiva del emprendimiento universitario.

MÉTODOS

Se realizó un estudio cuantitativo, no experimental y transversal, con nivel correlacional-causal. No hubo manipulación de variables. El objetivo fue estimar la influencia de la actitud sobre el emprendimiento universitario y sobre sus dimensiones personal, social y productiva mediante regresión logística ordinal con enlace logit.

La población estuvo compuesta por 169 estudiantes de universidades de Lima Norte, distribuidos en tres grupos (49, 40 y 80). Se incluyó a estudiantes con disposición voluntaria y accesibilidad; se excluyó a quienes no desearon participar. La unidad de análisis fueron los estudiantes.

El tamaño muestral fue 118 estudiantes, calculado para población finita con 95 % de confianza y 5 % de error. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia.

La variable independiente fue actitud hacia el emprendimiento, medida en tres dimensiones: afectiva, cognitiva y conductual. Se aplicó el Attitude Toward Enterprise (ATE) test (Steenekamp et al., 2011), adaptado localmente. El cuestionario constó de 20 ítems tipo Likert. Para trazabilidad del instrumento original y su estructura psicométrica se consultó la publicación referencial del ATE.

La variable dependiente fue emprendimiento universitario, operacionalizada en tres dimensiones: personal, social y productiva, mediante un cuestionario de 20 ítems tipo Likert basado en Capella et al. (2016) con adaptación local. La fuente metodológica del instrumento se verificó en su artículo de construcción y validación.

Ambas escalas se calificaron de forma ordinal. Para emprendimiento y sus dimensiones se usaron los puntos de corte: deficiente (20–46), moderado (47–72) y eficiente (73–100). La tabla de frecuencias por niveles confirmó el uso de estas tres categorías en la base empírica.

Los instrumentos se sometieron a validación por expertos antes del trabajo de campo. La confiabilidad alcanzó $\alpha = 0,855$ para actitud y $\alpha = 0,864$ para emprendimiento, ambos con 20 ítems. Durante la adaptación se siguieron criterios estandarizados para traducción y adecuación de pruebas (ITC Guidelines, 2018).

Se aplicaron encuestas autoadministradas en horario académico, tras informar el propósito del estudio y garantizar confidencialidad y participación voluntaria. Los datos se depuraron y codificaron de acuerdo con las matrices de operacionalización y fichas técnicas.

Se realizó estadística descriptiva y un análisis inferencial principal mediante regresión logística ordinal (modelo de probabilidades proporcionales) con enlace logit. Se reportaron la razón de verosimilitud (χ^2 del modelo) y los pseudo- R^2 de Cox-Snell, Nagelkerke y McFadden, con $\alpha = 0,05$. La elección del modelo siguió la literatura metodológica para respuestas ordinales.

Además del modelo general, se estimaron modelos por dimensión del emprendimiento (personal, social y productiva) para identificar el patrón de influencia de la actitud a ese nivel.

RESULTADOS

Descriptivos de variables y dimensiones

La variable actitud mostró predominio del nivel alto en la muestra (84.7 %). Sus componentes afectivo, cognitivo y conductual también se ubicaron mayoritariamente en nivel alto (ver tabla 1).

Tabla 1. Niveles de la actitud y sus componentes.

Nivel	Actitud (f, %)	Afectiva (f, %)	Cognitiva (f, %)	Conductual (f, %)
Moderado	18 (15.3 %)	15 (12.7 %)	12 (10.2 %)	16 (13.6 %)
Alto	100 (84.7%)	103 (87.3 %)	106 (89.8 %)	102 (86.4 %)

La variable emprendimiento universitario presentó nivel alto en 87.3 %. Por dimensiones, el nivel alto fue 83.1 % en la dimensión personal y 89.0 % en la social. La dimensión productiva concentró 50.0% en nivel moderado y 49.2% en alto (ver tabla 2).

Tabla 2. Niveles del emprendimiento y sus dimensiones (n=118).

Nivel	Emprendimiento (f, %)	Personal (f, %)	Social (f, %)	Productiva (f, %)
Deficiente	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)	1 (0.8 %)
Moderado	15 (12.7 %)	20 (16.9 %)	13 (11.0 %)	59 (50.0 %)
Alto/Eficiente	103 (87.3 %)	98 (83.1 %)	105 (89.0 %)	58 (49.2 %)

Modelo general de regresión logística ordinal

El ajuste global del modelo ordinal (enlace logit) fue significativo ($\chi^2 = 7,281$; $p < 0,05$). Los pseudo-R² fueron: Cox–Snell = 0,262; Nagelkerke = 0,285; McFadden = 0,213. Estos indicadores sostienen dependencia entre actitud y emprendimiento (ver tabla 3).

Tabla 3. Ajuste del modelo ordinal general (Actitud → Emprendimiento).

Modelo	-2 Log- Verosimilitud	χ^2	gl	p	Pseudo- R ² Cox- Snell	Pseudo-R ² Nagelkerke	Pseudo-R ² McFadden	Enlace
Solo intersección	17.301	—	—	—	0.262	0.285	0.213	Logit
Final	17.020	7.281	1	< 0.05	—	—	—	Logit

Modelos por dimensión del emprendimiento

Dimensión personal

Según la Tabla 4, el ajuste fue significativo ($\chi^2 = 12.085$; $p < 0.05$). Los pseudo-R² indicaron magnitudes: Cox-Snell ≈ 0.264 ; Nagelkerke ≈ 0.313 ; McFadden ≈ 0.236 . Se observa influencia moderada de la actitud en la dimensión personal.

Tabla 4. Ajuste por dimensión: Personal

Modelo	-2 Log- Verosimilitud	χ^2	gl	p	Pseudo- R ² Cox- Snell	Pseudo-R ² Nagelkerke	Pseudo-R ² McFadden	Enlace
Solo intersección	7.307	—	—	—	0.264	0.313	0.236	Logit
Final	7.306	12.085	2	0.001	—	—	—	Logit

Dimensión social

Según la Tabla 5, el ajuste fue significativo ($\chi^2 = 19.171$; $p < 0.05$). Los pseudo-R² fueron: Cox-Snell = 0.311; Nagelkerke = 0.358; McFadden = 0.312. Se observa influencia entre moderada y sustantiva de la actitud en esta dimensión.

Tabla 5. Ajuste por dimensión: Social.

Modelo	-2 Log- Verosimilitud	χ^2	gl	p	Pseudo- R ² Cox- Snell	Pseudo-R ² Nagelkerke	Pseudo-R ² McFadden	Enlace
Solo intersección	6.632	—	—	—	0.311	0.358	0.312	Logit
Final	6.632	19.171	2	0.001	—	—	—	Logit

Dimensión productiva

Según la Tabla 6, el ajuste fue significativo ($\chi^2 = 13.746$; $p = 0.001$). Los pseudo-R² fueron: Cox-Snell ≈ 0.329 ; Nagelkerke ≈ 0.379 ; McFadden ≈ 0.302 . La actitud explica una fracción relativamente mayor de la variabilidad acumulada en esta dimensión.

Tabla 6. Ajuste por dimensión: Productiva.

Modelo	-2 Log- Verosimilitud	χ^2	gl	p	Pseudo- R ² Cox- Snell	Pseudo-R ² Nagelkerke	Pseudo-R ² McFadden	Enlace
Solo intersección	14.780	—	—	—	0.329	0.379	0.302	Logit
Final	14.642	13.746	1	0.001	—	—	—	Logit

Los descriptivos corroboran niveles altos de actitud y emprendimiento, con una brecha productiva visible por la concentración en nivel moderado. Los modelos ordinales confirman la influencia de la actitud en el resultado global y por dimensión, con mayor magnitud en las dimensiones social y productiva.

CONCLUSIONES

La actitud mantiene una asociación significativa con el emprendimiento universitario; este patrón es coherente con la Teoría del Comportamiento Planificado y con la evidencia acumulada sobre sus componentes y la intención emprendedora

El análisis por dimensiones sugiere heterogeneidad de efectos. La mayor incidencia sobre resultados sociales y productivos es consistente con hallazgos que conectan autoeficacia y capital social con la gestación y avance de iniciativas

La brecha productiva observada, entendida como la concentración en niveles moderados pese a actitudes altas, es congruente con estudios que documentan la distancia entre intención y acción y con la necesidad de planificación y ejecución para convertir la intención en resultados.

La estructura tripartita de la actitud es útil para el diseño pedagógico. Los componentes afectivo, cognitivo y conductual ofrecen rutas de intervención diferenciadas y coherentes con la teoría del comportamiento planificado. Reforzar creencias de factibilidad y autoeficacia, y promover conductas de acción, puede mejorar los resultados por dimensión.

La elección metodológica fue adecuada. El uso de regresión logística ordinal con enlace logit corresponde a variables dependientes ordinales y facilita la interpretación de odds acumuladas. Este enfoque alinea el análisis con estándares metodológicos para respuestas categóricas ordenadas.

Las implicancias de política universitaria son claras. Se recomienda fortalecer competencias productivas: planificación, gestión financiera y ejecución, sin descuidar lo personal y lo social. El marco EntreComp puede orientar el diseño curricular por competencias y niveles de progresión. Estas acciones se alinean con las metas del ODS 8 sobre empleo decente y productividad

El estudio presenta limitaciones: el diseño transversal impide establecer causalidad fuerte y el muestreo por conveniencia reduce la generalización. Para investigaciones futuras, se recomienda ampliar la muestra, aplicar diseños longitudinales y verificar los supuestos del modelo; en caso de incumplimiento, evaluar especificaciones con odds proporcionales relajadas o parciales, conforme a la literatura metodológica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agresti, A. (2010). *Analysis of Ordinal Categorical Data*. Wiley.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9780470594001>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Armitage, C. J. & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y. & Van Den Brande, L. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/https://data.europa.eu/doi/10.2791/160811>
- Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of personality and social psychology*, 47(6), 1191-1205. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/6527214/>
- Capella Peris, C., Gil Gómez, J., Martí Puig, M. & Ruiz-Bernardo, P. (2016). Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (28), 169-188.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6223818>
- Carree, M. A. & Thurik, A. R. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In Acs, Z. J. & Audretsch, D. B., Audretsch, *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction* (pp. 557-594). Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_20
- Chen, C. C., Greene, P. G. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Davidsson, P. & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)

- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace.
<https://archive.org/details/psychologyofatti0000eagl>
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- ITC Guidelines. (2018). ITC Guidelines for Translating and Adapting Tests (Second Edition). *International Journal of Testing*, 18(2), 101–134.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15305058.2017.1398166>
- Liñán, F. & Chen, Y.–W. (2009). Development and Cross–Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta–Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Steenekamp, A. G., Merwe, S. & Athayde, R. (2011). Application of the attitude toward enterprise (ATE) test on secondary school learners in South Africa. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 14(3), 314–332.
https://scielo.org.za/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2222-34362011000300005
- Van Praag, C. M. & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29(4), 351–382.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-007-9074-x>

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existe conflicto de interés.

Contribución autorial

Fernando Eliseo Ramos Pantoja: Conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, visualización y redacción-borrador original.

Eric Gustavo Coronel Castillo: Análisis formal, visualización y redacción-revisión y edición.