Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Psicología
Escuela Profesional de Psicología

Relación entre autoeficacia e intención emprendedora en Perú: una revisión sistemática y meta-análisis

TESIS

Para optar el Título Profesional de Psicólogo Organizacional y de la Gestión Humana

AUTOR

Jean Axel ORTIZ RAMIREZ

ASESOR

Dr. Antonio SERPA BARRIENTOS

Lima, Perú

2026



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Ortiz, J. (2026). *Relación entre autoeficacia e intención emprendedora en Perú: una revisión sistemática y meta-análisis*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Psicología, Escuela Profesional de Psicología]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Jean Axel Ortiz Ramirez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70888044
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-7387-9859
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Antonio Serpa Barrientos
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	41225216
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-7997-2464
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Lupe Célica García Ampudia
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08323635
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Marcos José Paico Ruiz
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	46177559
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Rune Jens Arauco Mengoni
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	46192872
Datos de investigación	

Línea de investigación	B.5.4.5. Creatividad, emprendimiento e innovación
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Ciudad Universitaria País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Lima (Cercado de Lima) Calle: Av. Carlos Germán Amezaga 375 Latitud: -12.057122 Longitud: -77.084667
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Noviembre de 2025 – octubre de 2026
URL de disciplinas OCDE	Psicología https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.01.02 Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, **DECANA DE AMÉRICA)**

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Escuela Profesional de
Psicología Organizacional y de la Gestión Humana

Calle Germán Amézaga N.° 375, Lima (Ciudad Universitaria)
Central Telefónica 6197000, anexo 3213

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Para optar el Título Profesional de Psicólogo Organizacional y de la Gestión Humana

Siendo las 8:30 horas del día 15 de octubre del año 2026, en el Miniauditorio del Pabellón de la Facultad de Psicología, se reunieron los miembros del Jurado de Tesis conformado por:

- Dra. Lupe Célica García Ampudia (Presidente)
- Mg. Marcos José Paico Ruiz (Informante)
- Mg. Rune Jens Arauco Mengoni (Informante)
- Dr. Antonio Serpa Barrientos (Asesor)

Con el objetivo de llevar a cabo la sustentación oral y pública de la Tesis presentada por el bachiller **Jean Axel Ortiz Ramirez**, para optar el Título Profesional de Psicólogo Organizacional y de la Gestión Humana.

Título de la Tesis:
«RELACIÓN ENTRE AUTOEFICACIA E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN PERÚ: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA Y META-ANÁLISIS»

Concluida la exposición, los miembros del jurado formularon las preguntas correspondientes, las cuales fueron absueltas por el sustentante.

Acto seguido, el Jurado procedió a la deliberación y votación, obteniendo la siguiente calificación:

Nota : ....16.... Dieciseis ....., (.....).

Calificativo : ..... Aprobado con mención honrosa

En consecuencia, el jurado acuerda recomendar que se otorgue el Título Profesional de Psicóloga Organizacional y de la Gestión Humana a **Jean Axel Ortiz Ramirez**.

Siendo las ...9.30... horas, se dio por concluido el acto académico de sustentación.

Se extiende la presente Acta como constancia de titulación por la modalidad de Presentación y Sustentación de Tesis, a los 15 días del mes de octubre del año 2026.

DRA. LUPE CÉLICA GARCÍA AMPUDIA
PRESIDENTE

MG. MARCOS JOSÉ PAICO RUIZ
MIEMBRO

MG. RUNE JENS ARAUCO MENGONI
MIEMBRO

DR. ANTONIO SERPA BARRIENTOS
ASESOR

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE
SAN MARCOS
Universidad del Perú, Decana de América

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, Antonio Serpa Barrientos en mi condición de asesor acreditado mediante Dictamen N° 000003-2025-EPPSIOGH-FPSI de la tesis, cuyo título es “FACTORES DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN EL PERÚ: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA", presentado por el bachiller ORTIZ RAMIREZ, Jean Axel para optar el título profesional de **Psicólogo Organizacional y de la Gestión Humana**, **CERTIFICO** que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante la plataforma PIDS, el documento evaluado cuenta con el 10 % de similitud, nivel PERMITIDO para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional.**

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del **Título Profesional de Psicólogo Organizacional y de la Gestión Humana**

Lima, 24 de agosto de 2026

Firma del Asesor 

Nombres y Apellidos del asesor: Antonio Serpa Barrientos
DNI: 41225216

* Según corresponda: bachiller, magíster, doctor; título profesional o título de segunda especialidad

La vigencia del presente certificado corresponde a un período de noventa (90) días desde la fecha de su emisión; siempre que no haya observaciones en el texto durante el proceso de revisión por el jurado informante o surja alguna contingencia.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, por su apoyo constante y comprensión durante las largas horas de estudio, especialmente en los momentos de mayor exigencia académica.

Asimismo, a mis amigos, por su acompañamiento y por recordarme la importancia del equilibrio personal a lo largo de este proceso formativo.

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos por brindarme la oportunidad y los recursos para desarrollar esta investigación. Mi gratitud también a mi director de tesis, Antonio Serpa, cuya orientación sabia y paciencia fueron fundamentales para la realización de este trabajo.

A los profesores y al personal académico, gracias por compartir sus conocimientos y apoyo durante todo el proceso educativo.

Extiendo un especial reconocimiento a mi familia, por su apoyo constante, paciencia y confianza inquebrantable que me acompañaron en cada paso. Sin su respaldo, este logro no habría sido posible.

Finalmente, agradezco a todos quienes de alguna manera colaboraron para que este proyecto fuera realidad, aportando tiempo, consejo y aliento.

Índice General

Dedicatoria.....i

Agradecimiento.....ii

Índice General.....1

Índice de tablas.....4

Índice de figura.....5

Resumen.....6

Abstract.....7

CAPÍTULO I : INTRODUCCIÓN.....8

1.1. Planteamiento del problema.....8

1.2. Revisiones previas y brecha.....11

1.3. Justificación de la investigación.....12

1.4. Objetivos de la Investigación.....14

1.4.1. Objetivo general.....14

1.4.2. Objetivos específicos.....14

1.5. Pregunta de investigación.....14

1.6. Alcances y limitaciones previstas.....15

CAPÍTULO II : REVISIÓN DE LA LITERATURA.....16

2.1. Antecedentes de investigación.....16

2.2. Bases teóricas.....17

2.2.1. Conceptos y modelos de intención emprendedora.....17

2.2.1.1 Concepto de Intención emprendedora.....17

2.2.1.2. Modelos teóricos de la Intención Emprendedora.....18

2.2.2. Conceptos y modelos de autoeficacia..... 22

2.2.2.1 Conceptos autoeficacia.....22

2.2.2.2 Modelos teóricos de la Autoeficacia..... 23

CAPÍTULO 3: HIPÓTESIS Y VARIABLES..... 25

3.1. Hipótesis de efecto global..... 25

3.2. Variables del meta-análisis..... 25

3.2.1. Outcome primario.....25

3.2.2. Outcome(s) secundarios..... 25

3.3. Operacionalización para síntesis..... 25

3.3.1. Definiciones de codificación.....26

CAPÍTULO 4: MÉTODO..... 27

4.1. Diseño de investigación.....27

4.2. Protocolo y registro..... 27

4.3. Criterios de elegibilidad (PECO)..... 27

4.4. Fuentes de información..... 29

4.5. Estrategia de búsqueda..... 29

4.6. Selección de estudios.....29

4.7 Extracción de datos..... 30

4.8. Evaluación de calidad metodológica y del riesgo de sesgo.....31

4.9. Medidas de efecto.....31

4.10. Plan de síntesis estadística.....31

4.11. Sesgo de publicación y efectos de estudios pequeños.....32

4.12. Certeza de evidencia (por outcome).....32

4.13. Consideraciones éticas..... 33

4.14. Software y reproducibilidad..... 33

CAPÍTULO 5: RESULTADOS..... 34

5.1. Diagrama PRISMA..... 34

5.2. Características de los estudios incluidos..... 35

5.3. Riesgo de sesgo y calidad metodológica..... 36

5.4. Resultados por outcome..... 36

5.5. Sesgo de publicación..... 39

CAPÍTULO 6: DISCUSIÓN..... 41

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 47

REFERENCIAS..... 50

ANEXOS..... 58

Anexo 1. Estrategias de búsqueda (por base y fecha)..... 58

Anexo 2. Plantilla de extracción de datos..... 59

Anexo 3. Matriz de riesgo de sesgo..... 60

Anexo 4. Diagrama de flujo PRISMA de selección de estudios..... 61

Anexo 5. Lista de estudios excluidos a texto completo..... 62

Anexo 6. Salidas completas del meta-análisis (jamovi)..... 65

Anexo 7. Checklist PRISMA 2020 para el resumen..... 68

Anexo 8. Checklist PRISMA 2020..... 69

Índice de tablas

Tabla 1 28

Criterios de inclusión y exclusión de estudios 28

Tabla 2 35

Características generales de los estudios incluidos en el meta-análisis 35

Tabla 3 38

Resultados del modelo de efectos mixtos y estadísticos de heterogeneidad 38

Índice de figura

Figura 1 37

Forest plot del meta-análisis de la relación entre autoeficacia e intención emprendedora 37

Figura 2 40

Funnel plot para la evaluación del sesgo de publicación en los estudios incluidos 40

Resumen

El objetivo del presente estudio fue estimar el tamaño del efecto promedio entre la autoeficacia y la intención emprendedora en población peruana mediante un meta-análisis correlacional. Se incluyeron ocho estudios (k = 8), con un tamaño muestral total de 2666 participantes, seleccionados siguiendo las directrices PRISMA en las fases de identificación, cribado, elegibilidad e inclusión. Para la síntesis estadística se utilizaron coeficientes de correlación de Pearson y coeficientes beta estandarizados convertidos a r, aplicándose un modelo de efectos aleatorios mediante el software Jamovi. Para el análisis final, se consideraron siete estudios (k = 7), tras la exclusión de un estudio identificado como atípico en el análisis de sensibilidad debido a su influencia en la heterogeneidad global. Los resultados mostraron un efecto positivo y estadísticamente significativo entre la autoeficacia y la intención emprendedora con un tamaño del efecto promedio de magnitud moderada (r = 0.354), evidenciándose además un nivel moderado de heterogeneidad (I^2 = 57.86%). En conclusión la autoeficacia emprendedora se asocia positivamente con la intención emprendedora en población peruana; sin embargo, los resultados deben interpretarse con cautela debido a la variabilidad entre los estudios incluidos.

Palabras clave: Autoeficacia, intención emprendedora, meta-análisis, población peruana

Abstract

The objective of the present study was to estimate the average effect size between self-efficacy and entrepreneurial intention in the Peruvian population through a correlational meta-analysis. Eight studies (k = 8), with a total sample size of 2,666 participants, were included following PRISMA guidelines across the identification, screening, eligibility, and inclusion phases. For the statistical synthesis, Pearson correlation coefficients and standardized beta coefficients converted to r were used, applying a random-effects model using Jamovi software. For the final analysis, seven studies (k = 7) were considered after excluding one study identified as an outlier in the sensitivity analysis due to its influence on overall heterogeneity. The results showed a positive and statistically significant relationship between self-efficacy and entrepreneurial intention, with a moderate average effect size (r = 0.354), as well as a moderate level of heterogeneity (I^2 = 57.86%). In conclusion, entrepreneurial self-efficacy is positively associated with entrepreneurial intention in the Peruvian population; however, the results should be interpreted with caution due to variability among the included studies.

Keywords: Self-efficacy, entrepreneurial intention, meta-analysis, Peruvian population

CAPÍTULO I : INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En el contexto peruano, la intención emprendedora ha sido ampliamente reconocida como un factor clave para el desarrollo económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza, particularmente en economías caracterizadas por altos niveles de informalidad laboral (Cáceres-Cayllahua et al., 2023; Romero et al., 2024). En este mismo contexto, esta relevancia destaca a causa del sector informal; dado que este concentra aproximadamente el 70,1% de la población ocupada, convirtiendo asi al emprendimiento en una alternativa recurrente y atractiva de inserción económica (Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, 2019). En este escenario, comprender los determinantes de la intención emprendedora resulta fundamental para explicar las dinámicas de creación de nuevas iniciativas empresariales y su sostenibilidad en el tiempo.

Desde un punto de vista pedagógico, la literatura ha demostrado que la educación desempeña un rol significativo en la decisión de emprender, ya que se vincula tanto al desarrollo de habilidades clave como al incremento del éxito comercial (Liñán et al., 2009; Katz y Gartner, 1988). De manera complementaria, factores personales como la edad, formación académica y la trayectoria laboral determinan directamente la predisposición hacia la actividad emprendedora, lo que genera distintas tendencias emprendedoras según el grupo social (Fayolle et al., 2015).

Asimismo, diversos estudios han señalado que la intención emprendedora no solo depende de factores individuales, sino también de condiciones externas vinculadas al entorno sociocultural, económico e institucional. En este sentido, la cultura emprendedora, la disponibilidad de recursos financieros, la infraestructura tecnológica, el apoyo institucional y las políticas públicas inciden significativamente en la percepción de oportunidades y en la confianza de los individuos para emprender (Autio et al., 2018;

Urbano y Guerrero, 2013; Guerrero et al., 2016; Yildiz et al., 2019; Van Gelderen et al., 2019; Guelich et al., 2022). Considerar estos elementos resulta indispensable para el diseño de estrategias públicas y educativas orientadas a fortalecer el ecosistema emprendedor y reducir la brecha entre la intención y la acción emprendedora.

En las escuelas y universidades del Perú se han impulsado diversas iniciativas para despertar el emprendimiento en los estudiantes, enfocándose en capacitaciones y talleres de gestión (Ministerio de Educación [MINEDU], 2018). La evidencia empírica respalda que estas iniciativas funcionan, dado que los alumnos que reciben formación emprendedora presentan mayores inclinaciones por crear sus propias empresas en comparación con aquellos que no acceden a este tipo de programas (Martínez e Higuera, 2019). No obstante, el verdadero problema aparece al revisar su literatura; la teoría y las metodologías están tan dispersas y fragmentadas entre distintas poblaciones que hoy en día es difícil tener un diagnóstico claro, unificado y actualizado de esta realidad.

En este contexto, se ha evidenciado que los factores personales y contextuales solo se traducen en intención emprendedora efectiva cuando los individuos perciben confianza en sus propias capacidades; es decir, cuando presentan niveles elevados de autoeficacia emprendedora. Diversas investigaciones coinciden en señalar que la autoeficacia actúa como un mecanismo mediador fundamental que conecta los antecedentes individuales y contextuales con la formación de la intención emprendedora (García-Salirrosas, 2025; Kautonen et al., 2020; Newman et al., 2019; Valencia-Arias et al., 2019), sin embargo, la evidencia empírica sobre esta relación en el contexto peruano permanece fragmentada y poco sistematizada.

A pesar de los esfuerzos del Estado, de las instituciones públicas y privadas, así como de las universidades, por promover la creación de nuevas empresas, en el Perú persiste una brecha significativa entre el número de personas que manifiestan intención

emprendedora y aquellas que logran concretar efectivamente un emprendimiento (Sandoval y Bado, 2022). La literatura nacional ha dejado en claro que este proceso no es fácil, identificando diversas barreras, entre las cuales destacan la falta de dinero o financiamiento y así como las limitaciones en el acceso a préstamos (Luna y Morón, 2017). Además, las opciones de financiamiento existentes no dan los resultados esperados en las Mype, una realidad que se vive con fuerza en zonas urbanas específicas como Lima Norte (Castro, 2019; Jiménez, 2022).

Si bien la intención emprendedora es un constructo complejo y multifacético, influido por factores internos y externos, diversos autores coinciden en señalar que la confianza percibida o autoeficacia constituye el factor psicológico determinante en su formación (Alonso, 2012; Juárez, 2023). De manera complementaria, los hallazgos de Acuña y Gamarra (2018) evidencian que es la autoeficacia en las capacidades emprendedoras la que activa de manera efectiva los factores personales y contextuales hacia la consolidación de la intención emprendedora. No obstante, la evidencia disponible en el contexto peruano se caracteriza por su dispersión metodológica, diversidad poblacional y heterogeneidad de resultados, lo que limita la posibilidad de estimar de manera precisa y estadísticamente robusta la magnitud real de la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora (Juárez, 2023).

1.2. Revisiones previas y brecha

Las investigaciones desarrolladas en el Perú han abordado la intención emprendedora desde múltiples enfoques, considerando tanto factores individuales como contextuales, así como distintas poblaciones de estudio, lo que evidencia la complejidad del fenómeno en el ámbito nacional (Juárez, 2023). la extensión completa que elegiste:En el caso de la población laboral peruana, los estudios revelan que la intención emprendedora enfrenta obstáculos específicos, donde cobra protagonismo la variable autoeficacia emprendedora, particularmente en grupos vulnerables, debido a que la confianza en las propias capacidades resulta indispensable para iniciar actividades empresariales (Alonso, 2012; Acuña y Gamarra, 2018). Por ejemplo, las mujeres emprendedoras experimentan mayores limitaciones de financiamiento, acentuadas por roles sociales y estereotipos de género, lo que incide negativamente en su confianza para emprender y, en consecuencia, en su intención emprendedora (Mendoza et al., 2021). De forma análoga, en el contexto de educación superior, los estudiantes se enfrentan a restricciones materiales vinculadas a la escasez de capital y filtros rigurosos para acceder a créditos financieros. Dichos factores económicos actúan como condicionantes directos de su intención emprendedora, aun cuando el desempleo juvenil opera paradójicamente como agente catalizador y motivador para crear proyectos (Pantaleón et al., 2022; Echeverri-Sánchez et al., 2018).

En conjunto, estos estudios coinciden en señalar que si bien los factores internos y externos influyen en la intención emprendedora, su efectividad depende fundamentalmente del nivel de autoeficacia emprendedora percibida por los individuos, entendida como la confianza en la capacidad personal para desempeñar con éxito actividades vinculadas al emprendimiento (Alonso, 2012; Juárez, 2023). No obstante, a pesar de la abundancia de investigaciones empíricas en el contexto peruano, la evidencia se encuentra dispersa y presenta una elevada diversidad de diseños metodológicos, tamaños muestrales y

estadísticos de efecto, lo que dificulta su comparación directa y limita la obtención de conclusiones integradoras sobre la relación entre autoeficacia emprendedora e intención emprendedora (Juárez, 2023).

En consecuencia, la producción científica de carácter empírico desarrollada en el contexto peruano no nos ofrece una base estadística unificada que logre agrupar todos los hallazgos previos ni establecer con claridad la magnitud de la relación entre la autoeficacia emprendedora (la confianza que un individuo se tiene para hacer negocios) y la intención emprendedora (sus ganas reales de iniciar una empresa). Al no tener un punto de comparación sólido, se vuelve una tarea sumamente difícil cruzar los resultados, lo que limita la posibilidad de realizar comparaciones consistentes entre estudios y reduce la claridad de las conclusiones disponibles para el análisis académico y la toma de decisiones vinculadas al fomento del emprendimiento.

1.3. Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica por la ausencia de estudios de tipo meta-análisis que integren empíricamente la relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en el contexto peruano, a pesar de que la literatura teórica ha señalado que la autoeficacia constituye un predictor relevante de la intención emprendedora dentro del modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado ampliado (Ajzen, 2020). Esta falta de síntesis empírica resulta especialmente relevante considerando que América Latina representa solo el 6% de los estudios sobre intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015), lo que evidencia un vacío de conocimiento a nivel regional y local. En este contexto existen investigaciones peruanas que analizan dicha relación, estas reportan estimaciones del tamaño del efecto obtenidas mediante distintos indicadores estadísticos, lo que dificulta su comparación directa y la identificación de una magnitud promedio del efecto, por lo cual el presente meta-análisis busca integrar sistemáticamente

la evidencia disponible, estimar un tamaño de efecto combinado y contribuir a la validación empírica de esta relación en el contexto peruano.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo general

Estimar el tamaño del efecto promedio entre la autoeficacia emprendedora e intención emprendedora en la población peruana, a partir de estudios publicados entre 2015-2025.

1.4.2. Objetivos específicos

Sistematizar la evidencia empírica disponible sobre la relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en población peruana mediante un proceso de búsqueda, identificación, selección y evaluación de estudios publicados entre 2015 y 2025.

Evaluar la heterogeneidad de los resultados obtenidos entre los estudios incluidos.

Examinar la existencia de sesgo de publicación en los resultados reportados.

1.5. Pregunta de investigación

P: Población / Problema	E: Exposición	C: Comparación	O: Outcome / Resultados
Población peruana	Autoeficacia emprendedora	No aplica	Intención emprendedora

¿Cuál es la magnitud del efecto promedio (r) de la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en población peruana, según estudios publicados entre 2015-2025?

1.6. Alcances y limitaciones previstas.

El meta-análisis incluyó inicialmente ocho estudios; a pesar de ello el análisis final se realizó con siete estudios tras la exclusión de un caso atípico identificado en el análisis de sensibilidad. Este número limitado de estudios puede restringir la generalización de los resultados aunque permite estimar el tamaño del efecto de la autoeficacia sobre la intención emprendedora con base en la evidencia disponible.

Asimismo, los resultados obtenidos se restringen a estudios realizados en población peruana, por lo que deben interpretarse dentro de este contexto específico y no pueden generalizarse a otros países o realidades distintas.

Por otro lado el análisis se basó únicamente en investigaciones que reportaron de manera clara los estadísticos necesarios para el cálculo del tamaño del efecto, lo que limitó la inclusión de otros estudios relevantes que no presentaron dicha información.

CAPÍTULO II : REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes de investigación

Christopher y Michael (2014) analizaron 98 estudios, comparando todos los factores que normalmente predicen la intención emprendedora, en otras palabras, concluyeron que la autoeficacia emprendedora es el factor que mejor predice siempre la intención de emprender, encontrando que esta confianza en las propias habilidades (autoeficacia) explica el 10% de toda la intención de emprendedora en una correlación positiva. En términos prácticos, esto demuestra que las personas con mayor confianza o autoeficacia en sus habilidades emprendedoras tienen significativamente más intención de emprender.

Por su parte, Liao et al. (2022) analizaron 89 estudios usando la Teoría del Comportamiento Planificado y descubrieron que la autoeficacia emprendedora influye mucho en la intención emprendedora con una correlación de, es decir, que las personas que confían más en sus habilidades emprendedoras tienen más ganas de emprender, adicionalmente encontraron que la actitud personal junto con la autoeficacia son los factores más importantes, y que aspectos como la edad, el género y la educación influyen en cómo funciona esta relación .

En este marco, Espinal, Rivera y Mejía, investigadores dominicanos, revisaron 854 artículos publicados entre 1993 y 2024 usando la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) para entender qué realmente impulsa la intención emprendedora; y como una de sus conclusiones encontraron que la autoeficacia emprendedora afecta positivamente la intención emprendedora, aunque este efecto se debilita cuando aumentan las normas subjetivas o presión social. En otras palabras, la confianza en las propias habilidades emprendedoras impulsa fuertemente la intención de emprender, pero solo cuando se combina con actitudes positivas y sensación de control, mientras que la presión de los

demás puede reducir este impacto (Espinal et al., 2024).

Finalizando, Alferaih (2017) realizó un estudio de meta-análisis sobre la intención emprendedora, integrando evidencia empírica de 123 estudios internacionales. Se encontró como resultado que la autoeficacia emprendedora es uno de los predictores más sólidos de la intención emprendedora, mostrando una relación positiva y estadísticamente significativa. El meta-análisis reportó un tamaño de efecto moderado, indicando que a mayor percepción de capacidad personal para emprender, mayor es la intención de iniciar un negocio, asimismo, el análisis por ponderación mostró que la autoeficacia fue significativa en la gran mayoría de los estudios analizados, consolidándose como un factor clave en la explicación de la intención emprendedora.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Conceptos y modelos de intención emprendedora

2.2.1.1 Concepto de Intención emprendedora

La intención emprendedora se define como la predisposición de un individuo a iniciar un negocio o desarrollar una idea innovadora, constituyéndose en un predictor clave del comportamiento emprendedor. Según Krueger et al. (2000), se refiere al grado en que una persona manifiesta la intención de crear o desarrollar una empresa en el futuro cercano, y de acuerdo con Liñán y Chen (2009), esta intención surge de la interacción entre percepción de oportunidades, capacidad percibida y propensión a actuar. Si lo miramos desde el lado de la personalidad, McClelland (1961) deja claro que ciertos rasgos individuales, como esa necesidad de logro y la proactividad para identificar oportunidades son motores clave en el nacimiento de la intención emprendedora; pero la historia no termina ahí. Shane (1992) mete en la ecuación el peso del entorno cultural y social. Al final, lo interesante es ver cómo la intención de abrir un negocio no nace de la nada, sino que es el resultado de una combinación real entre factores internos (nuestras actitudes,

miedos y forma de ser) y externos (la cultura, las reglas del juego y el apoyo de las instituciones).

2.2.1.2. Modelos teóricos de la Intención Emprendedora

En primer lugar, la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) propuesta por Ajzen (2011) constituye uno de los modelos más robustos para comprender la intención emprendedora. Según esta teoría, la decisión de iniciar un negocio se forma a partir de tres componentes fundamentales; la actitud hacia el comportamiento, que refleja la evaluación positiva o negativa sobre emprender; la norma subjetiva, entendida como la percepción de la presión social para realizar o no la conducta; y el control conductual percibido, que se refiere a la percepción de la propia capacidad para ejecutar la acción emprendedora. De esta manera, la TCP permite analizar cómo las creencias individuales y la percepción del entorno influyen de manera significativa en la intención emprendedora, ya que una actitud favorable, el apoyo social percibido y la confianza en las habilidades personales incrementan la predisposición a iniciar un negocio.

Asimismo, el Modelo de intención emprendedora propuesto por Liñán, et al. (2009) integra de manera más completa los elementos cognitivos de la Teoría del Comportamiento Planificado con factores contextuales con el fin de explicar de manera más precisa los determinantes de la intención de emprender. Lo que realmente aporta este modelo es la certeza de que dar el salto para abrir un negocio no es un impulso puramente aislado ni depende solo de las ideas fijas de una persona; el peso del entorno social y la ayuda real que se percibe de las instituciones resultan cruciales. Bajo esta mirada, la postura individual, la presión de los seres cercanos, la norma subjetiva y la seguridad para pilotar el barco interactúan de forma directa con la educación y las raíces culturales de la comunidad. La ecuación funciona de manera muy clara cuando coinciden una buena disposición hacia el negocio, una red de contactos que suma y una fuerte autoconfianza, el

camino hacia el emprendimiento se allana por completo. No obstante, cuando las limitaciones del contexto pesan más, esa intención difícilmente se transforma en una realidad concreta.

La Teoría de la Personalidad Emprendedora según Rauch y Frese (2007) sostiene que ciertos rasgos de personalidad y niveles de motivación son determinantes en la propensión de un individuo a emprender. Los rasgos de personalidad se traducen en cualidades específicas como el deseo de logro, la capacidad de asumir riesgos, la iniciativa y la constancia ante los problemas; mientras que la motivación se refiere esa fuerza interna que enciende, guía y mantiene viva la acción enfocada en crear una empresa. Esta postura teórica nos da una base sólida para comprender la manera en que las diferencias entre una persona y otra terminan por moldear tanto la intención emprender un negocio como su ejecución real en el mercado; permitiendo identificar los factores personales que hacen que un individuo sea proactivo y se decida a cazar oportunidades comerciales en lugar de quedarse de brazos cruzados.

La Teoría de la Acción Planificada propuesta por Krueger, et al. (2000) funciona como una herramienta clave para desmenuzar el modo en que nuestras ideas, posturas y la sensación de tener las riendas de una situación inclinan la balanza hacia una conducta en particular. Esta teoría sostiene que la intención representa el antecedente más cercano de la acción, funcionando como un indicador de la motivación del individuo para ejecutar un comportamiento determinado, mientras que la acción refleja la manifestación concreta de esa intención en la conducta real. En el contexto de la investigación sobre emprendimiento, la teoría permite identificar los factores psicológicos que suman al individuo a planificar y ejecutar actividades emprendedoras, destacando la relación entre las creencias personales, la influencia social y la percepción de control sobre los resultados deseados, aportando así un marco sólido para medir la predisposición de los sujetos hacia la acción emprendedora.

Cuando revisamos la Teoría del Evento Emprendedor (TEE) propuesta por Krueger, Reilly y Carsrud (2000), queda claro que decidirse a abrir un negocio no es algo que ocurra de la noche a la mañana o por arte de magia; al contrario, este modelo sostiene que todo empieza con un fuerte sacudón o evento desencadenante. Estamos hablando de cualquier experiencia de vida o situación personal que rompe la rutina y altera por completo la forma en que el individuo mira el panorama. Este quiebre es lo que finalmente transforma su percepción sobre dónde están las verdaderas oportunidades en el mercado y cuáles son los riesgos que vale la pena correr.Este evento puede ser personal, profesional o contextual, y funciona como el estímulo que activa la intención de emprender, conectando la predisposición psicológica con la acción concreta. La TEE aporta así un marco explicativo que permite identificar los momentos clave que motivan a los individuos a tomar decisiones emprendedoras, facilitando la comprensión de cómo factores situacionales y experiencias previas influyen en la generación de nuevas iniciativas.

Al examinar la Teoría de la Acción Razonada de Fishbein y Ajzen (1977), descubrimos que nuestras acciones no son azarosas, sino que están amarradas a una intención previa, la cual a su vez se ve influenciada por dos componentes principales: las creencias y las normas Si lo miramos de cerca, las creencias no son más que los cálculos mentales que hacemos sobre qué pasará si tomamos una decisión y qué tan probable es que las cosas salgan bien o mal. En cambio, las normas reflejan esa presión invisible pero real que ejercen las expectativas de la familia, amigos o personas que respetamos. El gran mérito de este enfoque es que nos regala un mapa muy claro para entender cómo la psicología del individuo y su entorno social conversan de forma directa. permitiendo explicar por qué ciertas decisiones, como emprender, dependen tanto de la evaluación personal de resultados como de la influencia de las personas cercanas.

Mirando el asunto desde otra perspectiva, la Teoría de los Tres Factores

Motivacionales de McClelland (1987) nos recuerda que el motor detrás de las acciones humanas se divide en tres grandes impulsos. Entre ellos, el autor le da un peso tremendo a la motivación interna, esa fuerza que nace del propio individuo y que se alimenta de las ganas de derribar obstáculos y alcanzar metas personales. Si llevamos esto al terreno de los negocios, el modelo nos ayuda a entender con total claridad cómo esa chispa propia moldea las ganas de crear empresa, empujando a la persona a ser proactiva, a buscar la innovación y a mantenerse firme cuando los proyectos se ponen difíciles. Al final la teoría aporta un marco conceptual útil para identificar los impulsos internos que determinan la acción emprendedora y la persistencia frente a problemas de mercado.

De igual manera, la Teoría de la Autoeficacia de Bandura (1986) aporta un marco para comprender cómo la confianza y la competencia guían la acción y la perseverancia frente a desafíos. Según Bandura, la confianza se refiere a la creencia del individuo en su capacidad para enfrentar situaciones y tomar decisiones con seguridad, mientras que la competencia es la percepción de poseer las habilidades necesarias para ejecutar tareas de manera efectiva. Estas dimensiones permiten que los individuos actúen con iniciativa, enfrenten riesgos y mantengan un desempeño constante en la consecución de sus objetivos.

La Teoría de la Acción Empresarial de Shapero y Sokol (1982) aporta un marco para comprender cómo la percepción de oportunidades y la evaluación de su deseabilidad influyen en la intención de emprender, explicando por qué ciertos individuos deciden actuar frente a circunstancias favorables. La oportunidad se entiende como la identificación de situaciones que permiten iniciar una actividad emprendedora, mientras que la deseabilidad se refiere al grado en que emprender resulta atractivo y be beneficioso para el sujeto. Al vincular ambas variables, el modelo ilustra con claridad cómo la ponderación individual de estos factores actúa como el puente definitivo hacia la toma de decisiones estratégicas y la conducta operativa real.

Al revisar lo que plantea Zimmerman (2008) sobre las estrategias de aprendizaje y las actitudes, encontramos una base excelente para entender cómo la capacidad de gobernarse a uno mismo y controlar el propio aprendizaje define la forma en que una persona organiza sus estudios y resuelve problemas. En términos sencillos, la autogestión es esa habilidad que nos permite armar un plan, vigilar si vamos por buen camino y corregir el rumbo cuando las cosas no salen como esperábamos. Por su parte, regular el aprendizaje implica activar la mente, la motivación y la conducta para no perder el foco, mantener la constancia y ser eficientes al momento de alcanzar metas tanto en los estudios como en la vida personal.

La Teoría factorial de la creatividad de Torrance (1962) aporta un marco para comprender cómo la creatividad y el pensamiento divergente contribuyen a la generación de ideas originales y a la resolución de problemas de manera flexible. La creatividad se entiende como la capacidad de producir respuestas novedosas y efectivas frente a situaciones diversas, mientras que el pensamiento divergente implica la habilidad de generar múltiples soluciones posibles a un mismo problema, fomentando la innovación y la exploración de alternativas en distintos contextos.

2.2.2. Conceptos y modelos de autoeficacia

2.2.2.1 Conceptos autoeficacia

La autoeficacia emprendedora, según investigaciones recientes, se entiende como la confianza en las capacidades personales para enfrentar desafíos empresariales específicos, de modo que Mamani et al. (2023) la describen como la convicción para diseñar innovaciones y gestionar microempresas en contextos peruanos desafiantes, mientras Vidaurre-Rojas (2023) lo ven como la capacidad que siente una persona para solucionar los problemas típicos de un negocio justo cuando golpean las crisis económicas, y Zhao et al. (2005) sostienen que esta confianza es la pieza clave que necesitan los emprendedores para

fundar proyectos tecnológicos en economías digitales que recién están naciendo, una idea que se complementa muy bien con los hallazgos recientes de *Bohlayer* et al. (2023) quienes la presentan como mediador entre educación emprendedora e intención de negocios sostenibles.

Finalmente, el origen teórico lo establece Bandura (1977), quien la define como "los juicios personales sobre la capacidad para organizar y ejecutar cursos de acción requeridos para manejar situaciones futuras", precisando Bandura (1997) que representa la confianza percibida en emplear eficazmente habilidades disponibles, distinguiéndola claramente de competencias objetivas.

2.2.2.2 Modelos teóricos de la Autoeficacia

Los enfoques más actuales sobre la autoeficacia emprendedora, como el propuesto por Newman et al. (2019), sostienen que esta no actúa de manera aislada sino en interacción con los factores culturales, potenciando la intención emprendedora, en contextos como el peruano, donde la aversión al riesgo suele ser elevada, la autoeficacia cumple un rol amplificador que incrementa notablemente su capacidad predictiva en comparación con países con menor aversión, lo que resulta clave para comprender por qué los emprendedores de Lima tienden a mostrar mayores niveles de confianza para iniciar negocios frente a sus pares de otras regiones.

Desde planteamientos teóricos intermedios, Liñán y Chen (2009) desarrollaron el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado ampliada, en el cual la autoeficacia se incorpora como un predictor directo del control conductual percibido, siguiendo la secuencia autoeficacia hacia control percibido y actitud y posteriormente intención emprendedora, modelo que ha sido validado en estudios europeos y latinoamericanos y que ha mostrado mayor capacidad explicativa que el modelo original de Ajzen, siendo especialmente útil para analizar poblaciones de universitarios peruanos vinculados a

programas de incubación empresarial.

Desde un enfoque más específico, Chen et al. (1998) propusieron un modelo dimensional que desagrega la autoeficacia emprendedora en cinco dimensiones operativas medidas mediante la escala ESE, las cuales incluyen la búsqueda de oportunidades, la innovación, la gestión de recursos, el manejo del riesgo y las relaciones interpersonales, resaltando que este enfoque presenta una mayor capacidad predictiva que las medidas de autoeficacia general para diferenciar a emprendedores efectivos de aquellos que no lo son.

Finalmente, los planteamientos clásicos de Bandura (1977, 1997) constituyen la base teórica fundamental del constructo, desde la Teoría Social Cognitiva se identifican cuatro fuentes principales de la autoeficacia, las experiencias de dominio, el aprendizaje vicario, la persuasión social y los estados fisiológicos y emocionales, las cuales configuran un proceso en el que la autoeficacia influye en el esfuerzo, la persistencia y el desempeño, precisando que este concepto no se refiere a las habilidades reales del individuo sino a la confianza percibida para ejecutarlas de manera eficaz en contextos específicos.

CAPÍTULO 3: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis de efecto global

H1 : La autoeficacia emprendedora presenta una correlación positiva y estadísticamente significativa con la intención emprendedora en población peruana, según estudios publicados entre 2015 y 2025.

3.2. Variables del meta-análisis

El meta-análisis correlacional analiza la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora, a partir de los coeficientes de correlación reportados en los estudios incluidos.

3.2.1. Outcome primario

El outcome primario es el coeficiente de correlación (r) que indica la magnitud y dirección promedio de la relación entre autoeficacia e intención emprendedora.

3.2.2. Outcome(s) secundarios

Los outcomes secundarios incluyen el análisis por subgrupos de los tamaños de efecto, clasificados según su magnitud, con el fin de explorar la variabilidad en la intensidad de la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora entre los estudios incluidos.

3.3. Operacionalización para síntesis

Para calcular el efecto promedio global los coeficientes de correlación (r) fueron extraídos directamente de los estudios incluidos; posteriormente cada coeficiente fue transformado a Z de Fisher con el fin de estabilizar la varianza y permitir la combinación ponderada de los estudios según el tamaño de la muestra (n). Finalmente, los resultados fueron reconvertidos a r para su interpretación, obteniendo así el efecto promedio global de la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora.

3.3.1. Definiciones de codificación

Para cada estudio incluido se consideraron las siguientes variables: autor, año de publicación, tamaño de muestra (n) y coeficiente de correlación (r) entre la autoeficacia y la intención emprendedora. Se utilizaron directamente los coeficientes r reportados en los estudios o en su defecto se estimaron a partir de coeficientes beta estandarizados cuando fue necesario.

CAPÍTULO 4: MÉTODO

4.1. Diseño de investigación

El presente estudio corresponde a una revisión sistemática con meta-análisis correlacional, de tipo cuantitativo documental de segundo orden, dado que recopila y analiza datos numéricos publicados en investigaciones previas sin generar información primaria (Hernández et al., 2014). El diseño es no experimental transversal, ya que examina relaciones existentes reportadas en estudios independientes durante un período específico, combinándolas matemáticamente mediante meta-análisis para estimar la relación promedio entre autoeficacia e intención emprendedora (Arias, 2012).

4.2. Protocolo y registro

El presente estudio se basó en un protocolo interno elaborado específicamente para este proyecto y aplicado íntegramente, además los criterios de inclusión y exclusión fueron definidos en colaboración con el asesor de tesis para seleccionar estudios sobre la relación entre autoeficacia e intención emprendedora en población peruana, asimismo la búsqueda, selección, extracción de datos y análisis estadístico se organizaron siguiendo las recomendaciones de la declaración PRISMA 2020 para revisiones sistemáticas y meta-análisis (Page et al., 2021) y las guías metodológicas de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), garantizando transparencia y reproducibilidad del meta-análisis.

4.3. Criterios de elegibilidad (PECO)

Los criterios de elegibilidad de los estudios incluidos en el presente meta-análisis se definieron siguiendo el enfoque PECO para estudios correlacionales (Higgins et al., 2019), lo que permitió seleccionar de manera sistemática investigaciones relevantes sobre la relación entre autoeficacia y intención emprendedora en población peruana, asegurando la transparencia y reproducibilidad del análisis. La identificación de estudios se centró en aquellos que reportaron datos cuantitativos suficientes para calcular el tamaño del efecto, utilizando las métricas r de Pearson o β estandarizado convertido a r según Peterson y

Brown (2005).

A continuación, se presentan los criterios de inclusión y exclusión aplicados en este meta-análisis (ver Tabla 1):

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión de estudios

Componente	Inclusión	Exclusión
Tipo de estudios	Investigaciones cuantitativas que reporten medidas directas de correlación entre autoeficacia e intención emprendedora (artículos científicos y tesis)	Estudios de enfoque cualitativo, teóricos o sin información estadística suficiente para calcular el tamaño del efecto
Población / Participantes	Población peruana (universitarios, trabajadores o población general)	Estudios que combinen población peruana con otras poblaciones sin reportar resultados diferenciados
Exposición / Variable independiente	Autoeficacia	No aplica
Outcome / Variable dependiente	Intención emprendedora	No aplica
Métricas admitidas	Coeficiente r de Pearson o β estandarizado convertido a r (Peterson & Brown, 2005)	Estadísticos distintos a r de Pearson o β estandarizado
Contexto / Idioma / Periodo	Publicaciones entre 2015–2025, en español o inglés, con acceso a texto completo	Estudios fuera del periodo, en otros idiomas o sin acceso completo

4.4. Fuentes de información

La información para el meta-análisis se recopiló de manera sistemática a través de bases de datos electrónicas científicas, incluyendo Scopus, SciELO, RENATI y Alicia, seleccionadas por su cobertura de literatura internacional y regional. No se incluyó búsqueda en literatura gris ni repositorios adicionales, dado que se priorizó la literatura publicada con acceso completo para garantizar la disponibilidad de datos necesarios para calcular el tamaño del efecto.

4.5. Estrategia de búsqueda

La búsqueda sistemática se realizó hasta el 31 de enero de 2026 en las bases de datos Scopus,, SciELO Perú, Dialnet, RENATI y ALICIA Concytec, seleccionadas por su cobertura de literatura científica nacional e internacional y su accesibilidad a publicaciones completas. Se emplearon los términos “intención emprendedora” AND “autoeficacia” AND “Perú”, combinados con equivalentes en inglés, adaptando operadores booleanos y campos de búsqueda según la interfaz de cada base, considerando títulos, resúmenes y palabras clave, y aplicando los filtros necesarios para refinar los resultados y evitar duplicados o publicaciones no relevantes.

Los strings completos de búsqueda y los filtros aplicados se presentan en el Anexo 1, lo que garantiza la transparencia y reproducibilidad del procedimiento y permite que otros investigadores puedan replicar la estrategia con precisión, asegurando rigor metodológico en la identificación de los estudios incluidos en el meta-análisis.

4.6. Selección de estudios

La selección de estudios se realizó mediante un doble cribado de títulos y resúmenes, evaluados de forma independiente por el autor y el asesor de tesis, aplicando los criterios de inclusión y exclusión definidos previamente, con el objetivo de garantizar

objetividad y minimizar sesgos en la identificación de investigaciones relevantes. Las discrepancias surgidas entre ambos fueron resueltas mediante discusión y consenso, asegurando que solo se incluyeran estudios pertinentes sobre la relación entre autoeficacia e intención emprendedora en población peruana. La selección de estudios se organizó siguiendo el diagrama de flujo PRISMA 2020, que documenta de manera transparente las etapas de identificación, tamizado, elegibilidad e inclusión de los estudios, contribuyendo a la reproducibilidad y rigor metodológico del meta-análisis (Page et al., 2021).

4.7 Extracción de datos

Durante el proceso de extracción de datos se registraron variables bibliométricas como autoría, año de publicación, título del estudio y motor de búsqueda utilizado; asimismo, variables metodológicas aquellos necesarios para la síntesis cuantitativa, tales como el tamaño de la muestra, el estadístico de asociación reportado, el valor del estadístico y el tamaño de efecto correspondiente, esto se puede observar en el Anexo 2.

Con respecto al tamaño de efecto considerado fue el coeficiente de correlación de Pearson ®, en donde la mayoría de los estudios incluidos, el tamaño de efecto fue reportado directamente como r. No obstante, en dos estudios se emplearon coeficientes beta estandarizados (β), los cuales fueron considerados equivalentes al coeficiente r y convertidos siguiendo el procedimiento metodológicamente validado por Peterson y Brown (2005). Asimismo, se registró el tamaño de la muestra correspondiente a cada estudio, información necesaria para la estimación y estandarización de los tamaños de efecto utilizados en la síntesis cuantitativa.

La extracción inicial fue realizada por el investigador principal en hoja de cálculo Excel, seguida de verificación independiente por el asesor de tesis. Las discrepancias se resolvieron por consenso, garantizando la precisión y confiabilidad de los datos para el meta-análisis.

4.8. Evaluación de calidad metodológica y del riesgo de sesgo

La evaluación de la calidad metodológica y del riesgo de sesgo de los estudios incluidos se realizó mediante un plan explícito definido según el diseño observacional de las investigaciones, utilizando la lista de verificación del Joanna Briggs Institute JBI para estudios observacionales, la cual permitió evaluar de manera sistemática criterios relacionados con la selección de la muestra, la medición de las variables y la adecuación del análisis estadístico, asegurando una valoración homogénea de la calidad metodológica de los estudios incluidos en el presente meta-análisis, la matriz de evaluación del riesgo de sesgo se presenta en el Anexo 3 (Joanna Briggs Institute, 2020).

4.9. Medidas de efecto

En el presente meta-análisis se empleó como medida de efecto el coeficiente de correlación r de Pearson, al permitir estimar de manera directa la magnitud y dirección de la relación entre las variables de estudio, asimismo, cuando los estudios no reportaron el valor de r, se realizó únicamente la conversión de la beta estandarizada (β) a r, siguiendo recomendaciones metodológicas ampliamente utilizadas en investigación meta-analítica (Peterson & Brown, 2005), en ese sentido, no se efectuaron conversiones desde otras métricas potencialmente transformables, con la finalidad de preservar la homogeneidad de la medida de efecto y la comparabilidad de los resultados.

4.10. Plan de síntesis estadística

La síntesis estadística se realizó mediante un meta-análisis de correlaciones, se utilizó un modelo de efectos aleatorios debido a que los estudios incluidos presentan diferencias en muestras, contextos y años de publicación, el tamaño del efecto se estimó a partir del coeficiente de correlación transformado mediante el método r-a-z de Fisher, la

heterogeneidad entre los estudios fue considerada a través del parámetro τ^2, estimado mediante el método de máxima verosimilitud restringida (REML), lo que permite incorporar la variabilidad real entre los estudios en la estimación del efecto promedio.

4.11. Sesgo de publicación y efectos de estudios pequeños

El sesgo de publicación y los efectos de estudios pequeños se evaluaron mediante la inspección visual del diagrama de embudo (funnel plot) y la aplicación de pruebas estadísticas de asimetría, específicamente la prueba de correlación por rangos de Begg y Mazumdar y la prueba de regresión de Egger, considerando como criterio de aplicabilidad el número limitado de estudios incluidos, adicionalmente, se calculó el índice Fail-Safe N mediante el método de Rosenthal, con el fin de estimar cuántos estudios no publicados serían necesarios para que el efecto observado dejara de ser significativo.

4.12. Certeza de evidencia (por outcome)

La certeza de la evidencia se evaluó considerando el outcome principal, intención emprendedora, tomando en cuenta criterios inspirados en el enfoque GRADE, tales como la calidad metodológica de los estudios, la consistencia de los resultados medida mediante τ^2, la aplicabilidad de los hallazgos a la población peruana y la posible influencia del sesgo de publicación, evaluada mediante diagrama de embudo y pruebas estadísticas, sin aplicar formalmente niveles de certeza para cada outcome, lo que permitió orientar la interpretación de los resultados de manera descriptiva (Kirmayr et al., 2021).

4.13. Consideraciones éticas

El presente estudio utilizó exclusivamente datos secundarios publicados, sin recopilar información primaria, garantizando la confidencialidad de los participantes de los estudios originales y el manejo responsable de la información, asimismo se respetó la integridad científica mediante la correcta citación de fuentes, la veracidad en la extracción de datos y la transparencia en el análisis (Hernández et al., 2014).

4.14. Software y reproducibilidad

El meta-análisis se realizó utilizando el software estadístico jamovi versión 2.7.6 mediante el módulo MAJOR Meta-Analysis versión 1.2.4, lo cual permitió estimar los tamaños de efecto en términos de correlaciones de Pearson, sus intervalos de confianza al 95 % y la aplicación de modelos de efectos fijos y aleatorios, los datos extraídos de los estudios incluidos correspondientes al tamaño muestral, coeficientes de correlación, autoría y repositorio que se encuentran disponibles en la Tabla 2 del capítulo de Resultados. Asimismo jamovi y el módulo MAJOR constituyen software de acceso libre y gratuito, lo que garantiza la disponibilidad de los datos y la reproducibilidad del análisis por parte de terceros investigadores.

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

5.1. Diagrama PRISMA

El proceso de identificación, cribado, elegibilidad e inclusión de los estudios se desarrolló conforme a los lineamientos del diagrama PRISMA dentro del desarrollo de la presente revisión sistemática, por consiguiente, en la fase de identificación se localizaron un total de 81 registros provenientes de cuatro bases de datos científicas, a saber, Scopus (n = 25), SciELO (n = 12), Renati (n = 15) y Alicia (n = 29), precisándose que la totalidad de los estudios corresponde al contexto peruano, criterio previamente definido para garantizar la pertinencia de la evidencia respecto al objeto de estudio.

Seguidamente, se efectuó la depuración inicial de los registros, eliminándose tres documentos duplicados, por consiguiente, se obtuvo un conjunto depurado para la fase de cribado, en la cual se evaluaron títulos y resúmenes, excluyéndose 49 registros debido a que no cumplían con los criterios de inclusión establecidos, tales como la falta de relación con las variables de investigación o la no correspondencia con el contexto delimitado.

Posteriormente, en la fase de elegibilidad, se revisaron a texto completo 29 artículos potencialmente relevantes, de los cuales 21 fueron excluidos tras una evaluación exhaustiva, debido a inconsistencias metodológicas, insuficiencia de información o limitada pertinencia teórica, en consecuencia, se consolidó un conjunto final de 8 estudios que cumplieron íntegramente con los criterios establecidos.

Finalmente, los estudios seleccionados se sistematizaron como parte de la síntesis cuantitativa, organizándose y analizándose sus hallazgos de manera coherente con los objetivos de la investigación, de este modo, el proceso de revisión sistemática permitió integrar la evidencia de forma estructurada, lo cual se presenta de manera esquemática en el diagrama PRISMA correspondiente (ver Anexo 4).

5.2. Características de los estudios incluidos

Los 8 estudios incluidos en el meta-análisis fueron publicados entre los años 2018 y 2025 y fueron recuperados de las bases de datos Alicia, Scopus y Renati, tal como se presenta en la Tabla 2, los cuales analizaron la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora en población peruana.

En relación con el estadístico reportado, cuatro estudios informaron el coeficiente de correlación (r), mientras que cuatro estudios utilizaron el coeficiente beta (β), observándose tamaños muestrales que oscilaron entre 114 y 948 participantes, evidenciando variabilidad en el alcance muestral de las investigaciones incluidas.

Tabla 2

Características generales de los estudios incluidos en el meta-análisis.

Nº	Base de datos	Autor(es)	Año de publicacion	Estadistico	Valor	Tamaño de muestra
1	SCOPUS	Vera et al	2024	r	0.156	948
2	SCOPUS	González-Prida et al	2024	r	0.864	114
3	SCOPUS	Del Aguila Arcentales et al	2022	r	0.823	305
4	SCOPUS	Alvarez Risco et al	2021	r	0.757	320
5	RENATI	Alvares y Raissa	2018	r	0.338	115
6	ALCIA	Olano y Simon	2025	r	0.341	219
7	ALICIA	Benito y Urbina	2022	r	0.41	143
8	ALICIA	Liza Rios de Morante	2018	r	0.34	502

Nota: Los coeficientes beta estandarizados (β) reportados en algunos estudios fueron convertidos a coeficientes de correlación (r) siguiendo el procedimiento de Peterson y Brown (2005), con el fin de garantizar la comparabilidad de los tamaños de efecto.

5.3. Riesgo de sesgo y calidad metodológica

Los estudios incluidos presentaron puntajes de 5 a 8 sobre 8 según la matriz de riesgo de sesgo del Joanna Briggs Institute, lo que refleja un cumplimiento general de los criterios metodológicos, por un lado los estudios demostraron una definición clara de los participantes, la medición válida de las variables, un análisis estadístico apropiado y la presentación clara de los resultados. Por otro lado, la identificación y el control de factores de confusión mostraron una mayor variabilidad entre los estudios, los detalles completos de esta evaluación metodológica se presentan en el Anexo 3.

5.4. Resultados por outcome

a. Síntesis cuantitativa

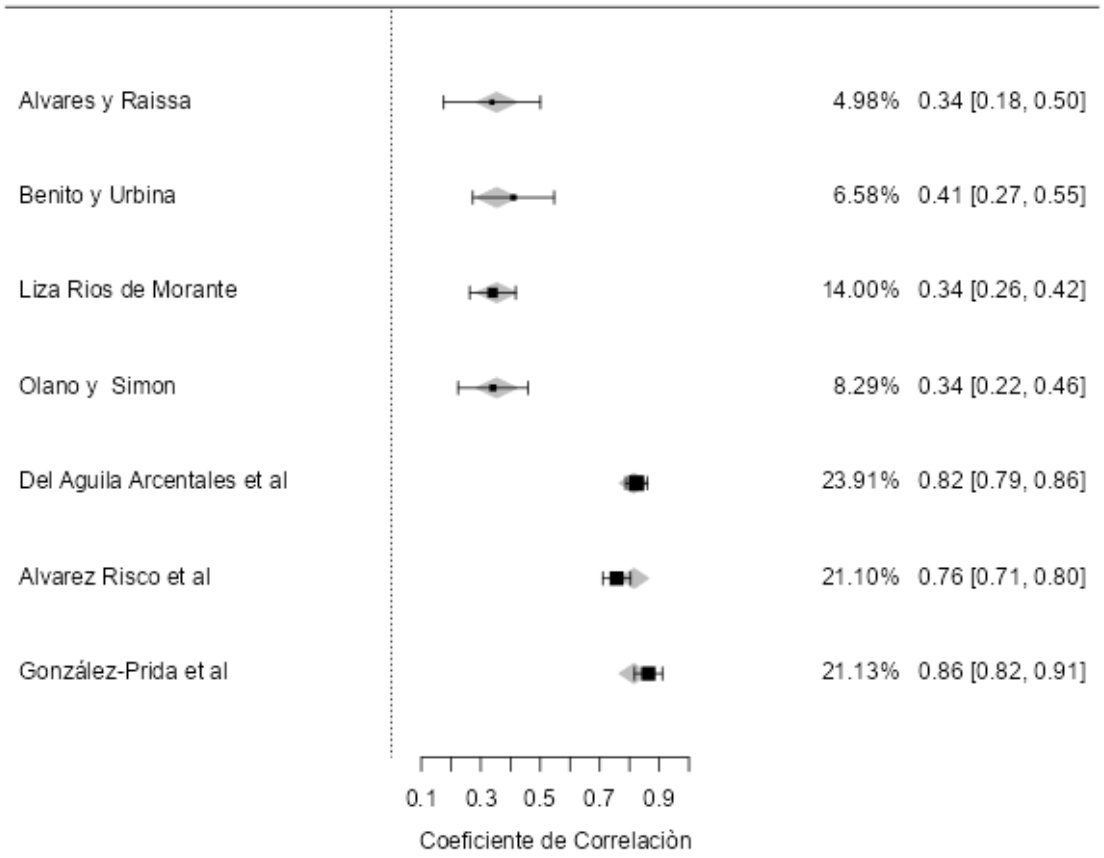
Se realizó un meta-análisis mediante un modelo de efectos mixtos, considerando un total de 7 estudios (k = 7), tras la exclusión de un estudio identificado como atípico debido a su influencia en la heterogeneidad. Por lo que el tamaño de efecto global evidenció una correlación positiva y estadísticamente significativa entre las variables de estudio, con un efecto base de magnitud moderada ($r = 0.354$; IC 95%: [0.285, 0.422]; $p < .001$) cuyos resultados se detallan en la Tabla 3.

Como puede observarse en la Figura 1, los siete estudios incluidos reportan tamaños de efecto positivos sin presencia de correlaciones negativas, asimismo, se aprecia que los estudios con mayores tamaños de muestra presentan intervalos de confianza más estrechos, lo que indica mayor precisión en sus estimaciones.

Por otro lado, se evidencia variabilidad en la magnitud de los tamaños de efecto, con valores que oscilan entre $r = 0.34$ y $r = 0.86$. En este sentido, cuatro estudios se concentran en torno a valores cercanos a $r \approx 0.34–0.41$, mientras que tres estudios presentan correlaciones altas superiores a $r = 0.75$, lo que refleja diferencias en la intensidad de la relación entre las variables analizadas

Figura 1

Forest plot del meta-análisis de la relación entre autoeficacia e intención emprendedora.



b. Heterogeneidad

Posteriormente, se analizó la heterogeneidad de los tamaños de efecto con el fin de evaluar la variabilidad entre los estudios incluidos en el cual evidenciaron resultados en un nivel moderado de heterogeneidad ($I^2 = 57.86\%$), lo que indica la presencia de variabilidad entre los tamaños de efecto reportados. Asimismo, el estadístico Q de Cochran resultó significativo ($Q = 11.130$; $p = 0.049$), lo que confirma la existencia de diferencias entre los estudios.

Por su parte,los valores de tau ($\tau = 0.037$) y tau cuadrado ($\tau^2 = 0.0014$) indican una baja varianza entre los tamaños de efecto, lo que sugiere que, si bien existe heterogeneidad, esta no es excesiva, es por ello que en conjunto, no compromete la estabilidad de las

estimaciones del modelo y, a su vez, sugiere la presencia de factores que podrían explicar la variabilidad observada.

Este nivel de heterogeneidad sugiere la posible presencia de variables moderadoras no analizadas que podrían estar influyendo en la variabilidad de los resultados entre los estudios incluidos tales como diferencias en características muestrales, contextos educativos o instrumentos de medición.

Los resultados del modelo de efectos mixtos y los estadísticos de heterogeneidad se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3

Resultados del modelo de efectos mixtos y estadísticos de heterogeneidad

Modelo de Efectos Aleatorios (k = 7)

Relaciòn	Parámetro	Estimado	SE	z	p	IC 95% Lower	IC 95% Upper
A → IE	Intercepto (grupo bajo)	0.354	0.0349	10.1	<.001	0.285	0.422
A → IE	Diferencia entre grupos (alto vs bajo)	0.461	0.0429	10.8	<.001	0.377	0.545

Estadísticos de heterogeneidad: $\tau = 0.037$; $\tau^2 = 0.0014$ (SE = 0.0017); $I^2 = 57.86\%$; $H^2 = 2.373$; $Q = 11.130$ ($p = 0.049$); $R^2 = 97.7\%$.

c. Subgrupos

En este contexto considerando la variabilidad observada entre los tamaños de efecto se procedió a realizar un análisis de subgrupos con el fin de examinar posibles diferencias en la magnitud de la relación entre los estudios incluidos. Para ello los estudios

fueron clasificados en dos categorías en función de la magnitud de las correlaciones reportadas: correlaciones bajas y correlaciones altas, como se observa en la Figura 1.

Los resultados evidenciaron que la magnitud de la correlación fue significativamente mayor en el grupo de correlaciones altas en comparación con el grupo de correlaciones bajas (coeficiente = 0.461; $p < .001$), como se muestra en la Tabla 3. En términos específicos, el grupo de correlaciones bajas presentó un tamaño de efecto moderado ($r = 0.354$), mientras que el grupo de correlaciones altas alcanzó un tamaño de efecto fuerte ($r = 0.815$).

No obstante, este análisis debe interpretarse con cautela dado que la clasificación de los estudios en función de la magnitud de sus propios tamaños de efecto constituye un procedimiento de carácter exploratorio, ósea, si bien permite describir la variabilidad observada, no representa una prueba inferencial robusta de moderación.

c.Sensibilidad/robustez

Con el propósito de evaluar la estabilidad de los resultados se realizó un análisis de sensibilidad mediante la exclusión de un estudio identificado como potencialmente influyente. En este caso, se excluyó el estudio de Vera et al., debido a su impacto en los niveles de heterogeneidad observados en el análisis inicial.

Tras su exclusión, se evidenció una reducción en los niveles de heterogeneidad, alcanzando un valor de $I^2 = 57.86\%$, lo que indica un nivel moderado de variabilidad entre los estudios donde los tamaños de efecto se mantuvieron consistentes en dirección y magnitud, evidenciando la robustez de los resultados obtenidos.

5.5. Sesgo de publicación

Con el propósito de evaluar la presencia de sesgo de publicación, se analizó la distribución de los estudios mediante un gráfico de embudo (funnel plot), como se observa en la Figura 2, en el cual se identifican siete estimaciones distribuidas en torno al eje

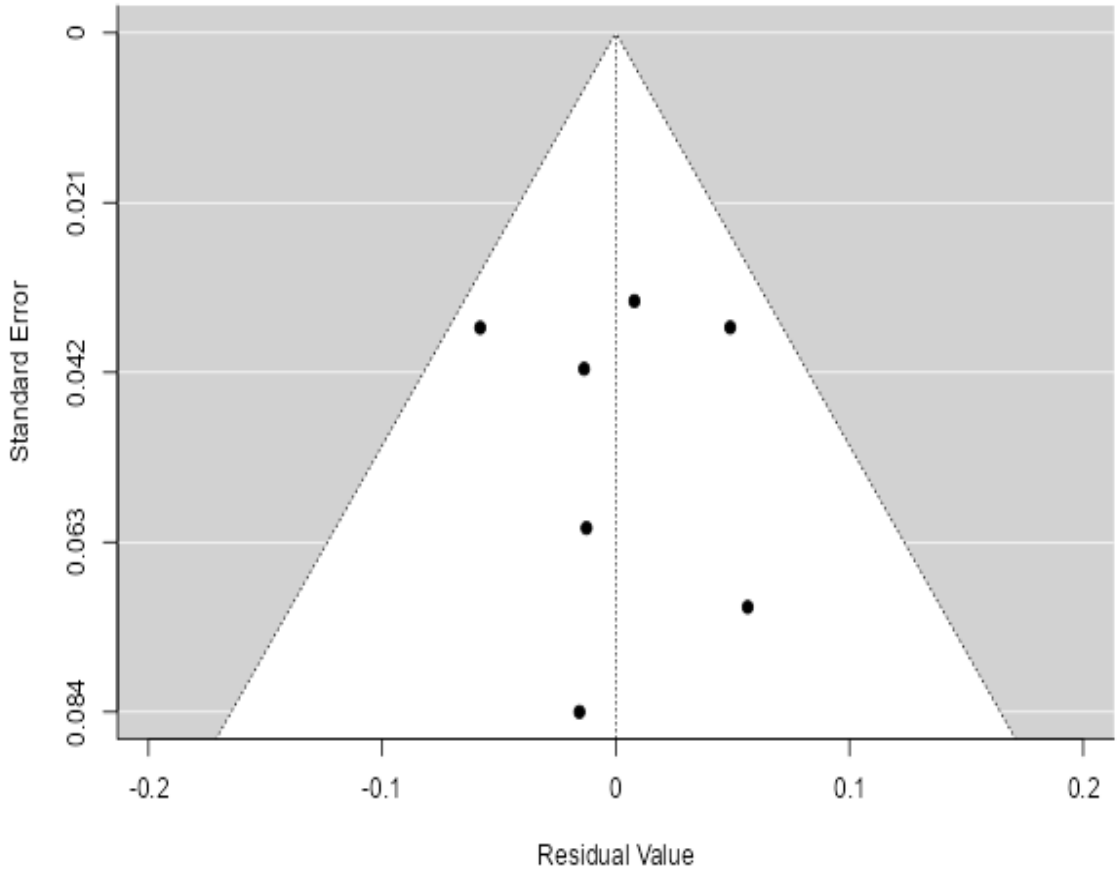
central.

Se observa que la totalidad de los estudios se ubica dentro de los límites del embudo, lo que indica una adecuada dispersión de los tamaños de efecto, en ese sentido, se aprecia que cuatro estudios se concentran próximos al eje vertical, lo que refleja una mayor precisión en sus estimaciones.

Mientras que, por otro lado, tres estudios presentan una dispersión moderada hacia los extremos, sin embargo, dicha dispersión no configura una acumulación unilateral ni evidencia un patrón sistemático de asimetría, por lo tanto, al considerar la distribución global de los puntos, no se identifican desviaciones marcadas que permitan inferir la presencia de sesgo de publicación a partir de la inspección visual del gráfico.

Figura 2

Funnel plot para la evaluación del sesgo de publicación en los estudios incluidos.



CAPÍTULO 6: DISCUSIÓN

En el presente estudio, el hallazgo principal evidencia la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre la autoeficacia y la intención emprendedora en población peruana, observándose un tamaño de efecto global de magnitud moderada ($r = 0.354$; IC 95%: [0.285, 0.422]; $p < .001$), lo cual indica que, a medida que se incrementan los niveles de autoeficacia en los individuos, tiende también a incrementarse su predisposición hacia el emprendimiento, configurándose así una asociación directa, consistente en su dirección y relevante en términos prácticos. Por ello la magnitud del efecto permite sostener que la autoeficacia no solo se vincula con la intención emprendedora, sino que lo hace con una intensidad suficiente como para ser considerada un factor psicológico relevante dentro del proceso de formación de dicha intención. Por lo que, los resultados obtenidos permiten afirmar que el efecto identificado es positivo de magnitud moderada y con evidencia estadística robusta, consolidándose como el principal hallazgo empírico del estudio

Estos resultados de la relación positiva entre autoeficacia e intención emprendedora son coherentes y respaldados por teorías como, la Teoría de la Autoeficacia de Bandura (1997), que postula que la confianza percibida en la propia capacidad para ejecutar acciones específicas incrementa la motivación y persistencia hacia metas concretas. De igual forma la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 2011; Liñán & Chen, 2009) indica que la autoeficacia influye directamente en el control conductual percibido, lo que facilita que las actitudes favorables y la percepción de apoyo social se traduzcan en intención de iniciar un negocio. Asimismo las motivaciones internas identificadas por McClelland (1987) y los eventos desencadenantes propuestos en la Teoría del Evento Emprendedor (Krueger et al., 2000) explican por qué individuos con alta autoeficacia son más proclives a planificar y ejecutar iniciativas de negocio, aun en contextos desafiantes.

Por ello, en el contexto peruano donde factores culturales y económicos pueden representar barreras, la autoeficacia amplifica la predisposición para emprender; explicando la mayor intención de iniciar negocios en quienes perciben alta autoeficacia.

En relación con la comparación con revisiones previas, los resultados del presente estudio muestran una clara coherencia con la evidencia acumulada en la literatura, en la medida en que la relación positiva y significativa entre la autoeficacia y la intención emprendedora ha sido consistentemente reportada en diversos estudios internacionales. En ese sentido, los hallazgos obtenidos se alinean con lo reportado por Christopher y Michael (2014), quienes al analizar múltiples factores predictivos concluyeron que la autoeficacia emprendedora constituye el predictor más sólido de la intención de emprender, evidenciando además una correlación positiva relevante. Del mismo modo los resultados son congruentes con lo señalado por Liao et al. (2022), quienes bajo el marco de la Teoría del Comportamiento Planificado, identificaron a la autoeficacia como uno de los factores de mayor influencia en la formación de la intención emprendedora, destacando además su interacción con variables actitudinales y contextuales. También coinciden con lo expuesto por Espinal et al. (2024), quienes evidencian que la autoeficacia influye positivamente en la intención de emprender, aunque dicho efecto puede verse modulado por factores sociales como las normas subjetivas lo cual amplía la comprensión del fenómeno al incorporar elementos contextuales. Finalmente los resultados también guardan correspondencia con el estudio desarrollado por Alferaih (2017), quien reporta una relación positiva y de magnitud moderada entre la autoeficacia y la intención emprendedora, consolidando a esta variable como un factor clave en la explicación del comportamiento emprendedor. En consecuencia de lo dicho anteriormente, el presente estudio no solo confirma la dirección y relevancia de esta relación, sino que además aporta evidencia contextualizada al ámbito peruano, reforzando la consistencia empírica del constructo en distintos escenarios.

En cuanto a las implicancias para la evaluación, intervención y prevención, los resultados del presente estudio permiten identificar a la autoeficacia como un componente clave dentro del abordaje psicológico del comportamiento emprendedor. En primera a nivel de evaluación se evidencia la necesidad de incorporar la medición de la autoeficacia emprendedora como un indicador relevante en procesos de diagnóstico psicológico y orientación vocacional debido que su nivel permite anticipar la predisposición de los individuos hacia el emprendimiento facilitando así la identificación de perfiles con mayor potencial emprendedor. Por otro lado en el ámbito de la intervención, los hallazgos sugieren que el fortalecimiento de la autoeficacia debería constituir como objetivo central en los programas de formación y capacitación, considerando que el desarrollo de estrategias y programas que podrían incrementar significativamente la intención emprendedora promoviendo así conductas orientadas a la creación de iniciativas propias. En última instancia en términos de prevención, los resultados permiten plantear la importancia de intervenir de manera temprana en contextos educativos, especialmente en población joven, con el fin de potenciar la confianza en las propias capacidades antes de la toma de decisiones profesionales. Por consiguiente el presente estudio no solo aporta evidencia empírica sobre la relación entre autoeficacia e intención emprendedora, sino que también ofrece lineamientos aplicados que pueden orientar el diseño de estrategias psicológicas y educativas dirigidas a fomentar el emprendimiento desde un enfoque preventivo y de desarrollo personal.

En cuanto a las limitaciones del cuerpo de evidencia analizado se identifican diversos aspectos que deben ser considerados al interpretar los resultados del presente estudio. Uno de los principales límites se relaciona con los diseños metodológicos de los estudios incluidos los cuales en su mayoría corresponden a enfoques correlacionales de corte transversal lo que impide establecer relaciones de causalidad entre la autoeficacia y la

intención emprendedora, restringiendo la interpretación de los hallazgos a asociaciones y no a efectos directos. Por otro lado se observa variabilidad en los procedimientos de medición de las variables, dado que los estudios emplearon distintos instrumentos y enfoques operacionales para evaluar tanto la autoeficacia como la intención emprendedora, lo cual podría introducir inconsistencias en la forma en que se capturan dichos constructos. Asimismo si bien los estudios presentan en general una adecuada calidad metodológica se evidencian diferencias en el control de variables de confusión tales como factores sociodemográficos o contextuales que podrían influir en la relación analizada, generando así posibles sesgos en las estimaciones reportadas. De igual manera aunque no se identificaron indicios claros de sesgo de publicación a partir del análisis del gráfico de embudo no se puede descartar completamente su presencia considerando el tamaño reducido del conjunto de estudios incluidos. Por ello si bien la evidencia disponible permite sostener la existencia de una relación consistente entre las variables, estos elementos limitan la forma en que se pueden interpretar los hallazgos, por lo que es necesario considerar las características metodológicas de los estudios al interpretar los resultados.

En relación con las limitaciones del presente estudio es importante considerar diversos aspectos asociados a las decisiones analíticas adoptadas durante el proceso de síntesis, en ese sentido, uno de los principales elementos a tener en cuenta es el número reducido de estudios incluidos en el análisis final ($k = 7$) lo cual puede limitar el alcance de los resultados dentro de la población peruana analizada. También se debe considerar la exclusión de un estudio identificado como atípico, decisión que, si bien permitió reducir la heterogeneidad y mejorar el ajuste del modelo, también implica la posible pérdida de información relevante. Por otro lado se observa que los estudios incluidos reportaron diferentes tipos de estadísticos, específicamente coeficientes de correlación (r) y

coeficientes beta (β), lo que supone un proceso de homogenización de medidas que podría introducir cierto nivel de imprecisión en la estimación global. Adicionalmente la clasificación de los estudios en subgrupos según la magnitud de sus correlaciones constituye una decisión analítica que aunque permitió explorar diferencias en los tamaños de efecto puede simplificar la variabilidad real de los datos. Finalmente si bien se empleó un modelo de efectos mixtos adecuado para manejar la heterogeneidad, las decisiones tomadas en conjunto pueden influir en la interpretación de los hallazgos, por lo que, es importante tener en cuenta estos aspectos al analizar los resultados obtenidos.

Finalmente en relación con las recomendaciones para futuras investigaciones, se plantea la necesidad de fortalecer la producción de estudios empíricos que reporten resultados cuantificables y comparables, oseea , si bien existe una cantidad considerable de investigaciones sobre la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora en el contexto peruano no todas presentan estadísticos adecuados para su inclusión en análisis metaanalíticos, por lo que resulta pertinente promover el uso de coeficientes estandarizados, como la correlación de Pearson o la beta estandarizada, que faciliten la integración de resultados en futuras síntesis cuantitativas. Adicionalmente se recomienda el desarrollo de investigaciones con diseños longitudinales o experimentales, que permitan complementar la evidencia correlacional existente y avanzar hacia una mejor comprensión de las relaciones de causalidad entre las variables, por otro lado, se sugiere mejorar la consistencia en los instrumentos de medición utilizados, con el fin de reducir la variabilidad en la forma en que se evalúan los constructos, adicionalmente, resulta relevante incorporar un mayor control de variables contextuales y sociodemográficas. Tambien explorar posibles variables moderadoras que permitan comprender en qué condiciones se fortalece o debilita la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora, en ese sentido, estas recomendaciones buscan orientar el desarrollo de

investigaciones más comparables, acumulativas y metodológicamente consistentes dentro del contexto peruano

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En relación con el objetivo general, orientado a estimar el tamaño del efecto promedio entre la autoeficacia y la intención emprendedora en población peruana, se concluye, que mediante un modelo de efectos mixtos existe una relación positiva y estadísticamente significativa de magnitud moderada entre ambas variables ($r = 0.354$; IC 95%: [0.285, 0.422]; $p < .001$).

Con respecto del primer objetivo específico, se sistematizó la evidencia disponible mediante un proceso estructurado búsqueda, identificación y selección de estudios, a partir del cual se concluye con un total de 8 investigaciones cumplieron con los criterios establecidos y resultaron aptas para su inclusión en el análisis estadístico.

Asimismo del segundo objetivo específico, se identificó la presencia de heterogeneidad evidenciada por un nivel moderado de variabilidad ($I^2 = 57.86\%$), lo que indica la existencia de diferencias en los tamaños de efecto reportados. Igualmente el estadístico Q de Cochran resultó significativo ($Q = 11.130$; $p = 0.049$), confirmando la presencia de heterogeneidad entre los estudios. Aunque, considerando los valores de tau ($\tau = 0.037$) y tau cuadrado ($\tau^2 = 0.0014$), se observa que la varianza entre los efectos es baja, lo que sugiere que dicha heterogeneidad no es excesiva ni compromete la estabilidad de las estimaciones del modelo, manteniéndose consistente la dirección positiva de la relación observada.

Por último en relación al tercer objetivo específico, no se evidenciaron indicios de sesgo de publicación a partir del análisis del gráfico de embudo, en el cual se observa que los estudios se distribuyen de manera adecuada dentro de los límites esperados, sin presentar patrones de asimetría ni acumulaciones unilaterales, lo que indica una dispersión equilibrada de los tamaños de efecto. En conclusión la evidencia sugiere que los resultados no se encuentran significativamente distorsionados por efectos de publicación, reforzando

así la consistencia y robustez de los hallazgos y permitiendo concluir que la autoeficacia constituye un factor relevante en la explicación de la intención emprendedora en el contexto peruano.

A partir de las conclusiones obtenidas se recomienda aplicar en los programas de formación y promoción del emprendimiento en el contexto peruano incorporen estrategias orientadas al fortalecimiento de la autoeficacia, considerando su relación significativa con la intención emprendedora. Es decir, resulta pertinente que las instituciones educativas y organizaciones de capacitación incluyan actividades que contribuyan al desarrollo de la autoeficacia con el fin de incrementar la intención emprendedora en los peruanos. Adicionalmente, se sugiere que a nivel de evaluación psicológica y orientación vocacional se incorpore la medición de la autoeficacia como un indicador relevante para identificar perfiles con mayor predisposición hacia el emprendimiento, lo que permitiría diseñar intervenciones más focalizadas y efectivas. Por otro lado tambien se recomienda implementar intervenciones tempranas en contextos educativos especialmente en población joven con el objetivo de fortalecer la autoeficacia en etapas previas a la elección de una trayectoria laboral, promoviendo así una mayor disposición hacia el emprendimiento y la generación de iniciativas propias.

Continuando con la idea anterior también se recomienda metodológicamente en función de las limitaciones identificadas en el presente estudio, que las futuras investigaciones incrementen la producción de estudios empíricos en el contexto peruano que reporten coeficientes estadísticos estandarizados, tales como la correlación de Pearson (r) o la beta estandarizada (β). Todo ello con el fin de facilitar la comparación e integración de resultados en análisis metaanalíticos, osea, resulta necesario promover una mayor rigurosidad en el reporte de resultados cuantitativos considerando que no todos los estudios disponibles presentan información suficiente para su inclusión en este tipo de análisis.

Seguidamente se sugiere el desarrollo de estudios utilicen diseños longitudinales o experimentales, ya que la mayoría de investigaciones analizadas fueron de tipo correlacional y realizadas en un solo momento, lo que impide determinar si la autoeficacia influye directamente en la intención emprendedor, ósea, el uso de diseños más robustos permitiría analizar mejor la relación entre ambas variables.

Por otro lado, se recomienda que futuros estudios utilicen instrumentos similares para medir la autoeficacia y la intención emprendedora ya que el uso de diferentes escalas dificulta la comparación de resultados entre investigaciones considerando que las diferencias observadas no solo responden a la relación entre variables, sino también a la forma en que estas son medidas.

Finalmente, se plantea la necesidad de explorar variables moderadoras o mediadoras que permitan comprender en mayor profundidad las condiciones bajo las cuales se fortalece o debilita la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora, contribuyendo así al desarrollo de modelos explicativos más integrales y metodológicamente sólidos.

REFERENCIAS

Acuña, A. y Gamarra, M. (2018). Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada de Lima 2018.https://hdl.handle.net/20.500.14005/8446

Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health, 26*(9), 1113-1127. https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies, 2*(4), 314-324. https://doi.org/10.1002/hbe2.195

Alferaih, A. (2017). Weight- and meta-analysis of empirical literature on entrepreneurship: Towards a conceptualization of entrepreneurial intention and behaviour. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 18(3), 195-209. https://doi.org/10.1177/1465750317722114

Alonso, P. (2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género.https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/1240

Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (6a ed.). Episteme.

Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital Affordances, Spatial Affordances, and the Genesis of Entrepreneurial Ecosystems. Strategic Entrepreneurship Journal, 12, 72-95. https://doi.org/10.1002/sej.1266

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*(2), 191-215. https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191

Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. W.H. Freeman.

Bohlayer, C., & Gielnik, M. M. (2023). (S)training experiences: Toward understanding decreases in entrepreneurial self-efficacy during action-oriented entrepreneurship training. Journal of Business Venturing, 38(1), 106259. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106259

Cáceres-Cayllahua, E., Aguirre-Landa, J. P., Garro-Aburto, L. L., & Sandoval-Nizama, G. (2023). Intención empresarial de estudiantes universitarios en Lima-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, *29*(8), 263–274, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9219706

Castro, D. (2019). Las fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las Mypes en Lima Norte.https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDEP_ce09603210a50e1bbf9edeb4cabf86a2

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/10.1016/S0883-9026(97)00029-3*

Christopher Schlaegel & Michael Koenig, 2014. "Determinants of Entrepreneurial Intent: A Metaâ€“Analytic Test and Integration of Competing Models," *Entrepreneurship Theory and Practice, , vol. 38*(2), pages 291-332, March. https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12087

Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., & Toro, A. B. D. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario:

Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, *22*(2), 160-178. http://dx.doi.org/10.15359/ree.22-2.10

Espinal, A., Rivera, M., & Mejía, K. (2024). Trends in entrepreneurial intention as an object of study: A bibliometric meta-analysis based on the Theory of Planned Behavior (1993-2024). En 4th LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development-LEIRD 2024, Virtual Edition. https://laccei.org/LEIRD2024-VirtualEdition/papers/Contribution_512_a.pdf

Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2015). Beyond entrepreneurial intentions: Values and motivations in entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal, 10(4), 679-689. https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.https://philpapers.org/rec/FISBAI?all_versions=1

García-Salirrosas, E. E. (2025). La interacción entre la autoeficacia, el miedo al fracaso y la pasión emprendedora. *Behavioral Sciences, 15*(7), 951. https://doi.org/10.3390/bs15070951

Guelich, U. (2022). Gendered Entrepreneurship Education and the Fear of Failure. *International Journal of Instruction*, *15*(3), 719-732.https://eric.ed.gov/?id=EJ1355254

Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2016). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation modeling study. *International Entrepreneurship and Management Journal, 12*(3), 631-652. https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-x

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6a

ed.). McGraw-Hill.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.https://books.google.es/books/about/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N.html?id=jly9vQEACAAJ

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2009). Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-Perú) y Metodología de Medición de la Actividad Empresarial. Lima, Perú: INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1021/Libro.pdf

Higgins, J. P., Thomas, J., Chandler, J., Cumpston, M., Li, T., Page, M. J., & Welch, V. A. (2019). *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions* (2nd ed.). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781119536604

Jimenez, A. (2022). *Fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Veintiséis de Octubre, Piura* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. https://hdl.handle.net/20.500.12692/112769

Joanna Briggs Institute. (2020). *Critical appraisal checklist for analytical cross sectional studies*. https://jbi.global/critical-appraisal-tools

Juárez, L. (2023, del 5 al 7 de octubre). *El locus control interno y externo, factores que influyen en la intención emprendedora universitaria.* 26 Congreso Internacional de Ciencias Administrativas. https://repositorios.fca.unam.mx/investigacion/memorias/2022/7.01.pdf

Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review, 13*(3), 429-441. https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306967

Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2020). Robustness of the theory of planned

behavior (TPB) in measuring entrepreneurial intention: A meta-analysis. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 39*(2), 147-169. https://doi.org/10.1504/IJEBSB.2020.105717

Kirmayr, M., Quilodrán, C., Valente, B., Loezar, C., Garegnani, L., & Franco, J. V. A. (2021). *Metodología GRADE, parte 1: cómo evaluar la certeza de la evidencia*. *Medwave*, 21(02), e8109. https://doi.org/10.5867/medwave.2021.02.8109

Krueger, N., Reilly, M. y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5), 411-432. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Liao, Y.-K., Nguyen, V. H. A., & Caputo, A. (2022). Un meta-análisis de la intención emprendedora: El rol de la cognición emprendedora y el contexto. *International Entrepreneurship and Management Journal. Advance online publication.* https://doi.org/10.1007/s11365-022-00803-8

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/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal, 11*(4), 907-933. https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5

Luna, L. y Morón, J.. (2017). *Factores que permiten el desarrollo de Startups peruanas con características de una Born Global Firm* [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. http://hdl.handle.net/10757/623507

Mamani, J., et al. (2023). Autoeficacia emprendedora y desempeño MYPES. *Revista*

Venezolana de Gerencia, 28(82), 398-415.

Martínez, G. e Higuera, J. (2024). Educación en emprendimiento y sostenibilidad para la configuración de intenciones emprendedoras sostenibles en estudiantes universitarios. *Telos: Revista De Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, *26*(2), 709-724. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9545987

McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton University Press.

McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cambridge University Press.

Mendoza Aranzamendi, J. A. M. (2021). Promotora del emprendimiento en tiempos de crisis: Dificultades vinculadas con financiamiento, rol social y estereotipos de género. *Revista Comunicación UNAP, 12*(4), 563. https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563

Ministerio de Educación del Perú. (2018). Bases del concurso escolar "Crea y Emprende" para el fomento del emprendimiento en estudiantes. Lima, Perú: Ministerio de Educación. http://www.minedu.gob.pe/crea-emprende/pdf/bases-crea-emprende-2018.pdf

Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. Journal of Vocational Behavior, 110, 403-419. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ, 372,*

Article n71. https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Pantaleón, A., Caro, O. y Vega, E. (2022). Intención emprendedora de estudiantes de una universidad pública en la región amazonas Perú. *REVISTA CIENTIFICA EPISTEMIA*, *6*(1), 18-30. https://doi.org/10.26495/re.v6i1.2129

Peterson, R. A., & Brown, S. P. (2005). On the use of beta coefficients in meta-analysis. Journal of Applied Psychology, 90(1), 175-181. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.1.175

Rauch, A. y Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 16*(4), 353-385. https://doi.org/10.1080/13594320701595438

Romero, Y. M. A. (2024). Emprendimiento empresarial en los estudiantes universitarios del Perú: Estudio de revisión. *Revista de Climatología Edición Especial Ciencias Sociales*, *24*, 179.https://rclimatol.eu/wp-content/uploads/2024/01/Articulo-CS24-Yessica-1.pdf

Sandoval, C. y Bado, G. (2022). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo. *Contaduría y administración*, *67*(4), 1-27. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3269

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/10.1111/etap.12055

Shane, S. (1992). Why do some societies invent more than others?. *Journal of Business Venturing, 7*(1), 29-40. https://doi.org/10.1016/0883-9026(92)90033-N

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90).

Prentice Hall. https://ssrn.com/abstract=1497759

Torrance, E. P. (1962). *Guiding creative talent*. Prentice Hall.

Urbano, D., & Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial universities: Societal impacts and challenges. *Technological Forecasting and Social Change,* 83, 127-136. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.007

Valencia-Arias, J. A., Benjumea, J. M., & Mejía, J. F. (2019). Evolución y tendencias investigativas en autoeficacia emprendedora. Ingeniería Industrial, 40(2), 219-234. https://doi.org/10.16925/ii.v40i2.219

Van Gelderen, M., Kautonen, T. y Fink, M. (2019). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing, 34*(2), 1-22. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.007

Vidaurre-Rojas, P. (2023). Autoeficacia en estudiantes peruanos. *Revista Cubana de Ciencias Económicas, 11*(4), e102.

Yildiz, H., Karabulut, A. y Yildiz, M. (2019). Factors affecting entrepreneurial intention of young people in Turkey: an application of planned behavior theory. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1), 1-16. https://doi.org/10.1186/s40497-019-0176-1

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. Journal of Applied Psychology, 90(6), 1265-1272. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265

Zimmerman, B. J. (2008). Investigating self-regulation and motivation: Historical background, methodological developments, and future prospects. *American Educational Research Journal, 45*(1), 166-183. https://doi.org/10.3102/0002831207312909

ANEXOS

Anexo 1. Estrategias de búsqueda (por base y fecha)

Base de datos	Estrategia de búsqueda completa	Filtros aplicados	Registros recuperados (n)	Fecha de la última búsqueda
Scopus	"self-efficacy" AND "entrepreneurial intention"	Idioma: español e inglés; Periodo: 2015–2025; Filtro por país: Perú	**n = 25**	15/01/2026
SciELO	"autoeficacia" AND "intención emprendedora"	Idioma: español e inglés	**n = 15**	15/01/2026
RENATI	"autoeficacia" AND "intención emprendedora"	Periodo: 2015–2025;	**n = 15**	15/01/2026
Alicia – CONCYTEC	"autoeficacia" AND "intención emprendedora"	Periodo: 2015–2025; País: Perú	**n = 29**	15/01/2026

Anexo 2. Plantilla de extracción de datos

N°	AUT	AÑO	TIT	BD	n	EST	VAL	r

***N°**: Número de estudio

***AUT**: Autor(es)

***AÑO**: Año de publicación

***TIT**: Título del estudio

***BD**: Base de datos o motor de búsqueda

***n**: Tamaño de la muestra

***EST**: Tipo de estadístico reportado

***VAL**: Valor del estadístico reportado

***r**: Tamaño de efecto (coeficiente r de Pearson)

Anexo 3. Matriz de riesgo de sesgo

Autor(es)	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Puntaje total
Alvarez Risco et al	**SI**	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	7
Benito y Urbina	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	6
Liza Rios de Morante	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	8
Alvares y Raissa	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	6
Vera et al	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	6
González-Prida et al	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	8
Olano y Simon	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	6
Del Aguila Arcentales et al	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	5

Q1: Criterios de inclusión claramente definidos

Q2: Descripción adecuada de la muestra

Q3: Medición válida y confiable de las variables

Q4: Identificación de factores de confusión

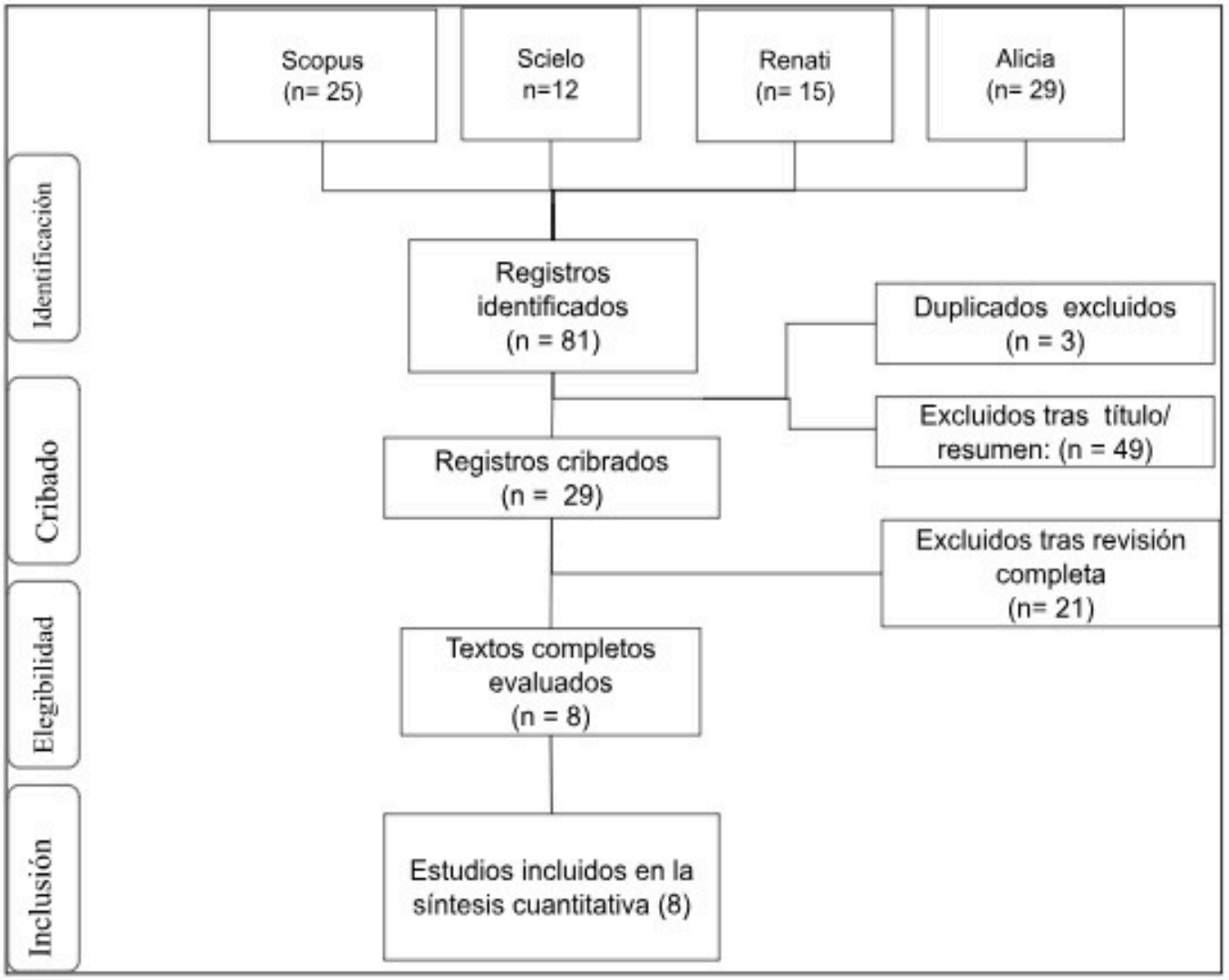
Q5: Estrategias para controlar factores de confusión

Q6: Medición válida del outcome

Q7: Análisis estadístico apropiado

Q8: Claridad en la presentación de resultados

Anexo 4. Diagrama de flujo PRISMA de selección de estudios



Anexo 5. Lista de estudios excluidos a texto completo

Fuente	Autor	Año	Título del estudio	Motivo de exclusión
SCOPUS	Cruz Salinas, Luis Edgardo et al.	2025	Determinantes de la intención emprendedora sostenible: un análisis multigrupo entre universidades públicas y privadas en ingeniería industrial	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
SCOPUS	Nunez, Nicolás A. y Cornejo-Meza, Giuliana et al.	2025	Desafiando expectativas: factores que influyen en las intenciones emprendedoras de graduados de MBA	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
SCOPUS	Sánchez, Sandro y De las Casas, Felipe et al.	2025	Fomentando el emprendimiento social en estudiantes de secundaria: un enfoque desde la teoría del comportamiento planificado en un país emergente	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
SCOPUS	Farroñán et al.	2023	Emprendimiento universitario femenino: un factor competitivo para fortalecer el perfil profesional de las estudiantes universitarias	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
SCOPUS	Arbulú Ballesteros et al.	2024	Factores que predicen el emprendimiento femenino entre estudiantes universitarios en la región de Lambayeque, Perú	No reporta variable autoeficacia después de leer todo
SCOPUS	Chavez-Ruiz, Mervin Juan et al.	2024	Influencia de la alfabetización financiera en la intención emprendedora: rol del mediador del control conductual percibido en estudiantes de educación superior en el contexto peruano	Reporte beta, pero no de autoeficacia; no usa esa variable
SCOPUS	Perez-Luyo, Ricardo et al.	2023	Intención de emprendimiento verde entre estudiantes de secundaria: perspectiva de los docentes	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada

SCOPUS	Alvarez-Risco, Aldo y Lopez-Odar, Dennis	2022	Emprendimiento para ciudades sostenibles	No se pudo acceder al texto completo para extraer los valores estadísticos requeridos
SCIELO	Teresa Torres-Coronas y María Arántzazu Vidal-Blasco	2019	La importancia del control conductual percibido como determinante de la intención emprendedora entre estudiantes universitarios	No reporta influencia de la autoeficacia en la intención emprendedora; población no peruana
RENATI	Escalante Lira, Fabiola Stephanie; Zeballos Vega, Marycielo Nashely	2018	Influencia de la inteligencia emocional e intención de emprendimiento en la autoeficacia emprendedora de trabajadores del Mall Aventura Plaza. Arequipa, 2017	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
RENATI	Sánchez Paredes, Rubén Guillermo	2020	La autoeficacia emprendedora, valores motivacionales y rendimiento académico de estudiantes universitarios en la asignatura de Emprendedores – UNTELS 2016	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
RENATI	Gonzales Peralta, Patricia Emilia	2024	Explicando la intención de emprendimiento a tiempo completo en emprendedores híbridos: rol del capital social	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
RENATI	Mendoza Farro, Tula	2016	Análisis comparativo de los resultados de la formación emprendedora en la Universidad Continental y el Instituto Continental en Huancayo, Región Junín, Perú	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
RENATI	Huillcacuri Vega, Ruth	2020	Estudio comparativo del potencial de emprendimiento social en estudiantes de una universidad pública de Arequipa	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
ALCIA	Manosalvas Vaca, Luis Oswaldo	2017	Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora	Población no peruana

ALCIA	Escalante et al.	2018	Influencia de la inteligencia emocional e intención de emprendimiento en la autoeficacia emprendedora de trabajadores del Mall Aventura Plaza, Arequipa 2017	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
ALCIA	Soria Barreto, Karla; Zuñiga Jara, Sergio, etc.	2016	Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
ALCIA	Farias Castro, Keren Gabriela; Panta Montero, Ingrid Fabiola	2018	Intención emprendedora de los alumnos de la Universidad de Piura: Campus Piura, Administración de Empresas	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
ALCIA	Gonzales Peralta, Patricia Emilia	2024	Explicando la intención de emprendimiento a tiempo completo en emprendedores híbridos: rol del capital social	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
ALCIA	Mendoza Farro, Tula	2016	Análisis comparativo de los resultados de la formación emprendedora en la Universidad Continental y el Instituto Continental en Huancayo, Región Junín, Perú	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada
ALCIA	Alvarez Risco, Aldo; López Odar, Dennis; Chafloque Céspedes, Raquel; Vílchez Román, Carlo	2018	Emprendimiento social: ¿Las universidades peruanas están cumpliendo su rol promotor?	No reporta r de Pearson ni beta estandarizada; además es un libro

Anexo 6. Salidas completas del meta-análisis (jamovi)

Correlation Coefficients

Mixed-Effects Model (k = 7)

	Estimate	se	Z	p	CI Lower Bound	CI Upper Bound
Intercept	0.354	0.0349	10.1	<.001	0.285	0.422
Moderator	0.461	0.0429	10.8	<.001	0.377	0.545

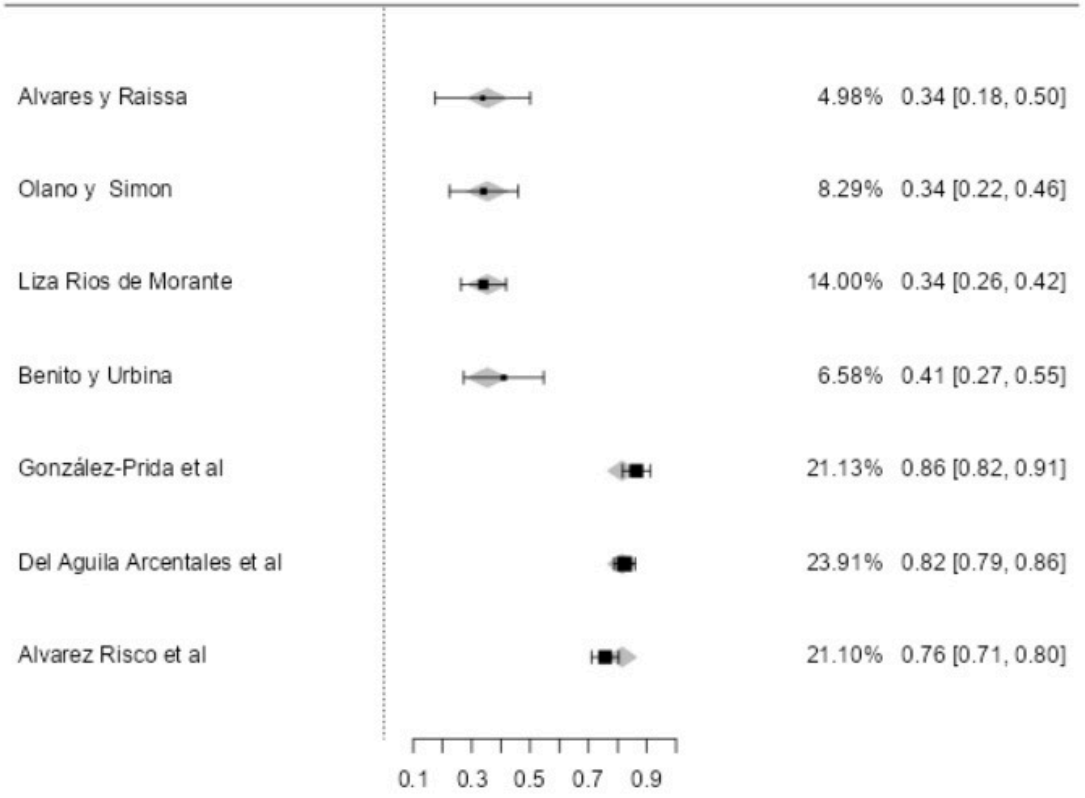
Nota. Tau^2 Estimator: Restricted Maximum-Likelihood

Heterogeneity Statistics

Tau	Tau^2	I^2	H^2	R^2	df	Q	p
0.037	0.0014 (SE= 0.0017)	57.86%	2.373	97.7%	6.000	11.130	0.049

Text reporting does not currently work with moderators

Forest Plot

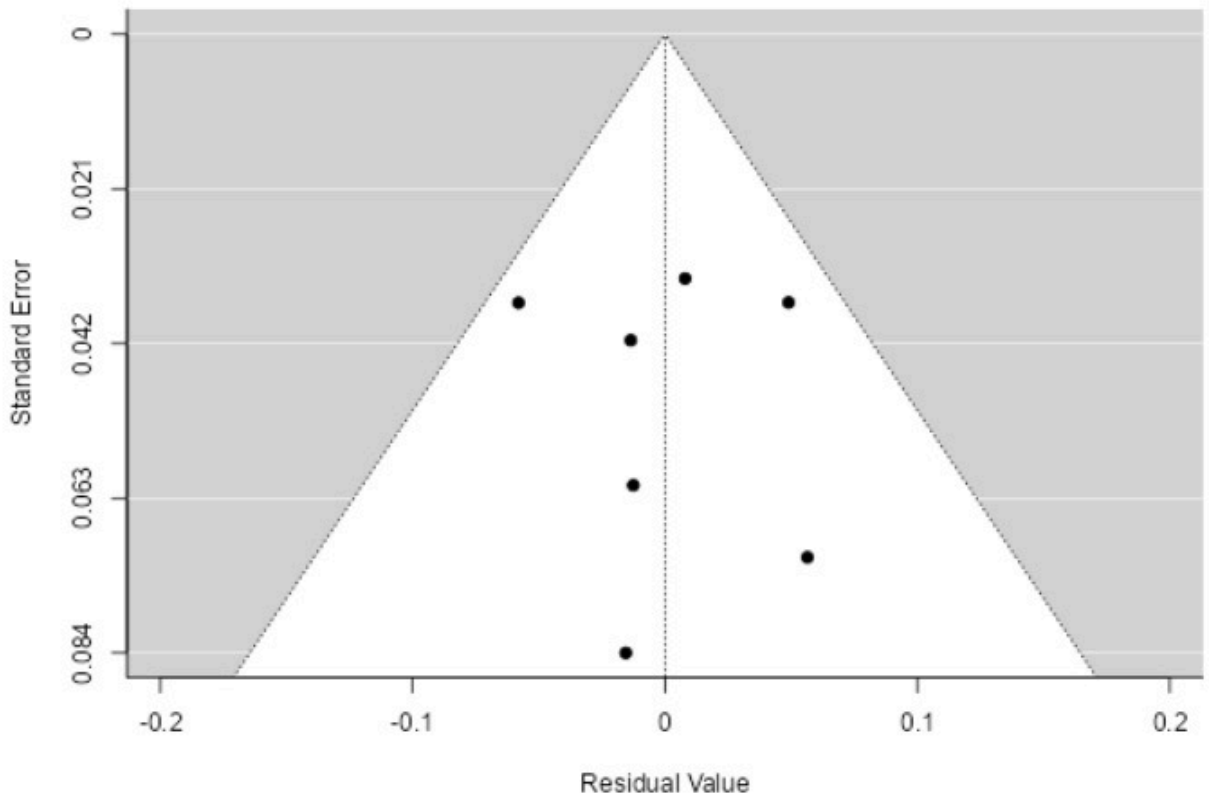


Publication Bias Assessment

Test Name	value	p
Fail-Safe N	7.000	.
Begg and Mazumdar Rank Correlation	-0.429	0.239
Egger's Regression	0.234	0.815
Trim and Fill Number of Studies	.	.

Nota. Fail-safe N Calculation Using the Orwin Approach

Funnel Plot


Standard Error
0
0.021
0.042
0.063
0.084
-0.2
-0.1
0
0.1
0.2
Residual Value

Anexo 7. Checklist PRISMA 2020 para el resumen

Ítem PRISMA	Descripción del ítem	Reportado (Sí/No)	Ubicación
1	Identificación del estudio como meta-análisis o revisión sistemática	Sí	Resumen
2	Objetivo claramente establecido	Sí	Resumen
3	Fuentes de información y criterios de inclusión	Sí	Resumen
4	Métodos de síntesis y análisis estadístico utilizados	Sí	Resumen
5	Número de estudios incluidos y tamaño muestral total	Sí	Resumen
6	Resultados principales del meta-análisis	Sí	Resumen
7	Medida del efecto y dirección del efecto	Sí	Resumen
8	Limitaciones principales del estudio	No	—
9	Conclusiones e implicancias generales	Sí	Resumen
10	Registro o protocolo del estudio	No	—

Anexo 8. Checklist PRISMA 2020

Sección	Ítem	Descripción	Reportado (Sí/No)	Ubicación en la tesis
Título	1	Identificar el estudio como revisión sistemática o meta-análisis	Sí	Portada / Título
Resumen	2	Resumen estructurado conforme a PRISMA	Sí	Resumen, p. 5
Introducción	3	Justificación del estudio	Sí	Cap. I
	4	Objetivos explícitos	Sí	Cap. I, Obj.
Método	5	Criterios de elegibilidad	Sí	4.3
	6	Fuentes de información	Sí	4.4
	7	Estrategia de búsqueda completa	Sí	4.5 / Anexo 1
	8	Proceso de selección de estudios	Sí	4.6
	9	Proceso de extracción de datos	Sí	4.7 / Anexo 2
	10	Variables y datos extraídos	Sí	4.7
	11	Evaluación del riesgo de sesgo	Sí	4.8 / Anexo 3
	12	Medidas de efecto	Sí	4.9
	13	Métodos de síntesis estadística	Sí	4.10
	14	Evaluación de heterogeneidad	Sí	4.10
	15	Evaluación del sesgo de publicación	Sí	4.11

	16	Análisis de certeza de la evidencia	Sí	4.12
Resultados	17	Diagrama de flujo PRISMA	Sí	5.1
	18	Estudios excluidos con razones	Sí	Anexo 4
	19	Características de los estudios incluidos	Sí	5.2
	20	Resultados del riesgo de sesgo	Sí	5.3
	21	Resultados individuales de los estudios	Sí	5.4
	22	Resultados de la síntesis (forest plot)	Sí	5.4
	23	Resultados del sesgo de publicación	Sí	5.5
Discusión	24	Interpretación general de resultados	Sí	Cap. VI
	25	Limitaciones del estudio	Sí	Cap. VI
	26	Implicancias prácticas y teóricas	Sí	Cap. VI
Otros	27	Registro o protocolo	No	No registrado
	28	Financiamiento	No	No reportado
	29	Disponibilidad de datos y reproducibilidad	Sí	4.14 / Anexo 5