

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA
CONTRIBUIR A LA GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA
EMPRESA EN ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015-2017**

TESIS

PRESENTADO POR:

REYNA LUCILA OLIVERA MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PUNO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A LA
GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE PREGRADO
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015-2017**

PRESENTADA POR:

REYNA LUCILA OLIVERA MAMANI

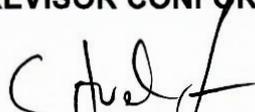
PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN



APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE:



DR. TOMAS VELIZ QUISPE

PRIMER MIEMBRO:



M.Sc. NAXADAY IRAZEMA VARGAS TORRES

SEGUNDO MIEMBRO:



M.Sc. GRISELL ALIAGA MELO

DIRECTOR / ASESOR:



M Sc. HOWARD HOMERO ROSAS BECERRA

Área: Administración de Emprendimientos

Tema: Intención Emprendedora

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 20 de Diciembre del 2018

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado para las siguientes personas:

A Dios por darme la vida, por regalarme a todas aquellas personas importantes para mí y por haberme permitido cumplir este gran sueño.

A mis padres en el cielo, Lucila Mamani Condori y Celso Olivera Vilcapoma; por su ejemplo, por su apoyo, por sus consejos, por sus valores, por fomentar en mí el deseo de superación.

A Yuber Tony Cutipa Quispe por su comprensión y amor incondicional, por sus consejos y aliento para la culminación de mi carrera profesional

A Yuan Dae Valeriano Cutipa Olivera por su existencia en mi vida, mis ganas de seguir adelante y la luz de mis ojos.

A Don Marcelino y doña Margarita por su apoyo en la culminación de mis estudios mi agradecimiento y el de mi familia.

AGRADECIMIENTOS

A Dios todo poderoso por todo.

A la Universidad Nacional del Altiplano Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, y en especial a la Escuela Profesional de Administración por haberme formado y brindado oportunidades de crecimiento y poder contribuir en el desarrollo de nuestra región y nuestro querido Perú.

Así mismo mi agradecimiento al Lic. Howard Homero Rosas Becerra en mi Calidad de director del presente trabajo de investigación.

A los docentes de la Escuela Profesional de Administración por sus enseñanzas impartida y generadas en mí.

Reyna Lucila Olivera Mamani

ÍNDICE

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
II. REVISIÓN DE LA LITURATURA	19
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.2 MARCO TEÓRICO.....	24
2.2.1. INTENCIÓN EMPRENDEDORA	24
2.2.2. MODELOS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA	25
2.2.3. MODELO DE LA TEORÍA INTEGRAL DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA	29
2.2.4. EMPRENDIMIENTO Y UNIVERSIDAD	31
2.2.5. INCUBADORAS Y SPIN OFF	35
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	41
III. MATERIALES Y MÉTODOS	44
3.1 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN	44
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	44

3.3	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	45
3.4	TIPO DE INVESTIGACIÓN	45
3.5	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	45
3.6	POBLACIÓN Y MUESTRA	46
3.6.1.	POBLACIÓN	46
3.6.2.	MUESTRA	46
3.7	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49
3.8	INSTRUMENTOS	50
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52
4.1	RESULTADOS	52
4.2	DISCUSIÓN	80
V.	CONCLUSIONES	82
VI.	RECOMENDACIONES	83
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
ANEXOS	87

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1 : Evolución de los modelos de intención empresarial	25
FIGURA N° 2 Modelo del evento empresarial de Shapero Y Sokol:	26
FIGURA N° 3 Teoría del comportamiento planeado	27
FIGURA N° 4 Modelo de Krueger y Carsrud (1993).....	28
FIGURA N° 5 Modelo integral de intención empresarial.....	29
FIGURA N° 6 Emprendedurismo académico.....	35
FIGURA N° 7 Programa de incubación de ideas de negocios UNA-PUNO	39
FIGURA N° 8 Participación de estudiantes del IV concurso de investigación 2015	54
FIGURA N° 9 distribución de estudiantes según carrera profesional y actitud hacia el comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017.....	59
FIGURA N° 10 distribución de estudiantes según carrera profesional y norma subjetiva de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017.....	60
FIGURA N° 11 distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017	62
FIGURA N° 12 distribución de estudiantes según carrera profesional y comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017.....	63
FIGURA N° 13 distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017	65
FIGURA N° 14 distribución de estudiantes según carrera profesional y control percibido sobre el comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017.....	66
FIGURA N° 15 distribución de estudiantes según carrera profesional y deseabilidad percibida de La Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017.....	68
FIGURA N° 16 distribución de estudiantes según carrera profesional y viabilidad percibida de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017.....	69

FIGURA N° 17 proceso de creación de un spin off	72
---	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: población de estudiantes matriculados de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la universidad nacional del altiplano – puno 2017-II	46
Tabla 2: cálculo de la muestra	48
Tabla 3: población de estudiantes matriculados de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la universidad nacional del altiplano – puno 2017-II	48
Tabla 4: IV Concurso De Investigación – 2015.....	53
TABLA 5: ganadores del concurso de la selección de ideas de negocios para incubación y consolidación-2016	56
TABLA 6: Distribución de estudiantes según carrera profesional y actitud hacia el comportamiento de la universidad nacional del altiplano 2015 – 2017.....	58
TABLA 7: Distribución de estudiantes según carrera profesional y norma subjetiva de la universidad nacional del altiplano 2015 - 2017	59
Tabla 8: distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la universidad nacional del altiplano 2015 – 2017	61
Tabla 9: distribución de estudiantes según carrera profesional y comportamiento de la universidad nacional del altiplano 2015 – 2017.....	62
Tabla 10: distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la universidad nacional del altiplano 2015 – 2017	64
Tabla 11: distribución de estudiantes según carrera profesional y control percibido sobre el comportamiento de la universidad nacional del altiplano 2015 – 2017	65
Tabla 12: distribución de estudiantes según carrera profesional y deseabilidad percibida de la universidad nacional del altiplano 2015 – 2017	67



Tabla 13: distribución de estudiantes según carrera profesional y viabilidad percibida de la
universidad nacional del altiplano 2015 – 201768

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: “Evaluación de la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano periodo 2015 – 2017” La investigación tiene como objetivo principal a través de este estudio evaluar la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña en el nivel de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano de la ciudad de Puno, para objeto de este estudio se utilizó en el análisis el comportamiento de estudiantes del último ciclo de las escuelas profesionales de ciencias contables, administración e ingeniería económica. Para la presente investigación de tipo de diseño es no experimental, el enfoque de investigación es cuantitativo de método deductivo, el tipo de investigación descriptivo, con tipo de muestra estratificada. En la hipótesis planteada se busca evidenciar que la dimensión de la deseabilidad percibida es más importante en la intención emprendedora lo que contribuye a la generación de micro y pequeña empresa, siguiendo el modelo integral de intención emprendedora de Schlaegel y Koenig (2014), El presente trabajo de investigación llego a las siguientes conclusiones; las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes son escasas, las dimensiones más predominantes en la deseabilidad percibida son la norma subjetiva y el

Repositorio Institucional UNA-PUNO

No olvide citar esta tesis

Palabras clave: Intención emprendedora, Generación de Mypes, universidad

ABSTRACT

This research work entitled: "Evaluation of the entrepreneurial intention to contribute to the generation of micro and small enterprises in undergraduate students of the National University of the Altiplano period 2015 - 2017" The research has as its main objective through this study to evaluate the entrepreneurial intention to contribute to the generation of micro and small at the undergraduate level of the National University of the Altiplano of the city of Puno, for the purpose of this study was used in the analysis of the behavior of students of the last cycle of vocational schools of accounting sciences, administration and economic engineering. For the present type of design research is non-experimental, the research approach is quantitative of deductive method, the type of descriptive and analytical research, with stratified sample type. The proposed hypothesis seeks to show that the dimension of perceived desirability is more important in entrepreneurial intention, which contributes to the generation of micro and small enterprises, following the integral model of entrepreneurial intention of Schlaegel and Koenig (2014), thus arriving proposals for entrepreneurial intention being one of them according to background university spin off, through technology transfer and research at the university through various entities that bring together the university, the company and state entities, thus generating companies with innovation , social responsibility, technology-based with the purpose of commercially exploiting knowledge, research results (patents) of students that is constituted as the basis of the company in the university.

Keywords: Entrepreneurial intention, Generation of Mypes, university

CAPITULO I

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigación titulado “Análisis del Emprendimiento Universitario y la Intención Emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano periodo 2016” contiene información esencial y relevante acerca el emprendimiento

Uno de los objetivos que tiene planteado la universidad de hoy en día es colaborar con la sociedad con el objeto de la creación de empleo. Para ello es necesaria una transferencia de conocimientos y tecnología que poseen las universidades, favoreciendo así el cambio cultural en la población.. La política que promueve el emprendimiento esencialmente se ha concentrado en la educación, en la disminución de barreras de entrada y de salida de empresarios, en la creación de una cultura de emprendimiento y en la ayuda para el monitoreo de los procesos de incubación y crecimiento y en la ayuda para el monitoreo de los procesos de incubación y crecimiento de las nacientes empresas (Kalantadiris, 2004), Esta tendencia mundial se puede ver claramente en la ley Universitaria N°30220 y estatuto universitario , cabe destacar a partir de ello cómo es la intención emprendedora exponen Schlaegel y Koenig (2014), a través de un meta – análisis consideran dos dimensiones las cuales son deseabilidad percibida y viabilidad percibida las cuales son teorías recientes las cuales juntan a dos grandes autores quienes formularon la intención emprendedora shapero y sokol (1982), Ajzen (1991). El objetivo de la investigación es evaluar la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano las cuales según dimensiones ayudaron a formular los siguientes objetivos específicos; conocer las actividades de fomento del

emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano, analizar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

Para ello la distribución temática de la presente investigación se estructura de la siguiente manera:

En el Capítulo I: se detalla el problema de la investigación, presentando información y datos sobre emprendimientos en la universidad Nacional del Altiplano. De la misma forma se menciona el problema general y los problemas específicos. También los antecedentes donde se expone resultados en relación a la presente investigación, así mismo se plantea el objetivo general y los objetivos específicos.

En el Capítulo II: se puntualiza el marco teórico sobre intención emprendedora, emprendimiento y universidad spin off. Así también se da a conocer el marco conceptual de términos utilizados en el presente trabajo de investigación también se expone la hipótesis general y las hipótesis específicas.

En el Capítulo III: se explica la metodología, tipo diseño de investigación la que permitirá enfatizarla razón del trabajo de investigación, Así también se explica la población y la muestra.

En el Capítulo IV: se comprende las características del área de investigación (ámbito de estudios, localización geográfica)

En el Capítulo V: se expone los resultados obtenidos de la interacción y análisis sobre actividades del fomento de emprendimiento universitario y las dimensiones de la intención

empresarial, así mismo la propuesta de un modelo de spin off universitario. Para culminar se presenta las conclusiones y recomendaciones respectivas.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existe un creciente interés hacia el emprendimiento, tanto desde el ámbito académico como empresarial. En las últimas décadas se ha hecho evidente la importancia que tiene el fenómeno emprendedor en la economía y sociedad actual, tanto por el desarrollo económico y social que supone para las regiones, como por su contribución para atenuar los problemas de desempleo, y de mejora de la competitividad de las regiones, (Porter, 1991).

En cuanto a emprendimientos, El Perú se situó como la quinta economía en el globo con altos índices de emprendimiento, según la medición del Global Entrepreneurship Monitor 2014 (GEM), La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés Total Early-Stage Entrepreneurial Activity -TEA), ratio que mide las iniciativas empresariales de entre 0 y 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 a 28,8%, la segunda más alta de la región

En el nivel local la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores, recientemente la ley universitaria LEY N° 30220 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 los equipos e instalaciones de la institución. pese a ello los estudiantes no desarrollan habilidades y capacidades emprendedoras por que muchas de estas actividades no son consideradas en un programa adecuado y tienen escaso funcionamiento.

Prima la necesidad de fomentar de una forma adecuada el emprendimiento empresarial en la región de Puno y rol activo juega la misma Universidad Nacional del Altiplano con sus escuelas profesionales, diseñando y fomentando a través programas, talleres, actividades que orienten la mejora de iniciativas empresariales en los estudiantes ; esto se establece aún más con las actividades de emprendimiento que realiza la universidad de acuerdo al área de investigación y transferencia tecnológica

Por otro lado, también los modelos spin off se han vuelto muy atractivos para universidades europeas españolas, en Latinoamérica la tercera misión de las universidades está cobrando gran notoriedad, puesto que la transferencia tecnológica, la innovación y la proyección social en diferentes universidades dentro de ellas está la Universidad Cayetano Heredia y la Universidad católica del Perú son partícipes de la tercera misión.

Frente a ello surge la necesidad de proponer programas de fomento del emprendimiento como propiciar desde la Universidad Nacional del Altiplano, generando innovación a través de la transferencia tecnológica y llevar a cabo una empresa surgiendo dentro de la universidad por los mismos estudiantes, el caso de las spin off universitarias siendo así de acuerdo a la evaluación de la intención emprendedora.

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

Éste trabajo busca ver, ¿Cómo es la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?

PROBLEMA ESPECÍFICO N° 1

¿Cuáles son las actividades del fomento del emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?

PROBLEMA ESPECÍFICO N° 2

¿Cómo es la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?

PROBLEMA ESPECÍFICO N° 3

¿Cómo es la intención emprendedora a partir de la dimensión de la viabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?

1.2 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 HIPÓTESIS GENERAL

La deseabilidad percibida es la dimensión más importante en la intención emprendedora lo que contribuye a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

1.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 1

Las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes son escasas para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2

La dimensión de deseabilidad percibida de la intención emprendedora que predominan más son la norma subjetiva y el control percibido sobre el comportamiento en los estudiantes.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3

La dimensión de viabilidad percibida de la intención emprendedora es deficiente en la autoeficacia empresarial de los estudiantes.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1

conocer las actividades de fomento del emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2

Analizar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3

Evaluar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la viabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 4

Proponer propuesta de un modelo de spin off en el nivel de pregrado de la UNA PUNO.

CAPÍTULO II

II. REVISIÓN DE LA LITURATURA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo a utilizar en la intención emprendedora está escrita en un meta análisis (Schlagel & Koenig, 2014) “Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models

Consideran que el control percibido sobre el comportamiento y la autoeficacia empresarial son constructos diferentes. La autoeficacia empresarial hace referencia a la confianza del individuo en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito una empresa. De otro modo, el 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 el proceso. Los individuos que tienen más confianza en sus habilidades para iniciar su propio negocio y que perciben que los resultados del comportamiento están bajo su control, tendrán un mayor deseo de realizar el comportamiento. Por otro lado, la viabilidad percibida constituye el segundo componente motivacional del modelo y actúa como variable mediadora de la relación entre la autoeficacia y el control percibido sobre el comportamiento y la intención empresarial. Como conclusión, los autores demuestran a través de su meta – análisis, que el modelo integral propuesto posee un mayor poder predictivo de la intención empresarial que los que Modelo del Evento Empresarial (MEE), la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP).

(Guerra Triviño , Hernández Castillo , & Triviño Ibarra, 2015) Incubadora de empresas: vía para el emprendimiento en las universidades. Revista universidad y

sociedad conclusiones En su artículo llegaron a las siguientes conclusiones: Insertarse en el mundo laboral de manera comprometida, plena y consciente para generar desarrollo económico en el país, supone un gran reto para las universidades. Existe una gran brecha entre la oferta de profesionales formados en la educación superior y el mercado laboral, situación que se refleja en la falta de congruencia entre las necesidades de personal cualificado por parte de las empresas, la sociedad y la formación que se recibe en la educación superior. En las universidades las incubadoras de empresas pueden estimular el espíritu emprendedor de los universitarios y la población económicamente activa que desee iniciar un negocio. Esta opción puede fortalecer el proceso docente educativo, así como las actividades de investigación y extensión, en armonía con la demanda del sector productivo y la comunidad.

(Lemes Hernandez, 2015) La intención emprendedora de los investigadores universitarios: el caso de las spin-offs académicas En su tesis llegó a las siguientes conclusiones: Una de las principales conclusiones obtenidas del trabajo 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 significativamente sobre la Actitud hacia el Emprendimiento Académico, las Normas Sociales Percibidas y el Control Percibido sobre el Comportamiento, si bien no directamente sobre la Intención Empresarial. Por tanto, cuanto mayor es el número

de oportunidades identificadas por el investigador, más atractiva y deseable encuentra la idea de convertirse en emprendedor académico, más aprobación percibe por parte de su entorno y más capacitado se siente para llevar a cabo la creación de una spin-off académica. 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 o dinero, más positivamente valorará esta posibilidad de crear una spin-off, más apoyo observará de su entorno y menos dificultades percibirán para llevar a cabo dicho comportamiento análisis de los servicios de desarrollo empresarial: programa bono emprende 2006

(Bonilla Galindo, 2008), En su tesis llegó a las siguientes conclusiones: El emprendedor de la región de Puno muestra una afinidad natural para la creación y gestión de negocios, por ende es una persona que debe recibir una rapidez en la secuencia de los Servicios de Desarrollo Empresarial en las Nuevas Iniciativas Empresariales, porque sin ello se conseguirá que el emprendedor pierda inmediatamente la motivación en la creación de un nuevo negocio

(Perez Palacios, 2012) ¿Cómo perciben el fomento del emprendimiento?”. La conclusión a la que llegaron es que 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. Las universidades deben realizar actividades curriculares y extracurriculares a fin de complementar la intervención; en la medida que el emprendimiento es una cuestión de voluntad y de libre elección, principalmente en

la etapa de puesta en marcha de los nuevos negocios, se puede plantear la posibilidad de desarrollar esta etapa de la Currícula educativa siempre que se maneje como un curso electivo.

(Ubierna Gómez, 2014) La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño”, En su Tesis llego a las siguientes conclusiones: La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de Grados de Diseño es muy elevada, llegando al 62% en los alumnos encuestados. Este porcentaje es superior al de la población en general, que se sitúa muy por debajo, en un 12%. Otros estudios (Moriano, 2005) muestran un porcentaje del 13,5% de mayor intención de desarrollar la carrera profesional a través del autoempleo que trabajando por cuenta ajena. Destaca como importante conclusión de nuestro estudio la elevada intención emprendedora frente a otros colectivos de estudiantes.

(Martínez de Luco & Campo, 2014) La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la universidad de Deusto. En su Tesis llegaron a las siguientes conclusiones: La comprensión de los aspectos que influyen 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 a desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a estas necesidades de aprendizaje de los estudiantes

(Coyla Zela, 2008) “capital intelectual, gestión del conocimiento e innovación mediante la incubadora de empresas en universidades”, llego a las siguientes conclusiones: Desde un punto de vista teórico, se considera que los intangibles se han convertido en la principal fuente de valor en las empresas, sin embargo, su identificación, medición gestión constituye un reto tanto para los

investigadores como para los gestores de las empresas, mientras ello se discuta, la universidad debe emprender con el esquema propuesto un modelo de universidad empresarial para interrelacionar la teoría con la práctica, sin obviar su misión tradicional para lo cual fue creado. La gestión de los intangibles se ve reforzada por la existencia de un modelo de gestión de capital intelectual que vincula el intangible clave a los objetivos estratégicos de la universidad. Se muestra cómo una universidad puede aprovechar sus recursos intangibles, su conocimiento, para desarrollar nuevos negocios y expandirse académica y empresarialmente, ante la falta de los recursos para financiar sus investigaciones y creación de una visión de innovación.

(Choquehuayta Vilca ,2016) “actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la universidad nacional del altiplano de puno: 2016 en la tesis llegó a las siguientes conclusiones: 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 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 para que puedan crear su propia empresa. El 39%, considera que, en el plan de estudios de su escuela, no existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral al término de sus estudios. El 43,9%, piensa, que cuando terminen de estudiar, no estarán aptos para trabajar en el mercado laboral como emprendedor. El 47,8%, no desean que se les capacite, para desarrollar habilidades emprendedoras y el 44,3% no pretende, que su escuela incorpore cursos alternos al plan de estudios, para que les 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 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.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1. INTENCIÓN EMPRENDEDORA

El análisis de las intenciones se ha aplicado a diferentes campos como la filosofía, la mercadotecnia, la ciencia política o la selección de la profesión, para explicar distintos comportamientos (Alonso, 2012), Dentro del campo del emprendimiento, la creación de una nueva empresa es un fenómeno que requiere una considerable planificación y, por tanto, representa el tipo de comportamiento planeado ideal para estudiar a través de las intenciones.

2.2.2. MODELOS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

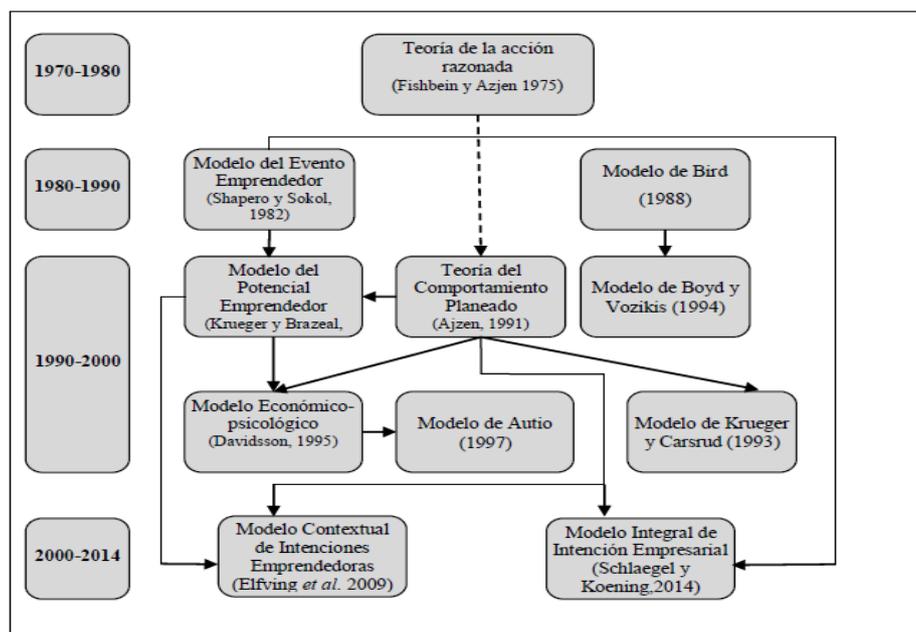


FIGURA N° 1 : Evolución de los modelos de intención empresarial

Fuente: Adaptado de Alonso (2012)

Según el Modelo del Evento Emprendedor -en adelante MEE- desarrollado por Shapero y Sokol (1982), 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 ese comportamiento -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, contrariamente, 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. Finalmente, 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..

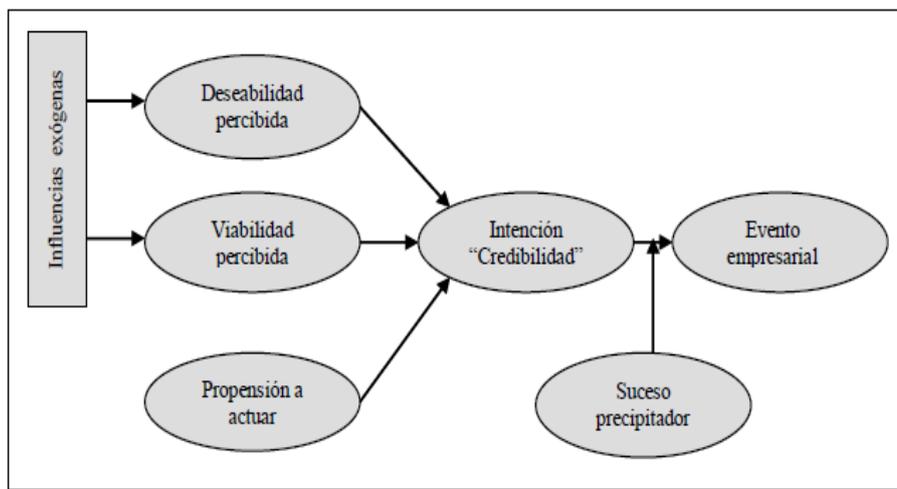


FIGURA N° 2 Modelo del evento empresarial de Shapero Y Sokol:

Fuente: Krueger y Carsrud (1993)

la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991) que en adelante se denomina TCP, el comportamiento viene determinado por la intención y por el control sobre el comportamiento. A su vez, la intención de llevar a cabo un determinado comportamiento se puede predecir a través de la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido sobre el comportamiento. La 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. A su vez, la actitud se forma a partir de las creencias de comportamiento. Estas creencias asocian el comportamiento con

determinados resultados o atributos, y en la medida en que esos resultados sean valorados positiva o negativamente, automáticamente se adquirirá una actitud hacia el comportamiento (Ajzen, 1991).

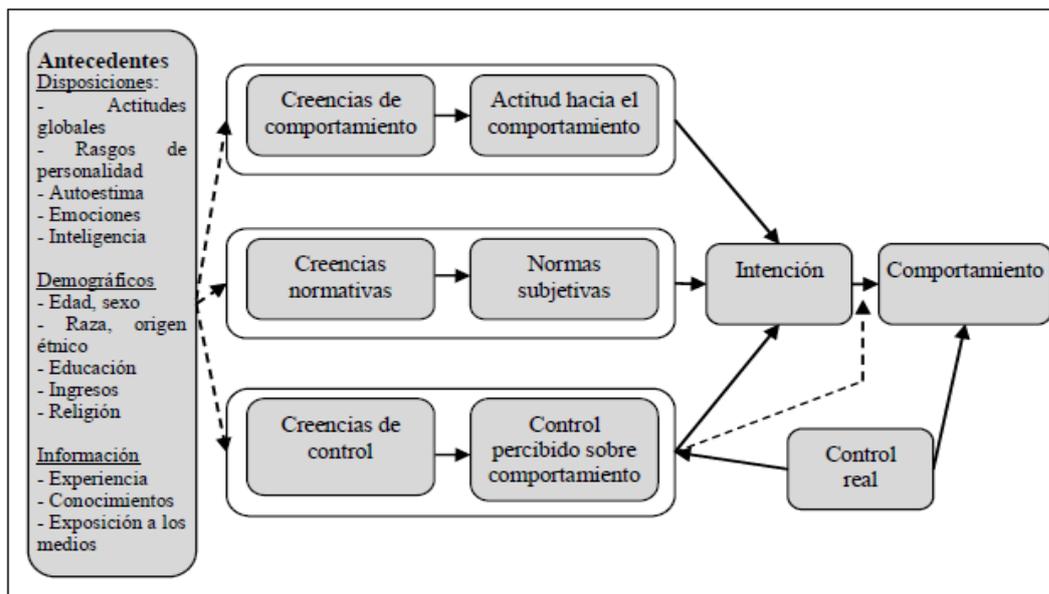


FIGURA N° 3 Teoría del comportamiento planeado

Fuente: Adaptado de Alonso (2012)

Para Krueger y Carsrud (1993) la atracción percibida hacia 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 percibidas, para estos autores representa 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, Krueger y Carsrud distinguen entre la autoeficacia general-confianza o 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 directamente a las actitudes, mientras que para Azjen (1991) estas variables influyen en las creencias.

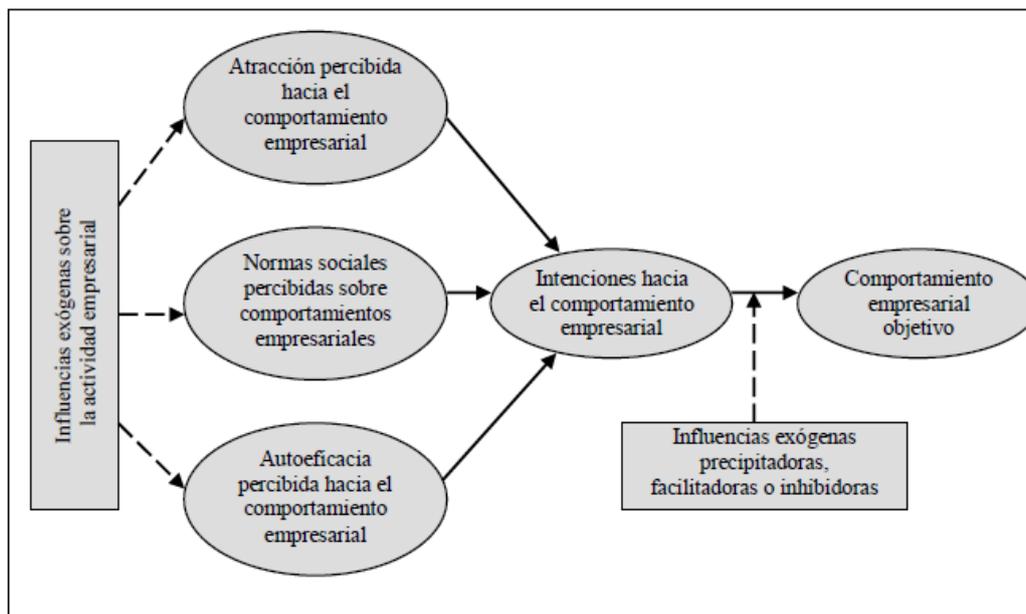


FIGURA N° 4 Modelo de Krueger y Carsrud (1993)

Fuente: Krueger y Carsrud (1993)

Schlaegel y Koenig (2014) a través de un meta-análisis demuestran que los antecedentes de la intención empresarial del MEE y la TCP no son constructos que se solapan, sino que son diferentes. Además, estos autores, proponen uno nuevo que integra la TCP y el MEE. Para Schlaegel y Koenig (2014), 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 transforma una actitud favorable en 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 -normas subjetivas-, esto hará que se forme un deseo positivo hacia ese comportamiento.

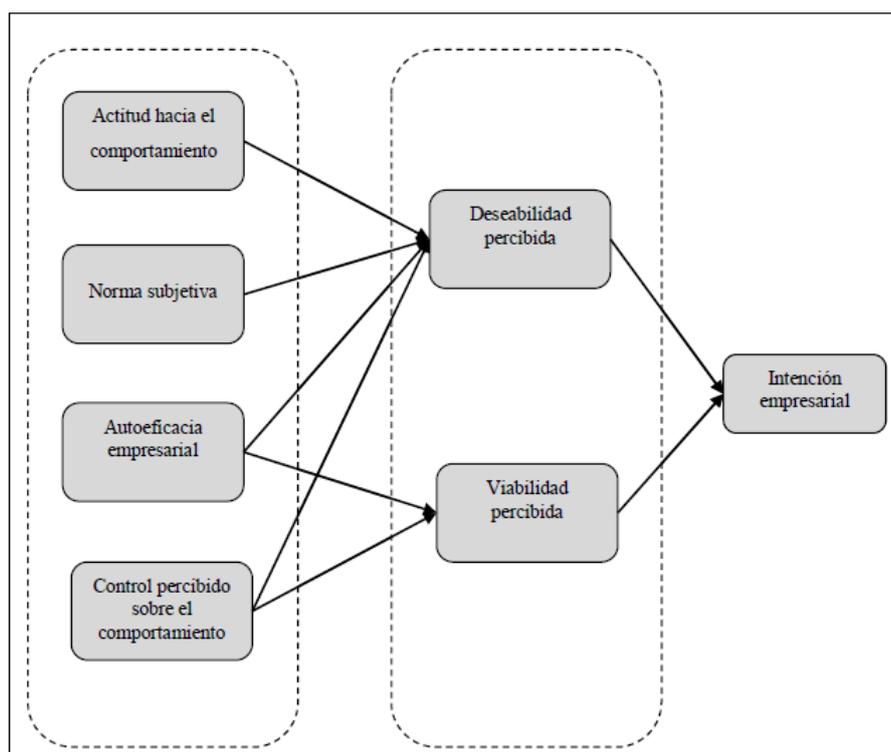


FIGURA N° 5 Modelo integral de intención empresarial

Fuente: Schlaegel y Koenig (2014)

2.2.3. MODELO DE LA TEORÍA INTEGRAL DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Schlaegel y Koenig (2014) a través de un meta-análisis demuestran que los antecedentes de la intención empresarial del Modelo Eventual Emprendedor y la Teoría del Comportamiento Planeado, consideran dos

dimensiones las cuales son deseabilidad percibida y viabilidad percibida La deseabilidad percibida funciona como el factor motivacional que transforma una actitud favorable en 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 -normas subjetivas-, esto hará que se forme un deseo positivo hacia ese comportamiento para la viabilidad percibida, estos autores consideran que el control percibido sobre el comportamiento y la autoeficacia empresarial son constructos diferentes. La autoeficacia empresarial hace referencia a la confianza del individuo en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito una empresa. De otro modo, el 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. Los individuos que tienen más confianza en sus habilidades para iniciar su propio negocio y que perciben que los resultados del comportamiento están bajo su control, tendrán un mayor deseo de realizar el comportamiento. Por otro lado, la viabilidad percibida constituye el segundo componente motivacional del modelo y actúa como variable mediadora de la relación entre la autoeficacia y el control percibido sobre el comportamiento y la intención empresarial. Como conclusión, los autores demuestran a través de su meta-análisis, que el modelo integral propuesto posee un mayor poder predictivo de la intención empresarial que los modelo eventual emprendedor y la teoría del comportamiento planeado.

El modelo integral de la intención emprendedora según Schlaegel y Koenig (2014), contiene dos dimensiones las cuales son:

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 refieren 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.

2.2.4. EMPRENDIMIENTO Y UNIVERSIDAD

Uno de los objetivos que tiene planteado la universidad de hoy en día es colaborar con la sociedad con el objetivo de la creación de empleo. Para ello es necesaria una transferencia de conocimiento y tecnología que poseen las

universidades, favoreciendo así el cambio cultural en la población. Esta es una buena manera de retornar a la sociedad la inversión (humana y económica) que la universidad recibe.

Para dar cumplimiento a este objetivo de creación de empleo, es manifiesto que la universidad tiene que preparar a sus estudiantes en aquellas competencias emprendedoras que la sociedad demanda como prioritarias a este acceso.

Las presiones de globalización y competitividad económica han hecho que las universidades busquen nuevas maneras de apoyar la economía a través de la introducción de esfuerzos empresariales como incubadoras de negocios, parques científicos, universidades, centros de investigación especializados; lo cual hace que las instituciones de educación superior estén interactuando con distintas organizaciones con fines específicos establecidos para fomentar la cooperación con la industria (Mayer, 2007).

La mayoría de los estudios empíricos indican que el emprendimiento puede ser enseñado, o cuando menos incorporado, por la educación emprendedora. En los años 70`s el campo del emprendimiento empezó a echar raíces en las escuelas de negocios, principalmente en las escuelas de Estados Unidos. En los años 80`s 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 (Rothaermel, 2007).

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. (Clark, 1998). Para Clark las Universidades Emprendedoras son aquellas que maximizan el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. Asume que este tipo de universidades son organizaciones muy flexibles que se insertan en su entorno al responder de manera coherente, estratégica y oportuna ante las exigencias que este les hace, sin que ello signifique una amenaza para su misión académica tradicional. (Tarapuez, Osorio, & Parra, 2012). En años recientes, los emprendedores han visto generarse un crecimiento de impacto e importancia a la creación de redes sociales y de contactos con diversos organismos. Estas redes son consideradas como un factor clave para las empresas que están dentro de ellas. Los contactos y alianzas de trabajo se mantienen con emprendedores, industrias y con los grupos involucrados en la innovación y el crecimiento. (Crow, 2008) un sistema de conectividad relacionada crea muchos modelos para que la gente crea y traslade ideas de la parte creativa a la realidad. Cuando todos los elementos trabajan juntos, uno percibe una infraestructura redondeada de innovación y la universidad llega a ser parte de una ecología de innovación

Gibbs (2005), descantan el papel de las universidades como formadoras y 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. Por lo tanto, las universidades desempeñan un papel significativo en el desarrollo económico,

social de los diferentes países, y cuando se relacionan con las industrias o empresarios promueven la innovación que es el motor del progreso. Para Blenker, las universidades actualmente deben ser universidades modernas donde interactúan los centros de investigación con los profesores, con el objetivo de busca de soluciones a los problemas y necesidades reales del mercado y el medio ambiente.

Rothaermel (2007), señala 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 de tecnología y la creación de incubadoras o parques científicos que finalmente generan las empresas de nueva Creón. En marco a estas definiciones, se puede definir que el emprendimiento universitario es la institución en la cual se debe de cultivar un buen clima de emprendimiento e inyectar en los estudiantes actitudes hacia la iniciativa empresarial., cuando las universidades apoyan e incentivar el emprendimiento, pueden transformar el conocimiento que poseen en las innovaciones que pueden generar la creación de nuevas organizaciones.

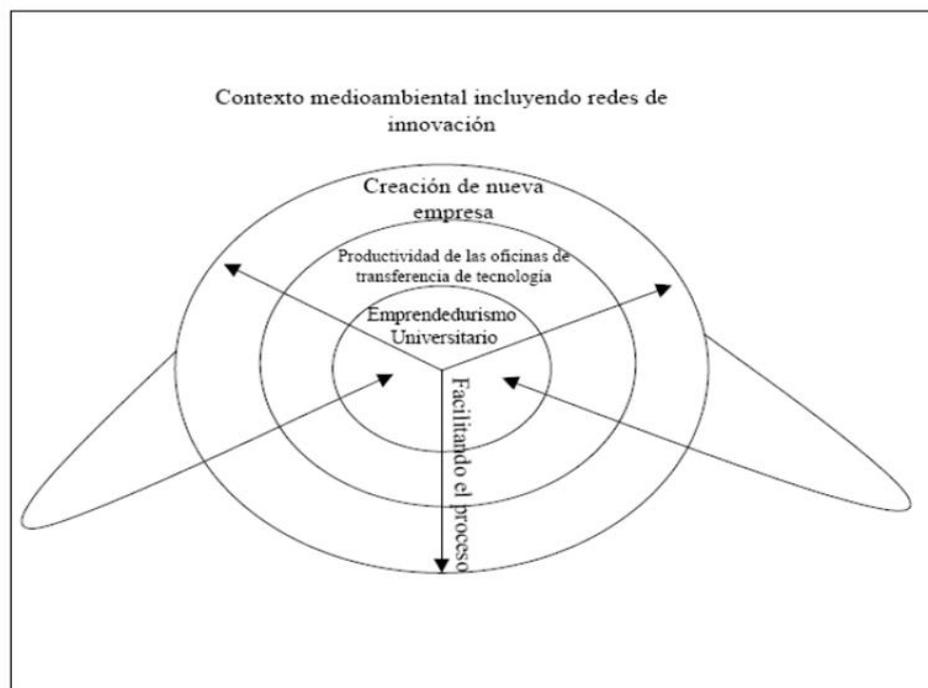


FIGURA N° 6 Emprendedurismo académico

Fuente: Rothaermel (2007).

2.2.5. INCUBADORAS Y SPIN OFF

LEY UNIVERSITARIA Y LAS INCUBADORAS DE NEGOCIO

LA TERCERA MISIÓN DE LAS UNIVERSIDADES

(C & Bueno Campos , 2007) La educación superior ha sufrido cambios importantes en las últimas décadas, siendo de interés el crecimiento de su demanda. Los gobiernos ante este panorama han apostado por aumentar el número de centros universitarios, ampliar los ya existentes y dotar a la educación superior de mayores recursos para que ésta sea capaz de dar respuesta a las demandas sociales. Así las universidades ya no pueden ser las salvaguardas del conocimiento, ni meras transmisoras de él. Hoy se aboga,

como ya hemos visto, por una educación basada en competencias, es decir una educación que transfiera no sólo conocimientos sino también habilidades y actitudes emprendedoras que permita a los recién titulados desarrollar con éxito su carrera profesional. Esta eficiencia profesional se traduce en términos de planificación adecuada del trabajo, capacidad de innovación y de adaptación a nuevas tareas, pensamiento reflexivo y crítico de las situaciones, facilidad para relacionarse, etc. Por todo esto, en los últimos años se ha empezado a hablar de una tercera misión en la Universidad, más allá de los cometidos de educación e investigación. Esta tercera misión ha venido “impuesta” por la creciente sociedad del conocimiento y se engloba en cuatro ejes: emprendimiento, innovación, transmisión del conocimiento y compromiso social. Esta misión debe orientarse, sobre todo, a la necesidad de saber aplicar la ciencia, es decir, a la transferencia del conocimiento a la sociedad, para poder responder a esta demanda social. Y se materializará en una comercialización tecnológica de los recursos de la Universidad y en una actividad emprendedora para convertir la Universidad en una institución de transferencia de I+D. Para que esto sea posible se necesita una mayor colaboración entre los dos elementos implicados, la Universidad y la empresa, Los sistemas universitarios públicos están sometidos a dos fuerzas coordinadoras de su actividad: el control estatal y la autonomía universitaria. A partir de los años 80 se puede decir que la autonomía en las universidades europeas ha crecido, debido al gran esfuerzo que suponía para el estado mantener un control sobre un mundo tan cambiante. Clark (1983) nos habla del triángulo de la coordinación de los sistemas universitarios para explicar los procesos de oferta y demanda que en ellos ocurren. Según este autor todo

sistema universitario se encontraría en un punto interior de un triángulo cuyos vértices serían: el Estado, la oligarquía académica y el mercado. El mercado hace referencia a la manifestación de las demandas y necesidades de la sociedad respecto del papel de la educación como creadora de conocimiento. Si la Universidad es un lugar donde se forma una proporción muy grande de la población, es necesario que ésta responda a las necesidades de la población inclinándose para ello hacia el vértice del mercado. La inclinación hacia esta tendencia favorecerá la calidad de la educación y de la labor investigadora, mejorando así los servicios que aporta a la sociedad. Para que todo este proceso sea posible son necesarias unas políticas públicas adecuadas que afecten a todos los componentes implicados.

INCUBADORA DE NEGOCIOS

Las incubadoras de empresas surgen en la década del 70 del pasado siglo con la creación de programas formales de incubación en los Estados Unidos por parte de la Economic Development Administration (EDA) (Administración para el Desarrollo Económico) y la National Science Foundation (NSF) (Fundación Nacional para la Ciencia). A partir de entonces, las incubadoras de negocio han sido utilizadas como herramienta de desarrollo socio-económico en muchos países.

A partir de la década del 80, se registra en América Latina un incremento en las 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 90, mecanismos de creación y promoción de emprendimientos productivos innovadores. El principal arreglo institucional

utilizado para lograr dicho objetivo fue el de las incubadoras de empresas (Thomas & Versino, 2002).

Los primeros estudios académicos sobre las incubadoras de negocio fueron fundamentalmente descriptivos y sin base conceptual, las investigaciones sobre este tema se han centrado más en el análisis de la incubadora como una unidad de negocio y no en sus particularidades. Se considera como incubadora de empresa a la organización que active el incremento y propicie el triunfo de proyectos llamados emprendedores, posibilitando recursos y servicios necesarios de toda índole.

Una alternativa es la creación de incubadoras de empresas para estimular el espíritu emprendedor de la comunidad universitaria que desee iniciar un negocio. Esta opción puede fortalecer el proceso docente educativo y las actividades de investigación; puede alentar la competitividad empresarial robusteciendo los conocimientos profesionales en los negocios para contribuir al desarrollo productivo, económico y social de la región y el país.

Guerra Triviño, O. L., Hernández Castillo, D., & Triviño Ibarra, C. G. (2015)

LA Universidad Nacional del Altiplano cuenta con el Programa de Incubación de Ideas de Negocios –UNA, de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno (PRIDIN-UNA-PUNO) tiene como objetivo promover el emprendimiento en la primera casa de estudios. El PRIDIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocios y proyectos con alto potencial innovador, o con propuesta de valor de alta diferenciación.

El Programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del Vicerrectorado De Investigación De La UNA -PUNO.



FIGURA N° 7 Programa de incubación de ideas de negocios UNA-PUNO

Fuente: PROACIE 2017

Las categorías de participación son las siguientes:

- Mentoring: Son aquellas personas capacitadas en temas de emprendimientos (sea marketing, microeconomía, pymes, etc.) o que haya tenido experiencias en cuestiones empresariales. Estos son los mentores de los diferentes equipos de trabajo multidisciplinarios; su función es de carácter voluntario, apoyando, aconsejando, asesorando hacia los emprendedores, para que tengan éxito en la creación de emprendimientos.
- Capital intelectual: Son estudiantes universitarios que vendrían a ser que son potenciales emprendedores de otros equipos aportando su

conocimiento y capital intelectual. así darse a conocer para integrar los emprendimientos que se generan en otras escuelas profesionales, sus funciones son:

- Facilitar la participación en: Desarrollo del producto o servicio a nivel de PVM (Producto Mínimo Viable), desarrollo de clientes (Customer Development), Pre-Incubación de la idea de negocio.
 - Consolidación de la idea de negocio: Integrar e Interrelacionar a los estudiantes, mediante la aplicación de sus conocimientos, lo cual generara el desarrollo óptimo de un modelo de negocio, el nacimiento de equipos exitosos, que puedan competir en la obtención de Subvenciones monetarias que ofrecen el Gobierno Nacional, Regional y Local.
- Los participantes en incubación: Son aquellas personas estudiantes perteneciente a diferentes carreras profesionales que deseen poner en práctica su idea de negocio y hacerlo realidad a través de la asesoría y apoyo de los integrantes de la incubadora.

El Programa Incubación de Ideas de Negocios de la Universidad Nacional del Altiplano Puno está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de pre-incubación y consolidación, varía de 4 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre- incubación y consolidación.

la Universidad Nacional del Altiplano a través del Vicerrectorado de Investigación – Incubadora de Negocios de la UNA PUNO, realizó la primera convocatoria de Desarrolla tu Idea de Negocio – Concurso 2016 Selección de ideas de Negocios para INCUBACION Y CONSOLIDACION en el mes de Setiembre, y la segunda convocatoria de Desarrolla tu idea de Negocio – Concurso 2017 se realizó en el mes de Julio del mismo año.

Esta convocatoria tiene como propósito fomentar el emprendimiento en la universidad alrededor promoviendo a través de incubación y consolidación de ideas de negocios dando así propuestas de innovación, mediante la creación de empresas a través de la transferencia de tecnología de la universidad hacia sus estudiantes de pre grado, desarrollando productos y servicios

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Acción emprendedora: individuo con posibilidades para innovar, con la suficiente capacidad para generar bienes y servicio creativo, ético, metódico, efectiva y responsablemente.

Actitud: El termino actitud designa un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia, que incita al individuo a reaccionar de una manera particular (positiva o negativa) frente a determinadas personas, objetos o situaciones.

Cultura emprendedora: Conjunto de conocimientos creados y transmitidos como impulsores de características empresariales en la formación de los individuos.

Creatividad: es la facultad de crear o la capacidad de creación. Consiste en encontrar métodos u objetos para realizar tareas de maneras nuevas o distintas de forma más rápida, fácil, eficiente o económica.

Competencia: Se define como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, y están relacionados a los comportamientos que se llevan a cabo cuando se ponen en práctica los conocimientos, aptitudes y rasgos de personalidad.

Emprendedor: Un emprendedor es alguien que acomete un proyecto que implica trabajo o presenta dificultades; toda persona que tenga iniciativa y decisión de llevar adelante un proyecto empresarial.

Emprendimiento: Una capacidad para realizar proyectos de acción en un entorno de oportunidades e identidades, con la suficiente determinación para organizar los medios y recursos para aplicarlo.

Estrategia: Es el proceso seleccionado a través el cual se prevé alcanzar el objetivo

Intención: Idea que se persigue con cierta acción o comportamiento, propósito de llevar a cabo una tarea.

Idea de negocio: Desarrollo de una iniciativa empresarial plasmada en un plan de empresa viable.

Investigación: Búsqueda arriesgada pero metodológica de insumos para los procesos de innovación. La investigación es una forma de vida para el empresario de la época.

Incubadora: Entidad provista de una metodología y un espacio físico que proporciona todas las herramientas y asesoría necesaria para que las nuevas empresas se desarrollen en un ambiente de negocios, maximizando el valor empresarial de las iniciativas que apoya en el menor tiempo y al menor costo posible, utilizando las últimas tecnologías existentes.

Innovación: Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos; es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.

Motivación: La motivación es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación.

Programa: Es la declaración de lo que se piensa hacer en alguna materia u ocasión; el tema se dará en un discurso; el sistema y distribución de materias de un curso; el anuncio y exposición de las partes que han de componer ciertos actos o espectáculos.

Universidad Emprendedora: Implementen cambios hacia la transformación a una universidad emprendedora, se necesita de importantes innovaciones organizativas, nuevos acuerdos sociales y nuevas vías de interacción, a fin de cumplir su nuevo cometido: actuar como un actor económico por sí mismo.

Spin Off: una nueva firma que surge de una organización matriz o madre, cuya tecnología central fue transferida por dicha entidad, explican que son nuevas empresas creadas a partir de las universidades para aprovechar el conocimiento producido por las actividades académicas en una perspectiva de ánimo de lucro; también es considerada como una nueva empresa innovadora que surge de una firma o un organismo de investigación pública

CAPÍTULO III

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se efectúa en la ciudad de Puno, en la Universidad Nacional del Altiplano (UNA-PUNO) en las escuelas profesionales de ciencias contables, administración e ingeniería económica

El ámbito geográfico de la Región de Puno, específicamente en la Ciudad de Puno, la misma que se ubica a una latitud de 3,827 m.s.n.m. siendo su latitud sur de 15° 50' 35'' y con una longitud oeste de 71°01'18'', con una expansión a lo largo del lago Titicaca, en la bahía de Puno.

La Universidad Nacional del Altiplano de Puno (siglas: UNAP) es una universidad pública ubicada en la ciudad de Puno, Perú. Es una de las primeras universidades públicas fundadas en 1856 a iniciativa de la población del Departamento de Puno. Inicialmente fue creada como escuela de formación aristocrática. Destaca en: Ciencias, Tecnologías y Artes aplicadas. La UNAP está organizada en 19 facultades que abarcan 37 escuelas profesionales.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de investigación es no experimental, se ha tomado como referencia la clasificación realizada por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) quien lo define como: Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, es decir se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables, se utilizara el método

3.3 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación está realizada en el enfoque cuantitativo, por lo que a través de cuestionarios se han recolectado datos numéricos, que fueron procesados en términos porcentuales e índices numéricos a fin de describir de actividades de fomento del emprendimiento realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) debido a que “se usa la recolección de datos para probar la Hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente, tiene un alcance Descriptivo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) evalúa y recolecta datos sobre diversos conceptos (variables) como; la intención emprendedora y sus dimensiones y generación de micro y pequeña empresa, en sus aspectos y componentes del fenómeno a investigar.

3.5 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que se utilizó es el deductivo para (Escobar, 1999) “proceso discursivo y descendente que pasa de lo general a lo particular”. Proceso discursivo porque es “mediato”; porque se efectúa siguiendo una serie de “pasos lógicos” y “descendente” porque baja, desciende de algo general a un aspecto particular y/o singular; en fin, llega a lo individual o concreto, a partir de lo abstracto.

Permite corroborar los resultados obtenidos a través de distintos estudios que se llevaron a cabo. El método deductivo, es aquel que parte de los datos generales aceptados como válidos, para deducir por medio del razonamiento lógico una serie de suposiciones, en otras palabras, esta parte de las verdades previamente establecidas

como principios generales, para luego ser aplicados en casos individuales para comprobar su validez.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1. POBLACIÓN

Según (Bernal, 2010) La población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo la población en la investigación está constituida por 483 estudiantes de pregrado del último ciclo de estudios siendo así estudiantes del noveno y décimo semestre de tres escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano las cuales son: ciencias contables, administración e ingeniería económica.

La población está compuesta por todos los estudiantes matriculados en los semestres noveno y décimo de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno 2017-II

Tabla 1: población de estudiantes matriculados de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Puno 2017-II

CARRERA PROFESIONAL	POBLACIÓN
Administración	127
Contabilidad	245
Ingeniería Económica	111
TOTAL	483

3.6.2. MUESTRA

(Bernal, 2010). La muestra viene a ser la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo

del estudio y sobre la cual se efectuó medición y la observación de las variables del objeto de estudio.

Para el presente estudio utilizaremos el muestreo estratificado según carrera profesional, para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (\sum_h^l W_h \sqrt{p_h(1-p_h)})^2}{e^2}$$

Donde:

n : Es el tamaño de la muestra.

Z^2 : Nivel de significación estadística, para el caso se utilizar el 1.96 sacado de la tabla de la distribución normal.

W_h : Es el peso de cada estrato.

p_h : es la proporción de estudiantes con intención emprendedora en las carreras de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno 2018, el caso usaremos el 50%, dado que no conocemos el valor real.

e : es el error máximo permitido para el cálculo de la muestra. Para el caso será 10 %

h : Es el número de estratos, definido por la carrera profesional, en total 3.

Cálculos

Tabla 2: cálculo de la muestra

CARRERA	POBLACIÓN	W_h	$W_h\sqrt{p_h(1-p_h)}$
PROFESIONAL			
Administración	127	26.30%	0.131
Contabilidad	245	50.72%	0.254
Ingeniería	111	22.98%	0.115
Económica			
TOTAL	483	100%	0.5

Fuente: Elaboración propia

Remplazando en la formula

$$n = \frac{1.96^2(0.5)^2}{0.1^2}$$

$$n = 96.04 \cong 97.00$$

Para la presente investigación se utiliza una muestra de 97 estudiantes, de acuerdo a las carreras profesionales, según la siguiente tabla.

Tabla 3: Muestra de estudiantes matriculados de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la universidad nacional del altiplano – puno 2017-II

CARRERA PROFESIONAL	MUESTRA ($W_h * n$)
Administración	25
Contabilidad	49
Ingeniería Económica	23
TOTAL	97

Fuente: Elaboración propia

3.7 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Arias (2012), define que las técnicas “es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”. La técnica que se utilizará en la presente investigación será la encuesta.

- Encuesta: Arias (2012), define la encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema en particular”. Para (Behar, 2008) a diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados, las encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio. La información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población.
- Análisis Documental: Se realizó una investigación exhaustiva de los documentos, archivos y materiales especificados, datos estadísticos, artículos, entre otros.
- Fichaje: El fichaje como señala Arias (2012) sirve para registrar y acumular datos, recopilar ideas, etc., que puedan ser de interés extraer de las fuentes secundarias que se abordaron. De esta manera se procede a acumular datos de la realidad, recopilando respecto a las dos variables en estudio, tanto de fuentes primarias y secundarias.

3.8 INSTRUMENTOS

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que fueron redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con nuestra investigación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa respecto a la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Complementará con el análisis documental principalmente información que se puede entregar en la base de datos del vicerrectorado de investigación.

La recolección de datos se realiza a través de la encuesta que se aplicara para la presente investigación.

La encuesta de intención emprendedora está dirigido a estudiantes del último ciclo de estudios siendo así estudiantes del noveno y décimo semestre de tres escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano las cuales son: ciencias contables, ciencias de la administración e ingeniería económica

La escala de medición es:

1-2 No interesado

3-5 Moderadamente interesado

6-7 Totalmente interesado.

DESEABILIDAD PERCIBIDA

- Actitud hacia el comportamiento
- Norma subjetiva
- Autoeficacia empresarial
- Control percibido sobre el comportamiento

VIABILIDAD PERCIBIDA

- Autoeficacia empresarial

- Control percibido sobre el comportamiento

Procesamiento de Datos:

Estadística descriptiva: a técnica matemática que obtiene, organiza, presenta y describe un conjunto de datos con el propósito de facilitar su uso generalmente con el apoyo de tablas, medidas numéricas o gráficas. Además, calcula parámetros estadísticos como las medidas de centralización y de dispersión que describen el conjunto estudiado.

SPSS es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y aplicadas, además de las empresas de investigación de mercado. El nombre originario correspondía al acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), reflejando la orientación a su mercado original (ciencias sociales), aunque este programa es también muy utilizado en otros campos como la mercadotecnia. Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y una sencilla interfaz para la mayoría de los análisis.

CAPÍTULO IV

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

Por el contenido del trabajo desarrollado, se expone los resultados de la investigación según el Objetivo General y los Objetivos Específicos, de acuerdo a los instrumentos y técnicas empleadas en el trabajo de campo. Para ello, se procederá en identificar y analizar los resultados de emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano:

OBJETIVO ESPECIFICO N° 1:

Conocer las actividades de fomento del emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

ACTIVIDADES DEL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

Para describir el objetivo 1, se ha recopilado datos de fuentes primarias acerca los concursos que ha estado organizando la Universidad Nacional del Altiplano acerca del fomento del emprendimiento (Investigaciones). Para ello se obtuvo la base de datos de IV concurso realizado en el año 2015, para el 2016 Y 2017 ya existe la nueva ley, en la cual se crea la incubadora de Negocios que está a cargo del Director el Dr. Gustavo Torres Orihuela.

Para ello a continuación se describirá las actividades del fomento del emprendimiento realizado en la Universidad Nacional del Altiplano:

- IV CONCURSO DE ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, IDEAS DE NEGOCIO Y PROTOTIPO DE INVENCIONES – 2015

En las instalaciones del Centro de Idiomas de la UNA se realizó el lanzamiento del IV Concurso de Artículos de Investigación Científica, Ideas de Negocio y prototipo de Invenciones a nivel de Pre-Grado, actividad realizada por la oficina universitaria de Investigación.

El objetivo de este concurso es premiar las capacidades innovadoras, investigativas e inventivas de los estudiantes de Pre-Grado, y se premiará con presupuesto para financiar a las ideas que contribuyan a la resolución de problemas sociales, económicos y ambientales de la región Puno y el país, así lo dio a conocer el ingeniero Fortunato Escobar Mamani, jefe de la unidad de centros e institutos de investigación de la UNA.

IV concurso de artículos de investigación científica, idea de negocios y prototipos de invenciones a nivel de pregrado

Por: oficina de imagen institucional, miércoles 23 de septiembre, 2015A continuación se muestra la siguiente tabla:

Tabla 4: IV Concurso De Investigación – 2015.

N°	Escuela Profesional	N° de Participantes	%
1	Administración	45	48.39%
2	Ciencias de la Educación	1	1.08%
3	Contabilidad	5	5.38%
4	Enfermería	1	1.08%
5	Ingeniera de Sistemas	6	6.45%
6	Ingeniera Electrónica	3	3.23%
7	Ingeniera Estadística e Informática	1	1.08%
8	Ingeniería Agrícola	2	2.15%
9	Ingeniería Agroindustrial	12	12.90%
10	Ingeniería Civil	4	4.30%

11	Ingeniería Económica	1	1.08%
12	Ingeniería Electrónica	2	2.15%
13	Ingeniería Mecánica Eléctrica	3	3.23%
14	Ingeniería Metalúrgica	2	2.15%
15	Nutrición Humana	5	5.38%
Total		93	100.00%

Fuente: Ex - Oficina de Investigación de la UNA-2017.

Como se observa en la tabla N° 5 al concurso de investigación se presentaron 93 participantes de las diversas escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano, solo estuvieron presentes 15 escuelas profesionales de los 37 existentes; de las cuales, 45 de los estudiantes pertenecen a la Escuela Profesional de Administración, lo cual representa un porcentaje de 48,39%, liderando la participación de estudiantes. Seguido de Ingeniera Agroindustrial con un porcentaje de participación del 12,90% y en tercer lugar esta Ingeniería de Sistemas con un 6,45%.

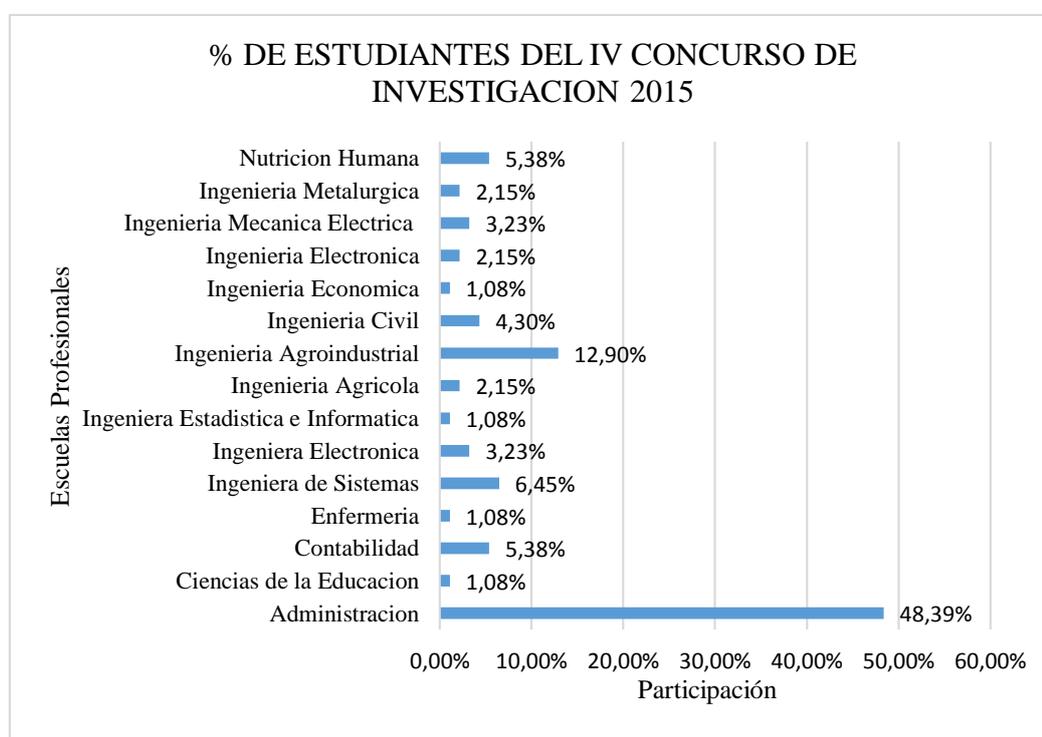


FIGURA N° 8 Participación de estudiantes del IV concurso de investigación 2015

El Vicerrectorado de Investigación, mediante la oficina universitaria de Investigación efectuó la premiación a los ganadores del IV Concurso De Artículos De Investigación Científica, Ideas De Negocios Y Prototipo De Invenciones, actividad desarrollada en el auditorio de la Biblioteca Central de la UNA, esto en presencia del Vicerrector de Investigación, Dr. Wenceslao Medina Espinoza, el jefe de la oficina de Investigación, M.Sc. Néstor Collantes Menis y M.Sc. Fortunato Escobar responsable de esta actividad.

El concurso se desarrolló el pasado 22 de diciembre y tuvo como ganadores en la categoría de Artículos de Investigación Científica a los estudiantes José Agramonte Valdez y Nixon Torreblanca Gutiérrez, con su proyecto Determinación de Degeneración Neuronal Daño Renal e Inmunológico Causado por Mercurio; y el segundo lugar hubo un empate entre los estudiantes Larico Perez, Rocio Pilar y Yanqui Gilari, July Jessica con su proyecto Formulación de un Helado Dietético a partir de Jarabe de Yacon (*smallanthus sonchifolius*) y los universitarios Quispe Amanqui, Nelson Hermes y Laura Quispe, Joseph Brayan con su proyecto Principios de Electrólisis y su Aplicación en Ingeniería Civil.

INCUBADORA DE IDEAS DE NEGOCIO – 2016

A partir del año 2016 se cambió el formato de los concursos presentados en distintas modalidades en años anteriores. Sin embargo, a partir del 2016 este evento de ideas de negocio se denomina selección de ideas de negocios para incubación y consolidación donde se presentaron 48 equipos de trabajo de las diferentes carreras profesionales, esto fue para la primera fase, para la segunda

fase solo lograron pasar 4 equipos de trabajo de los cuales 3 equipos de trabajo son de la escuela de administración, como a continuación se detalla en la tabla:

TABLA 5: ganadores del concurso de la selección de ideas de negocios para incubación y consolidación-2016

GRUPOS GANADORES II ETAPA INCUBADOS			
Nº	LUGAR	NOMBRE DEL GRUPO	INTEGRANTES
1	Primer Lugar	Story Hand - Materiales Educativos (Administración)	Marca Condory Liliana Lacuaña Cahuana Rolando Arana Ticona Paulina Maura
2	Segundo Lugar	Uvindex, Panel Informativo Que Alerta El Nivel De Radiación Uv (Administración)	Condori Cayo, Reina Elizabeth Tito Cruz, Jhasmani Quispe Cari, Edwin
3	Tercer Lugar	ANDEAN	Alfredo Wilber Ccari Berduzco Ccari Berduzco, Alfredo Wilber Calapuja, Saúl Hualpa Mamani, Edgar David
4	Cuarto Lugar	Sopa Instantánea De Quinoa Quillpa (Administración)	Cruz Maydana Angela Yarmila Chipana Huaman Roxana Huillcahuaman Loayza Karina Arisaca Apaza Jennifer Raquel Mariaca Canaza Elard Carlos Joel

Fuente: Vicerrectorado académico – 2016.

Tal y como se mostró en la tabla anterior, muestra a los equipos participantes ganadores, junto a la relación de los miembros que conforman dicho grupo, las cuales fueron asesorados a lo largo del concurso.

- JÓVENES DE TACNA Y MOQUEGUA FUERON CAPACITADOS
POR LA UNA

Un total de 300 jóvenes en situación de vulnerabilidad fueron beneficiados de manera gratuita con el curso: “JOVENES EMPRENDEDORES” impartidos por facilitadores de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno y gracias al convenio suscrito con el Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra de las sedes de Moquegua y Tacna.

La UNA premia a los mejores de concurso en investigación.

Por: oficina de imagen institucional, miércoles 13 de enero, 2016

- II CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN A NIVEL INDIVIDUAL

Por: oficina de imagen institucional, jueves 18 de agosto, 2016

- II CONCURSO DE SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN 2017

No se llevó acabo a pesar de la convocatoria realizada.

- FERIA DE EMPRENDIMIENTOS “MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS-2016 II”. DESARROLLADO EL 26 ENERO 2017.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 2:

Analizar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

**DIMENSIÓN DE LA DESEABILIDAD PERCIBIDA EN LA INTENCIÓN
EMPRENDEDORA**

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de forma estratificada, los mismos que han sido evaluados bajo cuatro indicadores las cuales son Actitud hacia el comportamiento, Norma subjetiva, Autoeficacia empresarial, Control percibido sobre el comportamiento las mismas que pertenecen a la dimensión de la deseabilidad percibida del modelo integral de la intención emprendedora

- **ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO**

TABLA 6: Distribución de estudiantes según carrera profesional y actitud hacia el comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

Escuela Profesional	ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	3	22
	%	12,0%	88,0%
Contabilidad	n	35	14
	%	71,4%	28,6%
Ingeniería económica	n	16	7
	%	69,6%	30,4%
Total	n	54	43
	%	55,7%	44,3%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 01 observamos que del total de estudiantes de la carrera de Administración el 88% se muestra totalmente interesado hacia el comportamiento del emprendimiento empresarial difiriendo de las carreras de Contabilidad e Ingeniería económica en las que los estudiantes se mostraron en un 71.4% y 69.9% respectivamente moderadamente interesados hacia un comportamiento emprendedor.

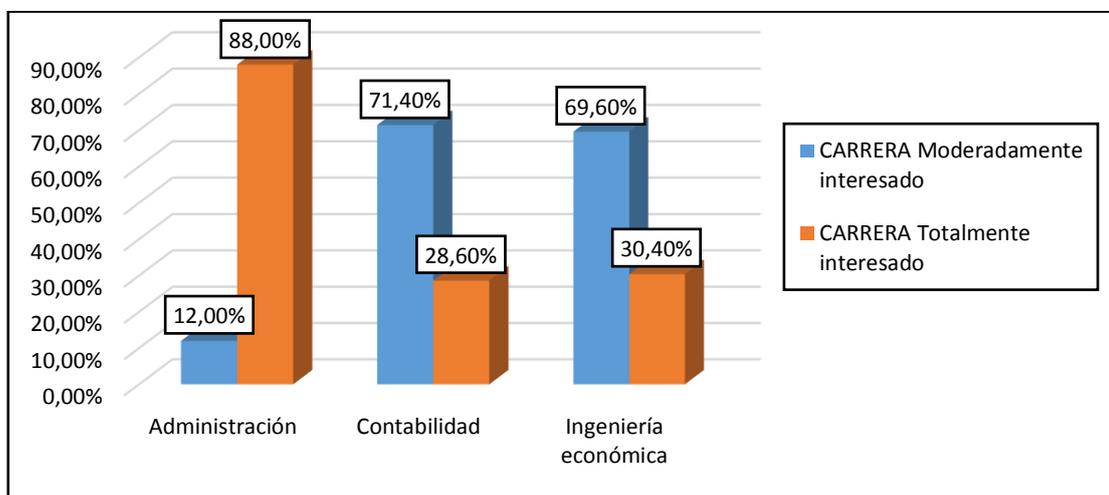


FIGURA N° 9 distribución de estudiantes según carrera profesional y actitud hacia el comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

- NORMA SUBJETIVA

TABLA 7: Distribución de estudiantes según carrera profesional y norma subjetiva de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 - 2017

Escuela Profesional	n	NORMA SUBJETIVA			Total
		No interesado	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	0	16	9	25

	%	0,0%	64,0%	36,0%	100,0%
Contabilidad	n	0	45	4	49
	%	0,0%	91,8%	8,2%	100,0%
Ingeniería económica	n	1	18	4	23
	%	4,3%	78,3%	17,4%	100,0%
Total	n	1	79	17	97
	%	1,0%	81,4%	17,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 02 se observa que del total de estudiantes de la carrera de Administración el 64% se muestra moderadamente interesado en realizar un emprendimiento influenciado por su entorno, al igual que el 91.8% de los estudiantes de Contabilidad y el 78.3% de estudiantes de Ingeniería económica los cuales mostraron la misma intensidad.

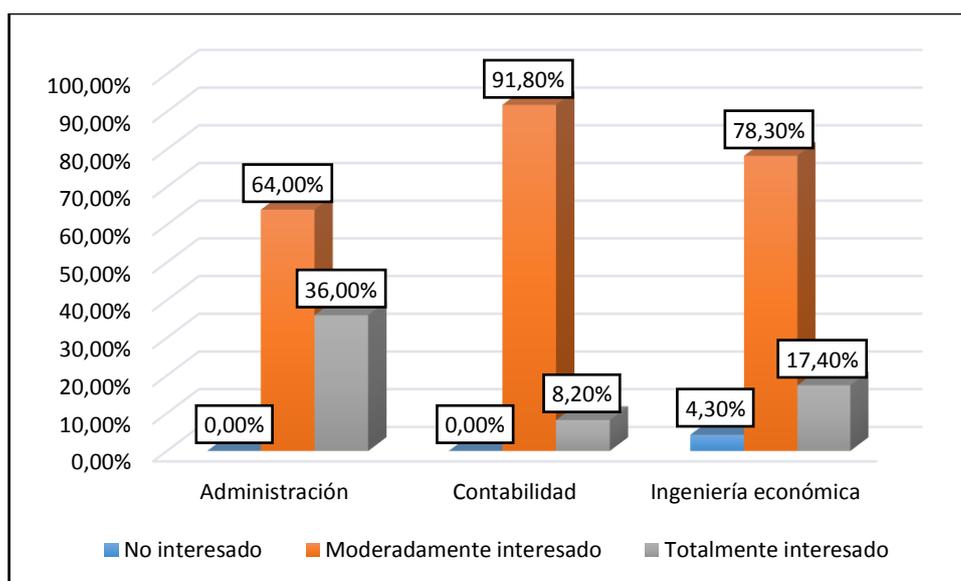


FIGURA N° 10 distribución de estudiantes según carrera profesional y norma subjetiva de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

- AUTOEFICACIA EMPRESARIAL

Tabla 8: distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

Escuela Profesional	AUTOEFICACIA EMPRESARIAL		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	12	25
	%	48,0%	100,0%
Contabilidad	n	49	49
	%	100,0%	100,0%
Ingeniería económica	n	20	23
	%	87,0%	100,0%
Total	n	81	97
	%	83,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 03 se observa que del total de estudiantes de Administración el 52% se muestra totalmente interesado en realizar un emprendimiento de acuerdo a su autoeficacia empresarial, el 100% de los estudiantes de Contabilidad indicaron estar moderadamente interesados al igual que el 87% de estudiantes e Ingeniería económica.

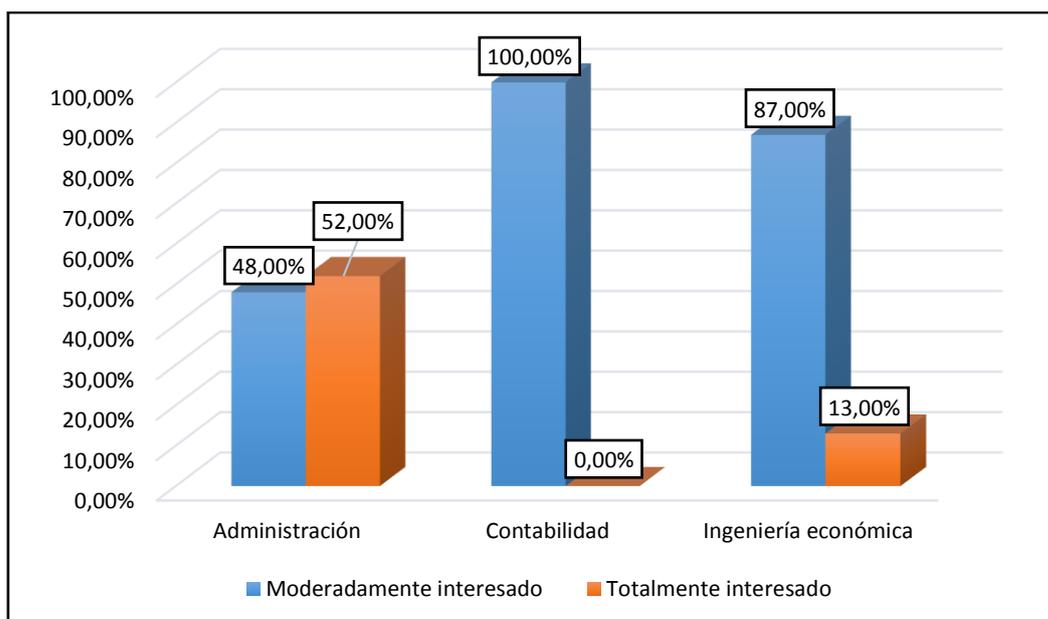


FIGURA N° 11 distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

- CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO

Tabla 9: distribución de estudiantes según carrera profesional y comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

Escuela Profesional	CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	11	25
	%	44,0%	100,0%

Contabilidad	n	2	47	49
	%	4,1%	95,9%	100,0%
Ingeniería económica	n	6	17	23
	%	26,1%	73,9%	100,0%
Total	n	19	78	97
	%	19,6%	80,4%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 04 se observa que con respecto al control percibido sobre el comportamiento el 56% de los estudiantes de Administración se mostró totalmente interesado en realizar un emprendimiento, al igual esta actitud fue representada por el 95.9% y el 73.9% de estudiantes de Contabilidad e Ingeniería económica respectivamente.

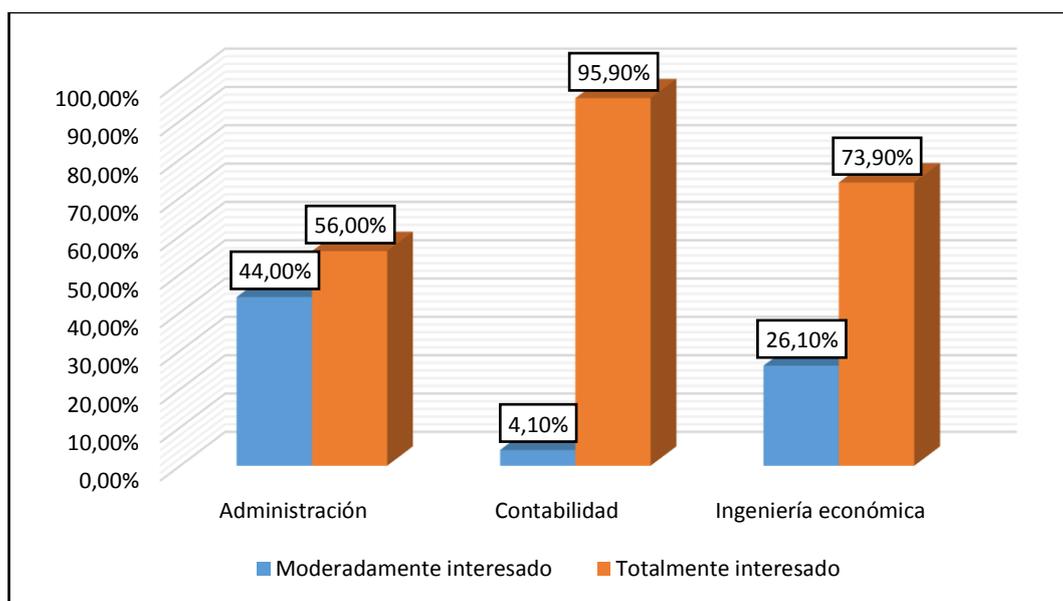


FIGURA N° 12 distribución de estudiantes según carrera profesional y comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

OBJETIVO ESPECIFICO N°3

Evaluar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la viabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

DIMENSIÓN DE LA VIABILIDAD PERCIBIDA EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

- **AUTOEFICACIA EMPRESARIAL**

Tabla 10: distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

Escuela Profesional	AUTOEFICACIA EMPRESARIAL		Total	
		Moderadamente interesado		Totalmente interesado
Administración	n	16	9	25
	%	64,0%	36,0%	100,0%
Contabilidad	n	49	0	49
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Ingeniería económica	n	16	7	23
	%	69,6%	30,4%	100,0%
Total	n	81	16	97
	%	83,5%	16,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 05 se observa que con respecto a la autoeficacia empresarial la mayor parte de los estudiantes de las tres carreras se mostraron moderadamente interesados en realizar un emprendimiento, esto

representado por el 64%, 100% y el 69.6% de los estudiantes de Administración, Contabilidad e ingeniería económica respectivamente.

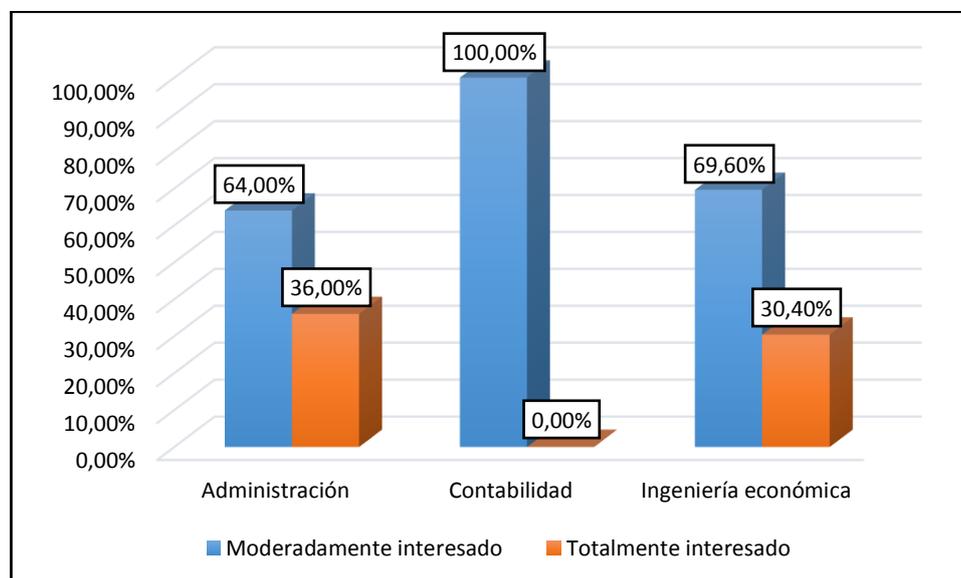


FIGURA N° 13 distribución de estudiantes según carrera profesional y autoeficacia empresarial de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

- CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO

Tabla 11: distribución de estudiantes según carrera profesional y control percibido sobre el comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

Escuela Profesional	CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	12	25
	%	48,0%	100,0%
Contabilidad	n	2	49
	%	4,1%	100,0%
	n	11	23

Ingeniería económica	%	47,8%	52,2%	100,0%
Total	n	25	72	97
	%	25,8%	74,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 06 observamos que respecto al control percibido sobre el comportamiento la mayor parte de los estudiantes se mostraron totalmente interesados en realizar un emprendimiento.

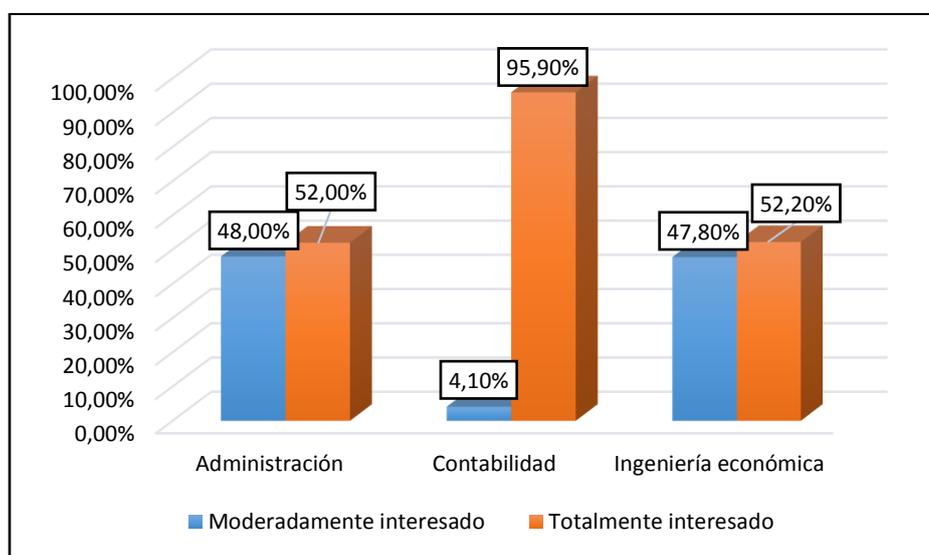


FIGURA N° 14 distribución de estudiantes según carrera profesional y control percibido sobre el comportamiento de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

INTENCIÓN EMPRENDEDORA DESEABILIDAD Y VIABILIDAD PERCIBIDA

- DESEABILIDAD PERCIBIDA

Tabla 12: distribución de estudiantes según carrera profesional y
deseabilidad percibida de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 –
2017

CARRERA	DESEABILIDAD PERCIBIDA		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	9	25
	%	36,0%	100,0%
Contabilidad	n	41	49
	%	83,7%	100,0%
Ingeniería Económica	n	8	23
	%	34,8%	100,0%
Total	n	25	97
	%	25,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 07 observamos que de los estudiantes de las diferentes escuelas Administración, Contabilidad e Ingeniería Económica, la mayor parte (64%, 83.7% y 65.2% respectivamente) desea realizar un emprendimiento.

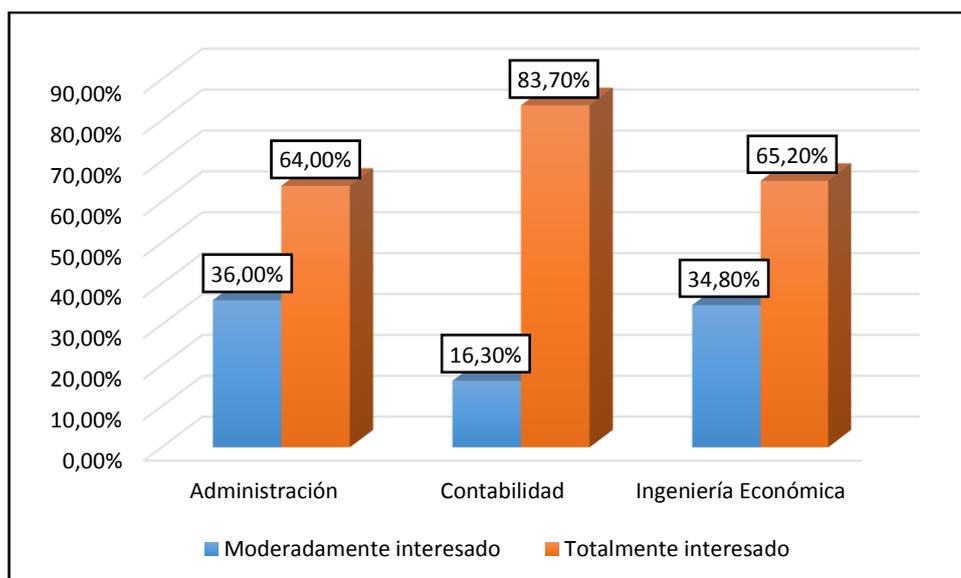


FIGURA N° 15 distribución de estudiantes según carrera profesional y
deseabilidad percibida de La Universidad Nacional Del Altiplano 2015 –
2017

- VIABILIDAD PERCIBIDA

Tabla 13: distribución de estudiantes según carrera profesional y viabilidad
percibida de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

CARRERA	VIABILIDAD PERCIBIDA		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	8	25
	%	32,0%	100,0%
Contabilidad	n	41	49
	%	83,7%	100,0%
Ingeniería económica	n	10	23
	%	43,5%	100,0%
Total	n	59	97
	%	60,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 08 observamos que el 68% de los
estudiantes de Administración se muestran totalmente interesados de acuerdo

a la viabilidad de sus emprendimientos, al igual que el 56.5% de los estudiantes de Ingeniería económica, difiriendo del 83.7% de estudiantes de contabilidad los que se muestran moderadamente interesados.

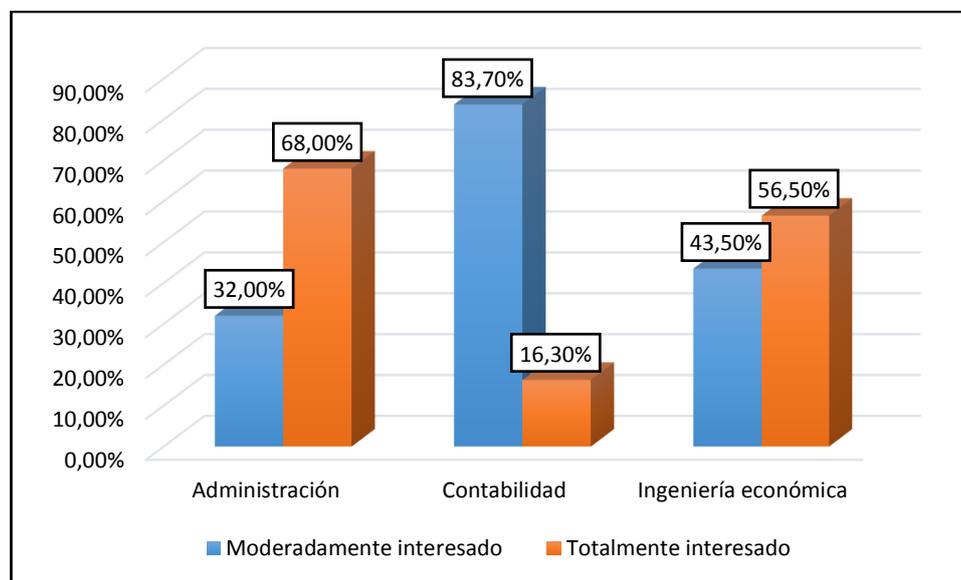


FIGURA N° 16 distribución de estudiantes según carrera profesional y viabilidad percibida de la Universidad Nacional Del Altiplano 2015 – 2017

OBJETIVO ESPECIFICO N°4

Proponer propuestas de un modelo de spin off en el nivel de pregrado de la UNA PUNO

PROPUESTA DE UN MODELO DE SPIN OFF UNIVERSITARIO

Tomando en conocimiento los resultados obtenidos se dio a consolidar el objetivo N° 4 sobre la propuesta que se identificó de acuerdo a los resultados como la de spin off universitaria en el nivel de pre grado de la Universidad Nacional del Altiplano, se respalda también de la revisión literaria.

CONCEPTO DE SPIN OFF Y FACTORES DETERMINANTES

El término spin-off se utiliza para denominar tanto a un tipo de empresa (la empresa spin-off) como al proceso de formación de la misma (el proceso de spin-off o salida de un conocimiento o tecnología). Se suele definir como cualquier proceso de creación de empresa que cumpla con los siguientes requisitos:

- Tiene su origen en una organización existente que, en la literatura anglosajona, se denomina parent organization, es decir, organización madre u organización de origen.
- Involucra a uno o varios individuos, con independencia de su estatus o actividad en la organización de origen.
- Estos individuos abandonan la organización de origen para crear una nueva, la empresa spin-off.

Se puede señalar que los estudios de esta rama de investigación comparten la idea de que la creación de spin-off es un reflejo de las acciones individuales, por lo que se debe, en gran medida, a factores personales del investigador (o investigadores), tales como la personalidad, habilidades, trayectoria profesional y disposición a implicarse en actividades empresariales como son la deseabilidad percibida a través de la presente investigación.

Clasificación según el status de las personas implicadas

- Spin – off académica:

Son creadas dentro de la comunidad universitaria, por profesores, investigadores o estudiantes de doctorado. Se centran sobre todo en las investigaciones.

- Spin- off universitaria:

Son creadas por estudiantes de la universidad.

No están basadas en los resultados de las investigaciones, y normalmente pertenecen a sectores que no requieren gran inversión inicial.

Se pueden identificar categorías de determinantes que se pueden enmarcar dentro de los atributos personales del empresario o grupo fundador de la empresa spin-off:

- los antecedentes familiares
- los objetivos y motivaciones

Estas concuerdan con la norma subjetiva, el control percibido sobre el comportamiento las cuales reflejan 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.

En la Figura 17 de forma más detallada podemos observar, como el fomento de la cultura emprendedora es un proceso clave para que los resultados de la investigación afloren y se generen ideas de valor (Beraza, 2012). También se puede ver, que las universidades están presentes en las primeras etapas del proceso, pero su aportación e influencia disminuyen a medida que el proyecto

avanza y se consolida la empresa.

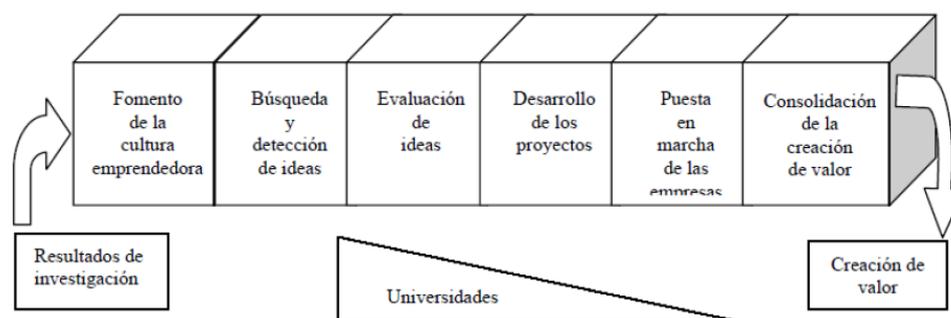


FIGURA N° 17 proceso de creación de un spin off

Fuente: Beraza (2012)

PROGRAMA DE FOMENTO DE SPIN-OFF

Este programa se debe poner en marcha desde el Vicerrectorado de Investigación, en el marco de desarrollo de la llamada tercera misión de las Universidades. Mediante el fomento de la cultura emprendedora se pretende favorecer la transferencia de tecnología a la sociedad y asumir un papel relevante en el desarrollo económico del entorno.

La Oficina de la dirección de emprendimientos en la unidad de este Vicerrectorado que diseña y ejecuta las líneas de actuación definidas.

La misión principal de este programa es desarrollar el fomento de la cultura emprendedora en estudiantes e investigadores de la Universidad Nacional del Altiplano, facilitando la creación de empresas Spin-Off vinculadas al conocimiento generado en la Universidad. Se considerarán empresas Spin-Off tanto aquellas empresas de base tecnológica como aquellas empresas de base innovadora, cuya definición es la siguiente:

Empresas de Base Tecnológica (EBT). Se considerará como Empresas de Base Tecnológica a las que tengan como fin explotar nuevos productos y/o servicios a partir de resultados de la investigación científica y tecnológica, con capacidad para generar y transferir tecnología, siendo ésta la base de su ventaja competitiva y de su actividad empresarial.

Empresas de Base Innovadora (EBI). Se considerará Empresas de Base Innovadora las creadas a partir de la investigación científica y la innovación en productos, procesos, nuevos métodos de comercialización o nuevos métodos organizativos. En concreto, las empresas que basan su negocio en la explotación de un proceso, producto, servicio o método de comercialización nuevo, fruto de un desarrollo propio.

Así, la Oficina de dirección de emprendimiento del vicerrectorado de Investigación debe implantar y desarrollar esta iniciativa en la que se encuentran un conjunto de herramientas y ayudas que impulsen el desarrollo de iniciativas empresariales Spin-Off con base en los resultados de la actividad investigadora y formativa desarrolladas en la Universidad Nacional del Altiplano.

El programa cuenta con tres líneas de actuación:

- Fomento de la Cultura Emprendedora.
- Acciones de apoyo a la creación y consolidación de Spin-off.

Línea 1: fomento de la cultura emprendedora

En esta línea de actuación se van a poner en marcha actuaciones para motivar a estudiantes, personal docente e investigador, hacia la actividad emprendedora.

Objetivos:

- Impulsar el nacimiento de ideas de negocios empresariales intensivas en conocimiento vinculado a la formación académica y los resultados de investigación generados en la Universidad Nacional del Altiplano.
- Potenciar el conocimiento de experiencias de éxito, favoreciendo la visibilidad de iniciativas Spin-Off constituida y que pueden ser un ejemplo para los emprendedores de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Dar a conocer los recursos, instrumentos e instituciones de apoyo a los emprendedores de empresas intensivas en conocimiento.
- Detectar nuevas ideas de negocios empresariales vinculadas a los resultados de investigación en la Universidad y a la formación recibida por estudiantes universitarios.

Jornadas de Emprendimiento

En este curso académico se va a poner en marcha un ciclo de jornadas específicas para emprendedores en las que se van a dar a conocer instrumentos y entidades de apoyo al emprendimiento. Asimismo participarán en las jornadas emprendedoras de Spin-Off de la Universidad Nacional del Altiplano y de universidades que cuentan con oficinas de transferencia de tecnología o que cuenten con patentes pertenecientes a universidades con tercera misión como son la Pontífice Universidad Católica del Perú y la Universidad Peruana Cayetano Heredia que difundirá su experiencia acerca del tema tratado.

Las jornadas se desarrollarán con el formato de “mesa redonda”, con la intención de favorecer al máximo el diálogo entre emprendedores novel, ponente y promotor de universidades peruanas de Spin-Off de éxito.

El programa de jornadas son:

- Gestión y desarrollo de proyectos Spin-Off.
- Financiación de empresas intensivas en conocimiento.
- Internacionalización.
- Instrumentos de apoyo al emprendedor.

Talleres de creatividad empresarial

En sesiones específicas para estudiantes, personal investigador, se expondrá la importancia de la creatividad en el proceso de definición de nuevos proyectos empresariales. Además se dotará a los asistentes de herramientas y procedimientos para impulsar la creatividad y encontrar ideas innovadoras que puedan ser el origen de nuevas Spin-Off.

Concurso de Iniciativas empresariales de la Universidad Nacional del Altiplano

Con el objetivo de fomentar y detectar las nuevas ideas empresariales, se organiza un concurso en el que pueden participar emprendedores que presenten una idea empresarial en alguna de las dos modalidades siguientes:

Iniciativas de investigación, que basan su actividad en la explotación comercial de resultados de investigación generados por grupos de investigación de la

Universidad Nacional del Altiplano y que pueden conducir tanto a la constitución de una empresa de base tecnológica, como a una empresa de base innovadora.

Iniciativas de innovación, que son aquellas en las que la actividad principal se vincula al conocimiento recibido por estudiantes de cualquier semestre en esta Universidad.

En esta edición se van a premiar los modelos de negocio mejor valorados en cada una de las iniciativas. El concurso se va a desarrollar en tres fases:

Fase 1: Selección de Ideas de negocio

Fase 2: Mentoría de equipos emprendedores

Fase 3: Evaluación de los modelos de negocio desarrollados.

En el primer semestre del año académico se lanzará la convocatoria del concurso en el que se van a presentar las idea de negocio en el formato que se establezca (fase 1). Tras el cierre de la convocatoria se seleccionarán las ideas de negocio que pasarán a la fase de formación mediante la asignación de un tutor para cada uno de las ideas seleccionadas (fase 2). Con la ayuda del tutor y guías de apoyo se formará a los equipos participantes para que desarrollen un modelo de negocio a partir de la idea empresarial presentada. Finalmente la evaluación se desarrollará en la fase 3, en la que todos los participantes tendrán que hacer una exposición pública del proyecto desarrollado, tras la cual el comité de selección evaluará las iniciativas presentadas.

Dentro del Concurso de Iniciativas Empresariales se cuenta con la colaboración de representantes de incubadoras de negocios en universidades peruanas, las

cuales apoyaran en la incubación de ideas de negocios con apoyo de la mentoría y de acuerdo a la ley universitaria sobre el capital del emprendimiento.

3. Programa de fomento de iniciativas empresariales TIC

La universidad implementa la creación de empresas TIC, con la colaboración de empresas del rubro, y las unidades encargadas del emprendimiento en las Universidad Nacional del Altiplano

Objetivos:

- Fomentar el espíritu emprendedor entre estudiantes, investigadores de la Universidad Nacional del Altiplano vinculados al sector TIC.
- Detectar ideas de negocio en el sector TIC
- Facilitar el desarrollo de proyectos empresariales mediante la formación de los equipos emprendedores, la puesta a disposición de herramientas adecuadas y la asignación de mentores especializados.

La participación en este programa se realizará mediante la presentación de una breve descripción de la idea de negocio a desarrollar. Serán elegibles todas las ideas de negocio que se presenten en el sector TIC, bien porque la iniciativa se desarrolle específicamente dentro de este sector, o bien, porque se considere estratégico el uso de las tecnologías TIC para ofertar el producto o servicio en el que se base el negocio propuesto.

La Universidad Nacional del Altiplano pondrá a disposición de los emprendedores un programa de formación y mentorización de las ideas de negocio seleccionadas.

Finalizado el periodo de formación, se evaluarán los Planes de Negocio realizados y premiarán los equipos emprendedores con los planes de negocio mejor valorados.

Todos los proyectos participantes tendrán la oportunidad de acceder a recursos financieros e instrumentos para la puesta en marcha del proyecto empresarial.

Línea 3: Plan de apoyo a la creación y consolidación de Spin-Off de la Universidad Nacional del Altiplano

Asistencia en la fase de incubación de iniciativas empresariales vinculadas a la Universidad Nacional del Altiplano

Espacios de incubación de la Universidad Nacional del Altiplano como es el programa de incubación de ideas de negocios UNA-PUNO ya existente, reforzándola tanto en su gestión como en asesoría. Se dispone de espacio para laboratorios en oficinas de transferencia tecnológica. Asimismo, en un futuro, la Universidad Nacional del Altiplano, debe disponer de espacio adicional para la incubación de empresas vinculadas a resultados de investigación.

Alojamiento de iniciativas empresariales promovidas por la Universidad Nacional del Altiplano firmando un convenio con la pontífice Universidad Católica del Perú que cuenta con una incubadora propia con creación frecuente de spin off en sus semilleros para el fomento de iniciativas empresariales.

Medidas destinadas al apoyo de Spin-Off universitaria en cualquier fase del proceso de lanzamiento, creación o consolidación de iniciativas

Consisten en:

Financiación de la valoración científica y económica del proyecto de emprendimiento con base tecnológica con el objeto de determinar la viabilidad de la iniciativa empresarial y la posible participación de la Universidad Nacional del Altiplano en el capital social de la iniciativa. Esta valoración se realizará por entidades especializadas y externas a la Universidad.

Búsqueda de financiación adecuada a las fases de arranque y consolidación empresarial.

Asesoramiento legal en el proceso de constitución, ampliación de capital y asociación con inversores en empresa.

- Desarrollo de prototipo industrial, pruebas de concepto y prototipos comerciales.
- Ayudas a la búsqueda de socios comerciales y a la promoción de las iniciativas creadas.
- Asesoramiento en acuerdos comerciales con empresas nacionales y/o internacionales.
- Ayudas a la internacionalización.
- Fomento de la colaboración empresarial entre Spin-off de la Universidad Nacional del Altiplano

Estas medidas se financiarán mediante la Convocatoria de Ayudas a la Valorización y Comercialización de Resultados de Investigación.

4.2 DISCUSIÓN

Las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes son escasas para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

Se ve puede observar al describir las actividades realizadas que a pesar de mejoras en cuanto a la ley universitaria y estatuto universitario 2015 que describe claramente en funciones el fomento del emprendimiento, en le periodo 2015 – 2017 solo se realizaron actividades en el año 2015 y 2016 mas no en el año 2017 el caso de las incubadoras de negocios no se llevó a cabo pese a tener convocatoria. En base a todo lo expuesto en el presente documento, ello lo que nos permite aceptar y validar la hipótesis específica n° 1.

Las dimensiones de deseabilidad percibida de la intención emprendedora que predominan más son la norma subjetiva y el control percibido sobre el comportamiento en los estudiantes.

Según los resultados de las dimensiones de deseabilidad percibida de la intención emprendedora en las escuelas profesionales de administración, ciencias contables e ingeniería económica, los mismos que se detallan en la tabla N° 06, 07, 08 y N° 10, las que predominan más son la norma subjetiva y el control percibido sobre el comportamiento en los estudiantes. En base a todo lo expuesto nos permite aceptar y validar la hipótesis específica n° 2.

La dimensión de viabilidad percibida de la intención emprendedora es deficiente en la autoeficacia empresarial de los estudiantes.

Según los resultados de las dimensiones de viabilidad percibida de la intención emprendedora en las escuelas profesionales de administración, ciencias contables e ingeniería económica, los mismos que se detallan en la tabla N° 010, y N° 11, es deficiente en la autoeficacia empresarial en los estudiantes. En base a todo lo expuesto nos permite aceptar y validar la hipótesis específica n°3

La deseabilidad percibida es la dimensión más importante en la intención emprendedora lo que contribuye a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

Según el consolidado de los resultados en el cual se realiza la evaluación de las dimensiones de deseabilidad percibida y la viabilidad percibida, los mismos que se detallan en la tabla N° 12 y la figura N°13, la dimensión de la deseabilidad percibida es la dimensión más importante en la intención emprendedora, En base a todo lo expuesto nos permite aceptar y validar la hipótesis general.

V. CONCLUSIONES

La investigación titulada “EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A LA GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015 – 2017”, llega a las siguientes conclusiones:

- las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes son escasas y algunas actividades no completan su programación para la contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.
- las dimensiones más predominantes en la deseabilidad percibida son la norma subjetiva, cuanto más positivas sean las normas subjetivas de la persona, mayor será la intención de llevar a cabo el comportamiento. Y el control percibido sobre el comportamiento la cual brinda facilidad percibida de llevar a cabo un comportamiento en el supuesto de generar una empresa.
- las dimensiones más deficientes en la viabilidad percibida es la autoeficacia empresarial puesto que los estudiantes no cuentan con la confianza suficiente en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito una empresa.

VI. RECOMENDACIONES

De los resultados obtenidos en la investigación respecto a las intenciones emprendedoras de los estudiantes de IX y X de las escuelas profesionales de Administración, Ciencias contables e Ingeniería económica y de acuerdo a los resultados de cada uno de los ítems se dan las siguientes recomendaciones

- La universidad como ente de fomento del emprendimiento en estudiantes, debe realizar programas de emprendimiento tomando en consideración la ley universitaria y el estatuto universitario como también la re apertura del centro de incubación de negocios; es necesario desarrollar estrategias de incubación adecuada, en la que los objetivos marcados sean acordes con la disponibilidad de recursos y las características del entorno. y el fomento de spin off universitaria; empresas a través de la transferencia de tecnología I+D+I.
- Los estudiantes de la universidad Nacional del Altiplano deberían partir desde la deseabilidad percibida hacia la viabilidad percibida en la intención emprendedora como se vio en el presente trabajo de investigación las dimensiones deficientes como son la autoeficacia empresarial, actitud hacia el comportamiento deberían de resaltarlas mucho más en los estudiantes del área de ciencias económico empresariales.
- En cuanto a las dimensiones de la viabilidad percibida en estudiantes del área económico empresariales, la universidad debería de establecer más lazos de confianza en la autoeficacia empresarial ya que los estudiantes no cuentan con la confianza suficiente en sus capacidades y habilidades para iniciar una empresa.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen. (1985). The theory of planned behavior.
- Bandura, A. (1982). "Self-efficacy mechanism in human agency". American Psychologist.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. A social cognitive theory
- BERNAL, C. (2010). Metodología de la Investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales, Tercera Edición. Bogotá, Colombia: Pearson
- Bonilla Galindo, J. L. (2008). Análisis de los Servicios de Desarrollo Empresarial: Programa Bonoemprende 2006. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Clark. (1998). Creating entrepreneurial universities: organizational path ways of transformation.. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- C, B., & Bueno Campos, E. (2007). La tercera Misión de la Universidad. Revista madri+d.
- Etzkowitz. (1998). The norms of entrepreneurial science.
- Martínez de Luco, G. A., & Campo, J. A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios, el caso de la Universidad de Deusto. Deusto: Universidad de Deusto.
- Ubierna Gómez, F. (2014). La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño. UNED (España) : En la Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Cervantes Martínez, F. (2016). Estadística Descriptiva y Probabilidad. México, UNAM: Facultad De Estudios Superiores Cuautitlán.

- Choquehuayta Vilca , S. M. (2016). actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la universidad nacional del altiplano de puno: 2016. Puno: Universidad Nacional delñ Altiplano.
- Coyla Zela, M. A. (2008). Capital intelectual, gestión del conocimiento e innovación mediante la incubadora de empresas en universidades. PUNO: Universidad Nacional del Altiplano - Posgrado.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*,
- Escobar, G. (1999). El Razonamiento. En: Lógica Nociones y Aplicaciones. México D.F: McGraw-Hil 1 ed.
- Guerra Triviño , O., Hernández Castillo , D., & Triviño Ibarra, C. G. (2015). Incubadora de Empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. Universidad y Sociedad.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Lemes Hernandez, M. I. (2015). La Intención Emprendedora De Los Investigadores Universitarios: El Caso De Las Spin-Offs Académicas. Las Palmas De Gran Canaria: Universidad De Las Palmas De Gran Canaria.
- Rothaermel, F. T. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*.
- Namafakforoosh, M. N. (2010). Metodología de la invetsigacion . mexico: Ed. Limusa.
- o'shea, r., allen, t., chevalier a. y roche, f. (2005). "Orientación emprendedora, transferencia de tecnología y desempeño de spin-off de universidades estadounidenses". *Research Policy*
- Perez Palacios. (2012). ¿Como perciben el fomento del emprendimiento?

Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Vergara

Schlagel, & Koenig. (2014). determinantes of entrepreneurial intent: a meta analytic test
and integration of competing models. Nueva York.

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

CUESTIONARIO

INTENCIÓN EMPRENDEDORA UNIVERSITARIA

1. Escuela Profesional: _____
2. Semestre: _____

DESEABILIDAD PERCIBIDA

Actitud hacia el comportamiento:

3.- Crear una nueva empresa (ser emprendedor) para ti supondría	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) Enfrentar a nuevos retos.							
b) Crear empleo para otras personas.							
c) Ser creativo e innovar.							
d) Tener altos ingresos económicos.							
e) Asumir riesgos calculados.							
f) Ser mi propio jefe (independencia).							

4.- Ahora debes señalar que punto son deseables para ti en tu vida en general.	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) Enfrentar a nuevos retos.							
b) Crear empleo para otras personas.							
c) La creatividad y la innovación.							
d) Altos ingresos económicos.							
e) Asumir riesgos calculados.							
f) Ser independiente (tu propio jefe).							

Norma Subjetiva

5.- Por favor, piensa ahora en tus familiares y amigos más cercanos. ¿En qué grado se mostrarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) Mi familia directa (padres, hermanos).							
b) Mis amigos íntimos.							
c) Mis compañeros o colegas.							

6.- Y; ¿Cómo valoras la opinión de estas personas a este respecto? << lo considero...>>	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) La de la familia directa (padres, hermanos).							
b) Las de mis amigos íntimos.							
c) Las de mis compañeros o colegas.							

Autoeficacia Empresarial:

7.- Si crearas tu propia empresa, ¿En qué grado crees que serías capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas?	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) Definir tu idea de negocio y la estrategia de tu empresa.							
b) Escribir tu plan de negocios (estudio de mercado, estudio financiero, etc.)							
c) Cumplir los trámites administrativos y burocráticos necesarios para crear tu empresa.							
d) Trabajar bajo continuo estrés, presión y conflicto.							
e) Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados.							
f) Relacionarte con personas clave para obtener capital para tu empresa.							
g) Tolerar los cambios inesperados en las condiciones de tu negocio.							
h) Persistir frente a la adversidad en tu negocio.							
i) Buscar asociaciones o alianzas con otras empresas.							

Control percibido sobre el comportamiento:

8.- Por favor, indica hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones.	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) Si quisiera, podría fácilmente ser emprendedor y crear mi propia empresa.							
b) Si creara mi propia empresa, tendría un control total sobre la situación.							

VIABILIDAD PERCIBIDA

Autoeficacia Empresarial:

9.- Si formarás tu propia empresa, ¿En qué grado crees que serías capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas?	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) Realizar los trámites administrativos y burocráticos.							
b) Trabajar bajo continuo estrés, presión y conflicto.							
c) Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados.							
d) Relacionarte con personas clave para obtener rentabilidad en tu empresa.							
e) Tolerar los cambios inesperados en las condiciones de tu empresa.							
f) Persistir frente a la adversidad en tu empresa.							
g) Formar asociaciones o alianzas con otras empresas del rubro.							

Control percibido sobre el comportamiento:

10.- Por favor, indica hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones.	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) En mi empresa, tendría un control sobre la situación y delegaría funciones.							
b) Si creara mi empresa, existen pocas circunstancias fuera de mi control que							

podrían impedirme invertir, buscar financiamiento y constituir mi empresa.							
---	--	--	--	--	--	--	--

11. Puntúa en una escala del 1 al 7, tomando en cuenta el impulso de intención emprendedora generado en su escuela profesional:

DESEABILIDAD PERCIBIDA	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
a) deseo y/o anhelo de crear una empresa.							

VIABILIDAD PERCIBIDA	No interesado		Moderadamente interesado			Totalmente interesado	
	1	2	3	4	5	6	7
b) Existe probabilidad de crear tu propia empresa en el futuro.							

GRACIAS.

ANEXO B

POBLACIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE LOS SEMESTRES IX Y X DEL SEMESTRE 2017 II

SEMESTRE 2017 II				
		IX	X	POBLACIÓN
1	Ingeniería agronómica	45	35	80
2	Ingeniería Agroindustrial	42	40	82
3	Ingeniería Topográfica y Agrimensura	45	39	84
4	Medicina Veterinaria y Zootecnia	50	53	103
5	Ingeniería Económica	59	52	111
6	Ciencias Contables	123	122	245
7	Administración	54	73	127
8	Trabajo Social	43	47	90
9	Enfermería	60	65	125
10	Ingeniería de Minas	49	52	101
11	Sociología	60	62	122
12	Turismo	50	57	107
13	Antropología	47	57	104
14	Comunicación Social	48	54	102
15	Biología	48	56	104
16	Educación Secundaria, Primaria e Inicial	150	180	330
17	Educación Física	35	38	73
18	Ingeniería Estadística e informática	35	33	68
19	Derecho	48	45	93
20	Ingeniería Química	37	35	72
21	Odontología	64	46	110
22	Nutrición Humana	57	48	105
23	Ingeniería Geológica	41	36	77
24	Ingeniería Metalúrgica	38	35	73
25	Ingeniería Civil	50	54	104
26	Arquitectura y Urbanismo	45	48	93
27	Ciencia Físico Matemáticas	35	32	67
28	Ingeniería Agrícola	45	52	97
29	Medicina Humana	45	39	84
30	Ingeniería Mecánica Eléctrica	34	32	66
31	Ingeniería Electrónica	34	35	69
32	Ingeniería de Sistemas	59	62	121
TOTAL				3389

ANEXO C

AFICHE: CONVOCATORIA PARA CONCURSO 2016 “DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS, SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN”

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - UNA-PUNO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS DE NEGOCIOS DE LA UNA PUNO

“DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS”

CONCURSO 2016

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

INSCRIPCIONES DE APORTE DE CAPITAL INTELECTUAL DE LOS ESTUDIANTES

El Programa de Aporte de Capital Intelectual de los Estudiantes a los Emprendedores –UNA- PUNO, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PROACIE- UNA-PUNO) invita a participar a **los estudiantes universitarios**, como potenciales emprendedores de otros equipos, **aportando su conocimiento, su capital intelectual**, para integrarse a los equipos de emprendedores que postulen o sean seleccionados en el Programa de Incubación de Ideas de Negocios, cuyo objetivo es la promoción del emprendimiento de negocios.

Las actividades del Programa de Aporte de Capital Intelectual de los estudiantes a los Emprendedores, están relacionadas con los siguientes aspectos

- Facilitar la participación en:
 - Desarrollo del producto o servicio a nivel de PMV (Producto Mínimo Viable).
 - Desarrollo de clientes (Customer Development)
 - Pre-Incubación de la idea de negocio.
 - Consolidación de la idea de negocio.
- Integrar e Interrelacionar:
 - A los estudiantes, mediante la aplicación de sus conocimientos, lo cual generará el desarrollo óptimo de un modelo de negocio.
 - El nacimiento de equipos exitosos, que puedan competir en la obtención de subvenciones monetarias que ofrecen el Gobierno Nacional, Regional y local.

INSCRIPCIÓN: Plataforma VRI de la UNA PUNO.

PRESENTACIÓN

El Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PRIDIN-UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del Concurso “Selección de Ideas de Negocios para Incubación y Consolidación”, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

El Programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA - PUNO.

El PRIDIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocios y proyectos con alto potencial innovador, o con propuesta de valor de alta diferenciación.

El Programa Incubación de Ideas de Negocios – UNA está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de pre-incubación y consolidación, varía de 4 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre-incubación y consolidación.

OBJETIVOS: La presente convocatoria tiene como propósito promover el espíritu emprendedor en los negocios y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos y servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

REINSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES:

La preinscripción será desde el 01 de septiembre al 10 de Octubre del 2016, para ello, los postulantes realizarán la pre inscripción a través de nuestra plataforma web disponible del Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA –UNA (<http://www.contables.edu.pe>), en ella, descargarán los archivos (Ficha de Inscripción y Modelo de Negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindarán un resumen de su idea de negocio e indicarán el área de emprendimiento a la que corresponden.

Los archivos diligenciados los remitirán al e-mail incubafcca-unap@hotmail.com. El Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA –UNA comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico el día 14 de octubre de 2016. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: Primer Apellido (del líder)+Letra Inicial de su Primer Nombre (Líder)+ Nombre del Formato.

PERÍODO DE INSCRIPCIONES: HASTA EL 10 DE OCTUBRE DEL 2016
INICIO DE LA INCUBACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS: 03 DE NOVIEMBRE DEL 2016

FORMATOS DE INSCRIPCION: Plataforma VRI y www.contables.edu.pe
INFORMES: (en horario de oficinas)
SECRETARÍA DE DIRECCIÓN EMPRENDIMIENTOS VRI- LIC. MARIBEL CHOQUE COPA.

PREMIOS PARA LOS EQUIPOS DE EMPRENDEDORES

Puesto	Ingreso a PRIDIN	INGRESO	PRE-INCUBACIÓN	CONSOLIDACIÓN	TOTAL
1ºros.	Si	S/ 1 200.-	S/ 1 500.-	S/ 1 800.-	S/ 4 500.-
2ºdos.	Si	S/ 800.-	S/ 1 200.-	S/ 1 500.-	S/ 3 500.-
3ºros.	Si	S/ 400.-	S/ 700.-	S/ 900.-	S/ 2 000.-
4ºtos.	Si	S/ 200.-	S/ 300.-	S/ 500.-	S/ 1 000.-
5to. al 12mo.	Si				
				TOTAL	S/ 11 000.-

Cada premio es independiente en cada etapa (por ingreso, por pre-incubación y por consolidación) y se conformará Jurados Evaluadores. La entrega de los premios dinerarios, estarán sujetos a las normas administrativas de la UNA –PUNO.

Los premios se entregarán al representante acreditado por el equipo incubado.

INSCRIPCIONES PARA MENTORING

El Programa de Servicio Civil de Mentoring de Apoyo a Emprendedores – UNA- PUNO, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PROSECTIME- UNA-PUNO) invita a participar a los docentes y estudiantes universitarios, empresarios, autoridades como mentores, del Programa de Incubación de Ideas de Negocios, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

La presente convocatoria tiene como propósito incorporar a docentes y estudiantes universitarios de la UNA - PUNO, empresarios, autoridades de gobierno regional y locales, como de otras instituciones relacionadas al emprendimiento de negocios, para que efectúen trabajo de carácter voluntario, apoyando, aconsejando, asesorando en las inquietudes y dudas de los emprendedores, para que tengan éxito en la creación de empresas.

INSCRIPCIÓN: Plataforma VRI de la UNA PUNO.

ANEXO D

AFICHE: CONVOCATORIA PARA CONCURSO 2017 “DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS, SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

De no cumplir estos puntos, serán descalificados.

PRE-INSCRIPCIÓN:

La preinscripción será desde el 16 de junio al 14 de julio del 2017, para ello, los postulantes realizarán la preinscripción a través de nuestra plataforma web disponible de: vriunap.pe/prooicie y del programa de ideas de incubación de ideas de negocio de la FCCA -UNA -PUNO (<http://www.comables.edu.pe>), en ella descargarán los archivos (ficha de inscripción y modelo de negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindarán un resumen de su idea de negocio e indicarán el área de emprendimiento a la que corresponden. Los archivos diligenciados los remitirán al e-mail: incubafcca-una@hotmail.com. del Programa de Ideas de Negocio FCCA UNIA, comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico el día 16 de julio del 2017. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: primer apellido (del líder) + más letra inicial de su primer nombre (líder) + nombre del formato.

Cronograma de actividades

EVENTOS	FECHAS
Pre-inscripción	16-junio al 14 julio
Capacitación modelo negocios y Lean Canvas	22 y 27 de junio: 4pm FCCA
Notificación de pre-seleccionados	16 de julio 2017
Inscripción y envío de documentos solicitados	17 al 18 de julio
Presentación y sustentación de Ideas de Negocios	20 y 21 de Julio 2017. Comunicación de Resultados: 24 Julio.
Inducción y Capacitación	25 y 26 de julio: 4pm en FCCA
Inicio pre-incubación	01 de agosto
Evaluación de resultados pre-incubación	20 de octubre
Evaluación resultado consolidación	20 de diciembre

PREMIOS PARA LOS EQUIPOS EMPRENDEDORES

PU E S T O	Ingre so a PRIDI N	IN GRE SO	PRE- INCUBA CION	CONSO LIDA CION	TOTAL
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
1ro.	S/ 2 000	2 000	3 700	3 700	8 700
2do.	S/ 1 400	1 400	2 700	2 700	6 100
3ro.	S/ 700	700	1 200	1 200	3 600
4to.	S/ 400	400	600	1 000	2 000
5to.	S/ 200	200	300	500	1 000
6to. al 12o.					
				TOTAL	21 400

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
UNA - PUNO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
DIRECCIÓN DE EMPRENDIMIENTO
INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS DE NEGOCIOS DE FCCA - PUNO

“DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIO”

CONCURSO 2017

“SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN”

PRESENTACIÓN

“El Programa Incubación de Ideas de Negocios - UNIA” de la Universidad Nacional del Altiplano (PRIDI-UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del concurso “Selección de ideas de negocios para incubación y consolidación”, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

El programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA.

El PRIDI - UNA - PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte presencial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocio y proyectos con alto potencial innovador.

El programa de incubación de ideas de negocio- UNIA está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de Pre-incubación y consolidación varía de 3 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre-incubación y consolidación.

OBJETIVOS

La presente convocatoria tiene como propósito, promover el espíritu emprendedor en los negocios

y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos o servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

REQUISITOS BÁSICOS DE LOS PARTICIPANTES

Podrán presentarse equipos de no menos de 3 y no más de 5 participantes los cuales deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Personas entre 19 y 55 años.
- Estudiantes y/o egresados de la UNIA, Puno y centros de educación superior del Perú o del extranjero.
- Contar con nacionalidad peruana.
- No contar con antecedentes policiales o penales.
- Los miembros del equipo, no deben tener registros negativos en los centrales de riesgo.
- Los participantes de cada equipo pueden constituirse como máximo de dos alumnos de la misma escuela profesional, es decir, pueden estar conformados por dos estudiantes de la misma escuela profesional y otros dos alumnos, de otra escuela profesional, más otro alumno de una tercera escuela profesional, para conformar el equipo de emprendedores.

- Los participantes de cada equipo no pueden pertenecer a más de un equipo a la vez. Cada equipo deberá de indicar un responsable, el cual será el representante ante el Programa de Incubación de la Idea de Negocio 2017.

Para cualquier intercomunicación de los interesados:

Para participar en el concurso, los interesados deberán presentar el modelo de negocios de una idea de negocios con potencial de innovación o propuesta de valor diferenciadora, ya sea que implique venta de bienes o la prestación de servicios.

Las ideas de negocio presentadas, deben ser originales, con alto potencial de innovación y de alto impacto a la sociedad, respetando los derechos de autor y propiedad intelectual de terceros.

En ellos se debe aplicar de forma creativa el conocimiento, para el desarrollo de productos o servicios de valor agregado.

También se debe presentar idea de negocio para competir con las empresas en operación, pero que muestren los aspectos que la diferencian y le permitan tener viabilidad en el mercado.

ANEXO E

REALIZACIÓN DE FERIA DE EMPRENDIMIENTO “MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS”



INFORME N° 003 – EPA/CPSEURS - EPA-2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
 FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
RECIBIDO
 Fecha: 21 JUN 2017 Hora:
 MP Registra: [] Firma: []

A : M.Sc. Nicolás Edgar Roque Barrios
 Director de la E.P. Administración
 DE : Prof. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA
 Coordinación de extensión cultural, proyección social y responsabilidad social
 E.P. Administración
 ASUNTO : **INFORME DE EJECUCIÓN DE LA I FERIA DE EMPREDIMIENTOS "MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS" 2016 II**
 FECHA : 15 de junio del 2017

Mediante la presente y previo cordial saludo, debo manifestar que considerando que era importante observar los avances y sobretodo logros en el componente curricular de Desarrollo de Capacidades y Emprendimientos, se ha visto por conveniente a partir de la coordinación de proyección social y el programa EPA EMPRENDE de la E.P. Administración organizar la I FERIA DE EMPREDIMIENTOS "MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS" 2016 II por lo que a continuación se remito información con relación a la ejecución de dicha actividad:

PRIMERO.- La actividad se llevó a cabo el viernes 27 de enero del 2017 como actividad que además cerraba el semestre II del año 2016. El propósito fundamental de la actividad organizada fue:

1. Mostrar el fortalecimiento de las capacidades y competencias de los estudiantes y así mismo de los docentes a cargo del componente.
2. Ver los resultados de la unificación del silabo del componente curricular
3. Lograr la participación activa de las Escuelas Profesionales que solicitaron el componente a la E.P. Administración.

SEGUNDO.- LOS DOCENTES Y ESCUELAS PARTICIPANTES FUERON:

DOCENTES	ESCUELA PROFESIONAL	NOMBRE DE LAS IDEAS DE NEGOCIO
MIRIAM SEREZADE HANCCO GOMEZ	E.P. Nutrición Humana	KIOSCO SALUDABLE FRUIT PARTY
NAKADAY IRAZEMA VARGAS TORRES	E.P. Antropología	EXHIBICIÓN DE TRAJES TÍPICOS TRICILLOS TURISTICOS RELOJES QUE PREVIENEN ENFERMEDADES CARDIACAS (GH)
ROMULO GONZALES	HUACASI E.P. Antropología	PRODUCTOS A BASE DE OCA (OCAMANIA) CONSULTORIO PERITO FORENSE (INKARI)
ROMULO GONZALES	HUACASI E.P. EDUCACION FISICA	ACADEMIA DEPORTIVA "BALÓN DORADO" ASOCIACIÓN DE ARBITROS "MAR DE PLATA" ACADEMIA MULTIDEPORTIVA "NUEVA ESTRELLA"
VERÓNICA GREIS ANDIA FLORES	E.P. Medicina Veterinaria y Zootecnia	SALTENAS DE QUINUA (ALPIBURGER) ANGEL PETS (CEMENTERIO PARA MASCOTAS)
NAKADAY IRAZEMA VARGAS TORRES	E.P. Ingeniería Química	PAN DE HARINA DE MORAYA HELADOS QUIMACA BEBIDAS SALUDABLES (FRESH ANDINA)
PAULA ANDREA AROHUANCA	E.P. Administración	AGENCIA PARA SENORITAS (AGENCY FOR

ANEXO**LEY UNVESITARIA Y ESTATUTO UNIVERSITARIO****LEY UNIVERSITARIA**

Ley Universitaria Ley N.º 30220 fue aprobada por el Ex Presidente de la Republica, Ollanta Humala Tasso, quien promulgo en el plazo de ley y se publicó el 9 de julio de 2014

CAPÍTULO VI: INVESTIGACIÓN**Artículo 48º. - De la investigación**

La investigación constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en su propia institución o en redes de investigación nacional o internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas.

Artículo 50º. - Órgano universitario de Investigación

El Vicerrectorado de Investigación, según sea el caso, es el organismo de más alto nivel en la universidad en el ámbito de la investigación. Está encargado de orientar, coordinar y organizar los proyectos y actividades que se desarrollan a través de las diversas unidades académicas. Organiza la difusión del conocimiento y promueve la aplicación de los resultados de las investigaciones, así como la transferencia tecnológica y el uso de las fuentes de investigación, integrando fundamentalmente a la universidad, la empresa y las entidades del Estado.

Artículo 52. 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 los equipos 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 de parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente.

Artículo 53. Derechos de autor y las patentes

Las publicaciones que hayan sido producto de investigaciones financiadas por la universidad reconocen la autoría de las mismas a sus realizadores. En cuanto al contenido patrimonial, la universidad suscribe un convenio con el autor para el reparto de las utilidades en función de los aportes entregados. En los demás aspectos vinculados a esta materia, se aplica la legislación vigente sobre derechos de autor. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) patenta las invenciones presentadas por las universidades con el señalamiento de los autores, en concordancia con las normas que rigen la propiedad industrial. Las regalías que generan las invenciones registradas por la universidad se establecen en convenios suscritos con los autores de las mismas, tomando en consideración los aportes de cada una de las partes, otorgando a la universidad un mínimo de 20% de participación. La universidad establece en su Estatuto

los procedimientos para aquellas invenciones en las que haya participado un tercero, tomando en consideración a los investigadores participantes.

ESTATUTO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO 2015

La universidad Nacional del Altiplano es una de las primeras universidades publicas fundadas en 1856 a iniciativa de la población del Departamento de Puno. Inicialmente fue creada como escuela de formación aristocrática. Está ubicada en la ciudad de Puno y su lema es Educando mentes, cambiando el mundo. La UNAP está organizada en 19 facultades y 37 escuelas profesionales.

CAPÍTULO I: UNIVERSIDAD

Artículo 6.- Fines de la universidad

Son fines de la universidad:

6.12. Fomentar la preservación, conservación y defensa del ambiente, desde espacios académicos, de investigación y de extensión.

6.13. Fomentar el emprendimiento.

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO IV: ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN ACADÉMICA

Artículo 25.- Funciones de las facultades

25.2 Promover la investigación científica y tecnológica.

25.3 Fomentar la proyección social y extensión cultural.

25.4 Contribuir al desarrollo humano.

25.8 Fomentar el emprendimiento.

CAPÍTULO VI: INVESTIGACIÓN

Artículo 70.- Órgano universitario de investigación

El órgano de investigación de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno está

compuesto por:

70.1. El Vicerrectorado de Investigación.

70.2. El Consejo Consultivo de Investigación.

70.3. La Dirección del Instituto de Investigación de Alto Nivel.

70.4. La Dirección General de Investigación.

70.5. La Dirección de Emprendimiento Empresarial.

Artículo 72.- Consejo Consultivo de Investigación

El Consejo Consultivo de Investigación es el órgano de coordinación y ejecución del Vicerrectorado de Investigación y está integrado por el Vicerrector de Investigación, quien lo preside, el Director del Instituto de Investigación de Alto Nivel, el Director General de Investigación, el Director de Emprendimiento empresarial y dos (02) estudiantes, a partir del séptimo semestre, con los más altos promedios de notas, a nivel de la universidad, ratificados por Consejo Universitario para un periodo de dos (02) años. El Consejo Consultivo se reúne en forma ordinaria, una vez al mes y en forma extraordinaria, cuando lo convoque el Vicerrector de Investigación.

Artículo 73.- Son funciones del Consejo Consultivo de Investigación:

73.1. Establecer las Políticas de Investigación.

73.2. Proponer el Plan Estratégico de Investigación.

73.3. Formular el Reglamento de Investigación de la universidad.

73.4. Formular el Presupuesto de Investigación de la universidad.

- 73.5. Elaborar y proponer a Consejo Universitario los reglamentos de organización y funciones y el manual de organización y funciones de las dependencias adscritas a Vicerrectorado de Investigación.
- 73.6. Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, para el cumplimiento de sus fines.
- 73.8. Evaluar para su aprobación los proyectos referentes a la incubadora de empresas.
- 73.10. Publicar semestralmente en revistas indizadas los resultados de las investigaciones.

Artículo 91.- Incubadora de empresas

La Universidad Nacional del Altiplano de Puno considera, como parte de su estructura orgánica, la dirección de emprendimiento empresarial, la misma que depende del Vicerrectorado de Investigación, el cual como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa y creatividad de los estudiantes para la creación de las micro y pequeñas empresas de propiedad de los estudiantes. Cada facultad, a través de su unidad de emprendimiento brinda asesoría y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Su director es un docente ordinario, designado por el Vicerrector de Investigación por ser un cargo de confianza, por un periodo de cuatro (04) años. La universidad establece la reglamentación correspondiente.

Artículo 92.- Los trabajos de investigación, producto de la incubadora de empresas, pueden ser utilizados para efectos académicos para la obtención de sus grados y/o títulos académicos.

Artículo 93.- Cada equipo de emprendimiento cuenta con el asesoramiento de un docente, el mismo que será propuesto por los estudiantes integrantes, ratificado en Consejo de Facultad; puede contar con el apoyo de personal no docente.

Artículo 94.- Las iniciativas de emprendimiento empresarial están conformadas por estudiantes, los cuales pueden pertenecer a dos (02) o más escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, quienes desarrollan ideas, ensayos, experimentos, prototipos y trabajos inherentes a la constitución de sus empresas.

Artículo 95.- Patentes y derechos de autor

El Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno gestiona, ante el Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) o la que haga sus veces, las patentes presentadas por los docentes y estudiantes, precisando el nombre de los autores, en concordancia con las normas que rigen la propiedad intelectual y derechos de autor.

Artículo 96.- Las publicaciones que hayan sido producto de investigaciones financiadas por la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, forman parte de su biblioteca virtual, reconociendo la autoría de las mismas a sus autores. En cuanto al contenido patrimonial, la universidad suscribe convenio con el autor para el reparto de las utilidades, en función de los aportes entregados. En los demás aspectos vinculados a esta materia se aplica la legislación vigente sobre derechos de autor.

Artículo 97.- Las regalías que generan las invenciones registradas por la Universidad Nacional del Altiplano de Puno establecen convenios suscritos

con los autores de las mismas, tomando en consideración los aportes de cada una de las partes, otorgando a la universidad un mínimo del 20% de participación. La universidad establece los procedimientos para aquellas invenciones en las que haya participado un tercero, tomando en consideración a los investigadores participantes.

TÍTULO II: GOBIERNO UNIVERSITARIO

CAPÍTULO I: ÓRGANOS DEL GOBIERNO UNIVERSITARIO

Artículo 126.- Son atribuciones del Vicerrector de Investigación:

- 126.5. Promover la generación de recursos para la universidad a través de la producción de bienes y prestación de servicios derivados de las actividades de investigación y desarrollo, mediante la obtención de regalías por patentes u otros derechos de propiedad intelectual.
- 126.6. Apoyar las actividades de investigación de las escuelas profesionales, facultades, escuela de posgrado, institutos de investigación y de las dependencias de su competencia.
- 126.7. Canalizar la cooperación con el Estado, por iniciativa propia o por encargo de este y el desarrollo de proyectos de investigación que contribuyan a resolver los problemas de la región y del país.
- 126.8. Promover el uso de plataformas tecnológicas de investigación y comunicación para la realización de proyectos de investigación entre los investigadores de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno y sus pares en otras universidades o entidades de investigación nacional o extranjeras, públicas o privadas.
- 126.9. Coordinar y supervisar el funcionamiento de la Dirección General de Investigación y todas sus dependencias.

126.10. Impulsar la creación de Institutos de Investigación y supervisar su funcionamiento.

126.11. Promover el intercambio, estancias, pasantías y movilidad de docentes, investigadores y estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno con otras universidades y entidades de investigación o empresariales, nacionales e internacionales, en colaboración con el Vicerrectorado Académico.

TÍTULO IV: ESTUDIANTES Y GRADUADOS

CAPÍTULO V DERECHOS DE LOS ESTUDIANTES

Artículo 276.- Son derechos de los estudiantes:

276.8. Ingresar libremente a las instalaciones universitarias, a las actividades académicas y de investigación programadas.

276.17. Acceder a subvenciones para fines de investigación que la universidad otorgue, de acuerdo al reglamento de investigación.

276.19. Participar en los intercambios estudiantiles a nivel nacional e internacional, preferentemente relacionados con actividades de investigación, para lo cual la universidad promueve y apoya mediante las oficinas correspondientes.

276.24. Participar en programas de incubación de empresas para el emprendimiento y generación de planes de negocios.

276.28. Recibir distinciones y estímulos otorgados por trabajos de investigación, relevantes para el desarrollo regional, deporte, extensión cultural, proyección y responsabilidad social, de acuerdo al reglamento correspondiente.

TÍTULO V RÉGIMEN ECONÓMICO

CAPÍTULO II: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Artículo 323.- Son fines de la responsabilidad social universitaria:

- 323.1. Instituir espacios de gestión para la integración de la universidad con la sociedad, Estado y empresas en el ejercicio de vínculos estables con la comunidad y los grupos de interés de la universidad.
- 323.2. Instituir una cultura de investigación, innovación, emprendimiento y transferencia tecnológica para el desarrollo social, económico, tecnológico, político y medioambiental de la sociedad.
- 323.3. Difundir valores y principios éticos con responsabilidad social para la constante mejora de la imagen institucional a nivel regional, nacional e internacional.

ANEXO F

CLASIFICACIÓN DE SPIN-OFF EN FUNCIÓN DE SUS CARACTERÍSTICAS

Criterio	Tipo	Características
Según el estatus de las personas implicadas	<i>Spin-off</i> académica	Son creadas dentro de la comunidad universitaria, por profesores, investigadores o estudiantes de doctorado. Se centran sobre todo en las investigaciones.
	<i>Spin-off</i> estudiantil	Son creadas por estudiantes de la universidad. No están basadas en los resultados de las investigaciones, y normalmente pertenecen a sectores que no requieren gran inversión inicial.
Según el conocimiento transferido	<i>Product-oriented spin-off</i>	Su actividad implica la explotación de un conocimiento tangible y codificado.
	<i>Service-oriented spin-off</i>	Tiene como actividad principal proporcionar el conocimiento tácito de los expertos. Son los investigadores proporcionan el <i>know-how</i> necesario.
Según la actitud de la universidad	<i>Pull spin-off</i>	La universidad no aporta ayudas para la creación de la <i>spin-off</i> .
	<i>Push spin-off</i>	La universidad tiene un marco de ayuda a la transferencia tecnológica e influye significativamente en la salida al mercado de los emprendedores.
Según si el investigador se convierte en emprendedor	<i>Intrapreneurial spin-off</i>	Son <i>spin-off</i> creadas por miembros de la comunidad científica universitaria, con el objetivo de sacar beneficios a los resultados de la investigación de la universidad.
	<i>Extrapreneurial spin-off</i>	Los fundadores son personas que no forman parte de la comunidad científica universitaria, y tienen el propósito de sacar beneficios de los resultados de la investigación.
Según si se transfiere conocimiento patentado	<i>Spin-off</i> basadas en tecnología patentada	Son creadas para utilizar y desarrollar las patentes obtenidas previamente por la universidad.
	<i>Spin-off</i> basadas en tecnología no patentada	En el momento de la creación no se fundamentan en conocimiento patentado.

110

Según la participación de socios externos en el capital de las <i>spin-offs</i>	<p><i>Spin-off</i> con capital externo</p> <p><i>Spin-off</i> sin capital externo</p>	<p>En las primeras etapas de desarrollo reciben financiación e inversión por parte de agentes externos, como fondos de inversión, otras empresas o <i>business angels</i>.</p> <p>No reciben en las primeras etapas ninguna financiación ni inversión por parte de socios externos.</p>
Según el tipo de actividad	<p>Consultoría y contratos de I+D</p> <p>Producto</p> <p>Activos tecnológicos</p>	<p>Los investigadores ofrecen servicios a modo de consultoría, y rara vez necesitan un gran aporte de capital inicial en su creación.</p> <p>Son <i>spin-off</i> fundamentadas en la creación de un producto o proceso que deben desarrollar.</p> <p>Necesitan un gran aporte capital inicial, y por otra parte el tipo de emprendedor menos común, con habilidades para desarrollar el producto y la empresa.</p> <p>Fundamentalmente están basadas en la creación, desarrollo y gestión de activos tecnológicos.</p> <p>El propósito principal es lanzar un activo comercializable al mercado.</p>
Según el modelo de desarrollo	<p><i>Spin-offs</i> orientadas al crecimiento</p> <p><i>Spin-offs</i> no orientadas al crecimiento</p>	<p>Cuentan con un gran aporte de capital e inversores, y tienen una alta orientación al crecimiento y desarrollo.</p> <p>El equipo gestor suele ser profesional y trata de abarcar el mayor mercado posible.</p> <p>El objetivo es alcanzar un mercado cercano y que proporciones suficiente dinero para dar un mínimo confort a sus fundadores.</p> <p>No tienen interés en crecer a niveles internacionales y sus gestores son normalmente los fundadores.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Aceytuno (2009) y Beraza y Rodríguez (2010)

ANEXO G
MATRIZ DE CONSISTENCIA

"EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A LA GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015 – 2017"							
PROBLEMA GENERAL Y ESPECIFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	HIPOTESIS GENERAL Y ESPECIFICAS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACION	METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION	POBLACION Y MUESTRA DE ESTUDIO	MARCO TEORICO
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cómo es la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Evaluar la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL</p> <p>La deseabilidad percibida es la dimensión más importante en la intención emprendedora lo que contribuye a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.</p>	<p>Variables independientes</p> <p>INTENCION EMPRENDEDORA</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> DESEABILIDAD PERCIBIDA: <p>Sub indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Actitud hacia el comportamiento Norma subjetiva Autoeficacia empresarial Control percibido sobre el comportamiento <p>VIABILIDAD PERCIBIDA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Control percibido sobre el comportamiento <p>Sub indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Autoeficacia empresarial Control percibido sobre el comportamiento <p>FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO</p> <p>Variable dependiente</p> <ul style="list-style-type: none"> GENERACION DE MICRO Y 	<p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Enfoque:</p> <p>cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>Descriptivo y analítico</p>	<p>Método estudio</p> <ul style="list-style-type: none"> Deductivo <p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Encuesta Análisis Documental <p>De recolección de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Encuesta por cuestionario <p>De procesamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estadística descriptiva Razones porcentajes SPSS 	<p>POBLACION:</p> <p>483 estudiantes de pregrado del último ciclo de estudios siendo estudiantes del IX y X .</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingeniería Económica- 111 Ciencias Contables-245 Administración-127 <p>TAMAÑO MUESTRA (PREGRADO):</p> <p>97 estudiantes</p> <ul style="list-style-type: none"> Económica-23 Ciencias Contables-49 Administración-25 <p>MUESTREO:</p> <p>Estratificado</p>	
<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</p> <p>P1: ¿Cuáles son las actividades del fomento del emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?</p> <p>P2: ¿cómo es la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano?</p> <p>P3 ¿cómo es la intención emprendedora a partir de la dimensión de la viabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <p>O1: conocer las actividades de fomento del emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.</p> <p>O2: Analizar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.</p> <p>O3: Evaluar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la viabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICAS:</p> <p>H1: las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes son escasas para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.</p> <p>H2: Las dimensiones de deseabilidad percibida de la intención emprendedora que predominan más son la norma subjetiva y el control percibido sobre el comportamiento en los estudiantes</p>					

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



ARTICULO CIENTIFICO

**EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A LA
GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE
PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015-
2017**

**"EVALUATION OF THE ENTREPRENEURIAL INTENTION TO CONTRIBUTE TO THE
GENERATION OF MICRO AND SMALL BUSINESS IN UNDERGRADUATE
STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF THE ALTIPLANO PERIOD 2015-
2017"**

PRESENTADO POR:

REYNA LUCILA OLIVERA MAMANI

PUNO – PERU

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**“EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A LA
GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE
PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015-
2017”**

"EVALUATION OF THE ENTREPRENEURIAL INTENTION TO CONTRIBUTE TO THE
GENERATION OF MICRO AND SMALL BUSINESS IN UNDERGRADUATE STUDENTS
OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF THE ALTIPLANO PERIOD 2015-2017"

ARTÍCULO CIENTIFICO

PRESENTADO POR:

REYNA LUCILA OLIVERA MAMANI



DIRECTOR DE TESIS:

M.Sc. HOWARD HOMERO ROSAS BECERRA

COORDINADOR DE:
DE INVESTIGACIÓN

Dra. HANCCO GOMEZ MIRIAM SEREZADE

PUNO – PERÚ

2018

**EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A LA
GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE
PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO 2015-
2017**

"EVALUATION OF THE ENTREPRENEURIAL INTENTION TO CONTRIBUTE TO THE
GENERATION OF MICRO AND SMALL BUSINESS IN UNDERGRADUATE
STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF THE ALTIPLANO PERIOD 2015-
2017"

REYNA LUCILA OLIVERA MAMANI

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EVALUACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA CONTRIBUIR A
LA GENERACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN ESTUDIANTES DE
PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PERIODO
2015-2017**

"EVALUATION OF THE ENTREPRENEURIAL INTENTION TO CONTRIBUTE TO
THE GENERATION OF MICRO AND SMALL BUSINESS IN UNDERGRADUATE
STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF THE ALTIPLANO PERIOD
2015-2017"

AUTOR: REYNA LUCILA OLIVERA MAMANI

CORREO ELECTRONICO: reyna.anyer@hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: "Evaluación de la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano periodo 2015 – 2017" La investigación tuvo como objetivo principal a través de este estudio evaluar la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña en el nivel de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano de la ciudad de Puno, para objeto de este estudio se utilizó en el análisis el comportamiento de estudiantes del noveno y décimo semestre de las escuelas profesionales de Ciencias Contables, Administración e Ingeniería Económica con una población de 483 estudiantes y una muestra estratificada de 97 estudiantes . Para la presente investigación de tipo de diseño es no experimental, el enfoque de investigación es cuantitativo de método deductivo, el tipo de investigación descriptivo, con tipo de muestra estratificada. En la hipótesis planteada se buscó que la dimensión de la deseabilidad percibida es más sustancial en la intención emprendedora lo que contribuye a la generación de micro y pequeña empresa, siguiendo el modelo integral de intención emprendedora de Schlaegel y Koenig (2014), El trabajo de investigación llego a las siguientes conclusiones;

las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes tuvieron escaso funcionamiento, las dimensiones más predominantes en la deseabilidad percibida son la norma subjetiva y el control percibido sobre el comportamiento, las dimensiones más deficientes en la viabilidad percibida es la autoeficacia empresarial.

Palabras clave: Intención emprendedora, Generación de Mypes, universidad.

ABSTRACT

The present research work entitled: "Evaluation of the entrepreneurial intention to contribute to the generation of micro and small enterprises in undergraduate students of the Universidad Nacional del Altiplano period 2015 - 2017" The main objective of the research was to evaluate the entrepreneurial intention to contribute to the generation of micro and small at the undergraduate level of the National University of the Altiplano of the city of Puno, for the purpose of this study was used in the analysis the behavior of students of the ninth and tenth semester of the professional schools of Accounting Sciences, Administration and Economic Engineering with a population of 483 students and a stratified sample of 97 students. For the present type of design research is non-experimental, the research approach is quantitative deductive method, the type of descriptive research, with stratified sample type. In the proposed hypothesis, it was sought that the dimension of perceived desirability is more substantial in the entrepreneurial intention, which contributes to the generation of micro and small enterprises, following the integral model of entrepreneurial intention of Schlaegel and Koenig (2014). investigation reached the following conclusions; the activities of the promotion of university entrepreneurship in the students had little functioning, the most predominant dimensions in the perceived desirability are the subjective norm and the perceived control over the behavior, the most deficient dimensions in the perceived viability is the entrepreneurial self-efficacy.

Keywords: Entrepreneurial intention, Generation of Mypes, university

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigación titulado "Evaluación De La Intención Emprendedora Para Contribuir A La Generación De Micro Y Pequeña Empresa En Estudiantes De Pregrado De La Universidad Nacional Del Altiplano periodo 2015-2017" contiene información esencial y relevante acerca el emprendimiento Uno de los objetivos que tiene planteado la universidad

de hoy en día es colaborar con la sociedad con el objeto de la creación de empleo. Para ello es necesaria una transferencia de conocimientos y tecnología que poseen las universidades, favoreciendo así el cambio cultural en la población.. La política que promueve el emprendimiento esencialmente se ha concentrado en la educación, en la disminución de barreras de entrada y de salida de empresarios, en la creación de una cultura de emprendimiento y en la ayuda para el monitoreo de los procesos de incubación y crecimiento y en la ayuda para el monitoreo de los procesos de incubación y crecimiento de las nacientes empresas (Kalantadiris, 2004), Esta tendencia mundial se puede ver claramente en la ley Universitaria N°30220 y estatuto universitario , cabe destacar a partir de ello cómo es la intención emprendedora exponen Schlaegel y Koenig (2014), a través de un meta – análisis consideran dos dimensiones las cuales son deseabilidad percibida y viabilidad percibida las cuales son teorías recientes las cuales juntan a dos grandes autores quienes formularon la intención emprendedora shapero y sokol (1982), Ajzen (1991). El objetivo de la investigación es evaluar la intención emprendedora para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano las cuales según dimensiones ayudaron a formular los siguientes objetivos específicos; conocer las actividades de fomento del emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano, analizar la intención emprendedora a partir de la dimensión de la deseabilidad percibida en el emprendimiento universitario para generar micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano, La hipótesis principal de la investigación es: En la intención empresarial la deseabilidad percibida es la dimensión más sustancial lo que contribuye a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano, Obteniendo las siguientes hipótesis específicas; Las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes tuvieron un escaso funcionamiento para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano, la dimensión de deseabilidad percibida de la intención emprendedora que predominan más son la norma subjetiva y el control percibido sobre el comportamiento en los estudiantes, la dimensión de viabilidad percibida de la intención emprendedora es deficiente en la autoeficacia empresarial de los estudiantes.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación está realizada en el enfoque cuantitativo, por lo que a través de cuestionarios se han recolectado datos numéricos, que fueron procesados en términos porcentuales e índices numéricos a fin de describir de actividades de fomento del emprendimiento realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno. El diseño de investigación es no experimental, se ha tomado como referencia la clasificación realizada por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) quien lo define como: Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, es decir se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables, se utilizara el método. De tipo descriptivo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) evalúa y recolecta datos sobre diversos conceptos (variables) como; la intención emprendedora y sus dimensiones y generación de micro y pequeña empresa, en sus aspectos y componentes del fenómeno a investigar. El método que se utilizó es el deductivo para (Escobar, 1999) “proceso discursivo y descendente que pasa de lo general a lo particular”. Proceso discursivo porque es “mediato”; porque se efectúa siguiendo una serie de “pasos lógicos” y “descendente” porque baja, desciende de algo general a un aspecto particular y/o singular; en fin, llega a lo individual o concreto, a partir de lo abstracto.

TABLA 1: población de estudiantes matriculados de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la Universidad Nacional Del Altiplano – Puno 2017-II

CARRERA PROFESIONAL	POBLACIÓN
Administración	127
Contabilidad	245
Ingeniería Económica	111
TOTAL	483

TABLA 2: Muestra estratificada de estudiantes matriculados de noveno y décimo semestre de las carreras de contabilidad, administración e ingeniería económica de la universidad nacional del altiplano – puno 2017-II

CARRERA PROFESIONAL	MUESTRA ($W_h * n$)
Administración	25
Contabilidad	49
Ingeniería Económica	23
TOTAL	97

RESULTADOS

Por el contenido del trabajo desarrollado, se expone los resultados de la investigación, de acuerdo a los instrumentos y técnicas empleadas en el trabajo de campo. Para ello, se procederá en identificar y analizar los resultados de emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, Ingeniería Económica y Contabilidad de la Universidad Nacional del Altiplano:

ACTIVIDADES DEL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

Se ha recopilado datos de fuentes primarias acerca los concursos que ha estado organizando la Universidad Nacional del Altiplano acerca del fomento del emprendimiento (Investigaciones). Para ello se obtuvo la base de datos de IV concurso realizado en el año 2015, para el 2016 Y 2017.

AÑO 2015 IV Concurso De Artículos De Investigación Científica, Ideas De Negocio Y Prototipo De Invenciones.

TABLA 3: IV Concurso De Investigación – 2015.

N°	Escuela Profesional	N° de Participantes	%
1	Administración	45	48.39%
2	Ciencias de la Educación	1	1.08%
3	Contabilidad	5	5.38%

AÑO 2016 Incubadora De Ideas De Negocio

TABLA 4 : Ganadores de ideas de Negocios en etapa de incubación

GRUPOS GANADORES II ETAPA INCUBADOS			
N°	LUGAR	NOMBRE DEL GRUPO	INTEGRANTES
1	Primer Lugar	Story Hand - Materiales Educativos (Administracion)	Marca Condory Liliana Lacuaña Cahuana Rolando Arana Ticona Paulina Maura
2	Segundo Lugar	Uvindex, Panel Informativo Que Alerta El Nivel De Radiación Uv (Administracion)	Condori Cayo, Reina Elizabeth Tito Cruz, Jhasmani Qispé Cari, Edwin Alfredo Wilber Ccari Berduzco
3	Tercer Lugar	ANDEAN	Ccari Berduzco, Alfredo Wilber Calapuja, Saúl Hualpa Mamani, Edgar David

AÑO 2017 - II Concurso De Selección De Ideas De Negocios Para Incubación Y Consolidación

No se llevó acabo a pesar de la convocatoria realizada.

AÑO 2017: Feria De Emprendimientos “Mi Modelo De Negocio En Canvas-2016 II”.
Desarrollado El 26 enero 2017.

DESEABILIDAD EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

TABLA 5: Actitud hacia el comportamiento

Escuela Profesional	ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO			
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	Total
Administración	n	3	22	25
	%	12,0%	88,0%	100,0%
Contabilidad	n	35	14	49
	%	71,4%	28,6%	100,0%
Ingeniería económica	n	16	7	23
	%	69,6%	30,4%	100,0%

Total	n	54	43	97
	%	55,7%	44,3%	100,0%

Del total de estudiantes de la carrera de Administración el 88% se muestra totalmente interesado hacia el comportamiento del emprendimiento empresarial difiriendo de las carreras de Contabilidad e Ingeniería económica en las que los estudiantes se mostraron en un 71.4% y 69.9% respectivamente moderadamente interesados hacia un comportamiento emprendedor.

TABLA 6: Norma subjetiva

Escuela Profesional	NORMA SUBJETIVA			Total	
	No interesado	Moderadamente interesado	Totalmente interesado		
Administración	n	0	16	9	25
	%	0,0%	64,0%	36,0%	100,0%
Contabilidad	n	0	45	4	49
	%	0,0%	91,8%	8,2%	100,0%
Ingeniería económica	n	1	18	4	23
	%	4,3%	78,3%	17,4%	100,0%
Total	n	1	79	17	97
	%	1,0%	81,4%	17,5%	100,0%

Del total de estudiantes de la carrera de Administración el 64% se muestra moderadamente interesado en realizar un emprendimiento influenciado por su entorno, al igual que el 91.8% de los estudiantes de Contabilidad y el 78.3% de estudiantes de Ingeniería económica los cuales mostraron la misma intensidad.

TABLA 7: autoeficacia empresarial

Escuela Profesional	AUTOEFICACIA EMPRESARIAL		Total	
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado		
Administración	n	12	13	25
	%	48,0%	52,0%	100,0%
Contabilidad	n	49	0	49
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Ingeniería económica	n	20	3	23
	%	87,0%	13,0%	100,0%

Total	n	81	16	97
	%	83,5%	16,5%	100,0%

Del total de estudiantes de Administración el 52% se muestra totalmente interesado en realizar un emprendimiento de acuerdo a su autoeficacia empresarial, el 100% de los estudiantes de Contabilidad indicaron estar moderadamente interesados al igual que el 87% de estudiantes e Ingeniería económica.

TABLA 8: Control percibido sobre el comportamiento

Escuela Profesional	CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO			Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	11	14	25
	%	44,0%	56,0%	100,0%
Contabilidad	n	2	47	49
	%	4,1%	95,9%	100,0%
Ingeniería económica	n	6	17	23
	%	26,1%	73,9%	100,0%
Total	n	19	78	97
	%	19,6%	80,4%	100,0%

Con respecto al control percibido sobre el comportamiento el 56% de los estudiantes de Administración se mostró totalmente interesado en realizar un emprendimiento, al igual esta actitud fue representada por el 95.9% y el 73.9% de estudiantes de Contabilidad e Ingeniería económica respectivamente.

VIABILIDAD PERCIBIDA EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

TABLA 9: Autoeficacia empresarial

Escuela Profesional	AUTOEFICACIA EMPRESARIAL			Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	16	9	25
	%	64,0%	36,0%	100,0%
Contabilidad	n	49	0	49
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Ingeniería económica	n	16	7	23
	%	69,6%	30,4%	100,0%

Total	n	81	16	97
	%	83,5%	16,5%	100,0%

con respecto a la autoeficacia empresarial la mayor parte de los estudiantes de las tres carreras se mostraron moderadamente interesados en realizar un emprendimiento, esto representado por el 64%, 100% y el 69.6% de los estudiantes de Administración, Contabilidad e ingeniería económica respectivamente.

TABLA 10: Control percibido sobre el comportamiento

Escuela Profesional	CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO			Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	12	13	25
	%	48,0%	52,0%	100,0%
Contabilidad	n	2	47	49
	%	4,1%	95,9%	100,0%
Ingeniería económica	n	11	12	23
	%	47,8%	52,2%	100,0%
Total	n	25	72	97
	%	25,8%	74,2%	100,0%

Respecto al control percibido sobre el comportamiento la mayor parte de los estudiantes se mostraron totalmente interesados en realizar un emprendimiento.

RESUMEN DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA DESEABILIDAD PERCIBIDA Y VIABILIDAD PERCIBDA

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de forma estratificada, los mismos que han sido evaluados bajo dos indicadores las cuales son Autoeficacia empresarial, Control percibido sobre el comportamiento las mismas que pertenecen a la dimensión de la viabilidad percibida del modelo integral de la intención emprendedora.

TABLA 11: Deseabilidad Percibida según carrera profesional de la Universidad Nacional Del Altiplano 2017 II

CARRERA	DESEABILIDAD PERCIBIDA			Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	9	16	25
	%	36,0%	64,0%	100,0%
Contabilidad	n	8	41	49
	%	16,3%	83,7%	100,0%
Ingeniería Económica	n	8	15	23
	%	34,8%	65,2%	100,0%
Total	n	25	72	97
	%	25,8%	74,2%	100,0%

Se observó que de los estudiantes de las diferentes escuelas Administración, Contabilidad e Ingeniería Económica, la mayor parte (64%, 83.7% y 65.2% respectivamente) desea realizar un emprendimiento.

TABLA 12: Viabilidad Percibida según carrera profesional de la Universidad Nacional Del Altiplano 2017 II

CARRERA	VIABILIDAD PERCIBIDA			Total
		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
Administración	n	8	17	25
	%	32,0%	68,0%	100,0%
Contabilidad	n	41	8	49
	%	83,7%	16,3%	100,0%
Ingeniería económica	n	10	13	23
	%	43,5%	56,5%	100,0%
Total	n	59	38	97
	%	60,8%	39,2%	100,0%

Se observó que el 68% de los estudiantes de Administración se muestran totalmente interesados de acuerdo a la viabilidad de sus emprendimientos, al igual que el 56.5% de los estudiantes de Ingeniería económica, difiriendo del 83.7% de estudiantes de contabilidad los que se muestran moderadamente interesados.

TABLA 13 Medidas de distribución de la viabilidad y la deseabilidad percibida

VARIABLE	Valor Chi cuadrado	Valor V de Cramer	Significación aproximada
DESEABILIDAD PERCIBIDA	72561	,865	,000
VIABILIDAD PERCIBIDA	16336	,410	,000

Se observó que según las Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan significativas, sin embargo, la Deseabilidad presenta una V de Cramer de 0.865 superior a la calculada para la Viabilidad por lo tanto podemos concluir que la Deseabilidad está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes.

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE SPIN OFF UNIVERSITARIO

- Impulsar el nacimiento de ideas de negocios empresariales intensivas en conocimiento vinculado a la formación académica y los resultados de investigación generados en la Universidad Nacional del Altiplano.
- Potenciar el conocimiento de experiencias de éxito, favoreciendo la visibilidad de iniciativas Spin-Off constituida y que pueden ser un ejemplo para los emprendedores de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Dar a conocer los recursos, instrumentos e instituciones de apoyo a los emprendedores de empresas intensivas en conocimiento.
- Detectar nuevas ideas de negocios empresariales con base tecnológica e innovadora vinculadas a los resultados de investigación en la Universidad y a la formación recibida por estudiantes universitarios.

DISCUSIÓN

Las actividades del fomento del emprendimiento universitario en los estudiantes tuvieron escaso funcionamiento en cuanto a los años 2015 y 2016 se tuvo participación de la comunidad universitaria en actividades de investigación y fomento del emprendimiento lo cual no sucedió el año 2017 como es el caso de las incubadoras de ideas de negocio que

no se logaron activar como también se vio escasas actividades para el fomento del emprendimiento para contribuir a la generación de micro y pequeña empresa en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

Las dimensiones más predominantes en la deseabilidad percibida son la norma subjetiva, cuanto más positivas sean las normas subjetivas de la persona, mayor será la intención de llevar a cabo el comportamiento. y el control percibido sobre el comportamiento la cual brinda facilidad percibida de llevar a cabo un comportamiento en el supuesto de generar una empresa.

Las dimensiones más deficientes en la viabilidad percibida es la autoeficacia empresarial puesto que los estudiantes no cuentan con la confianza suficiente en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito una empresa.

De los resultados obtenidos en la investigación respecto a las intenciones emprendedoras de los estudiantes de IX y X de las escuelas profesionales de Administración, Ciencias contables e Ingeniería económica y de acuerdo a los resultados de cada uno de los ítems se dan las siguientes recomendaciones

La universidad como ente de fomento del emprendimiento en estudiantes, debe realizar programas de emprendimiento tomando en consideración la ley universitaria y el estatuto universitario como también la re apertura del centro de incubación de negocios; es necesario desarrollar estrategias de incubación adecuada, en la que los objetivos marcados sean acordes con la disponibilidad de recursos y las características del entorno. y el fomento de Spin off universitaria; empresas a través de la transferencia de tecnología I+D+I.

Los estudiantes de la universidad Nacional del Altiplano deberían partir desde la deseabilidad percibida hacia la viabilidad percibida en la intención emprendedora como se vio en el presente trabajo de investigación las dimensiones deficientes como son la autoeficacia empresarial, actitud hacia el comportamiento deberían de resaltarlas mucho más en los estudiantes del área de ciencias económico empresariales.

En cuanto a las dimensiones de la viabilidad percibida en estudiantes del área económico empresariales, la universidad debería de establecer más lazos de confianza en la autoeficacia empresarial ya que los estudiantes no cuentan con la confianza suficiente en sus capacidades y habilidades para iniciar una empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ajzen. (1985). The theory of planned behavior.

- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales, Tercera Edición. Bogotá, Colombia: Pearson
- Escobar, G. (1999). El Razonamiento. En: Lógica Nociones y Aplicaciones. México D.F.: McGraw-Hill 1 ed.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: McGRAW-HILL
- Krueger, D. (2005). The emergence of Entrepreneurship Education.
- Schlagel, & Koenig. (2014). determinantes of entrepreneurial intent: a meta analytic test and integration of competing models. Nueva York.