

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA MACRORREGIÓN SUR DEL PERÚ



**Rafael Escobedo Pérez
Tomás Véliz Quispe
Jitler Colque Ramos
Víctor Vargas Godoy**



Instituto Latinoamericano de Altos Estudios

Emprendimiento empresarial en
las universidades públicas de la
macrorregión sur del Perú

INSTITUTO
LATINOAMERICANO
DE ALTOS ESTUDIOS

Rafael Ronal Escobedo Pérez

[rescobedo@undc.edu.pe]

ORCID [<https://orcid.org/0000-0001-6011-8033>]

Doctor en Administración y Maestro en Contabilidad y Administración por la Universidad Nacional del Altiplano, de profesión Contador Público por la misma casa de estudios, amplia experiencia en el ejercicio profesional en los sectores público y privado; experiencia en la docencia universitaria: universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Universidad Privada del Cusco, Universidad Nacional de Cañete.

Tomás Véliz Quispe

[tveliz@unap.edu.pe]

ORCID [<https://orcid.org/0000-0003-4383-0365>]

Doctor en Ciencias Empresariales y Magíster en Economía por la Universidad Nacional de San Agustín, Doctor (c) en Derecho por la Universidad Nacional del Altiplano, Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Católica Santa María; Docente principal en la Universidad Nacional del Altiplano.

Jitler Colque Ramos

[jitlercr@gmail.pe]

ORCID [<https://orcid.org/0009-0000-2719-3736>]

MSc. en Contabilidad y Administración por la Universidad Nacional de Altiplano, Licenciado en Administración por la Universidad Nacional del Altiplano; Docente en la misma casa de estudios.

Victor Carmelino Vargas Godoy

[vvargas@undc.edu.pe]

ORCID [<https://orcid.org/0000-0003-3790-7530>]

Doctor en Administración y Maestro en Contabilidad y Administración por la Universidad Alas Peruanas, Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad San Antonio Abad del Cusco, Abogado; Docente principal en la Universidad Nacional de Cañete.

Emprendimiento empresarial en
las universidades públicas de la
macrorregión sur del Perú

Rafael Ronal Escobedo Pérez

Tomás Véliz Quispe

Jitler Colque Ramos

Víctor Carmelino Vargas Godoy

INSTITUTO
LATINOAMERICANO
DE ALTOS ESTUDIOS

Queda prohibida la reproducción por cualquier medio físico o digital de toda o una parte de esta obra sin permiso expreso del Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–.

Publicación sometida a evaluación de pares académicos, mediante el sistema de “doble ciego”, requisito para la indexación en la Web of Science de Clarivate (*Peer Review Double Blinded*).

Esta publicación está bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada 4.0 Unported License.



ISBN 978-628-7661-19-6

- © Rafael Ronal Escobedo Pérez / Tomás Véliz Quispe
Jitler Colque Ramos / Víctor Carmelino Vargas Godoy, 2024
- © Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–, 2024

Derechos patrimoniales exclusivos de publicación y distribución de la obra
Cra. 18 # 39A-46, Teusaquillo, Bogotá, Colombia
PBX: (571) 601 232-3705
www.ilae.edu.co

Diseño de carátula y composición: Harold Rodríguez Alba
Edición electrónica: Editorial Milla Ltda. (571) 601 323-2181
editorialmilla@telmex.net.co

Editado en Colombia
Published in Colombia

Al padre celestial creador de la vida, por acompañarnos en todo momento y mantener unidas las familias pilar de una sociedad, con justicia y amor

Los autores

Contenido

AGRADECIMIENTOS	13
RESUMEN	15
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO PRIMERO	
REVISIÓN DE LITERATURA	19
I. Marco teórico	19
A. Universidades emprendedoras	19
B. Emprendimiento empresarial universitario	21
C. Intención emprendedora	24
II. Antecedentes	31
A. A nivel internacional	31
B. A nivel nacional	32
C. A nivel local	33
CAPÍTULO SEGUNDO	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	37
I. Identificación del problema	37
II. Enunciado del problema de investigación	39
A. Problema general	39
B. Problemas específicos	39
III. Justificación	39
IV. Objetivos de investigación	40
A. Objetivo general	40
B. Objetivos específicos	41
V. Hipótesis de investigación	41
A. Hipótesis general	41
B. Hipótesis específicas	41

CAPÍTULO TERCERO

MATERIALES Y MÉTODOS	43
I. Lugar de estudio	43
II. Población de investigación	43
III. Muestra de la investigación	44
IV. Diseño, tipo y método de investigación	45
V. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
A. Plan de recolección de datos y análisis de datos	46

CAPÍTULO CUARTO

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
I. Resultados de la investigación	47
A. Objetivo 1	47
B. Objetivo 2	52
1. Deseabilidad percibida	52
2. Viabilidad percibida	57
3. Relación de significancia de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	60
4. Contrastación de hipótesis	61
c. Discusión	62
Conclusiones	64
Recomendaciones	64

REFERENCIAS	67
--------------------	-----------

ANEXOS	71
---------------	-----------

Índice de tablas

TABLA 1.	Modelo del evento empresarial de SHAPERO y SOKOL	26
TABLA 2.	Modelo de la Teoría del Comportamiento Planeado de AJZEN	27
TABLA 3.	Modelo de KRUEGER y CARSRUD	29
TABLA 4.	Modelo integral de intención empresarial de SCHLAEGEL y KOENING	30
TABLA 5.	Operacionalización de variables	42
TABLA 6.	Población de estudiantes de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Social (macrorregión sur del Perú - 2018)	44
TABLA 7.	Muestra de estudiantes de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Social (macrorregión sur del Perú - 2018)	45
TABLA 8.	Nivel de actividades en concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2018	48
TABLA 9.	Nivel de actividades de ideas de negocio para incubación y consolidación de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2018	49
TABLA 10.	Nivel de actividades en prototipo de invenciones de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2018	50
TABLA 11.	Nivel de actividades en ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2018	51
TABLA 12.	Deseabilidad percibida - actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	52
TABLA 13.	Deseabilidad percibida - norma subjetiva de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	53
TABLA 14.	Deseabilidad percibida - autoeficiencia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	55
TABLA 15.	Deseabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	56
TABLA 16.	Viabilidad percibida - autoeficacia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	57
TABLA 17.	Viabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	59
TABLA 18.	Medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	60

Índice de figuras

FIGURA 1.	Deseabilidad percibida - actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	52
FIGURA 2.	Deseabilidad percibida - norma subjetiva de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	54
FIGURA 3.	Deseabilidad percibida - autoeficiencia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	55
FIGURA 4.	Deseabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	56
FIGURA 5.	Viabilidad percibida - autoeficacia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	58
FIGURA 6.	Viabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019	59

Agradecimientos

Con profunda gratitud y reconocimiento a la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, por permitir el desarrollo del conocimiento científico, filosófico, valores y ética, pilares fundamentales humanistas y de aporte a la sociedad.

Los autores

Resumen

La investigación tiene como objetivo determinar el nivel de evaluación de actividades del emprendimiento y la intención emprendedora de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur de Perú. La investigación es de tipo básica y no experimental; el diseño es descriptivo transversal y correlacional. La población es 2,508 estudiantes y la muestra es de 295 estudiantes. Se aplicó un cuestionario estructurado y una hoja de cotejo documental. Para el análisis se aplicó Chi cuadrado que resultó significativo y una V Cramer de 0.886 superior a la calculada para viabilidad, por lo tanto, podemos concluir en los resultados que la deseabilidad está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

Palabras claves: Emprendimiento universitario; Intención emprendedora; Universidades emprendedoras

Introducción

El presente trabajo de investigación contiene información esencial y relevante acerca el emprendimiento empresarial para estudiantes universitarios.

Las universidades contribuyen potencialmente al desarrollo económico de varias formas, desarrollan capital humano, crean conocimientos básicos a través de la investigación, establecen la transferencia de conocimientos técnicos y científicos existentes, aplican los conocimientos a la creación y comercialización de nuevos productos o procesos, realizan inversiones de capital y participan en lograr una infraestructura en la región basada en el conocimiento. En tal sentido, es que la investigación pretende analizar y describir acerca del emprendimiento empresarial en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

En el capítulo primero se enfoca la revisión de literatura, marco teórico y antecedentes sobre el emprendimiento empresarial en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

En el capítulo segundo se detalla el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos (generales y específicos), así como también las hipótesis.

En el capítulo tercero se explican los materiales y métodos, el lugar de estudio, la población y muestra, de igual forma se expone la metodología de investigación, procesamiento y recolección de datos y el respectivo análisis.

Y por último, en el capítulo cuarto se exponen los resultados y discusión, obtenidos de la interacción y análisis sobre el emprendimiento empresarial en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú, y de igual forma se presenta la discusión del tema investigado.

Este libro se basa en el trabajo de grado "Emprendimiento empresarial en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú", presentado por RAFAEL RONAL ESCOBEDO PÉREZ para optar el grado académico de Doctoris Scientiae en Administración, en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, 2019.

Revisión de literatura

I. MARCO TEÓRICO

A. Universidades emprendedoras

ETZKOWITZ introduce la expresión “emprendedurismo universitario”¹, para representar los casos en los cuales las entidades universitarias son una pieza fundamental para el desarrollo económico regional. KURATKO² destaca el papel de las universidades como formadoras y

-
- 1 HENRY ETZKOWITZ. “The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages”, *Research Policy*, vol, 27, n.º 8, 1998, pp. 823 a 833, disponible en [<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733398000936>].
 - 2 DONALD F. KURATKO. “Entrepreneurship education in the 21st century from legitimization to leadership”, *A Coleman Foundation White Paper USASBE National Conference*, 16 de enero de 2004, disponible en [http://faculty.bus.olemiss.edu/dhawley/PMBA622%20SP07/PMBA622/Sloan/L3_M11_Entre_Education.pdf].

educadoras de personas con un espíritu emprendedor, de manera que al finalizar sus estudios universitarios creen empresas, generen empleo y contribuyan al desarrollo económico y social de los pueblos.

En la década de 1970, según ROTHÄERMEL *et al.*³ el campo del emprendimiento empezó a echar raíces en las escuelas de negocios, principalmente en las escuelas de Estados Unidos. En los años 1980, la educación emprendedora se inició en diferentes universidades con cursos sobre emprendimiento y centros especializados. Desde el año 2000, se ha presentado un incremento exponencial en el número de artículos publicados sobre emprendimiento universitario, lo cual puede ser atribuido, en parte, al crecimiento de la demanda de la industria por la innovación tecnológica.

El término “universidad emprendedora” fue popularizado por CLARK⁴, allí explicaba que las universidades emprendedoras son aquellas que maximizan el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. El concepto de emprendimiento universitario es como la organización, donde el riesgo es un fenómeno normal y las nuevas prácticas de innovación son iniciadas y continúan hasta llegar a una etapa de comercialización y explotación de utilidades.

FERNÁNDEZ DE LUCIO *et al.*⁵ investigan en cuanto a la relación entre cada tipo de universidad y los diversos tipos de empresa es diferente. Así, una universidad emprendedora se relaciona sin dificultades con una PYME de sectores avanzados (telecomunicaciones, informática, química fina, etc.), ya que estas empresas poseen recursos humanos con buena formación superior y media, por tanto, no hay barreras de lenguaje con los investigadores, y lo más importante es la innovación en general y las actividades de I&D en particular que forman parte de sus preocupaciones y de su estrategia como empresa.

3 FRANK T. ROTHÄERMEL, SHANTI D. AGUNG y LIN JIANG. “University entrepreneurship: a taxonomy of the literature”, *Industrial and Corporate Change*, vol. 16, n.º 4, 2007, pp. 691 a 791.

4 BURTON R. CLARK. *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*, Oxford, Emerald Publishing Limited, 1998.

5 IGNACIO FERNÁNDEZ DE LUCIO, ELENA CASTRO MARTÍNEZ, FERNANDO CONESA CEGARRA y ANTONIO GUTIÉRREZ GRACIA. “Las relaciones universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional”, *Espacios*, vol. 21, n.º 2, 2000, disponible en [https://digital.csic.es/bitstream/10261/13382/1/Relaciones_universidad_empresa.pdf].

ROTHAERMEL *et al.*⁶ señalan que el emprendedurismo universitario es el corazón del sistema de innovación universitario, que genera la transferencia de conocimiento y tecnología a través de intermediarios, tales como oficinas de transferencia tecnológica y la creación de incubadoras o parques científicos que finalmente generan las empresas de nueva creación.

CLARK⁷ define una serie de características de las universidades emprendedoras: i) son rápidas y flexibles para variar sus capacidades, cambiando rápida y en forma innovadora sus recursos de administración y los departamentos académicos; ii) cuentan con programas académicos y de investigación enfocados en disciplinas y áreas interdisciplinarias; iii) diversifican la base de sus recursos económicos y otorgan el acceso de fondos y una amplia base financiera conformada por organismos de gobierno, organismos privados, exalumnos y derechos de propiedad intelectual, logrando así una amplia base financiera; iv) tienen centros especializados en emprendimiento que son flexibles a actividades y relaciones externas, estos departamentos otorgan a la universidad una estructura de centros enlazados al medio externo; v) las unidades periféricas a los departamentos enlazados son oficinas que tienen contactos con empresas y organismos gubernamentales; vi) con exalumnos que trabajan en la transferencia de conocimiento y desarrollo de la propiedad intelectual, estos centros traen a la universidad la orientación de proyectos prácticos en el desarrollo económico y social.

B. Emprendimiento empresarial universitario

SCHUMPETER⁸ utiliza el término “emprender” para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Expresa la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una

6 ROTHAERMEL, AGUNG y JIANG. “University entrepreneurship: a taxonomy of the literature”, cit.

7 CLARK. *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*, cit.

8 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER. *Capitalismo, socialismo y democracia*, Barcelona, Ediciones Folio, 1942.

nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. También define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones.

GUTIÉRREZ describe el emprendimiento como una capacidad para realizar proyectos de acción en un entorno de oportunidades, identidades con la suficiente determinación para organizar los medios y recursos para aplicarlo. Es además un “comportamiento individual y colectivo que implica atributos y competencias básicas y algunas extraordinarias que viabilizan la posibilidad de acción por emprender”⁹.

Global Entrepreneurship Monitor –GEM–¹⁰, es un proyecto global que fue instituido en 1999 por Babson College y London School, con el fin de fortalecer investigaciones relacionadas con el emprendimiento, esta red de investigación busca monitorear el desarrollo del emprendimiento a nivel global para responder a la importancia que este tema ha tenido en los últimos años.

Para VELA¹¹, y según la historia de aparición de la incubación de empresas, se tiene claro el reconocimiento de inicio de la incubación empresarial en Estados Unidos. Por otro lado, existen tres versiones del surgimiento de la incubación:

- Unos mencionan que el inicio de la práctica de la incubación de negocios se registra con el funcionamiento de la primera incubadora que surge en 1942, inicialmente con el propósito de incubar iniciativas estudiantiles por parte de la organización Student Agencies Inc. en Ithaca, Nueva York.

9 FRANK GUTIÉRREZ SIVIRA. “Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos”, *Laurus*, vol. 12, n.º 22, 2006, pp. 139 a 152, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/761/76102207.pdf>].

10 RODRIGO VARELA V., LIYIS GÓMEZ, FERNANDO PEREIRA, RAFAEL AUGUSTO VESGA, LUIS MIGUEL ÁLVAREZ, JUAN DAVID SOLER, RAÚL QUIROGA y PIEDAD MARTÍNEZ. *GEM, Global Entrepreneurship Monitor: Re porte Anual Colombia 2009*, Cali, Universidad Icesi, 2010, disponible en [<https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2009-report>].

11 JULIO CÉSAR VELA VELÁSQUEZ. “Modelo para la creación de incubadoras de empresas en la realidad peruana” (tesis de pregrado), Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011, disponible en [<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/914>].

- También se alude a 1946, cuando empieza a funcionar la incubadora American Reseach Development –ADR– (Investigaciones para el Desarrollo de América) en el Massachusetts Institute of Technology –MIT–, organización creada fuera del espacio universitario con el objetivo de proveer capital a las nuevas empresas de Nueva Inglaterra¹².
- También se menciona que fue a fines de 1959 en Batavia, Nueva York, que aconteció el primer caso de incubadora denominada *Batavia Industrial Center* por la familia MANCUSO, referida por la mayoría de los autores, lo cual se produce cuando el alcalde de Watertow, FRANK MANCUSO, compró y adaptó una edificación para proveer de espacio a empresas de reciente creación donde antes funcionaba una incubadora de pollos que cerró, dejando 2.000 puestos de trabajo, a partir de allí, se adoptaría y esparciría la idea de incubadoras en otras ciudades de Estados Unidos, la incubadora recibió la denominación de *Mancuso Business Development Group* propiciando la creación de más de 1.200 empresas.

THOMAS y VERSINO¹³, explican que a partir de la década de 1980 se registra en América Latina un incremento en acciones desarrolladas por las universidades con el fin de generar algún tipo de vinculación con el sector productivo. Este proceso incorporó, desde mediados de los años 1990, mecanismos de creación y promoción de emprendimientos productivos innovadores. El principal arreglo institucional utilizado para lograr dicho objetivo fue el de las incubadoras de empresa.

La National Business Incubator Association –NBIA–, creada en 1987 por líderes de la industria norteamericana, es considerada la más avanzada en el mundo en incubación de empresas y fomento del emprendedurismo. En la actualidad congrega más de 700 miembros, y brinda información, capacitación y asesoría a miles de profesionales. Señala que la incubación de empresas constituye “un proceso de soporte empresarial que acelera el desarrollo exitoso de empresas innovadoras proveyéndoles de un conjunto de recursos y servicios enfocados”.

12 GABRIEL AWAD AUBAT. “Diseño de un modelo de incubación de negocios utilizando herramientas de dinámica de sistemas” (tesis de maestría), Medellín, Universidad Nacional de Colombia, 2004.

13 HERNÁN THOMAS y MARIANA VERSINO. “Modelos de vinculación inter-institucional en América Latina: un análisis crítico de experiencias locales de generación de empresas innovadoras”, *Espacios*, vol. 23, n.º 3, 2002, disponible en [<https://www.revistaespacios.com/a02v23n03/o2230301.html>].

La Ley Universitaria n.º 30220 de 2014¹⁴, en su artículo 52 sobre incubadora de empresas: La universidad como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de equipo e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial por parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente.

C. Intención emprendedora

Según KRUGER Y CARSRUD¹⁵, el emprendedor se distingue por una forma de pensar que enfatiza las oportunidades sobre las amenazas; en efecto, el proceso de identificación de oportunidades es claramente intencional, de este modo las intenciones pueden ser concebidas como el primer paso de la creación de una nueva empresa. Así, esta intencionalidad se convierte en un factor clave para comprender todo el proceso de emprendimiento.

Los estudios del comportamiento planeado comenzaron desde la década de 1970, estos estudios intentan predecir las conductas planeadas a través de intenciones hacia el comportamiento, eliminando los factores demográficos como condicionantes de dicha intención.

– *El modelo Teoría de la Acción Razonada* –TRA–

Como lo argumenta REYES RODRÍGUEZ¹⁶, esta teoría fue presentada por FISHBEIN y AJZEN, como un modelo conceptual que busca explicar y predecir racionalmente el comportamiento social de las per-

14 CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ. Ley n.º 30.220 de 9 de julio de 2014 “Ley Universitaria”, *Diario Oficial*, disponible en [<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/118482-30220>].

15 JR. NORRIS F. KRUEGER y ALAN L. CARSRUD. “Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour”, *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 5, n.º 4, 1993, pp. 315 a 330.

16 LUÍS REYES RODRÍGUEZ. “La teoría de la acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes”, *Investigación Educativa Duranguense*, vol. 2, n.º 7, 2007, pp. 66 a 77, disponible en [<http://www.upd.edu.mx/PDF/Revistas/InvestigacionEducativaDuranguense7.pdf>].

sonas a través de la intención de adoptar dicho comportamiento; el modelo sugiere que el comportamiento de un individuo está determinado por su intención previa a adoptar dicho comportamiento, y que dicha intención está determinada, a su vez, por su actitud hacia el comportamiento en cuestión y por las normas subjetivas. La actitud hace referencia a la evaluación positiva o negativa que realiza el individuo sobre el comportamiento, y está compuesta por las creencias que tiene el individuo sobre los resultados esperados de desempeñar el comportamiento; por su parte, las normas subjetivas hacen referencia a lo que el individuo cree que otros individuos importantes para él pensarían si él realizara el comportamiento.

– *Modelo del Evento Emprendedor –MEE–*

Desarrollado por SHAPERO y SOKOL¹⁷, definen la deseabilidad percibida como el grado en que la persona siente atracción por ese determinado comportamiento, establecerse como empresario. Así mismo, la viabilidad percibida se define como el grado en que la persona se siente personalmente capaz de realizar el comportamiento de iniciar un negocio. Según los autores, ambas percepciones interactúan necesariamente, pues si un individuo percibe la formación de una empresa como inviable, puede concluir que no es deseable, o por el contrario, si el individuo percibe el comportamiento como indeseable, nunca considerará su viabilidad. Por otra parte, la propensión a actuar representa la disposición personal de actuar sobre una decisión, reflejando el aspecto deliberado de la intención. Por último, las influencias exógenas, es decir, los factores culturales, sociales y contextuales, como los modelos de rol, la experiencia laboral previa o la pertenencia a un determinado grupo étnico, no afectan directamente a la intención o al comportamiento, sino que operan a través de la influencia que ejercen sobre las percepciones del individuo, deseabilidad y viabilidad percibida.

17 ALBERT SHAPERO y LISA SOKOL. “The social dimensions of entrepreneurship”, en CALVIN A. KENT, DONALD L. SEXTON y KARL H. VESPER (eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1982, pp. 72 a 90.

TABLA 1. Modelo del evento empresarial de SHAPERO y SOKOL

Influencias exógenas	Deseabilidad percibida	Intención “Credibilidad”	Evento empresarial
	Viabilidad percibida		
	Propensión a actuar	Suceso precipitador	

Fuente: KRUEGER y CARSRUD. “Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour”, cit.

– *La Teoría del Comportamiento Planeado –TPB–*

Desarrollada por AJZEN¹⁸, esta teoría adiciona a la TRA el control comportamental percibido. El comportamiento viene determinado por la intención y por el control sobre el comportamiento. A su vez, la intención de llevar a cabo determinado comportamiento se puede predecir a través de la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido sobre el comportamiento. Está basado en la intención individual, la cual es el resultado de tres factores explicativos: i) la actitud hacia el comportamiento (evaluación personal); ii) las normas subjetivas (presión social); y iii) el control de comportamiento percibido (capacidad para realizar el comportamiento). Estas son, por lo usual, utilizadas para predecir intenciones de comportamiento con un alto grado de precisión. Hay que recalcar que según MORA PABÓN¹⁹, el modelo AJZEN utiliza principalmente el componente actitud: comportamental, emocional y cognitivo; y para comprender la conducta en general es necesario estudiar además los rasgos de personalidad y actitudes sociales.

18 ICEK AJZEN. “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n.º 2, 1991, pp. 179 a 211.

19 RICARDO MORA PABÓN. “Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa”, *Revista Escuela de Administración de Negocios*, n.º 71, 2011, pp. 70 a 83, disponible en [<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/552>].

TABLA 2. Modelo de la Teoría del Comportamiento Planeado de AJZEN

Antecedentes:	Creencias de comportamiento	Actitud hacia el comportamiento	Intención	Comportamiento
Disposiciones	Creencias normativas	Normas subjetivas		
Demográficos	Creencias de control	Control percibido sobre comportamiento	Control	
Información				

Fuente: adaptado de AJZEN. "The theory of planned behavior", cit.

Actitud hacia la conducta: se define la actitud como una predisposición aprendida para responder de forma consistente, favorable o desfavorablemente, con respecto a un objeto dado. Para explicar mejor, analiza los antecedentes de las actitudes hacia la conducta. Así, el comportamiento es una función de las creencias relevantes para el individuo. Estas creencias son consideradas determinantes fundamentales en las intenciones y acciones de una persona. Las creencias determinan las actitudes, las intenciones y la conducta de las personas.

Norma subjetiva: es el segundo predictor de la intención, es "presión social percibida de realizar o no realizar el comportamiento" y representa la influencia que el entorno del individuo ejerce sobre la conducta. Este entorno lo conforman las personas que son importantes para él y que le hacen pensar si se debe llevar a cabo un determinado comportamiento. Este componente está determinado por dos factores: creencias normativas (lo que otros relevantes espera que haga el individuo), y la motivación para acomodarse a esas expectativas. Aplicado al emprendimiento, estas normas se refieren a la percepción del grado de la aprobación de la decisión de emprender de las personas de referencia del sujeto analizado.

Control percibido sobre el comportamiento: el control percibido de comportamiento se establece de creencias de control, compuestas por la percepción de la persona de tener las capacidades o recursos necesarios y la existencia de las oportunidades necesarias. "A mayor número de recursos y oportunidades que la persona cree que tiene, y menor número de obstáculos e impedimentos anticipa, mayor será la percepción de control".

Tomando como base metodológica el modelo de AJZEN, un modelo fundado en que la intención hacia un comportamiento puede ser el mejor predictor de ese comportamiento. Los dos primeros elementos, actitud y normas subjetivas, confluyen en el deseo de realizar la acción, el tercer elemento, el control del comportamiento, hace referencia a la capacidad y eficacia para desarrollar un proyecto empresarial.

– *Modelo de Atracción percibida hacia el comportamiento empresarial*

Para KRUEGER y CARSRUD²⁰, la atracción percibida hacia el comportamiento empresarial representa el grado de deseabilidad que el comportamiento empresarial representa el grado de deseabilidad que el sujeto siente hacia el comportamiento en cuestión. Además, en esta variable quedan recogidas las percepciones que el individuo tiene acerca de los resultados esperados del comportamiento. En cuanto a las normas sociales, para estos autores representan la influencia que sobre el individuo ejerce la opinión que tienen las “personas importantes” de su entorno, padres, familiares, amigos, etc. sobre la realización del comportamiento. Finalmente, el tercer antecedente de la intención, la autoeficacia percibida, mide la confianza del individuo en su capacidad para llevar a cabo un comportamiento determinado. En este aspecto, los autores distinguen entre la autoeficacia general, confianza y seguridad en uno mismo, y las diferentes autoeficacias percibidas para distintas funciones. También debe destacarse que estos autores se separan de la TCP en que las variables exógenas afectan de manera directa a las actitudes, mientras que para AJZEN²¹ estas variables influyen en las creencias.

20 KRUEGER y CARSRUD. “Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour”, cit.

21 AJZEN. “The theory of planned behavior”, cit.

TABLA 3. Modelo de KRUEGER y CARSRUD

Influencias exógenas sobre la actividad empresarial	Atracción percibida hacia el comportamiento empresarial		
	Normas sociales percibidas sobre comportamientos empresariales	Intenciones hacia el comportamiento empresarial	Comportamiento empresarial objetivo
	Autoeficacia percibida hacia el comportamiento empresarial	Influencias exógenas precipitadoras, facilitadoras o inhibidoras	

Fuente: KRUEGER y CARSRUD. "Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour", cit.

– *Modelo Integral de Intención Empresarial*

SCHLAEGEL y KOENIG²² a través de un meta-análisis, demuestran que los antecedentes de la intención empresarial del modelo eventual emprendedor –MEE– y la teoría del comportamiento planeado –TCP–, no son constructos que se solapan, sino que son diferentes. Además, estos autores proponen uno nuevo que los integra. Para ellos, el deseo de un individuo de realizar el comportamiento emprendedor, que coincide con el constructo de deseabilidad percibida del MEE, actúa como variable mediadora de la relación entre las actitudes y las intenciones empresariales. La deseabilidad percibida funciona como el factor motivacional que transforman una actitud favorable en una intención empresarial, del mismo modo, si un individuo percibe que las personas importantes para él tienen una expectativa positiva hacia la creación de una empresa. Por su parte, las normas subjetivas harán que se forme un deseo positivo hacia ese comportamiento. El modelo integral de la intención emprendedora según SCHLAEGEL y KOENIG²³, contiene dos dimensiones, las cuales son:

22 CHRISTOPHER SCHLAEGEL y MICHAEL KOENIG. "Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 38, n.º 2, 2014, pp. 291 a 332.

23 Ídem.

Deseabilidad percibida:

- *Actitud hacia el comportamiento:* representa el grado en que un individuo lleva a cabo una valoración positiva o negativa sobre el comportamiento en cuestión. Cuanto más favorable sea la actitud, mayor será la intención del individuo de llevar a cabo el comportamiento considerado.
- *Norma subjetiva:* se refiere a la presión social percibida de realizar o no ese comportamiento. Cuanto más positivas sean las normas subjetivas de la persona, mayor será la intención de llevar a cabo el comportamiento.
- *Autoeficacia empresarial:* se ven influenciados por factores externos, variables personales o situacionales.
- *Control percibido sobre el comportamiento:* dificultad o facilidad percibida de llevar a cabo un comportamiento.

Viabilidad percibida:

- *Autoeficacia empresarial:* hace referencia a la confianza del individuo en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito una empresa.
- *Control percibido sobre el comportamiento:* refleja la confianza de las personas en el control de los resultados potenciales de convertirse en empresario y la capacidad para superar posibles limitaciones externas en este proceso.

TABLA 4. Modelo integral de intención empresarial de SCHLAEGEL y KOENIG

Actitud hacia el comportamiento	Deseabilidad percibida	Intención empresarial
Norma subjetiva		
Auto eficacia empresarial	Viabilidad percibida	
Control percibido sobre el comportamiento		

Fuente: SCHLAEGEL y KOENIG. "Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models", cit.

II. ANTECEDENTES

A. A nivel internacional

RODRÍGUEZ y PRIETO²⁴, en su artículo el modelo de comportamiento TPB es una herramienta sencilla, pero a la vez robusta, que permite entender mejor los procesos emprendedores. Los procesos cognitivos individuales se integran en una estructura que contempla aspectos culturales, permitiendo explicar por qué algunas sociedades son más propensas a la creación de empresas que otras. Se evidenciaron las diferencias entre Colombia y Francia respecto al emprendimiento, la herramienta contempló las actitudes y los rasgos de la personalidad del individuo, la aceptación de la carrera emprendedora y las oportunidades y dificultades presentes en el entorno para crear empresa. Los estudiantes colombianos identifican claramente el acto de emprender con los valores propios de su calidad de vida profesional. El empresarismo es visto como una forma muy respetable de ejercer la profesión, es vital para las universidades seguir cultivando esta creencia, profesionalizando a través de ferias especializadas, capacitaciones puntuales de la labor emprendedora.

Al analizar los resultados a la luz del modelo de comportamiento planificado de AJZEN, es posible identificar que los estudiantes colombianos perciben que la norma subjetiva impone en ellos una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad, crear una empresa les permitiría ayudar a sus semejantes. Los estudiantes de Colombia, en comparación con los franceses, se perciben con una mejor actitud hacia el emprendimiento y coherencia entre las creencias y las actuaciones.

MARTÍNEZ DE LUCO y CAMPO²⁵ en su investigación llegan a las siguientes conclusiones: i) La comprensión de los aspectos que influyen

24 CARLOS ALBERTO RODRÍGUEZ y FRANK A. PRIETO PINTO. “La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia”, *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 19, 2009, pp. 73 a 89, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/818/81819025007.pdf>].

25 GARAZI AZANZA MARTÍNEZ DE LUCO y JOSÉ ANTONIO CAMPOS GRANADOS. “La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto”, *Boletín de Estudios Económicos*, vol. 69, n.º 211, 2014, pp. 151 a 172.

en la intención de emprender de los estudiantes puede ayudar a la universidad a diseñar las competencias que han de ser adquiridas en los oportunos planes de estudio, y al personal docente desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a estas necesidades de aprendizaje de los estudiantes; ii) Teniendo en cuenta la teoría de acción planificada de AJZEN²⁶, que explica la intención en función de la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control percibido de autoeficacia y los resultados de esta investigación, la formación para el emprendimiento debería desarrollar dichos aspectos. O lo que es lo mismo, para mejorar la intención emprendedora deben trabajarse las actitudes que los estudiantes universitarios mantienen hacia el emprendimiento, fortalecerse sus normas subjetivas y su control percibido sobre el emprendimiento; iii) Aunque el desarrollo de una actitud favorable al emprendimiento no depende solo del sistema educativo, la parte universitaria de dicho sistema sí se puede trabajar para intentar conformar una actitud como la buscada. La actitud favorable hacia la conducta emprendedora podría fortalecerse a través de la educación en conciencia emprendedora.

B. A nivel nacional

LEMES HERNÁNDEZ²⁷ en su investigación, concluye que una de las principales deducciones obtenidas es la importancia de la percepción de oportunidades y su influencia en los antecedentes de la intención entre los investigadores universitarios. Según lo previsto, la percepción de oportunidades, medida a través de cuatro variables: número de oportunidades percibidas, porcentaje de oportunidades que podrían tener éxito de explotarse comercialmente, número de oportunidades en las que se ha invertido tiempo, y número de ellas en las que se ha invertido dinero, influye de manera significativa sobre la actitud hacia el emprendimiento académico, las normas sociales percibidas y el control sobre el comportamiento, si bien no directamente sobre la intención empresarial. Por tanto, cuanto mayor es el núme-

26 AJZEN. "The theory of planned behavior", cit.

27 ANA ISABEL LEMES HERNÁNDEZ. "La intención emprendedora de los investigadores universitarios: el caso de las Spin Off académicas", (tesis de doctorado), Las Palmas de Gran Canaria, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2015, disponible en [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/17472/4/0724696_00000_0000.pdf].

ro de oportunidades identificadas por el investigador, más atractiva y deseable encuentra la idea de convertirse en emprendedor académico, más aprobación percibida por parte de su entorno y más capacitado se siente para llevar a cabo la creación de un *spin-off* académico. Así mismo, cuanto mayor es el número de oportunidades percibidas que podrían tener éxito de explotarse comercialmente, o mayor es el número de ellas en las que el investigador ha invertido tiempo y dinero, más valorará esta la posibilidad de crear un *spin-off*, más apoyo observará de su entorno y menos dificultades percibirán para llevar a cabo dicho comportamiento de análisis de los servicios de desarrollo empresarial.

PÉREZ PALACIOS²⁸ en su artículo, concluye que: i) las universidades reconocen la importancia de fomentar el emprendimiento desde el sistema educativo superior, pero llama la atención que las acciones que se vienen realizando no logran consolidar una intervención efectiva que se traduzca en la creación de nuevas empresas desde las universidades; ii) las universidades deben realizar actividades curriculares y extracurriculares a fin de completar la intervención, en la medida que el emprendimiento en una cuestión de voluntad de libre elección, principalmente en la etapa de puesta en marcha de los nuevos negocios; iii) si bien es cierto que la mayoría de estudiantes universitarios tienen los conocimientos técnicos para desarrollar un proyecto empresarial, estos mismos jóvenes no tienen el nivel de motivación necesario como para asegurar la inclinación por el emprendimiento como opción de realización personal y profesional.

C. A nivel local

CHOQUEHUAYTA²⁹ en su investigación, llega a concluir que para la influencia de los cursos/materias sobre el emprendimiento, el 43,4% de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, están de acuerdo que los planes de estudios de su escuela profesional tienen

28 EMMA PÉREZ PALACIOS. “¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento?”, *Gestión en el Tercer Milenio*, vol. 15, n.º 29, 2012, pp. 51 a 57, disponible en [<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8790>].

29 SHEYLA MADELEI CHOQUEHUAYTA VILCA. “Actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016” (tesis de pregrado), Puno, Universidad Nacional del Altiplano, 2017, disponible en [<http://tesis.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/5121>].

asignaturas que formen a los alumnos para ser emprendedores; el 48,7% respondieron que su escuela ha promovido o lo ha invitado a participar en algún evento sobre emprendimiento; el 36,4% indican que su escuela ofrece cursos alternos al plan de estudios de sus escuela, no existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral al término de estudios; el 43,9% piensa que cuando terminen de estudiar no estarán aptos para trabajar en el mercado laboral como emprendedores; el 47,8% no desean que se les capacite para desarrollar habilidades emprendedoras; y el 44,3% no pretende que su escuela incorpore cursos alternativos al plan de estudios para que le ayude a emprender una empresa. Respecto a los obstáculos que atraviesan los estudiantes para crear su propia empresa, el 42,5% piensa que existe riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.); el 40,8% dijeron que el tiempo es limitado, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja etc.); el 39,9% no tienen temor al fracaso y quedar en ridículo; el 42,5% piensa que la falta de capital no es una excusa para iniciar algún tipo de emprendimiento; el 36,4% explican que las cargas fiscales son un obstáculo para la iniciativa emprendedora; y el 45,2% señalan que existe desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.

PETIT³⁰ en su artículo, arguye que la relación entre capital social y emprendimiento en el ámbito local y regional implica considerar dentro del enfoque del desarrollo endógeno el surgimiento de las redes como nuevas formas de organización estratégica para intensificar la creación de nuevo conocimiento. Dentro de la teoría de desarrollo económico, el desarrollo endógeno es una concepción, cuyo fundamento es que el sistema productivo de los países crece y se transforma utilizando el potencial de desarrollo existente en el territorio (en las regiones y en las ciudades) mediante las inversiones que realizan las empresas y los agentes públicos bajo control creciente de la comunidad. Conforme con este nuevo paradigma de desarrollo económico, el territorio (localidad o región) es un agente transformador y no un mero soporte de los recursos y de las actividades económicas, ya que las empresas y los demás actores del territorio interactúan entre

30 ELSA EMILIA PETIT TORRES. "La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico", *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XIII, n.º 3, 2007, pp. 495 a 506, disponible en [<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/25378>].

sí organizándose para desarrollar la economía y la sociedad. El emprendimiento en el ámbito local y regional se despliega a través de la estructura generada por el capital social dentro de una economía que impulsa la autoorganización de forma espontánea, guiada por la necesidad de las empresas de producir bienes y servicios para un mercado existente en el que compiten con los productos de empresas de otras ciudades y regiones.

Planteamiento del problema

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

A nivel mundial, el emprendimiento se encuentra en aumento y la construcción de un ecosistema empresarial favorable será clave para la generación de empleo. Y son las universidades las que deben contar con incubadoras de empresas que no solo deben fomentar el desarrollo de *start-ups*, sino también brindar a los emprendedores el espacio, las conexiones y la asesoría necesaria para madurar sus ideas de negocios.

Las universidades por su naturaleza educativa y de ser instituciones encargadas de producir conocimiento científico y tecnológico, deben vincularse abiertamente con su entorno social y económico adaptándose a los cambios y buscando mecanismos para financiar sus actividades de investigación y enseñanza. Deben ser idóneos en su misión de asumir el compromiso de atender la demanda de contribuir al desarrollo económico y social. Por tanto, a una reflexión crítica sobre su vigencia y pertinencia frente a este escenario actual, le sigue la búsqueda de estrategias para cumplir el cometido de asimilación del tránsito hacia un nuevo tipo de universidad que emprende el cambio de la sociedad a partir de la relación tridimensional Estado, univer-

sidad y empresa para responder con eficacia a procesos sociales de innovación demandados por el país, el cual, a su vez, supone nuevas oportunidades cuanto a su rol frente a la pobreza y para su propio desarrollo institucional.

A nivel nacional, el número de investigaciones relacionadas a emprendedurismo e incubación de empresas en universidades públicas se encuentran en etapas iniciales, existen en su mayoría en universidades privadas que han tomado en cuenta el desarrollar, transformar y potenciar los emprendimientos universitarios con características de innovación y de base tecnológica que impulsen el progreso de sectores productivos de la economía.

El rol de la universidad en el escenario global y los avances en la generación de incubadoras de empresas en un contexto de la cultura emprendedora universitaria, por ende, contribuye a contar con mayores oportunidades para la población universitaria de generar empleo y contribuir a la reducción de la pobreza económica y social que es característica en los países emergentes de Latinoamérica.

El Perú se situó como la quinta economía en el globo con altos índices de emprendimiento, según la medición del Global Entrepreneurship Monitor 2017, la tasa de actividad emprendedora –TEA, por sus siglas en inglés *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*–, ratio que mide las iniciativas empresariales de entre 0 a 3,5 años en el mercado sobre la población de 18 a 64 años de un país, periodo decisivo para la mayoría de los emprendedores. El del Perú fue igual al 28,8%, la segunda más alta de la región. La universidad no está alentando en la formación universitaria la generación de líderes emprendedores. Según ALDO SANABRIA GÁLVEZ, organizador de la ruta Start y Desarrollo Empresarial, menciona que el emprendimiento de jóvenes es mínimo en la región, ya que, a nivel de becarios, instituciones privadas solo se tiene a diez jóvenes activos que cuentan con el potencial intelectual para el inicio de sus propios negocios.

En épocas más recientes, la citada Ley Universitaria n.º 30220 de 2014 como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de empresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben ser integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial por parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones, y en los estatutos universitarios se cuenta con la dirección de

emprendiendo empresarial, pese a ello, los estudiantes no desarrollan sus habilidades y capacidades emprendedoras.

Las estrategias de incubación empresarial universitaria en la macrorregión sur, considerada una de las iniciativas organizacionales que se orientan precisamente a estimular la creación de actividades productivas y de innovación, aún está en fase de selección de ideas de negocios para incubación y consolidación. En este contexto, urge empezar a considerar algunos modelos como el *spin-off*, que se han vuelto muy atractivos para universidades españolas. En América Latina, la tercera misión de las universidades está cobrando gran notoriedad y participación, en cuanto a la transferencia tecnológica, la innovación y la proyección social, dentro de ellas están la Universidad Cayetano de Heredia y la Universidad Católica del Perú.

II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A. Problema general

¿Cuál es el nivel de actividades de emprendimiento e intención emprendedora desarrolladas por los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú?

B. Problemas específicos

1. ¿Cuál es el nivel de actividades del emprendimiento desarrolladas por los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú?
2. ¿Cuál es el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú?

III. JUSTIFICACIÓN

Uno de los retos actuales que enfrentan las universidades públicas, es la creciente exigencia de acreditación acorde a los estándares de investigación y aporte para una educación para el trabajo, que se sostiene en una enseñanza impulsada por el emprendimiento desde las aulas.

Esta demanda social se viene inclinando y siendo atendida en mejor medida por las universidades privadas. Por el ello, las universidades públicas no deben estar ajenas a esta tendencia de globalización del conocimiento y emprendimiento, innovado que parte del talento humano y científico de las universidades públicas.

Los países buscan contribuir al desarrollo social y económico, es mérito promover la inversión sobre el potencial del talento humano que se inserta con esperanzas a la universidad; para enfrentar esta disyuntiva, se parte de la intención emprendedora, resultados que van a destacar el empleo frente al paradigma de competitividad en que se enfrentan las economías emergentes, y principalmente en Latinoamérica del que no se sustrae el Perú.

Esta investigación busca aportar en la teorización de los diversos modelos de intención emprendedora, es la academia desarrollada en el área de emprendedurismo universitario que se debe comparar, para presentar alternativas sostenibles de emprendimiento universitario como una opción para generar empleo en el futuro.

Los resultados de la presente investigación, permiten orientar a las universidades de la macrorregión sur del Perú, con información valiosa acerca de su talento humano para enfrentar políticas de apoyo a la intención emprendedora y lograr el desarrollo del espíritu emprendedor en los negocios desde los claustros universitarios, fomentando estrategias de gestión de innovación y creación de empresas, que usen diversas tecnologías de emprendedurismo universitario, tomando en cuenta su orientación al potencial desarrollo económica local de sus áreas de influencia.

IV. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

A. Objetivo general

Determinar el nivel de actividades del emprendimiento e intención emprendedora desarrolladas por los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

B. Objetivos específicos

1. Determinar el nivel de actividades del emprendimiento desarrolladas por los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.
2. Determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

V. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

A. Hipótesis general

Las actividades desarrolladas de emprendimiento presentan una alta participación e interés por los estudiantes universitarios. Sin embargo, la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada que la viabilidad percibida de la intención emprendedora en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

B. Hipótesis específicas

1. Las actividades desarrolladas para impulsar el emprendimiento universitario presentan una alta participación e interés por parte de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.
2. La deseabilidad percibida emprendedora esta más fuertemente relacionada con la intención emprendedora de los estudiantes que la viabilidad percibida emprendedora en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

TABLA 5. Operacionalización de variables

Variable	Indicadores	Índice	Instrumento
Desarrollo de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación - Ideas de negocio para incubación y consolidación - Prototipo de invenciones - Feria de emprendimientos Iniciativas innovadoras 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja o ninguna participación: (Hasta 1) - Regular participación (2 a 3) - Alta participación: (4 a más) 	Lista de cotejo documental
Intención emprendedora	<p><i>Deseabilidad percibida:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Actitud hacia el comportamiento - Norma subjetiva - Auto eficacia empresarial - Control percibido sobre el comportamiento <p><i>Viabilidad percibida:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoeficacia empresarial - Control percibido sobre el comportamiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Moderadamente auto-confianza: (%) - Totalmente autoconfianza: (%) 	- Cuestionario

CAPÍTULO TERCERO**Materiales y métodos****I. LUGAR DE ESTUDIO**

El ámbito de estudio de la intención emprendedora comprende geográficamente a la macrorregión sur del Perú, la investigación se realizó en las siguientes universidades públicas: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa –UNSA– Universidad Nacional del Altiplano de Puno –UNAP– Universidad Nacional de Moquegua –UNAM–

II. POBLACIÓN DE INVESTIGACIÓN

La población objeto de estudio está conformada por los alumnos de las escuelas profesionales de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Social de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú. Tal como se ilustra en la siguiente tabla:

TABLA 6. Población de estudiantes de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Social (macrorregión sur del Perú – 2018)

Universidad	Escuela profesional	Número de estudiantes	Población total
Universidad Nacional de San Agustín	Administración	1.389	2.508
Universidad Nacional del Altiplano	Administración	644	
Universidad Nacional de Moquegua	Gestión Pública y Desarrollo Social	475	

Fuente: memoria anual universidades UNSA, UNAP y UNAM, 2018.

III. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La muestra de investigación está constituida por estudiantes de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Social de las universidades públicas de la macrorregión sur, quienes han sido encuestados. Utilizando el tamaño de muestra para la estimación de la proporción poblacional o variable cualitativa y por el método de muestreo aleatorio simple, se tiene:

Proporción favorable: $P = 0,5 = 50\%$

Proporción no favorable: $Q = 1 - P = 1 - 0,5 = 0,5 = 50\%$

Valor de la distribución normal: $Z = 1,96$

Margen de error muestral: $e = 5\% = 0,05$

Población: $N = 2.508$ estudiantes

Para hallar el tamaño de muestra óptimo, usamos la siguiente fórmula:

$$n^{\circ} = NZ^{\circ}PQ / (N - 1) e^{\circ} + Z^{\circ}PQ$$

$$n^{\circ} = 333 \text{ estudiantes}$$

Para lo cual, utilizamos el corrector necesario, entonces:

$$n^{\circ} / N = 333,2 / 2508 = 0,1328 = 13,28$$

La corrección usada es:

$$n = n^{\circ} / 1 + n^{\circ} / N$$

$$n = 295 \text{ estudiantes}$$

La muestra de investigación está constituida por 295 estudiantes, tomados por muestreo estratificado, por existir diferencias en población de estudiantes, se seleccionó la muestra como lo ilustra la siguiente tabla:

TABLA 7. Muestra de estudiantes de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Social (macrorregión sur del Perú – 2018)

Universidad	Escuela profesional	Número de estudiantes	Tamaño de muestra con corrector
Universidad Nacional de San Agustín	Administración	163	295
Universidad Nacional del Altiplano	Administración	76	
Universidad Nacional de Moquegua	Gestión Pública y Desarrollo Social	56	

Fuente: memoria anual universidades UNSA, UNAP y UNAM, 2018.

IV. DISEÑO, TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de enfoque cuantitativo con un diseño de investigación no experimental, el tipo de investigación es descriptiva transaccional y correlacional.

El método empleado en la investigación es hipotético deductivo

V. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de investigación aplicadas a la intención emprendedora, consideran a la encuesta como principal técnica y se complementa la investigación con el análisis documental de las universidades materia de estudio.

El instrumento de investigación utilizado es un cuestionario estructurado y aplicado a los estudiantes, el mismo ha tenido un carácter anónimo, aplicado en las Universidades: Nacional de San Agustín, Nacional del Altiplano y Nacional de Moquegua.

El otro instrumento es la lista de cotejo documental generado por estas universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

A. Plan de recolección de datos y análisis de datos

La recolección de datos parte de la encuesta por cuestionario aplicada y ha tenido un tratamiento manual, generándose una base de datos. Por otro lado, la información es procesada y analizada en forma informática a través del paquete estadístico SPSS. Para el análisis de datos se procedió con el estadístico Chi cuadrado y Cramer.

Resultados y discusión

I. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A. Objetivo 1

Determinar el nivel de actividades de emprendimiento desarrollado por los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

TABLA 8. Nivel de actividades en concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2018

Lista de cotejo											
Evidencia: Concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación											
Escala de medición	Alumnos UNSA			Alumnos UNAP			Alumnos UNAM			Total	
Calificación	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec.	Porcen.
Baja o Ninguna participac.							0			0	0 %
Regular participac.		3			3					6	100 %
Alta participac.										0	0 %
Total	0	3	0	0	3	0	0	0	0	6	100 %
Observación general	Existe una regular participación (de un máximo de nueve actividades se evidencian seis actividades o 67 %) en el nivel de concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación.										
Revisor	M.Sc. RAFAEL RONAL ESCOBEDO PÉREZ										

Fuente: Información documental y digital publicada por las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú: 2018-2019.

Análisis e Interpretación: como vemos en la Tabla 1, el nivel de actividades de concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación, con un índice de calificación de regular participación (de un máximo de nueve actividades se evidencian seis actividades o 67 %) de los estudiantes de las Universidades UNSA y UNAP. Sin embargo, en los estudiantes de la Universidad Nacional de Moquegua, que es aun de reciente creación en la macro región sur, no se evidencian actividades.

La Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa evidencia una alianza UNSA incubadora JAKU con el Ministerio de la Producción. Presenta incubadora de empresas JAKU emprende UNSA. Es un centro de apoyo que brinda asesoría especializada a emprendedores y empresas en etapa temprana de crecimiento para evaluar y potenciar sus ideas de negocios. Beneficios de mentoría, acceso financiero, red

de contactos, espacio de *co-working* y proceso de emprender: preincubación, incubación y postincubación. La Universidad Nacional del Altiplano Puno presenta un concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación a nivel individual (2016), concursos de investigación de prototipo de invención (2014).

TABLA 9. Nivel de actividades de ideas de negocio para incubación y consolidación de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2018

Lista de cotejo											
Evidencia: concurso de ideas de negocio para incubación y consolidación											
Escala de medición	Alumnos UNSA			Alumnos UNAP			Alumnos UNAM			Total	
Calificación	Frec. (hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec.	Porcen.
Baja o No participa										0	0%
Regular participac.								2		2	18%
Alta participac.			4			5				9	82%
Total	0	0	4	0	0	5	0	2	0	11	100%
Observación general	Existe una alta participación (de más de 12 actividades evidencian nueve actividades o 75%) en el nivel de concurso de ideas de negocio para incubación y consolidación.										
Revisor	M.Sc. Rafael Ronal Escobedo Pérez										

Fuente: Información documental y digital publicada por las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú: 2018-2019.

Análisis e interpretación: como vemos en la Tabla 2, en el nivel de actividades de concurso de ideas de negocio para incubación y consolidación, presenta un índice de calificación de alta participación (de un mínimo de 12 actividades se evidencian nueve actividades o 75%) de los estudiantes de las Universidades UNSA y UNAP. Sin embargo, en los estudiantes de la Universidad Nacional del Moquegua solo se evidencian dos actividades.

La Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa presenta ideas de emprendimiento Wiñay 2018, concurso mundial de ideas de negocio, concursos para seleccionar equipos que los representen en

concurso nacional de Startup Perú 7G. Así mismo, cuenta con oficina de desarrollo de emprendedurismo, realizando talleres de entrenamiento emprendedor y *design thinking*. Por su parte, la Universidad Nacional del Altiplano de Puno presenta concurso de incubadora de ideas de negocio para incubación y consolidación (2016-2017), programa de incubación de idea de negocios - *Priding* UNA, programa de *mentoring* de apoyo a emprendedores UNA. La Universidad Nacional de Moquegua Incuba tu proyecto empresarial en la UNAM.

TABLA 10. Nivel de actividades en prototipo de invenciones de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2018

Lista de cotejo											
Evidencia: concurso de prototipo de invenciones											
Escala de medición	Alumnos UNSA			Alumnos UNAP			Alumnos UNAM			Total	
Calificación	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec.	Porcen.
Baja o no participa	1			1			X			2	100%
Regular participación										0	0 %
Alta participación										0	0 %
Total	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	100%
Observación general	Existe una baja participación (dos actividades o 100%) en el nivel de prototipo de invenciones.										
Revisor	M.Sc. Rafael Ronal Escobedo Pérez										

Fuente: Información documental y digital publicada por las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú: 2018-2019.

Análisis e interpretación: como vemos en la Tabla 3, en el nivel de actividades de concurso de prototipo de invenciones presenta un índice de calificación de regular participación (de tres actividades, evidencia dos actividades o 67%) de los estudiantes de las Universidades públicas UNSA, UNAP y UNAM. Sin embargo, los estudiantes de la Universidad Nacional de Moquegua no evidencian ninguna actividad.

En las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú, hay escasas experiencias individuales en prototipos de invenciones por loe estudiantes. En la Universidad Nacional de San Agustín y la Uni-

versidad Nacional del Altiplano de Puno destacan los concursos de robótica. A esto, se suma el concurso de artículos de investigación científica, ideas de negocio y prototipo de invenciones realizado por la Universidad Nacional del Altiplano en 2015.

TABLA 11. Nivel de actividades en ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2018

Lista de cotejo											
Evidencia: concurso de ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras											
Escala de medición	Alumnos UNSA			Alumnos UNAP			Alumnos UNAM			Total	Sugerencias
Calificación	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec. (Hasta 1)	Frec. (2 a 3)	Frec. (4 a más)	Frec.	Porcen.
Baja o Ninguna participac.								2		2	20 %
Regular participac.										0	0 %
Alta participac.			6			4				10	80 %
Total	0	0	6	0	0	4	0	2	0	12	100 %
Observación general	Existe una alta participación (de un mínimo de 12 actividades evidencia diez actividades o el 83%) en el nivel de ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras.										
Revisor	M.Sc. Rafael Ronal Escobedo Pérez										

Fuente: Información documental y digital publicada por las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú: 2018-2019.

Análisis e interpretación: como vemos en la Tabla 4, en el nivel de actividades de ferias de emprendimiento e iniciativas innovadoras, presenta un índice de calificación de alta participación (de un mínimo de 12 actividades, evidencia diez actividades o el 83%) de los estudiantes de las Universidades UNSA y UNAP. Sin embargo, los estudiantes de la Universidad Nacional del Moquegua, solo evidencian dos actividades.

La Universidad Nacional del Altiplano de Puno presenta la feria de emprendimientos “Mi modelo de negocios en Canvas (2016-2018)”. Estas actividades de feria de emprendimientos también se desarrollan con participación de estudiantes en las Universidades Nacional San Agustín y Universidad Nacional de Moquegua.

B. Objetivo 2

Determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

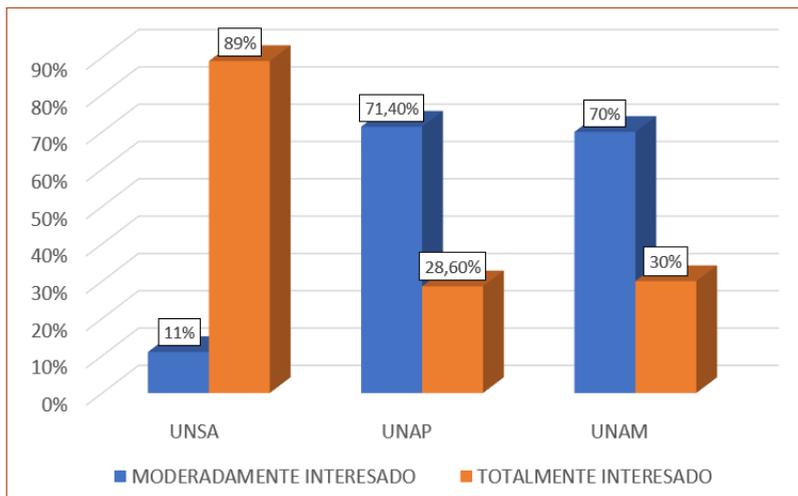
1. Deseabilidad percibida

TABLA 12. Deseabilidad percibida - actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019

Carreras universidad		Actitud hacia el comportamiento		Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
UNSA	n	18	145	163
	%	11,0%	89,0%	100,0%
UNAP	n	54	22	76
	%	71,4%	28,6%	100,0%
UNAM	n	39	17	56
	%	70,0%	30,0%	100,0%
Total		n	111	184
		%	37,77%	62,23%
				100,0%

Fuente: Información documental y digital publicada por las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú: 2018-2019.

FIGURA 1. Deseabilidad percibida - actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019



Análisis e interpretación: en la Tabla 5 y Figura 1 observamos la actitud de deseabilidad percibida hacia el comportamiento empresarial de los estudiantes. Del total de estudiantes, la intención en la UNSA (89%) se muestra totalmente interesado hacia el comportamiento emprendedor, difiriendo en la UNAP se mostraron con un 71,4% de moderadamente interesado y en la UNAM se mostraron moderadamente interesado un 70,0%.

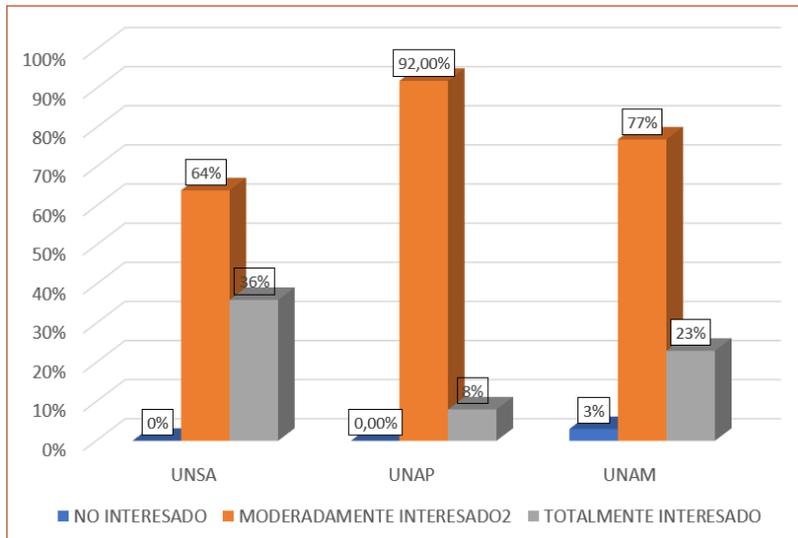
Es de destacar en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú, una actitud positiva de interés o intención deseable de llevar a cabo el comportamiento emprendedor por los estudiantes, esto en razón principalmente del aprendizaje académico impartido por estas universidades de metodologías o modelos de emprendimiento. Sin embargo, se puede notar las universidades públicas aún están aisladas de un modelo competitivo que vincule universidad - empresa - estado.

TABLA 13. Deseabilidad percibida - norma subjetiva de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019

Carreras universidad		Norma subjetiva			Total	
		No interesado	Moderadamente interesado	Totalmente interesado		
UNSA	n	0	104	59	163	
	%	0,0%	64,0%	36,0%	100,0%	
UNAP	n	0	70	6	76	
	%	0,0%	92,0%	8%	100,0%	
UNAM	n	1	43	13	56	
	%	4,3%	77,0%	23,0%	100,0%	
Total		n	1	217	78	295
		%	1,0%	73,5%	26,5%	100,0%

Fuente: encuestas estudiantes de Administración y Gestión UNSA, UNAP y UNAM, 2019.

FIGURA 2. Deseabilidad percibida - norma subjetiva de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019



Análisis e interpretación: en la Tabla 6 y Figura 2 observamos la actitud de deseabilidad percibida hacia la norma subjetiva de los estudiantes. Del total de estudiantes de la UNAS, el 64% se muestra moderadamente interesado, al igual el 92% moderadamente interesado de los estudiantes de la UNAP y el 77% moderadamente interesado en la UNAM.

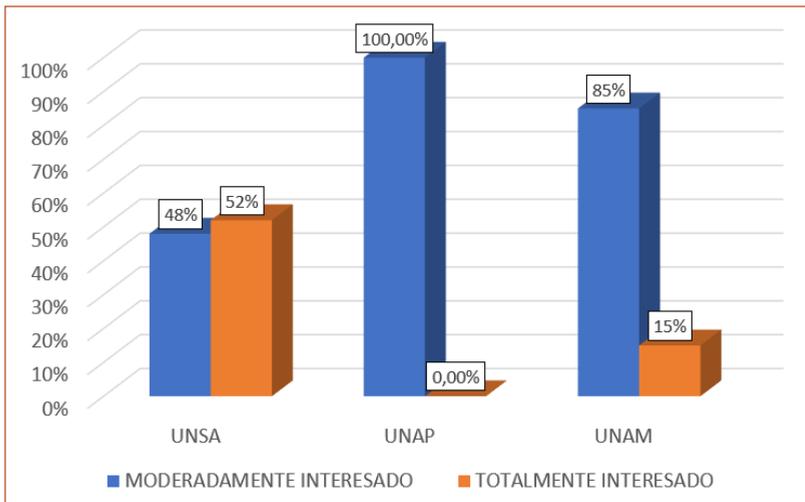
La norma subjetiva está influenciada principalmente por el entorno familiar percibido por los estudiantes y a la presión social que ejercen los medios de comunicación y el Estado a través de la nueva ley universitaria para dar inicio a las incubadoras de empresas universitarias. Es de notar lo moderadamente interesados de los estudiantes de las universidades públicas, el deseo de emprender actividades empresariales desde la universidad enmarcado en su ámbito de desarrollo local.

TABLA 14. Deseabilidad percibida - autoeficiencia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019

Carreras universidad			Autoeficiencia empresarial		Total
			Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
UNSA	n	78	85	163	
	%	48,0%	52,0%	100,0%	
UNAP	n	76	0	76	
	%	100,0%	0,0%	100,0%	
UNAM	n	48	8	56	
	%	85,0%	15,0%	100,0%	
Total		n	202	93	295
		%	68,5%	31,5%	100,0%

Fuente: encuestas estudiantes de Administración y Gestión UNSA, UNAP y UNAM, 2019.

FIGURA 3. Deseabilidad percibida - autoeficiencia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019



Análisis e interpretación: en la Tabla 7 y Figura 3 se observa la actitud de deseabilidad percibida hacia la autoeficiencia empresarial de los estudiantes. Del total de estudiantes de la UNSA, el 52% se muestra totalmente interesado, el 100% de los estudiantes de la UNAP indicaron estar moderadamente interesados, y el 85% de estudiantes de la UNAM indicaron estar moderadamente interesados.

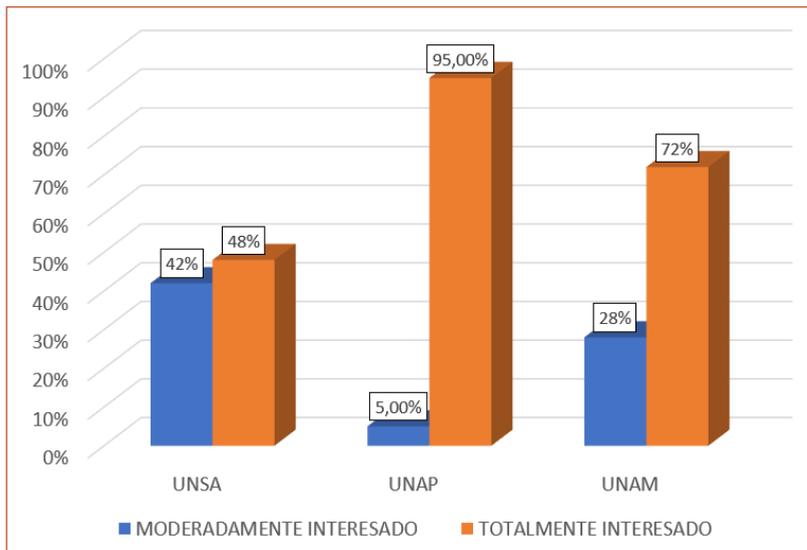
La autoeficiencia empresarial está más influenciada por factores externos de acercamiento de las universidades a las empresas vía convenios, y de carácter situacional de recursos presupuestales de las universidades para las actividades de impulsar emprendimientos. Por otro lado, en lo personal se presentan escasos casos de empresas familiares que vinculen a los estudiantes de estas universidades públicas.

TABLA 15. Deseabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019

Carreras universidad		Control percibido sobre el comportamiento		Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
UNSA	n	68	95	163
	%	42,0%	58,0%	100,0%
UNAP	n	4	72	76
	%	5,0%	95,0%	100,0%
UNAM	n	16	40	56
	%	28,0%	72,0%	100,0%
Total		n	88	207
		%	29,8%	70,2%

Fuente: encuestas estudiantes de Administración y Gestión UNSA, UNAP y UNAM, 2019.

FIGURA 4. Deseabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019



Análisis e interpretación: en la Tabla 8 y Figura 4 se observa la actitud de deseabilidad percibida de control percibido sobre el comportamiento. Del total de estudiantes de la UNAS, el 58% se mostró totalmente interesado, un 95% de estudiantes de la UNAP se muestra totalmente interesado, y un 72% de los estudiantes de la UNAM también como totalmente interesado.

El control percibido sobre el comportamiento emprendedor de los estudiantes, está representado por la dificultad o facilidad percibida para llevar a cabo el comportamiento emprendedor. En este caso, se llega a una deseabilidad basada más de carácter instructiva y académica y hasta se generan prototipos o maquetas de empresas deseables como un paso a la intencionalidad de emprender. Sin embargo, la dificultad de emprender es mayor a pesar del deseo de emprender rescatable por los estudiantes.

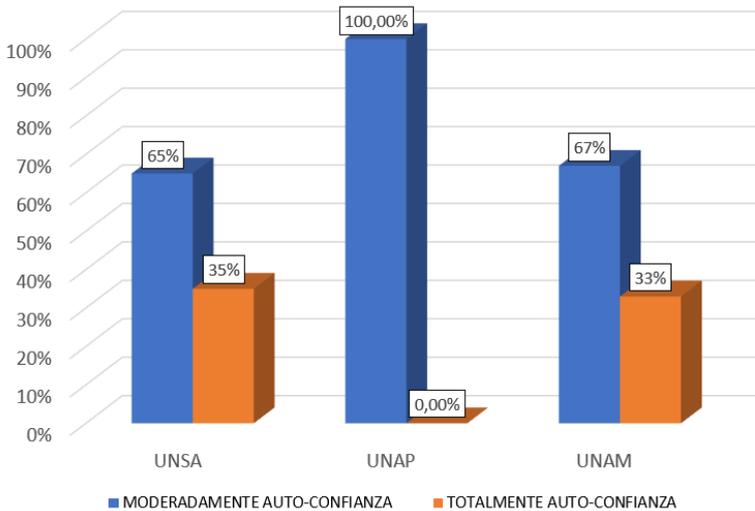
2. Viabilidad percibida

TABLA 16. Viabilidad percibida - autoeficacia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú – 2019

Carreras universidad		Autoeficacia empresarial		Total
		Moderadamente auto-confianza	Totalmente auto-confianza	
UNSA	n	106	57	163
	%	65,0%	35,0%	100,0%
UNAP	n	76	0	76
	%	100,0%	0,0%	100,0%
UNAM	n	38	18	56
	%	67,0%	33,0%	100,0%
Total		n	220	295
		%	74,6%	25,4%

Fuente: encuestas estudiantes de Administración y Gestión UNSA, UNAP y UNAM, 2019.

FIGURA 5. Viabilidad percibida - autoeficacia empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019



Análisis e interpretación: en la Tabla 9 y Figura 5 se observa la actitud de autoconfianza de viabilidad percibida hacia la autoeficacia empresarial de los estudiantes. Se puede notar que la mayor parte de los estudiantes de las tres universidades en estudio, se mostraron moderadamente autoconfianza en viabilizar un emprendimiento, esto está representado por el 65%, moderadamente autoconfianza de los estudiantes de la UNSA, 100% moderadamente autoconfianza de los estudiantes de la UNAP y el 67% de moderadamente autoconfianza de los estudiantes de la UNAM.

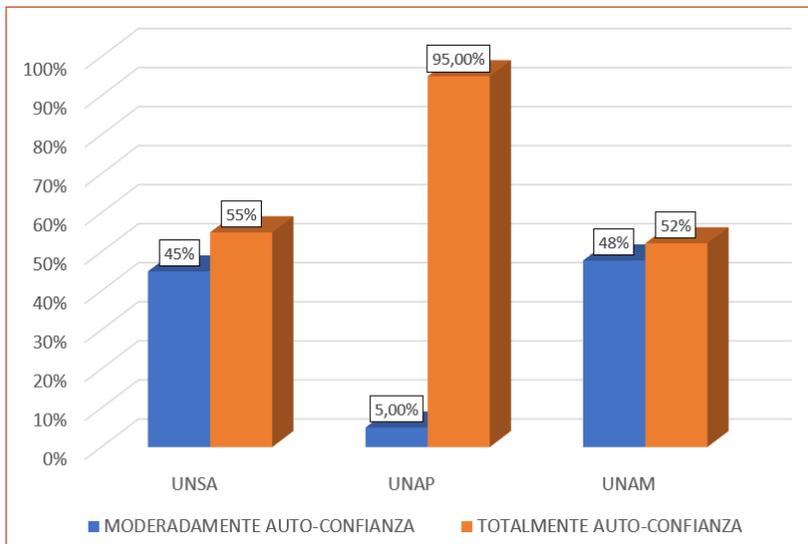
La viabilidad percibida de autoeficacia empresarial hace referencia a la autoconfianza del estudiante de las universidades públicas en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito un emprendimiento. La presencia de existir transversalidad en los currículos orientados a emprendimientos basado en capacidades y habilidades hace que los estudiantes de Administración tengan mayor propensión y autoconfianza al emprendimiento universitario en pequeña escala y por las características propias de los emprendimientos de las economías locales de la región sur.

TABLA 17. Viabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019

Carreras universidad		Control percibido sobre el comportamiento		Total
		Moderadamente autoconfianza	Totalmente autoconfianza	
UNSA	n	73	90	163
	%	45,0%	55,0%	100,0%
UNAP	n	4	72	76
	%	5,0%	95,0%	100,0%
UNAM	n	27	29	56
	%	47,8%	52,2%	100,0%
Total		n	104	191
		%	35,3%	64,7%

Fuente: encuestas estudiantes de Administración y Gestión UNSA, UNAP y UNAM, 2019.

FIGURA 6. Viabilidad percibida - control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019



Análisis e interpretación: en la Tabla 10 y Figura 6, observamos la actitud de autoconfianza de viabilidad de control percibido sobre el comportamiento empresarial de los estudiantes. La mayor parte de los estudiantes mostraron tener una total autoconfianza en realizar un

emprendimiento. El 55% de totalmente autoconfianza de los estudiantes en la UNSA, un 95% de totalmente autoconfianza de los estudiantes en la UNAP, y un 52% de totalmente autoconfianza de los estudiantes en la UNAM.

La viabilidad percibida de comportamiento empresarial hace referencia a la autoconfianza de los estudiantes de las universidades públicas en el control de los resultados potenciales esperados de comportamiento emprendedor o convertirse en emprendedor. Así mismo, la autoconfianza en su capacidad emprendedora para superar posibles limitaciones externas como son su acercamiento a las prácticas en empresas en periodo vacacional les otorga autoconfianza sobre su conocimiento de empresas locales principalmente.

3. Relación de significancia de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019

TABLA 18. Medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú - 2019

Variables	Valor Chi cuadrado	Valor V de Cramer	Significación aproximada
Deseabilidad percibida	72452	0,886	,000
Viabilidad percibida	16426	,512	,000

Fuente: encuestas estudiantes de Administración y Gestión UNSA, UNAP y UNAM, 2019.

Análisis e interpretación: en la Tabla 11 observamos en relación a las medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de emprendimiento empresarial de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú. Según las Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan significativas, sin embargo, la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0,886 superior a la calculada para la viabilidad percibida. Por lo tanto, podemos concluir que la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes encuestados.

4. Contrastación de hipótesis

- *Hipótesis específica 1*: Las actividades desarrolladas para impulsar el emprendimiento universitario presentan una alta participación e interés por los estudiantes de las universidades públicas de la macroregión sur del Perú.

Las actividades para impulsar el emprendimiento universitario en los estudiantes de las universidades públicas de la macroregión sur del Perú, tuvieron una alta participación e interés. Se puede verificar con las Tablas 1 y 4 que dan el 79% de actividades de emprendimiento universitario. Se han fortalecido con el impulso de la Ley Universitaria que fomenta el emprendimiento universitario. Por lo tanto, damos por aceptada y validada la hipótesis específica 1.

- *Hipótesis específica 2*: La deseabilidad percibida emprendedora está más fuertemente relacionada con la intención emprendedora de los universitarios, que la viabilidad percibida emprendedora, esto en las universidades públicas de la macroregión sur del Perú.

La deseabilidad percibida emprendedora en las escuelas de Administración y Gestión Pública y Desarrollo Empresarial de los estudiantes de las universidades públicas de la macroregión sur del Perú, se presenta moderadamente interesado con un 79,8%, ello se puede verificar con las Tablas 5, 6, 7 y 8; respecto a la viabilidad percibida, se presenta moderadamente interesado con un 77,3%, verificable en las Tablas 9 y 10.

Por otro lado, en relación a las medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de emprendimiento empresarial de las universidades públicas de la macroregión sur del Perú, según las Chi cuadrado calculado para cada indicador, ambas resultan significativas a la intención emprendedora. Sin embargo, la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0,886 superior a la calculada para la viabilidad percibida, ello se verifica con la Tabla 11. Por lo tanto, podemos concluir que la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes de las universidades públicas de la macroregión sur del Perú. Por lo tanto, damos por aceptada y validada la hipótesis específica 2.

- *Hipótesis general*: Las actividades desarrolladas de emprendimiento presentan una alta participación e interés por los estudiantes universitarios. Sin embargo, la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada que la viabilidad percibida de la intención emprendedora en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

Según los resultados obtenidos en las hipótesis específicas 1 y 2 de actividades de emprendimiento e intención emprendedora, se apoya a la hipótesis general de alta participación en actividades emprendedoras y la fuerte relación de la deseabilidad percibida sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la macrorregión sur del Perú. Por tanto, damos por aceptada y validada la hipótesis general.

C. Discusión

Los resultados hallados por RODRÍGUEZ y PRIETO, plasmados en su artículo³¹, consideran el modelo de comportamiento planeado / (TCP) de AJZEN, una herramienta sencilla y robusta que permite entender mejor los procesos emprendedores agregando antecedentes como aspectos culturales y creencias percibidas de comportamiento; y al respecto, los estudiantes colombianos identifican claramente el acto de emprendimiento con los valores propios de su calidad de vida profesional, por lo que las universidades y todas aquellas entidades estatales deben seguir cultivando esta creencia, profesionalizando los estímulos a través de ferias especializadas, capacitaciones puntuales y dándole una mayor exposición a la labor emprendedora en los medios de comunicación. Los estudiantes colombianos en comparación con los estudiantes franceses, en creencia y actuación, se perciben como una mejor actitud hacia el emprendimiento e identifican claramente una correlación positiva entre una carrera emprendedora y los valores propios de una carrera profesional con una emprendedora.

Para MARTÍNEZ DE LUCO y CAMPOS³², la intención emprendedora en estudiantes universitarios de la Universidad de Deusto, establece que la comprensión de los aspectos que influyen en la intención de emprender de los estudiantes, puede ayudar a la universidad a diseñar

31 RODRÍGUEZ y PRIETO PINTO. “La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia”, cit.

32 MARTÍNEZ DE LUCO y CAMPOS GRANADOS. “La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto”, cit.

las competencias que han de ser adquiridas en los oportunos planes de estudio y al personal docente desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a estas necesidades de aprendizaje de los estudiantes y teniendo en cuenta la teoría de acción planificada de AJZEN³³, para mejorar la intención emprendedora se deben trabajar las actitudes que los estudiantes universitarios mantienen hacia el emprendimiento. Esto es apoyado por PÉREZ PALACIOS³⁴, cuando señala cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento y reconoce la importancia de fomentar el emprendimiento desde el sistema educativo superior, que a pesar que las acciones que se vienen realizando no logran consolidar una intervención efectiva que se traduzca en la creación de nuevas empresas desde las universidades, por lo que deben realizar actividades curriculares y extracurriculares a fin de completar la intervención del emprendimiento en una cuestión de voluntad de libre elección, principalmente en la etapa de puesta en marcha de los nuevos negocios. Si bien es cierto la mayoría de estudiantes universitarios tienen los conocimientos técnicos para desarrollar un proyecto empresarial, no tienen el nivel de motivación necesario como para asegurar la inclinación por el emprendimiento como opción de realización personal y profesional.

A partir de los hallazgos encontrados en la investigación, estos guardan cierta relación con lo que sostiene SCHLAEGEL y KOENING “Modelo de intención empresarial”³⁵ y de SHAPERO y SOKOL “Modelo del evento emprendedor”³⁶, que a través de un meta análisis de dimensiones, destacan las influencias de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de la intención emprendedora. Estos resultados recogen 98 estudios del tema desarrollado y confirman la robustez de dichos modelos de la intención emprendedora. Esto se reafirma con nuestra investigación, que considera la intención emprendedora basada en la deseabilidad percibida y viabilidad percibida y la relación de ambas dimensiones sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la macrorregión sur del Perú.

33 AJZEN. “The theory of planned behavior”, cit.

34 PÉREZ PALACIOS. “¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento?”, cit.

35 SCHLAEGEL y KOENIG. “Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models”, cit.

36 SHAPERO y SOKOL. “The social dimensions of entrepreneurship”, cit.

CONCLUSIONES

- Las acciones para el fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú tuvieron una alta participación e interés de los estudiantes con un 79% de actividades programadas y ejecutadas de emprendimiento universitario. Estas se han fortalecido con el impulso de la Ley Universitaria que fomentan el emprendimiento universitario.
- El modelo integral de intención empresarial de SCHLAEGEL y KOENING, es el más adaptable para el estudio de la intención emprendedora, el mismo desarrolla la deseabilidad percibida bajo un contexto de percepción y la viabilidad percibida desde un contexto de confianza de los estudiantes a la intención emprendedora en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.
- A partir del modelo de intención emprendedora, se puede explicar la relación de la deseabilidad y viabilidad percibidas, según las Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan significativas a la intención emprendedora. Sin embargo, la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0,886 superior a la calculada para la viabilidad percibida, ello permite considerar que la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

RECOMENDACIONES

- Las actividades de fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes de las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú, deben adecuarse curricular y extracurricularmente y fortalecido tal como lo exige la Ley Universitaria con la creación de incubadoras de empresas universitarias.
- Los modelos integrales de intención empresarial deben considerar también el capital social y cultural en que se desenvuelven las uni-

versidades públicas peruanas, por el carácter de la multiculturalidad social que responda a las necesidades de desarrollo local donde se desarrollan estas universidades.

- La viabilidad percibida de la intención emprendedora debe considerar la confianza y creatividad de los estudiantes y docentes en la implementación de incubadoras de empresas, al existir sinergias potenciales en las escuelas profesionales técnicas y de gestión en las universidades públicas de la macrorregión sur del Perú.

REFERENCIAS

- AJZEN, ICEK. "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n.º 2, 1991, pp. 179 a 211.
- AWAD AUBAT, GABRIEL. "Diseño de un modelo de incubación de negocios utilizando herramientas de dinámica de sistemas" (tesis de maestría), Medellín, Universidad Nacional de Colombia, 2004.
- CHOQUEHUAYTA VILCA, SHEYLA MADELEI. "Actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016" (tesis de pregrado), Puno, Universidad Nacional del Altiplano, 2017, disponible en [<http://tesis.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/5121>].
- CLARK, BURTON R. *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*, Oxford, Emerald Publishing Limited, 1998.
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ. Ley n.º 30.220 de 9 de julio de 2014 "Ley Universitaria", *Diario Oficial*, disponible en [<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/118482-30220>].
- ETZKOWITZ, HENRY. "The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages", *Research Policy*, vol. 27, n.º 8, 1998, pp. 823 a 833, disponible en [<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733398000936>].
- FERNÁNDEZ DE LUCIO, IGNACIO; ELENA CASTRO MARTÍNEZ, FERNANDO CONESA CEGARRA y ANTONIO GUTIÉRREZ GRACIA. "Las relaciones universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional", *Espacios*, vol. 21, n.º 2, 2000, disponible en [https://digital.csic.es/bitstream/10261/13382/1/Relaciones_universidad_empresa.pdf].

- GUTIÉRREZ SIVIRA, FRANK. “Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos”, *Laurus*, vol. 12, n.º 22, 2006, pp. 139 a 152, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/761/76102207.pdf>].
- KRUEGER, JR. NORRIS F. y ALAN L. CARSRUD. “Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour”, *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 5, n.º 4, 1993, pp. 315 a 330.
- KURATKO, DONALD F. “Entrepreneurship education in the 21st century from legitimization to leadership”, *A Coleman Foundation White Paper USASBE National Conference*, 16 de enero de 2004, disponible en [http://faculty.bus.olemiss.edu/dhawley/P MBA622%20SP07/P MBA622/Sloan/L3_M11_Entre_Education.pdf].
- LEMES HERNÁNDEZ, ANA ISABEL. “La intención emprendedora de los investigadores universitarios: el caso de las Spin Off académicas”, (tesis de doctorado), Las Palmas de Gran Canaria, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2015, disponible en [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/17472/4/0724696_0000_0000.pdf].
- MARTÍNEZ DE LUCO, GARAZI AZANZA y JOSÉ ANTONIO CAMPOS GRANADOS. “La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto”, *Boletín de Estudios Económicos*, vol. 69, n.º 211, 2014, pp. 151 a 172.
- MORA PABÓN, RICARDO. “Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa”, *Revista Escuela de Administración de Negocios*, n.º 71, 2011, pp. 70 a 83, disponible en [<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/552>].
- PÉREZ PALACIOS, EMMA. “¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento?”, *Gestión en el Tercer Milenio*, vol. 15, n.º 29, 2012, pp. 51 a 57, disponible en [<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8790>].

- PETIT TORRES, ELSA EMILIA. “La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico”, *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XIII, n.º 3, 2007, pp. 495 a 506, disponible en [<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/25378>].
- REYES RODRÍGUEZ, LUÍS. “La teoría de la acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes”, *Investigación Educativa Duranguense*, vol. 2, n.º 7, 2007, pp. 66 a 77, disponible en [<http://www.upd.edu.mx/PDF/Revistas/InvestigacionEducativaDuranguense7.pdf>].
- RODRÍGUEZ, CARLOS ALBERTO y FRANK A. PRIETO PINTO. “La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia Francia”, *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 19, 2009, pp. 73 a 89, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/818/81819025007.pdf>].
- ROTHAERMEL, FRANK T.; SHANTI D. AGUNG y LIN JIANG. “University entrepreneurship: a taxonomy of the literature”, *Industrial and Corporate Change*, vol. 16, n.º 4, 2007, pp. 691 a 791.
- SCHLAEGEL, CHRISTOPHER y MICHAEL KOENIG. “Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 38, n.º 2, 2014, pp. 291 a 332.
- SCHUMPETER, JOSEPH ALOIS. *Capitalismo, socialismo y democracia*, Barcelona, Ediciones Folio, 1942.
- SHAPERO, ALBERT y LISA SOKOL. “The social dimensions of entrepreneurship”, en CALVIN A. KENT, DONALD L. SEXTON y KARL H. VESPER (eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1982, pp. 72 a 90.

THOMAS, HERNÁN Y MARIANA VERSINO. “Modelos de vinculación inter-institucional en América Latina: un análisis crítico de experiencias locales de generación de empresas innovadoras”, *Espacios*, vol. 23, n.º 3, 2002, disponible en [<https://www.revistaespacios.com/a02v23n03/02230301.html>].

VALERA VILLEGAS, RODRIGO. “Hacia una universidad con espíritu empresarial”, *Forum Empresarial*, vol. 10, n.º 1, 2005, pp. 70 a 84, disponible en [<https://revistas.upr.edu/index.php/forumempresarial/article/view/3793>].

VARELA V., RODRIGO; LIYIS GÓMEZ, FERNANDO PEREIRA, RAFAEL AUGUSTO VESGA, LUIS MIGUEL ÁLVAREZ, JUAN DAVID SOLER, RAÚL QUIROGA y PIEDAD MARTÍNEZ. *GEM, Global Entrepreneurship Monitor: Re porte Anual Colombia 2009*, Cali, Universidad Icesi, 2010, disponible en [<https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2009-report>].

VELA VELÁSQUEZ, JULIO CÉSAR. “Modelo para la creación de incubadoras de empresas en la realidad peruana” (tesis de pregrado), Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011, disponible en [<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/914>].

I. CUESTIONARIO INTENCIÓN EMPRENDEDORA UNIVERSITARIA

Universidad pública: Escuela profesional:

Deseabilidad percibida

Actitud hacia el comportamiento

1-a. Crear una nueva empresa (Ser líder emprendedor) para tí supondría)	No interesado		Moderadamente interesado		Totalmente interesado	
	0	1	2	3	4	más
Enfrentar a nuevos retos						
Crear empleo para otras personas						
Ser creativo e innovar						
Tener altos ingresos económicos						
Asumir riesgos calculados						
Ser mi propio jefe						

1-b. Ahora debes señalar que puntos son deseables para tí en tu vida en general	No interesado		Moderadamente interesado		Totalmente interesado	
	0	1	2	3	4	más

Norma subjetiva

2a.						
2b.						

Control percibido sobre el comportamiento

6a.	Nada confianza		Moderada confianza		Alta confianza	
	0	1	2	3	4	5

II. LISTA DE COTEJO DOCUMENTAL

Evidencia:				

Información	UNSA	UNAP	UNAM	Sugerencias
Observación resumen				
Revisor y fecha				



Editado por el Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–,
en febrero de 2024

Se compuso en caracteres Minion Pro de 11 y 9 pts.

Bogotá, Colombia