

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



**"ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO Y LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - 2016"**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**SAYDI MILAGROS CCAMA PUMA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PUNO - PERÚ**

**2017**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
**"ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO Y LA INTENCIÓN**  
**EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - 2016"**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**SAYDI MILAGROS CCAMA PUMA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**FECHA DE SUSTENTACIÓN: 03 DE FEBRERO DE 2017**

**APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**



PRESIDENTE	:	 ..... Dr. RAÚL ANCHAPURI CANAZA
PRIMER MIEMBRO	:	 ..... Dr. NICOLÁS E. ROQUE BARRIOS
SEGUNDO MIEMBRO	:	 ..... M.Sc. ROMULO HUACASI GONZALES
DIRECTOR DE TESIS	:	 ..... Dr. TOMÁS VELIZ QUISPE

**ÁREA:** Administración de emprendimientos  
**TEMA:** Emprendimiento universitario y la intención emprendedora

## DEDICATORIA

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

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

*A mis padres, Adolfo Ccama y Fernanda Puma; por su apoyo, por sus consejos, por sus valores, por su ejemplo, por la motivación constante, por fomentar en mí el deseo de superación y en especial por su inmenso amor y cariño.*

*A mis hermanas Katherine Ccama y Leydi Ccama por sus buenos deseos, por sus consejos y alientos para culminación de mi carrera profesional.*

*A mis grandes amigos que son pieza fundamental en el transcurso de mi vida, por los buenos momentos y ratos inolvidables.*

*A ti Yony Miguel Ángel por ser su apoyo incondicional para la culminación en esta etapa de mi vida y por ser el complemento perfecto en mi corazón.*

## AGRADECIMIENTOS

- *Mi mayor agradecimiento a mi Director Dr. Tomas Veliz Quispe, de la Universidad Nacional del Altiplano; por su dirección, por su apoyo, por su tiempo para revisar, mejorar y aportar la elaboración del presente trabajo de investigación.*
- *A mis compañeros Junior y Melva quienes me brindaron su apoyo y me ayudaron en momentos desesperantes.*
- *Así también, mi especial agradecimiento a la Srta. Viviana y al Sr. Fortunato, trabajadores de la Ex – Oficina de Investigación quienes me brindaron información primaria e importante para la realización del presente documento de trabajo.*
- *A la Escuela Profesional de Administración por la formación en mi papel como universitaria, por la enseñanza y apoyo constante.*
- *Finalmente, expresar mi reconocimiento la universidad Nacional del Altiplano por su soporte en la elaboración de la presente investigación.*

Saydi Milagros Ccama Puma

**ÍNDICE GENERAL**

	<b>Pag.</b>
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
RESUMEN .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	xiii

**CAPÍTULO I**

**PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA  
INVESTIGACIÓN**

1.1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA .....	1
1.1.1. Descripción de problema .....	1
1.1.2. Formulación de problema .....	4
1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION .....	5
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivo específico.....	14

**CAPÍTULO II****MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA  
INVESTIGACIÓN**

2.1.	MARCO TEORICO.....	16
2.1.1	Emprendimiento y emprendedor.....	16
2.1.1.1.	Las universidades, la educacion, y la formacion en emprendimientos .....	26
2.1.2.	Emprendimiento universitario.....	28
2.1.2.1	Ley universitaria y las incubadoras de negocio .....	36
2.1.3.	Intencion emprendedora .....	42
2.2.	MARCO CONCEPTUAL.....	50
2.3.	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION .....	52
2.3.1.	Hipótesis general .....	52
2.3.2.	Hipótesis específico .....	53
2.3.3.	Operalizacion de varibales .....	53

**CAPÍTULO III****METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1.	ENFOQUE DE INVESTIGACION.....	55
3.2.	DISEÑO DE INVESTIGACION.....	56

3.3.	TIPO DE INVESTIGACION .....	56
3.4.	METODO DE INVESTIGACION .....	56
3.5.	POBLACION Y MUESTRA.....	57
3.6.	TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS .....	58
3.7.	INTRUMENTOS .....	59

#### **CAPÍTULO IV**

##### **CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

4.1.	AMBITO DE ESTUDIO .....	61
4.2.	VISION Y MISION .....	62
4.3.	VALORES.....	63
4.4.	ESTRUCTURA ORGANICA.....	64

#### **CAPÍTULO V**

##### **EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

5.1	EMPREDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.....	69
5.2	INTENCION EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION .....	75
5.3.	PROPUESTA PARA EL EMPREDIMIENTO UNIVERSITARIO .....	83
5.4.	CONTRASTACION DE HIPOTESIS .....	89

CONCLUSIONES .....	91
RECOMENDACIONES .....	93
BIBLIOGRAFIA .....	95
ANEXOS.....	99



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Criterios para delimitar la población .....	57
Tabla 2. Edad de los encuestados .....	65
Tabla 3. Género .....	66
Tabla 4. Lugar de procedencia.....	67
Tabla 5. III Concurso de investigación 2014 .....	70
Tabla 6. IV Concurso de investigación - 2015.....	72
Tabla 7. Ganadores II etapa incubados .....	74
Tabla 8. Actitud personal.....	75
Tabla 9. Creencia normativa relativa a los referentes .....	77
Tabla 10. Controlabilidad .....	78
Tabla 11. Intención emprendedora .....	80
Tabla 12. Consolidado de la intención emprendedora según a sus dimensiones .....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Características de los emprendedores según TIMMONS .....	21
Figura 2. Enlace entre emprendimiento y crecimiento económico .....	24
Figura 3. Emprendedurismo académico.....	35
Figura 4. Factores que afectan a la creación y al desarrollo de universidades .....	36
Figura 5. Programa de incubacion de ideas de negocio .....	39
Figura 6. Cronograma de "desarrolla tu idea de negocio .....	41
Figura 7. Factores de la intención emprendedora .....	46
Figura 8. Modelo de la teoría del comportamiento planificado .....	46
Figura 9. Teoría del comportamiento planificado: conducta como función de las creencias .....	47
Figura 10. Estructura orgánica de la escuela profesional de administración...64	
Figura 11. Edad de los encuestados.....	66
Figura 12. Género .....	67
Figura 13. Lugar de procedencia .....	68
Figura 14. Participación de las escuelas profesionales.....	71
Figura 15. Participación de estudiantes .....	73

Figura 16. Creencia de la consecuencia del emprendimiento .....	76
Figura 17. Creencia normativa relativa a los referentes .....	78
Figura 18. Controlabilidad .....	79
Figura 19. Intención emprendedora .....	81
Figura 20. Encuesta de intención emprendedora- 2016 .....	82

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Análisis el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano - 2016” tiene por objetivo describir los emprendimientos realizados así como también las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano. La metodología es descriptiva, y la muestra es probabilística aleatoria simple siendo un total de 153 estudiantes matriculados del 6° al 10mo semestre 2016 – II. Con respecto al objetivo N° 1 e hipótesis N° 1, Las conclusiones a las cuales se llegó fue de que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos tal como se pudo ver en la participación del III concurso de ideas, prototipos e invenciones fue de 19, 35% representando la mayor parte de intervención; en el IV concurso fue de 48,30%, y para las incubadoras de negocio 3 de 4 equipos son de estudiantes de administración. Por tal motivo, se ve claramente en las tablas N°5, N° 6 y N° 7 de que los estudiantes cuentan con conocimientos básicos acerca ideas de negocio lo cual es una satisfacción para nuestra Escuela Profesional. La otra conclusión fue que las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son: la norma subjetiva con un 86, 71% que indica que la opinión del entorno es importante para los estudiantes y la otra dimensión es el control conductual percibido con 78% indicando que ellos tienen control sobre ellos.

**Palabras clave:** Administración, Emprendimiento universitario, Estudiantes, Intención emprendedora, Universidad.

## 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.

Se dice que las universidades contribuyen potencialmente al desarrollo económico de varias formas. Según Luger y Goldstein conceptualizaron que las universidades desarrollan capital humano, crean conocimientos básicos a través de la investigación, establecen la transferencia de conocimientos técnicos existentes, aplican los conocimientos a la creación y comercialización de nuevos productos o procesos, realizan inversiones de capital y participan en lograr una infraestructura en la región basada en el conocimiento. De acuerdo a Ajzen, las intenciones aparecen como el mejor predictor de la conducta planificada, así mismo, crear empresas requiere tiempo e implica una considerable planificación. En consecuencia la conducta emprendedora es un tipo de conducta planificada, para lo cual los modelos de intenciones son idealmente convenientes, puesto que pueden ofrecer un medio para explicar y predecir mejor dicha conducta emprendedora. En tal sentido es que la investigación pretende analizar, describir y proponer acerca el emprendimiento Universitario y la Intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Periodo 2016.

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

En el Capítulo I. Se enfoca el problema de investigación, presentando información y datos generales del emprendimiento. Así también, se menciona el Problema General y los Problemas Específicos. También se expone los estudios realizados en relación al presente trabajo de investigación; así mismo, se plantea el Objetivo General y los Objetivos Específicos.

En el Capítulo II. Se detalla el marco teórico del emprendimiento universitario y la intención emprendedora. Así también se da conocer la conceptualización de los términos utilizados en el presente trabajo de investigación. Se formula hipótesis general y específica.

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

En el Capítulo IV. Comprende las características del área de investigación (ámbito de estudio, localización geográfica y Misión, Visión y Valores de la Escuela Profesional de Administración

En el Capítulo V. Se expone los resultados obtenidos de la interacción y análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora, para finalizar se aborda a las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

En esta parte de la investigación se desarrolla el planteamiento de problema acerca el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

##### 1.1.1. Descripción de problema

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), que evalúa a 73 países, los que representan el 72,4% de la población mundial. Es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de la población de un país para participar en las actividades emprendedoras.

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, al superar el resultado de Bolivia (27,4%) y Chile (26,6%). No obstante, con un 32,6% de TEA, Ecuador se posicionó como el líder de América Latina y cuarto a escala mundial.

Para el 2016, el Perú retrocedió cuatro casillas y se ubicó en el noveno lugar del ranking de países con mayor emprendimiento del mundo, según el más reciente reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015.

En el caso de Perú, César Peñaranda, director ejecutivo del Iledp (Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial), explicó que la TEA de Perú cayó de 28,8% reportada el 2014 a 22,2% el 2015.

Con ese resultado, el país descendió al cuarto lugar en emprendimiento regional, detrás de Ecuador (líder en América Latina y segundo en el ránking global), Chile (puesto 6) y Colombia (puesto 8).

Según César Peñaranda, en cuanto a la medición del indicador de la discontinuidad de la actividad emprendedora, el Perú se ubicó primero en la región y sexto en el mundo.

Discontinuación a la Actividad emprendedora se define como el porcentaje de la población adulta que en los últimos 12 meses ha discontinuado un negocio. Existen diversos factores económicos, de entorno y personales que explican la deserción del emprendedor.



A nivel global, las principales causas para descontinuar un negocio son i) la baja o nula rentabilidad del negocio, ii) la venta del negocio en busca de otras oportunidades, iii) problemas con el financiamiento y iv) burocracia.

En el nivel local en la ciudad de Puno Aldo Zanabria Gálvez, organizador de la Ruta Start Up 2015, mencionó que el emprendimiento de jóvenes en nuestra región Puno es mínima, ya que a nivel de becarios, instituciones privadas sólo se tiene a 10 jóvenes activos que cuentan con potencial intelectual para el inicio de sus propios negocios.

La universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores sino que está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior. En este contexto, lo que resulta fundamental es tener clara la idea que “los empleados buscan trabajo después que se construye el negocio y que el trabajo del emprendedor comienza antes del negocio”, por lo tanto es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la creación de nuevas empresas. (Perez, 2009).

Dado los antecedentes presentados, nace la necesidad de seguir promoviendo el emprendimiento empresarial en el departamento 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 alumnos ; esto se establece aún más con la convocatoria “Desarrolla tu idea de Negocio” donde se selecciona ideas de negocio para incubación, consolidación de emprendimientos en la que la Escuela Profesional de Administración ha tenido participación activa y preponderante.

### **1.1.2. Formulación de problema**

#### **PROBLEMA GENERAL**

¿Cómo es el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno - 2016?

#### **PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

##### **❖ PROBLEMA ESPECIFICO N°1:**

¿Cuáles son los emprendimientos realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno?

##### **❖ PROBLEMA ESPECIFICO N°2:**

¿Cuáles son los factores de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano?

##### **❖ PROBLEMA ESPECIFICO N°3:**

¿Es posible proponer talleres y actividades orientados a fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de

Administración de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano?

## 1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la temática del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en estudiantes universitarios, se ha encontrado algunos trabajos de investigación relacionados al tema de nuestro interés investigativo, para lo cual se presenta las siguientes investigaciones al respecto:

### 1) **BONILLA GALINDO, 2006, EN SU TESIS “ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL: PROGRAMA BONOEMPRENDE 2006”, LLEGA A LA SIGUIENTE CONCLUSIÓN:**

1. 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.
2. El emprendedor puneño esta habido de recibir conocimientos nuevos, para ello requiere de manera urgente profesionales capacitados que faciliten su aprendizaje e inserción al mundo de los negocios. Ello permitirá la información de emprendedores, acción que resulta vital para el efecto multiplicador de la cultura emprendedora, por ende necesitamos en la región de Puno que las autoridades tomen conciencia en la formación de formadores

para incentivar a emprendedores en la creación de negocios nuevos.

3. Hoy en día percibimos un ambiente no favorable para los negocios nuevos, podemos afirmar que en la región de Puno y en país entero se cuenta con un clima empresarial hostil, no permitiendo que los negocios puedan desarrollarse fácilmente, para ello los negocios nuevos y de naturaleza emprendedora necesitan procesos de acompañamiento en la mejora de sus productos o servicios para así luego consolidarlas dentro del mercado regional y nacional para que su expansión a la exportación sea de manera rápida y fácil.
4. No basta con implementar y consolidar negocios dentro del mercado regional y nacional, es fundamental entender que estos negocios deben poseer cualidades de moralidad y buen comportamiento social, en Puno no encontramos ninguna entidad Pública ni Privada en fortalecer el tema de valores empresariales a los emprendimientos nuevos, con tal afirmación, dentro del tema de emprendimiento no se debe buscar los resultados impresionistas como la cantidad de negocios nuevos, sino contribuir y motivar a que los emprendimientos nuevos posean un mayor compromiso social con su medio ambiente.

**2) (PÉREZ PALACIOS, 2009), EN SU TEMA DE INVESTIGACIÓN “LAS UNIVERSIDADES EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EMPRESARIALES Y EL APOYO EN LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS” LAS CONCLUSIONES SUSTANCIALES A LAS QUE LLEGO FUERON:**

1. Existe consenso sobre la importancia de contar en el país con empresas como la de la familia Añaños, o de base tecnológica tipo Microsoft, ya que organizaciones como estas son las que generan el desarrollo económico y social de nuestra nación. Si estamos de acuerdo con esta premisa, entonces es fundamental que las universidades jueguen un rol mucho más protagónico en el nacimiento y consolidación de las nuevas empresas, reduciendo la tasa de mortalidad de las nuevas compañías y acrecentando sus posibilidades de éxito, formando una nueva generación de líderes empresariales dispuestos a asumir riesgos sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con redes de apoyo sólidas. En esta nueva concepción muy pocas universidades han incursionado, por lo que existe un gran mercado para un grande como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; todo depende del consenso entre autoridades y estudiantes.

**3) (PÉREZ PALACIOS, 2012), EN SU TEMA DE INVESTIGACIÓN “¿CÓMO PERCIBEN EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO?”. LAS CONCLUSIONES SUSTANCIALES A LAS QUE LLEGO FUERON:**

1. 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.
2. 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 Curricula educativa siempre que se maneje como un curso electivo.
3. Para fortalecer las actividades curriculares, las universidades y en especial la UNMSM debe desarrollar los conocimientos y las capacidades de sus catedráticos para manejar una estrategia única de intervención que vincule las acciones de motivación, preparación y puesta en marcha de nuevos negocios.
4. Si bien cierto, la mayoría de estudiantes universitarios tienen los conocimientos técnicos para desarrollar un proyecto empresarial, estos mismos jóvenes no tienen el nivel de motivación necesario

como para asegurar la inclinación por el emprendimiento como opción de realización personal y profesional.

5. El trabajo motivacional debe ser constante, es decir, si bien es cierto, la promoción del emprendimiento se inicia con acciones de motivación, estas acciones se deben de realizar a lo largo del proceso de preparación y durante los primeros pasos de puesta en marcha de los nuevos negocios.
6. Es fundamental fortalecer las redes de apoyo entre la universidad y las instituciones públicas y privadas que promuevan el emprendimiento, de este modo se podría suplir las carencias o desconocimientos respecto al tema promocional.

**4) (RUIZ JIMENEZ, CABEZA PULLES, & BRIANO TURRENT, 2012)  
EN SU TEMA DE INVESTIGACIÓN UNIVERSIDAD Y  
EMPREDIMIENTO: UN CASO DE ESTUDIO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UGR, 2012. LAS  
CONCLUSIONES SUSTANCIALES A LAS QUE ALCANZO FUERON:**

En la actualidad, las universidades deben comprometerse con la formación de estudiantes con espíritu emprendedor, de tal forma, que al terminar sus estudios universitarios creen empresas y puedan generar empleo y aporten al desarrollo económico y social de las regiones. Si no se comprometen y no actúan como universidades emprendedoras están condenadas a no prosperar en el entorno que existe hoy en día en nuestra sociedad (Sooreh et al., 2011). Autores como Salamzadeh et al. (2011), resalta la importancia de implantar programas en las universidades en los

que se desarrollen capacidades empresariales, se fomente la cultura emprendedora, se dispongan de recursos para la su ejecución, se estipulen la metodología que enseñen a sus alumnos a aprender a emprender. Con el objetivo, de formar personas con habilidades y capacidades emprendedoras, que desempeñen un papel activo en la ámbito empresarial de la ciudad y en el progreso y la cohesión social.

1. Es importante señalar que, los investigadores en sus trabajos científicos han sugerido un conjunto diverso de estrategias, para que las universidades sean más empresariales, como ofrecer mayores incentivos para la participación del profesorado y de los estudiantes en las actividades empresariales (Friedman y Silberman, 2003; Henrekson y Rosenberg, 2001), que estimule el desarrollo de ideas innovadoras, fomentar dentro del ambiente universitario las oportunidades de emprendedurismo y la posibilidad de generar redes sociales de información entre consultores profesionales, emprendedores jóvenes, empresarios exitosos, etc., que transfieran su experiencia a los estudiantes.
2. En cuanto al análisis de la información obtenida a partir del cuestionario administrado a los estudiantes universitarios que participaron es este proyecto, la gran parte de los alumnos encuestados (69%) no habían tenido una experiencia en emprendimiento en el entorno universitario. En cuanto a la preparación percibida, los estudiantes universitarios consideran mayoritariamente que la preparación que realiza la universidad



para la puesta en marcha de una empresa es nivel medio o bajo (41% y 35%).

3. Además, la mayoría de la muestra ha pensado en crear su propia empresa (83%) y desarrollar el proyecto de nueva empresa realizado en esta práctica (71%). Asimismo, los estudiantes consideran que la universidad debería formar más a sus estudiantes como emprendedores (98%). Finalmente, los estudiantes encuestados que participaron en este proyecto consideran que, esta práctica le ha permitido mejorar su conocimiento en temas relacionados con la creación de empresas.

**5) (UBIENA GOMEZ, 2014) EN SU TEMA DE INVESTIGACIÓN “LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE GRADOS DE DISEÑO”, LLEGO A LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:**

1. Se han estudiado los rasgos sociodemográficos como predictores del emprendimiento, siendo descartados parcialmente como enfoque predictivo de los comportamientos emprendedores. No obstante, estas características sociodemográficas han servido de variables de control externa aplicadas a la Teoría del Comportamiento Planificado, siguiendo la apertura a la inclusión de otras variables que el propio Ajzen (1991), permite mejorar sensiblemente la predicción de la intención.
2. 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.

3. Con relación al género de los alumnos con mayor intención emprendedora, destaca el mayor porcentaje de mujeres (52%) frente al de hombres (48%), frente a la práctica totalidad de los estudios que muestran una menor participación de la mujer en la creación de empresas. El último estudio del GEM en 2012 (Hernández, 2013) presenta una mayor intención emprendedora de los hombres (52%) respecto a las mujeres (48%).
4. Los estudiantes universitarios de Grados de Diseño identificaron como principales obstáculos a la creación de empresas los financieros, así como los legales y de mercado. Las principales ventajas para el emprendimiento las encontraron en el apoyo familiar, así como la formación empresarial y el ejemplo de otros empresarios. Este último punto es interesante, dado que los propios estudiantes expresan que la imagen o consideración de los empresarios en España no es muy buena, si bien la misma se incrementa en los entornos cercanos del alumno, como es su propia familia y los compañeros de universidad.

5. A modo de cierre, potenciar conjuntamente el análisis de los factores que llevan a la creación de empresas en los estudiantes de diseño y en el estudio de los contenidos formativos más adecuados contribuiría a mejorar la actitud emprendedora y a potenciar la creación de empresas en un sector de la economía creativo, innovador y tecnológico.

**6) (MARTINEZ DE LUCO & CAMPOS GRANADOS, 2014) EN SU TEMA DE INVESTIGACIÓN “LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE DEUSTUO”, LLEGO A LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:**

1. 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
2. Teniendo en cuenta la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991), que explica la intención en función de la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control percibido o autoeficacia, y los resultados de esta investigación, la formación para el emprendimiento debería desarrollar dichos aspectos. O lo que es lo mismo, para mejorar la intención emprendedora deben trabajarse las actitudes que los estudiantes universitarios

mantienen hacia el emprendimiento, fortalecerse sus normas subjetivas y su control percibido sobre el emprendimiento.

3. Aunque el desarrollo de una actitud favorable al emprendimiento no depende solo del sistema educativo, la parte universitaria de dicho sistema sí puede trabajar para intentar conformar una actitud como la buscada. Así, la actitud favorable hacia la conducta emprendedora podría fortalecerse a través de la educación en conciencia emprendedora (entrepreneurial awareness).

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Analizar el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno – 2016.

#### **1.3.2. Objetivo específico**

##### **❖ OBJETIVO ESPECIFICO N° 1:**

Describir los emprendimientos realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

##### **❖ OBJETIVO ESPECIFICO N° 2:**

Describir las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

❖ **OBJETIVO ESPECIFICO N° 3:**

Proponer talleres y actividades orientados a fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

La presente investigación se sujeta fundamentalmente en la revisión y análisis bibliográfico de libros, artículos de revista relacionados con el tema de Emprendimiento Universitario e Intención Emprendedora.

##### **2.1.1 Emprendimiento y emprendedor**

###### **a. EMPRENDIMIENTO**

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (Marta, 2004).

Dentro del documento, Naciones (2003), se define el emprendimiento como un “modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talento gerencial, riesgo con creatividad y/o innovación, bien sea, en una organización nueva o en una existente” este ha sido “vinculado con riqueza, empresa, cambio, empleo, valor, crecimiento, pero posiblemente, la perspectiva más asociada ha sido la innovación”.

Gutierrez (2006), describe el emprendimiento como 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. Es además un “comportamiento individual y colectivo que implica atributos y competencias básicas y algunas extraordinarias que viabilizan la posibilidad de la acción por emprender”

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.

## **b. EMPRENDEDOR**

Para Drucker emprendedor es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de manera

determinada y le permiten ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Finley lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; para Siropolis y Steinhoff Burgess se refieren al emprendedor como la persona que “hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”.

Morris y Kruratko dicen que el emprendedor, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, “agrega valor” a todo proceso o actividad en la que interviene. Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar a otros, lo que le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades. Agregan que es un alquimista peculiar que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real, por lo cual tiene “dinamismo creativo”. García menciona que los emprendedores son individuos creativos e innovadores, ambicioso con una fuerte pasión de logro y altamente proactivos. El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro.



Schumpeter (1934), Utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones.

Schumpeter, Capitalismo, Socialismo y Democracia(1942), Él lo expresa de la siguiente manera en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”. La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores. (Marta Formichella, 2004). Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por (Gunning, 2000) identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir

que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

En otras palabras podemos decir que ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

### **b.1. La importancia de ser emprendedor**

Actualmente se considera muy importante ser emprendedor en el ámbito social, económico, personal, ya que los tres se enlazan para el desarrollo y bienestar de una persona, una familia, una comunidad, una nación o inclusive el de la humanidad entera. De hecho, siempre ha habido emprendedores en las diferentes sociedades del mundo, solo que ahora se ha revalorado y se les tienen muy alta estima en la mayor parte de los países. En efecto, hoy en día, los emprendedores son el motor de la

economía pues hacen las cosas de forma diferente manera, mas rapido, mas eficiente, con menos recursos y mas económico.

## b.2 Características de los emprendedores

Para desarrollar la capacidad emprendedora de las personas, además de trabajar con los conceptos anteriores, es importante poder disponer de un perfil que muestre con claridad la serie de características, habilidades y potenciales con las que se debe contar el futuro emprendedor.

En los años 90, Timmons (1999), halló consenso en cuanto a 6 características de los emprendedores y estos son:



**Figura 1.** Características de los emprendedores según Timmons.

Otras habilidades interpersonales que se requieren son los contactos con individuos cruciales para el proyecto, la comunicación efectiva, la toma de decisiones y la solución de problemas en forma conjunta. También la negociación, la formación y conducción de equipos de trabajo. Todo ello

interactuando con la gente. El héroe de la empresa innovadora no es el fundador, sino el equipo que forme. En síntesis, tanto los conocimientos y talentos individuales de los emprendedores como los de índole social, son complementarios, no excluyentes.

Otro autor nos menciona que las características esenciales que todo emprendedor debe tener para alcanzar sus objetivos son los siguientes:

- **Disponer de gran energía:** Al comenzar un proyecto el emprendedor se encuentra con dificultades. Para poder enfrentarlas y superarlas, se debe contar con suficiente energía física y mental, para no dejarse abatir ante el primer tropiezo. La pasión con la que realice su emprendimientos será el motor que le impulsara para llegar a la meta. Pero la energía que emplee debe ser racionalizada, y tiene que tener la capacidad para saber dónde, cuándo y con intensidad utilizarla.
- **Pensar como emprendedor:** en necesario tomar riesgos, lanzarse a la aventura de correr caminos inexplorados y encontrar ideas innovadoras. La creatividad y la originalidad se convierten en dos componentes básicos en la mente de un emprendedor, sin perder el sentido crítico que permita evaluar la marcha del proyecto y realizar las correcciones necesarias.
- **Crear en el propio proyecto:** En muchos casos encontrara barreras para llevar adelante su proyecto.
- **Dedicar al 100% del tiempo, recursos y esfuerzos:** en su emprendimiento, el será su propio jefe y también el líder de su

equipo. Nadie estará más interesado en que su negocio funciones y sus objetivos se logren.

- **Disfrutar de los desafíos:** Se debe de estar preparados para no dejarse vencer en momentos de crisis.
- **Ver al fracaso como un camino hacia el éxito:** Ser capaz de organizar y tener a su vez la flexibilidad para garantizar un resultado final exitoso.
- **Estabilidad en las relaciones personales:** Un emprendedor debe saber trabajar en equipo y establecer sus relaciones interpersonales en un clima de armonía.
- **Ser un hábil comunicador:** La comunicación eficaz es la base de las buenas relaciones y los negocios.
- **Tener conocimientos técnicos**

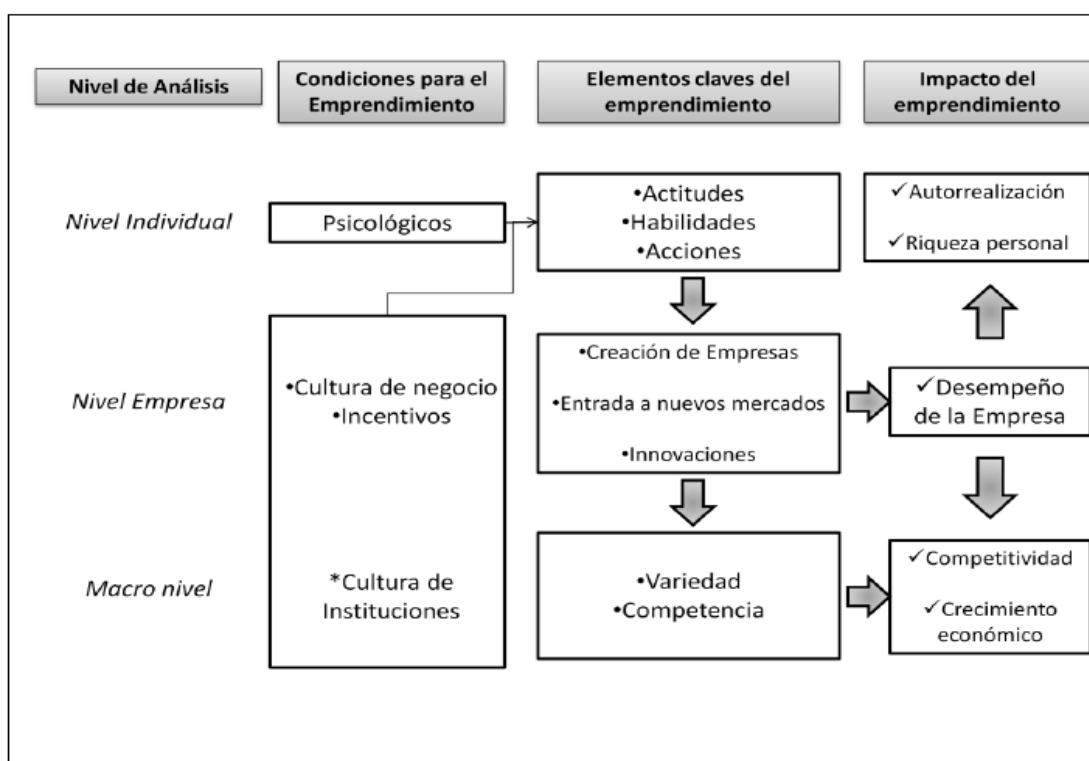
## CRECIMIENTO ECONÓMICO

A partir de los trabajos de Schumpeter (1926), en donde se estableció el concepto de “emprendedor como innovador,” y se considera éste como un factor clave en el impulso del desarrollo económico.

Krauss (2011), menciona que diversos organismos internacionales y autores han reconocido la importancia de los emprendedores a la hora de considerar el desarrollo económico de los distintos países. Debido a que ellos crean trabajo a partir de la innovación, la competitividad, la productividad, el capital de riesgo, transformando la economía y el mundo.

Por otra parte, en el ámbito de otras investigaciones citado por Wong, Ho y Autio se ha establecido que el emprendimiento contribuye al crecimiento económico a través de innovaciones, creando cambios, competencia y mostrando un rol innovador del emprendedor implementando invenciones además de crear nuevas empresas y entrar a nuevos mercados.

Existe evidencia proporcionada por investigaciones empíricas Evans & Reynolds (1990), donde se ha mostrado que el desempleo permite la búsqueda de autoempleo y por lo tanto, hace que se estimule las actividades emprendedoras. Para poder relacionar el emprendimiento con el crecimiento económico se pueden realizar al menos tres niveles de análisis Wennekers (1990), este esquema es presentado en la siguiente figura:



**Figura 2.** Enlace entre emprendimiento y crecimiento económico.

Fuente: Wennekers y Thurik (1999).

Primeramente, a nivel individual, en donde el emprendimiento es una característica del comportamiento de las personas, se considera que para emprender el individuo requiere de habilidades y cualidades emprendedoras, que permitan percibir y crear nuevas oportunidades económicas al establecer nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos esquemas organizacionales y nuevos mercados. El rol del emprendedor es descubrir esas oportunidades de mercado reorganizando los recursos económicos en nuevas e innovadoras formas. El emprendedor es el individuo que posee ese sentido de alerta, de vigilancia para descubrir oportunidades de mercado y actuar sobre ellas. En el segundo nivel de análisis, la acción de emprendimiento se realiza a nivel de la empresa. Los emprendedores requieren un medio para transformar sus cualidades y ambiciones en acciones. La principal diferencia entre las organizaciones grandes y las pequeñas empresas es el rol del dueño y el administrador. En las pequeñas empresas, las cuales son una extensión del individuo quién está a cargo estos roles son generalmente realizados por una persona o un grupo reducido de personas que controlan los procesos de la empresa dando forma a la empresa y a su estrategia. El rol de tal persona es frecuentemente descrito como “emprendedor”. Las empresas grandes frecuentemente imitan a las pequeñas usando formas organizacionales como unidades de negocio, operaciones conjuntas e integración con proveedores dando como resultado manifestaciones emprendedoras que son conocidas como “emprendimiento corporativo” (Wennekers, 1990).

### **2.1.1.1. Las universidades, la educación, y la formación en emprendimientos**

Las universidades contribuyen potencialmente al desarrollo económico de varias formas. Goldstein (1997), Conceptualizo que las universidades desarrollan capital humano, crean conocimientos básicos a través de la investigación, establecen la transferencia de conocimientos técnicos existentes, aplican los conocimientos a la creación y comercialización de nuevos productos o procesos, realizan inversiones de capital y participan en lograr una infraestructura en la región basada en el conocimiento.

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). El soporte que prestan las universidades para el emprendimiento puede ser medido a través de indicadores de servicios de consultoría a empresas, formación y entrenamiento en las habilidades críticas para el emprendedor, canales accesibles para financiamiento y un medioambiente favorable para la creación de empresas lo cual logra un impacto positivo en la sociedad. La universidad ha pasado de ser considerada como una institución centrada exclusivamente en la investigación básica para asignarle el papel de convertir los conocimientos científicos y tecnológicos en innovaciones que contribuyan a la



competitividad y al crecimiento económico, Este proceso de conversión puede ocurrir ya sea a través de los operadores tradicionales establecidos en universidades y centros de investigación o por medio de innovadores empresariales.

## **EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO**

Las universidades en diferentes partes del mundo son las instituciones que se han ido encaminando de una manera más fuerte y sistemática en reforzar los potenciales emprendedores desde la perspectiva de la formación. El enseñar emprendimiento implica un cambio radical, que revaloriza y revitaliza el “aprender haciendo” y une el conocimiento duro con actividades de prácticas y creaciones reales” (Wompner, 2008). Se han identificado características de los emprendedores basadas en su habilidad para identificar oportunidades, reunir y motivar los recursos necesarios para lograr los objetivos y su capacidad de liderar equipos de trabajo de manera equilibrada. Todas estas habilidades son establecidas dentro de programas de educación y formación que promueven el emprendimiento a través de diferentes mecanismos: el suministro de herramientas requeridas para iniciar y crear una empresa (Honing, 2004), por medio de la mejora de las capacidades cognitivas de los individuos para reconocer las oportunidades así como la creación y crecimiento de nuevas organizaciones y a través del efecto de las actitudes hacia el emprendimiento.

Shane (2000), Establecen que el reconocimiento de las oportunidades es dependiente de tener la información necesaria para su identificación y de

la capacidad de los individuos para procesar esta información que surge de las interacciones sociales que tienen lugar en el mercado.

### **2.1.2. Emprendimiento universitario**

#### **a. Breve revisión histórica emprendimiento universitario**

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)

#### **b. Concepto de Emprendimiento Universitario**

Las universidades han fortalecido su rol estratégico dentro del desarrollo económico de las regiones, a partir del conocimiento y la innovación.

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). El término “Universidad Emprendedora” fue popularizado por Clark en su investigación *Creating entrepreneurial universities: organizational path*

ways of transformation, publicada en 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 este sentido, Clark asume que las Universidades Emprendedoras son aquéllas que están en capacidad de:

*...diversificar los ingresos para incrementar las fuentes financieras, proveer dinero discrecional y reducir la dependencia; desarrollar nuevas unidades departamentales externas para introducir nuevas relaciones con el entorno y nuevas fórmulas de pensamiento y formación. Los departamentos centrales también pueden ser autosuficientes; recolectar dinero, elegir activamente entre especialidades, y en todo caso, hacer provisiones; desarrollar un conjunto de creencias fundamentales que guíen y racionalicen la estructura de cambio que provea de una fuerte capacidad de respuesta; y construir una capacidad de dirección centralizada con el objetivo de realizar amplias elecciones que ayuden a orientar la organización (Clark, 1998)*

Sin embargo, otros autores consideran que para lograr que las universidades 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 misma (Etzkowitz, The evolution of the entrepreneurial university, 2004). Para alentar el potencial emprendedor de las universidades se requiere tener innovaciones en los procesos de formación y entrenamiento en las habilidades críticas para el emprendedor tales como liderazgo, trabajo de equipo, habilidad creativa para conseguir recursos para financiamiento, visión para reconocer oportunidades y un medio ambiente favorable para la creación de empresas. Es muy importante que una universidad emprendedora sea una universidad altamente conectada. 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. 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 (Crow, 2008). Se han publicado diferentes investigaciones durante la última década en torno al concepto de universidad emprendedora. Existe una visión que describe la universidad emprendedora como una universidad que tiene «una postura proactiva en la puesta en uso del conocimiento y en la aplicación del resultado como una entrada para la creación de conocimientos académicos» (Etzkowitz, The evolution of the

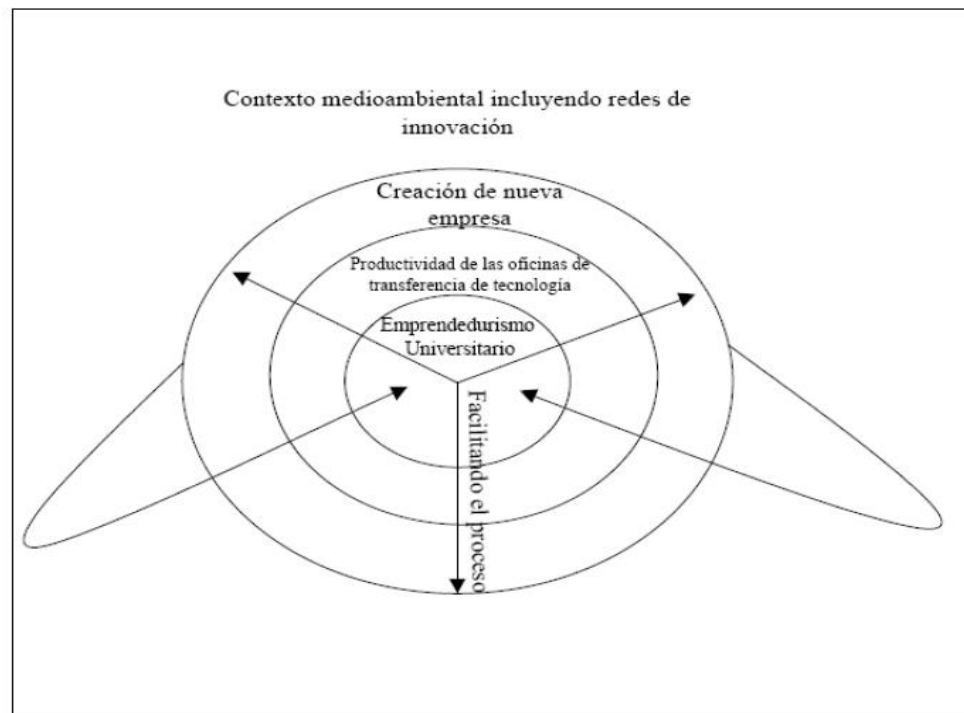
entrepreneurial university, 2004). Así, la universidad emprendedora opera según un modelo de innovación interactivo, que parte de los problemas existentes en la industria y la sociedad, buscando soluciones en la ciencia. El emprendimiento universitario puede tener diferentes significados en diferentes contextos dependiendo de las personas involucradas y debe lograrse en forma operacional en términos de objetivos de innovación, desarrollo del recurso humano, creación de valor a la sociedad, utilidades y el tipo de riesgo que tiene. La cultura organizacional y el clima organizacional constituyen un conjunto de formas institucionales en los cuales la práctica del emprendimiento puede ser desarrollada e implementada. Para que una universidad sea emprendedora requiere tener una organización que permita estar en un estado de cambio continuo lo cual facilita la adaptación a una sociedad cambiante y logra que grupos e individuos sean más efectivos. Esta visión de investigadores como Burton Clark sobre emprendimiento universitario, ha permitido definir una serie de características de las universidades emprendedoras: son rápidas y flexibles para cambiar sus capacidades, cambiando rápida y en forma innovadora sus recursos en la administración y los departamentos académicos. Cuentan con programas académicos y de investigación enfocados en disciplinas y áreas interdisciplinarias. Diversifican la base de sus recursos económicos y logran el acceso a fondos y una amplia base financiera conformada por organismos de gobiernos, organismos privados, ex alumnos, y derechos de propiedad intelectual, logrando así una amplia base financiera. Tienen centros especializados en emprendimiento que son flexibles a actividades y relaciones externas,

estos departamentos otorgan a la universidad una estructura de centros enlazados al medio externo. Las unidades periféricas a los departamentos son oficinas que tienen contactos con empresas, organismos gubernamentales, con ex alumnos que trabajan en la transferencia del conocimiento y desarrollo de la propiedad intelectual, estos centros traen a la universidad la orientación de proyectos prácticos en desarrollo económico y social. Dentro de estas universidades, las unidades académicas han adoptado un rasgo distintivo de emprendedoras por medio de su enseñanza innovadora y la transferencia de tecnología a comunidades externas. Utilizan un fuerte enfoque a resolver problemas reales a través del aprendizaje y la investigación colaborativa. Una de las características clave de las universidades emprendedoras es dar un fuerte impulso a la comercialización de ideas que sean económicamente viables y que involucren una cooperación externa con emprendedores para la creación de empresas y con otras organizaciones. Es importante resaltar que el crecimiento económico continuo depende de la innovación y que la economía global opera de acuerdo a fuerzas de “destrucción creativa” descritas por Schumpeter. Cabe mencionar que la innovación ha tomado un papel muy relevante en los últimos años. La innovación entendida más que como un desarrollo de nuevos productos en las empresas, es también la creación de nuevos arreglos e interacciones entre universidad – industria – gobierno. Esta interacción potencializa las condiciones para la innovación en una sociedad basada en el conocimiento. Desde la perspectiva del emprendimiento universitario, los resultados de Krueger y Braezal y Shapero y Sokol nos indican que la mejor manera para animar,

motivar, desarrollar y fortalecer las iniciativas emprendedoras de los estudiantes es impactar en sus percepciones de la conveniencia y viabilidad para crear una empresa propia. Cabe resaltar que la creación de nuevas empresas con una base universitaria es muy importante para la economía por su capacidad de generar innovaciones y lograr mayor valor agregado a sus productos y servicios. Además, autores como (Etzkowitz, *The norms of entrepreneurial science*, 1998), introducen la expresión “emprededurismo universitario”, para representar los casos en los cuales las entidades universitarias son una pieza fundamental para el desarrollo económico regional. Investigadores como Ropke (1998), considera la universidad como una organización emprendedora cuando adopta un estilo de gestión empresarial, desarrolla iniciativas empresariales, e interactuar con su entorno. Asimismo, hoy en día las universidades deben actuar como incubadoras naturales, donde se generen ideas exitosas en respuestas a las necesidades reales que detentan en su entorno y como solución a los problemas sociales de la comunidad donde se desarrolla. Para autores como Schulte (2004), las dos tareas primordiales de una universidad emprendedora es educar a los futuros empresarios y actuar como un empresario. 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. El término de universidades modernas, describe a las universidades que incorporan la generación de conocimiento como segunda misión de la misma, y se enlaza la enseñanza y la investigación

científica (Etzkowitz, The norms of entrepreneurial science, 1998). Por ello, se plantea que el conocimiento generado por la universidad era valioso en sí mismo Audretsch y Phillips (2007), y si aplicamos a este conocimiento podemos generar innovaciones y crear nuevas empresas. En concreto, varios autores como 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. 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. Como se puede ver en la figura 2, 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.



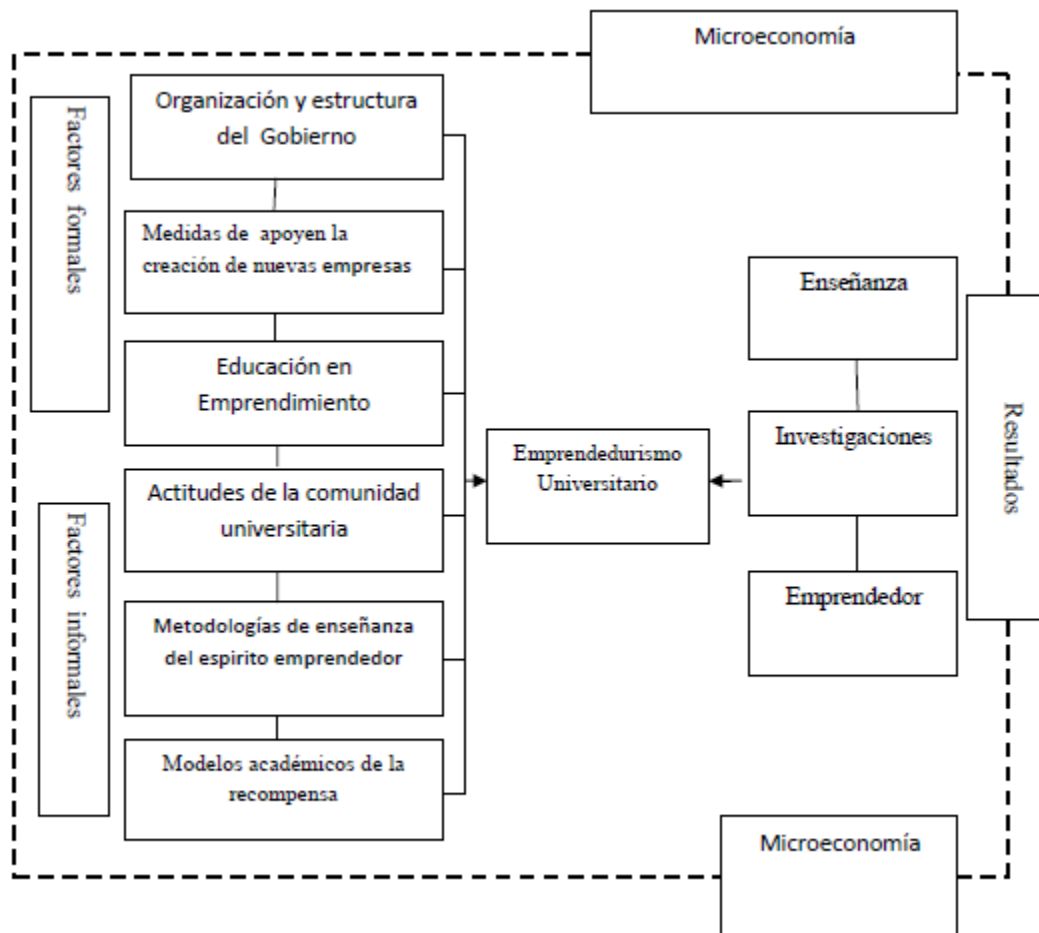


**Figura 3.** Emprendedurismo académico.

Fuente: Rothaermel (2007).

Dentro de la literatura científica existe un amplio abanico de enfoques teóricos en los cuales se puede estudiar en fenómeno de la creación de empresas (Veciana, 1999). Según el enfoque institucional, el entorno socio cultural condiciona la decisión de crear una empresa Autores como North, señala que dentro de los factores institucionales existen factores informales (como las actitudes hacia el emprendimiento, los valores o comportamientos empresariales, actitudes de las universidad hacia la iniciativa empresarial, los perfiles emprendedores, los temas relacionados con el espíritu emprendedor en los ámbitos educativos etc.) y formales (como normativas y organismos de apoyo a la creación de empresas, trámites para iniciar una actividad empresarial, medidas de las universidades para tener programas educativos del espíritu emprendedor etc.), cuales son, determinantes del emprendimiento.

En la figura N°3 podemos ver los factores que afectan a la creación y al desarrollo de universidades emprendedoras.



**Figura 4.** Factores que afectan a la creación y al desarrollo de universidades.

Fuente: Guerrero.

En este contexto, las acciones de apoyo a la creación de empresas dentro del ámbito universitario es uno de los principales objetivos estratégicos que todas las universidades emprendedoras deberían implementar.

### 2.1.2.1 Ley universitaria y las incubadoras de negocio

La cuestionada nueva Ley Universitaria 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 48°.- 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 50°.- 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 micro empresas 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.



La universidad Nacional del Altiplano 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. 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.

#### ❖ **INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO**

El Programa 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 VICE-  
RECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA -PUNO.



**Figura 5.** Programa de incubación de ideas de negocio.

Fuente: PROACIE.

Para ello este programa está conformado por tres categorías y son:

1. **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 su funciones es de carácter voluntario, apoyando, aconsejando, asesorando en las inquietudes y dudas de los emprendedores, para que tengan éxito en la creación de empresas.
2. **Capital intelectual:** Son estudiantes universitarios que vendrían a ser que son potenciales emprendedores de otros equipos aportando su conocimiento y capital intelectual. Su principal funciones es:

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.
3. Los participantes: Son aquellas personas 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.

Para ello 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.**

Eventos	Fechas
Pre-inscripción	Del 01 de septiembre al 10 de octubre 2016.
Capacitación Modelos Negocios y Lean Canvas	22 y 29 de septiembre 2016: 4 p.m. en FCCA
Notificación de pre seleccionados	14 de octubre del 2016.
Inscripción y envío documentos solicitados	Del 17 al 18 de octubre del 2016.
Presentación de la idea de negocios y Sustentación.	Del 20 de octubre al 21 de octubre. Hora de Inicio: 3.00 p.m.
Notificación de los resultados a los seleccionados	24 de octubre de 2016.
Inducción para los seleccionados (capacitación)	26 y 27 de octubre de 2016: 4 p.m. en FCCA.
Inicio Pre - Incubación	03 de noviembre de 2016.
Evaluación resultado Pre- Incubación	29 de diciembre 2016.
Evaluación resultado Consolidación	20 de abril del 2017

**Figura 6.** Cronograma de "Desarrolla tu Idea de Negocio.

Fuente: Bases del Concurso del Programa Incubación de Ideas de Negocio.

Esta 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.

### 2.1.3. Intención emprendedora

#### a. Breve revisión histórica del concepto de intención emprendedora:

Los estudios del comportamiento planeado comenzaron desde la década del 70; estos estudios intentan predecir los comportamientos planeados a través de las intenciones hacia el comportamiento, eliminando los factores demográficos como condicionantes de dicha intención. Fishbein y Ajzen propusieron un modelo conceptual que busca explicar y predecir el comportamiento social de las personas a través de la intención de adoptar dicho comportamiento; el modelo propuesto por los autores, conocido como Teoría de la Acción Razonada (TRA, por sus siglas en inglés), sugiere que el comportamiento de un individuo está determinado por su intención previa a adoptar dicho comportamiento, y que dicha intención está determinada, a su vez, por su actitud hacia el comportamiento en cuestión y por las normas subjetivas. La actitud hace referencia a la evaluación positiva o negativa que realiza el individuo sobre el comportamiento, y está compuesta por las creencias que tiene el individuo sobre los resultados esperados de desempeñar el comportamiento; por su parte, las normas subjetivas hacen referencia a lo que el individuo cree que otros individuos importantes para él pensarían si él realizara el comportamiento.

Ajzen (1985), Propuso la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB, por sus siglas en inglés), la cual adiciona a la TRA el control comportamental percibido. Si bien la TPB ha sido usada para explicar de manera directa el



comportamiento emprendedor del individuo en numerosos estudios, se han propuesto otros modelos basados en esta teoría que intentan explicar el fenómeno a través de refinamientos a la misma; estos modelos tuvieron su desarrollo principalmente en las décadas del 80 y el 90 ayudan a explicar y modelar las razones por las cuales un emprendedor decide comenzar un negocio.

#### **b. Concepto de intención emprendedora**

De acuerdo a Krueger (2005), el emprendedor se distingue por una forma de pensar que enfatiza las oportunidades sobre las amenazas, en efecto, el proceso de identificación de oportunidades es claramente intencional, de este modo, las intenciones pueden ser concebidas como el primer paso de la creación de una nueva empresa. Así esta intencionalidad se convierte en un factor clave para comprender todo el proceso de emprendimiento (Krueger 1993).

Para Alvarez y Barney, la acción emprendedora es un comportamiento de respuesta a decisiones de valor, bajo incertidumbre y riesgo, ante una posible oportunidad económica. La conceptualización de la acción emprendedora bajo una perspectiva conductual es válida y medible. De acuerdo a Ajzen (1985), las intenciones aparecen como el mejor predictor de la conducta planificada, así mismo, crear empresas requiere tiempo e implica una considerable planificación. En consecuencia la conducta emprendedora es un tipo de conducta planificada, para lo cual los modelos de intenciones son idealmente convenientes, puesto que pueden ofrecer un medio para explicar y predecir mejor dicha conducta emprendedora.

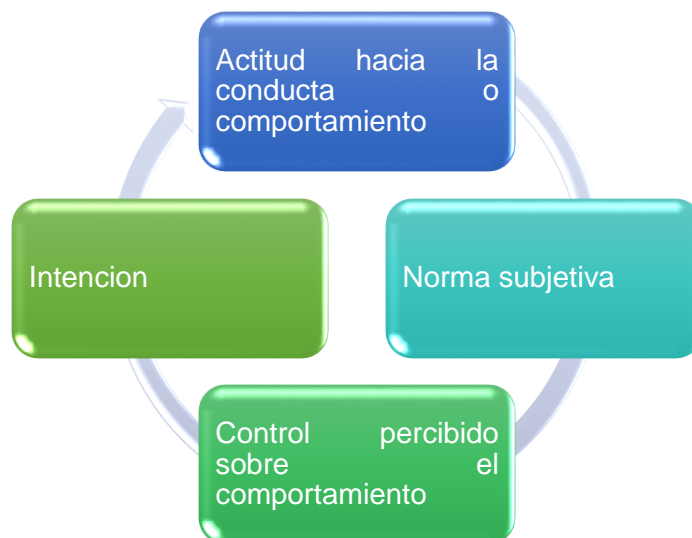
La intención se convierte en el elemento clave que explica el comportamiento. El autor sostiene que la intención “indica el esfuerzo que la persona está dispuesta a hacer para llevar a cabo ese comportamiento emprendedor” (Ajzen)

En general, cualquier comportamiento viene determinado por la actitud o intenciones del sujeto. Para que el emprendedor se decida crear a crear una nueva empresa es necesario que tenga “intenciones emprendedoras”, es decir que se plantee la posibilidad de ser dueño de su propia empresa; o lo que viene a ser igual, tenga una “actitud emprendedora” que este predispuesto a crear empresa. Esta actitud está determinada por tres componentes esenciales: cognitivo, emocional y de comportamiento, y a su vez diversas investigaciones han puesto de manifiesto la existencia de factores sociodemográficos que influyen en la actitud del emprendedor.

### **c. Modelo de la Teoría de Acción Planificada**

Mencionamos a Inmaculada Jaén, quién sostiene que la Teoría de la Acción Planificada se ha convertido en el marco referencial y teórico más frecuentemente utilizado en los recientes estudios relacionados con la intención de emprender existiendo un alto grado de compatibilidad entre esta y la teoría del suceso empresarial. (Jaén, 2009). La teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), explica y predice cómo el ambiente social y cultural afecta el comportamiento humano. Éste último, está basado en la intención individual, la cual es el resultado de tres factores explicativos: la actitud hacia el comportamiento (evaluación

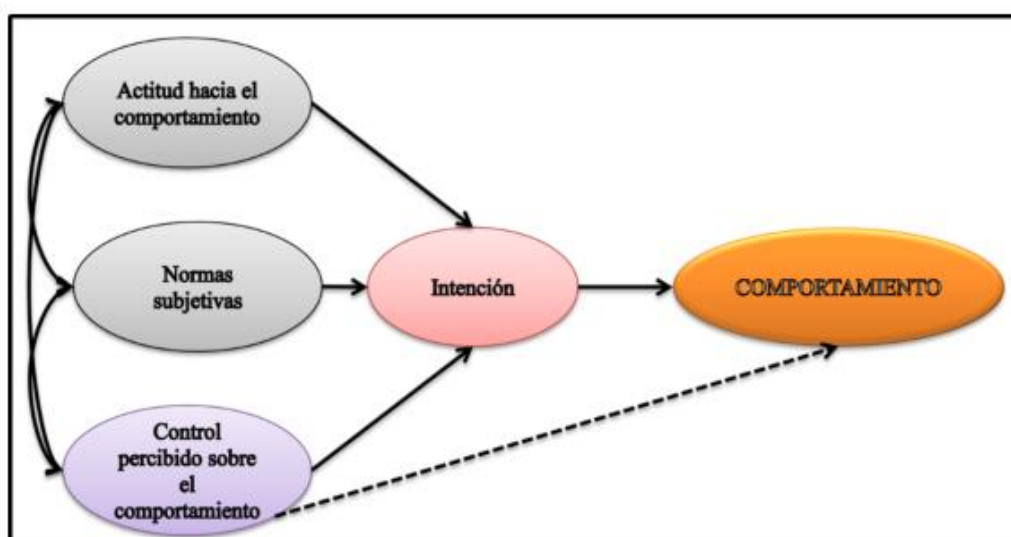
personal), las normas subjetivas (presión social) y el control de comportamiento percibido (capacidad para realizar el comportamiento). Esta teoría ayuda a entender cómo se puede cambiar el comportamiento de las personas y provee una estructura conceptual útil para lidiar con las complejidades del comportamiento social humano, incorporando además algunos de los conceptos centrales de las ciencias sociales y del comportamiento, y los define de una forma que permite predecir y comprender comportamientos particulares en contextos específicos. Por otro lado, la atracción hacia el comportamiento, las normas subjetivas en relación al comportamiento, y la percepción de control sobre el comportamiento son usualmente utilizadas para predecir intenciones de comportamiento con un alto grado de precisión. Así también la presente teoría fue diseñada para explicar el comportamiento humano a través del análisis de la intención de una persona de llevar a cabo una conducta específica. La utilización de esta teoría se ha extendido a sectores como el deporte, la salud, la seguridad vial y la formación universitaria, entre otros muchos. Al poner el énfasis en las creencias y actitudes personales, esta teoría parece particularmente indicada para estudiar factores que influyen en las decisiones de los estudiantes. Tomando como base metodológica el modelo de Ajzen, Liñán elaboró un modelo fundado en que la intención hacia un comportamiento puede ser el mejor predictor de ese comportamiento (Ajzen, 1985). Según Ajzen (1985), los siguientes factores determinan las intenciones que anteceden a un comportamiento planificado:



**Figura 7.** Factores de la intención emprendedora.

Fuente: Teoría de comportamiento planificado.

Como regla general, establece este autor, cuanto más favorables sean la actitud y las normas subjetivas y mayor el grado de control percibido, más fuerte será la intención de un individuo de llevar a cabo un determinado comportamiento.

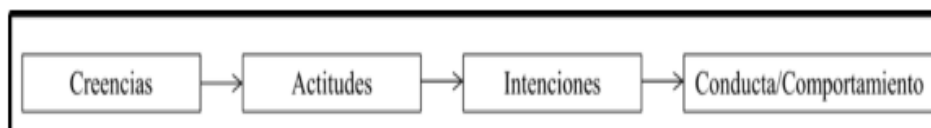


**Figura 8.** Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado.

Fuente: AJZEN (1991).

### C.1. Actitud hacia la Conducta:

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



**Figura 9.** Teoría del Comportamiento Planificado: Conducta como función de las creencias.

Fuente: Ajzen (1991).

El primer elemento, la actitud hacia un determinado comportamiento, representa el grado de evaluación –favorable o desfavorable– que tiene la persona de su potencial acción. Ello incluye consideraciones afectivas y evaluativas, de manera que una actitud más favorable contribuirá a que la intención de crear la empresa sea mayor.

### C.2 Norma Subjetiva

La norma subjetiva, segundo predictor de la intención, es “la presión social percibida de realizar o no realizar el comportamiento” y representa la

influencia que el entorno del individuo ejerce sobre su conducta. Este entorno lo conforman las personas que son importantes para él y que le hacen pensar si debe llevar a cabo un determinado comportamiento. El componente norma subjetiva está determinado por dos factores: creencias normativas (lo que otros relevantes espera que haga el individuo) y la motivación para acomodarse a esas expectativas. Dichas con otras palabras, las normas subjetivas, son las normas sociales que el individuo percibe para llevar a cabo o no la conducta (Ajzen, 1991). Aplicado al emprendimiento, estas normas se refieren a la percepción del grado de la aprobación de la decisión de emprender de las personas de referencia del sujeto analizado. A este respecto, nuevamente se señala que tanto los factores demográficos como del entorno social del emprendedor, son los que inciden en el desarrollo de la intención emprendedora. Mientras que la actitud hacia la conducta refleja los efectos psicológicos individuales, la norma subjetiva es el exponente fundamental de los efectos de los factores sociales

### **C.3 Control Percibido sobre el Comportamiento**

El control percibido del comportamiento se compone de creencias de control, compuestas por la percepción de la persona de tener las capacidades o recursos necesarios y la existencia de las oportunidades necesarias. “A mayor número de recursos y oportunidades que la persona cree que tiene, y menor número de obstáculos e impedimentos anticipa, mayor será la percepción de control”. Así, el control percibido es la “facilidad o dificultad percibida de realizar el comportamiento, y se supone

que refleja la experiencia pasada así como impedimentos anticipados y obstáculos”.

Por último, el control de comportamiento, hace referencia a la mayor o menor dificultad que percibe el individuo de su propia capacidad para la realización de dicha acción. Así, Katz destacan el papel de las capacidades personales a la hora de desarrollar la intención emprendedora. Los dos primeros elementos, actitud y normas subjetivas, confluyen en el deseo de realizar la acción. El tercer elemento, el control del comportamiento, como indica Bandura hace referencia a la capacidad y eficacia para desarrollar un proyecto empresarial.

#### **C.4 Intención**

Para Fishbein y Ajzen (1975), la intención conductual es “la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción. La intención, por tanto, representa la probabilidad subjetiva de una persona de realizar una acción”. Es decir, la intención es el antecedente previo a la conducta o comportamiento, como predictor inmediato de ésta. Diferencian los autores intención de actitud, dado que ésta última no predice directamente la conducta, sino que incide sobre la misma a través de sus efectos sobre las intenciones. La intención se asume para recoger los factores motivacionales que influyen en un comportamiento; son indicaciones de la voluntad de las personas del esfuerzo que están planificando ejercer para llevar a cabo el comportamiento. Como norma general, la intención más fuerte de desarrollar un comportamiento conllevaría la mayor

probabilidad de su realización efectiva. (Krueger, 2005) Concluyen que la intencionalidad es típica en las organizaciones emergentes, si bien el momento de la puesta en marcha de la aventura empresarial podría estar relativamente no planificado, así como el momento en el que surgen las oportunidades. En este contexto Kolvereid) señalan que estos tres elementos tienen una incidencia positiva y significativa en la intención emprendedora de los universitarios. Por su parte, señalan que la actitud y la capacidad tienen una incidencia positiva en la intención, no así las normas subjetivas. Igualmente otros autores destacan como las actitudes tienen una importancia capital en el desarrollo de la intención emprendedora entre los universitarios. Una de las investigaciones más importantes realizadas utilizando este modelo es la de Kolvereid quien estudia la conducta emprendedora de estudiantes universitarios por medio de la actitud y el comportamiento. Como indican (Krueger, 2005)), la mayoría de las veces el comportamiento humano es planificado; es difícil imaginar que el lanzamiento de una empresa se deba simplemente a una respuesta a un estímulo. Así, afirman que “aunque es posible que algunos argumenten en otro sentido, parece evidente que gran parte de lo que se considera actividad emprendedora es un comportamiento intencionadamente planificado”.

## 2.2. MARCO CONCEPTUAL

**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:** La 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 incertidumbres, 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 planeado.

**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.

**Liderazgo:** El liderazgo es la influencia personal, dirigido a través del proceso de comunicación, al logro de una o varias metas.

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

**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

## 2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.3.1. Hipótesis general

El emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno son favorables para mejorar sus capacidades de aprendizaje.

### 2.3.2. Hipótesis específico

#### **HIPOTESIS ESPECIFICO N° 1:**

En proyectos de emprendimiento, los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración lideran con su participación en concursos y actividades realizadas por la Universidad Nacional del Altiplano Puno

#### **HIPOTESIS ESPECIFICO N° 2:**

Las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son la norma subjetiva y el control conductual percibido.

### 2.3.3. Operalización de variables

#### **HIPOTESIS GENERAL:**

EL emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno son favorable para mejorar sus capacidades de aprendizaje.

#### **VARIABLE 1: EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO**

Indicadores:

- N° de concursos de investigación.
- N° de concursos de artículos de investigación.
- N° de concurso de ideas de negocio y prototipos.

- N° de concursos de Incubadoras de negocio.

## VARIABLE 2: INTENCIÓN EMPRENDEDORA

- Actitud hacia el emprendimiento.
- Norma subjetiva.
- Control Conductual Percibido.
- Intención.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación está basado en el enfoque cuantitativo, debido a que a través de cuestionarios se han recolectado datos numéricos, que ha sido procesados en términos porcentuales e índices numéricos a fin de describir los emprendimientos realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Con respecto a ello de este enfoque se dice que: “usa de la recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” según hace referencia (Hernández, Samperio, Fernández Collado, & Baptista).

### **3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación es No Experimental, según Hernández, Fernández & Baptista (2010), podría definirse como el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

### **3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El presente, tiene un alcance descriptivo porque permite comprender la descripción y análisis de la naturaleza actual del servicio prestado por la empresa. Este método tiene como objetivo la descripción de situaciones y eventos (que es, como es y cómo se manifiesta este fenómeno). Los estudios descriptivos a su vez buscan propiedades, características y rasgos importantes de los diferentes fenómenos que se esté analizando, en otras palabras busca medir y recoger información sobre los conceptos (variables) a las que se refieren. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

### **3.4. METODO DE INVESTIGACIÓN**

El método para el presente trabajo es deductivo porque nos 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.

Con relación a lo mencionado anteriormente, se analizara el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

### 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### POBLACIÓN

Para Vara (2010), “La población es el conjunto de individuos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo”. La población para la presente investigación es de 253 estudiantes la cual está constituida por los estudiantes matriculados en el 6° al 10° semestre del año 2016 – II

**Tabla 1.** Criterios para delimitar la población.

Sexo	Ambos
Edad comprendida	De 18 a 25 años de edad
Turno	Mañana y Tarde
Total de estudiantes	7° Semestre: 73, 8° Semestre, 62, 9° Semestre: 53, 10° Semestre: 65 Total= 253 estudiantes.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos proporcionados de Coordinación Académica de la FCCA -2016.

#### MUESTRA

Para Vara (2010), La muestra, “es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método de muestreo”. En la investigación se utilizara la técnica de muestreo no probabilístico aleatoria simple. Hernández, Fernández & Baptista (2010), afirma que, “la muestra no probabilística todos los elementos de la población tienen la misma

posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis”. En marco a la acepción anterior, la muestra se ha seleccionado en forma probabilística aleatoria simple, aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 p * q}$$

N = Total población

$Z^2 = 1.96^2$  (si la segunda es de 95%)

p = porción esperada (en este caso 50% = 0.50)

q = 1-p

d = precisión (en este caso deseamos un 5%=0.05)

$$n = \frac{253 * 1.96^2 * 0,5 * 1 - 0.5}{0.05^2 * (253 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * (1 - 0.50)}$$

$$n = 153$$

La muestra comprende 153 estudiantes matriculados en el 2016 – II pertenecientes del séptimo al décimo semestre.

### 3.6. 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 utilizara en la presente investigación será la encuesta.

- a) Encuesta: Arias (2012), define la encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra



de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema en particular”.

- b) **Análisis Documental:** Se realizó una investigación exhaustiva de los documentos, archivos y materiales especificados, datos estadísticos, artículos, entre otros.
- c) **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.

### **3.7. INSTRUMENTOS**

Para la presente investigación se utilizara el instrumento cuestionario, la misma que se realiza de forma escrita mediante un formato en papel contentivo de una serie de preguntas y es auto administrado porque deber ser llenado por el encuestador, sin intervención del encuestador (Arias, 2012).

La recolección de datos se realiza a través de la encuesta que se aplicara para la presente investigación es la encuesta de Intención Emprendedora por Ajzen (con validez internacional en el contexto académico) de Liñan y Chen para la determinación de la Intención Emprendedora y para el emprendimiento universitario se recolecto información primaria.

La encuesta de intención emprendedora está dirigido a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y tiene 4 sub dimensiones:

La escala de medición es: 1 Desacuerdo y 7 Acuerdo.

- Actitud hacia el comportamiento

Para el primer elemento que son las actitudes, estas se miden a través de las siguientes escalas i) Creencia acerca la consecuencia de la conducta: según la TAP, las actitudes se desarrollan razonablemente a partir del repertorio de creencias salientes relativas al objeto de actitud, ii) Evaluación de las consecuencias de realizar la conducta: las actitudes no solo dependen de las creencias conductuales.

- Norma Subjetiva

Para el segundo elemento que es la norma subjetiva, estas se miden a través de las siguientes escalas i) Creencia normativa relativas a otros referentes, ii) Motivación para acomodarse a otros referentes.

- Control percibido sobre el comportamiento

Para el tercer elemento que es el control percibido sobre el comportamiento, estas se miden a través de las siguientes escalas i) Escala de medida de controlabilidad, ii) Escala de medida de autoeficacia

- Intención

Para el cuarto elemento que es la intención, estas se miden a través de las siguientes escalas i) Escala de medida de intención emprendedora.

Este cuestionario tiene un total de 42 preguntas. Cada una de estas ítems, las cuales son: Acuerdo total=6 y desacuerdo total = 1.

## CAPÍTULO IV

### CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1. ÁMBITO DE ESTUDIO

La presente investigación se desarrolla en 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. De acuerdo al Consejo Universitario del 14 de diciembre de 1994 se decide proponer a la Asamblea Universitaria la creación de la Escuela Profesional de Administración adscrita a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, según resolución Rectoral N° 1884-94-R-UNA del 19 de diciembre de 1994, entra en funcionamiento a partir del año de 1995, entonces es que a partir de 1995 la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas cuenta con dos carreras profesionales: Ciencias Contables y Administración, hecho que fue templado en el Estatuto Universitario de 1998 aprobado por Resolución de Asamblea Universitaria N° 010-98-au-una, de fecha 24 de

enero de 1998 y en el Estatuto Universitario de 1999 promulgado por la Resolución de Asamblea Universitaria N°01-2000-au-una de fecha 13 de enero del 2000.



La Escuela Profesional de Administración, es una unidad académica de la Universidad Nacional del Altiplano, dedicada a la formación profesional de Licenciados en Administración, los cuales deben responder a las exigencias de los cambios que se producen en la vida empresarial y social de la Región de Puno. Asimismo cuenta con un total de 631 estudiantes matriculados en el 2016 II, siendo estos matriculados en diferentes semestres.

#### 4.2. VISIÓN Y MISIÓN

##### **VISIÓN**

Ser al 2019 una unidad académica acreditada en ciencias de la administración, formando ejecutivos y líderes empresarios, dentro de un modelo científico y humanista que se vincule eficazmente con el desarrollo sostenible de la región del país.

##### **MISIÓN**

Formar profesionales de Administración competitivos, de acuerdo a las exigencias del tercer milenio mediante la educación de calidad e investigación, premunidos de valores y liderazgo comprometidos con el desarrollo social y económico de la región y el país.

### 4.3. VALORES

Tomando tanto como la visión y la misión, así como el cumplimiento de los objetivos estratégicos que se establecen a continuación requieren una nueva mentalidad y cultura institucional de la Escuela Profesional de Administración que debe ser proyectada a mediana y largo plazo, por tratarse de un cambio esencialmente de mentalidad (de pensamiento y de actitudes) tanto de autoridades, docentes y administrativos.

Sin una nueva escala de valores en los hombres y sin una nueva cultura organizacional, como EPA será imposible el proceso de CAMBIO institucional.

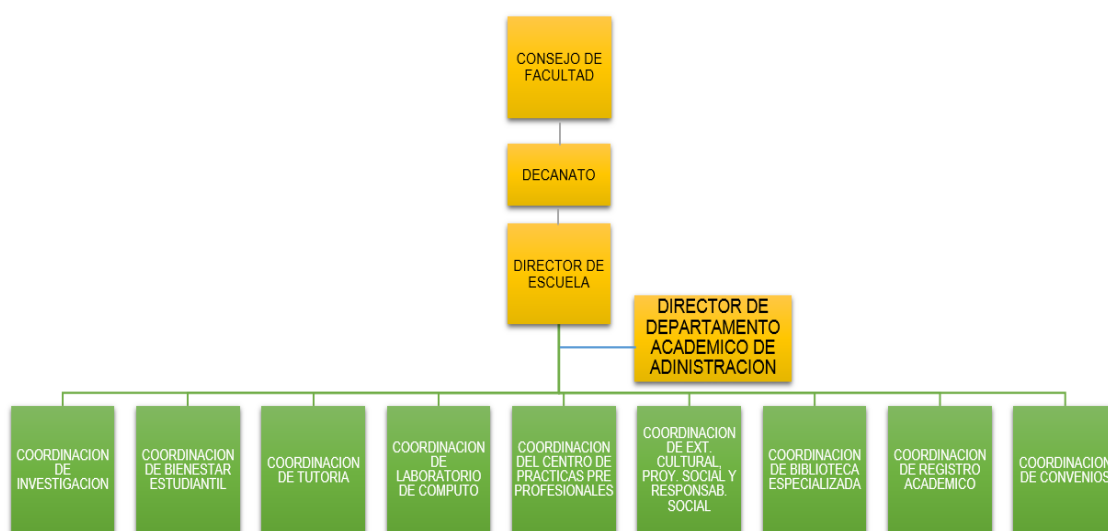
La propuesta de valores de una nueva cultura institucional es:

- **Mística** y vocación convicta por el ejercicio de una administración científica, así como el ejercicio de la investigación científica por parte de docentes y estudiantes.
- **Respeto**, honestidad, transparencia, responsabilidad, legalidad y eficiencia en el ejercicio de los cargos que asuman los docentes ya administrativos, así como los encargos hechos a los estudiantes.
- **Compromiso** sincero y ético en la lucha permanente contra toda manifestación de corrupción y mediocridad.
- **Voluntad** plena y compromiso sincero de trabajar por el desarrollo institucional de la Escuela, por encima de los intereses particulares.

- **Conciencia institucional** sobre el rol de la EPA en el proceso de la acreditación académica y desarrollo organizacional para la contribución al proceso de desarrollo económico-social del país.

#### 4.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica de la Escuela Profesional de Administración está conformado de la siguiente forma:



**Figura 10.** Estructura Orgánica de la Escuela Profesional de Administración.

Fuente: Plan Operativo Anual 2017 – POA 2017.

## CAPÍTULO V

### EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS 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:

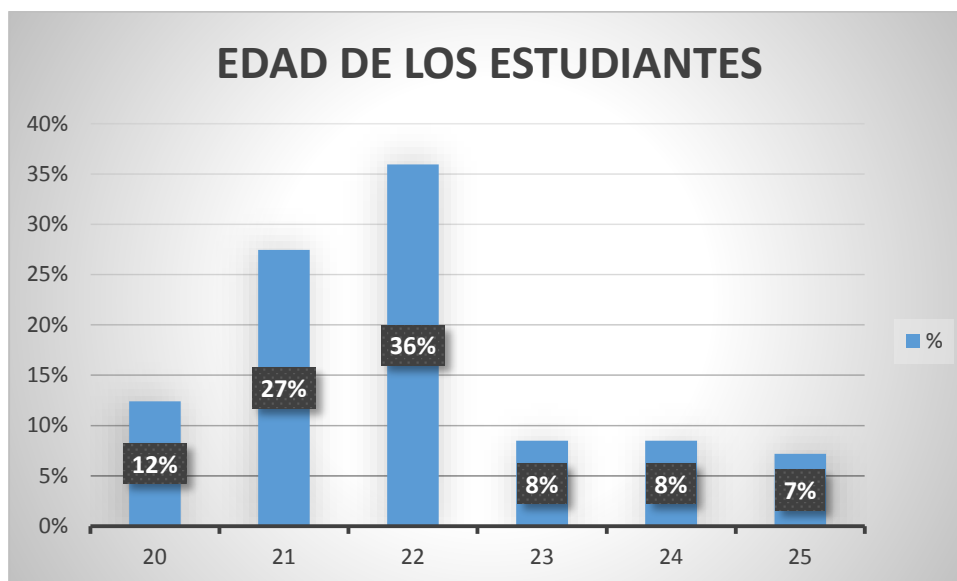
#### DATOS GENERALES:

**Tabla 2.** Edad de los encuestados.

EDAD	N° DE PERSONAS	%
20	19	12%
21	42	27%
22	55	36%
23	13	8%
24	13	8%
25	11	7%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora – 2016.

Dentro de los estudiantes encuestados, las edades varían de entre 20 y 25 años, sin embargo, el mayor número de estudiantes tienen una edad de 22 años, lo cual nos indica que es la edad promedio que hay en la Escuela Profesional de Administración, seguido de los estudiantes que tienen 21 años. Mientras que la menor cantidad de estudiantes encuestados son de 25 años de edad.



**Figura 11.** Edad de los encuestados.

Como se puede ver en la figura N° 10, el 36% de los encuestados están en edad promedio de los 22 años, el 27% tiene 21 años y el 12% tiene 20 años, solo un 7% tiene 25 años de edad siendo estos datos para varones y mujeres.

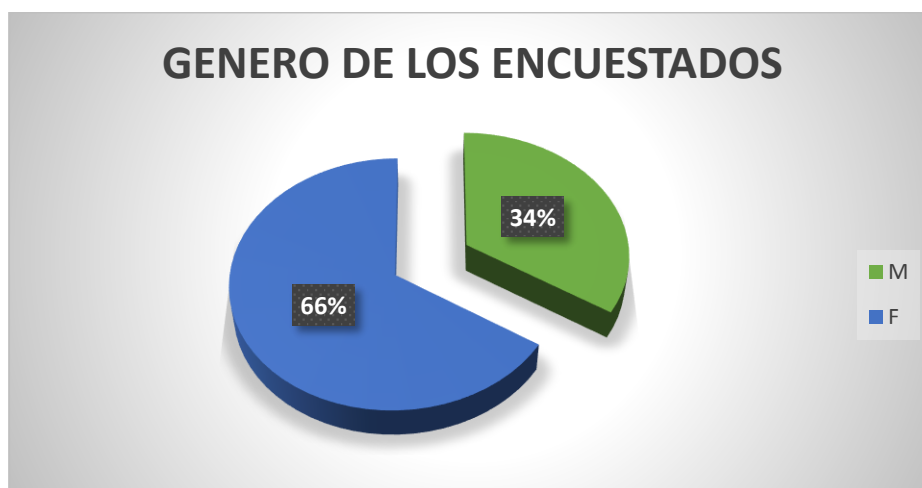
**Tabla 3.** Género.

Genero	Cantidad	%
M	52	34%
F	101	66%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora – 2016.



Esta información nos permite precisar que en la Escuela Profesional de Administración hay mayor número de mujeres que de varones, doblándolos en número.



**Figura 12.** Género.

En la figura N° 11 se puede ver que el 66% de los encuestados es del género femenino y el 34% es de sexo masculino del total de los encuestados, lo cual se puede ver claramente en la figura anterior.

**Tabla 4.** Lugar de Procedencia.

LUGAR	Cantidad De Estudiantes
Melgar	35
Chucuito	5
Sandia	5
Putina	8
Azángaro	9
Puno	48
Lampa	9
Juliaca	32
Ilo	2
Total	153

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora - 2016.

Del total de los encuestados, la mayor cantidad de los encuestados son de la ciudad de Puno con 48 estudiantes, mientras que, en segundo lugar se puede observar que hay estudiantes provenientes de la provincia de Melgar con un total de 35 representantes, mientras que una cifra similar, se encuentra la ciudad de Juliaca con una cantidad de 32 estudiantes. Lo que más llama la atención de la figura anterior, es la presencia de 2 estudiantes cuyo lugar de procedencia es la ciudad de Ilo.

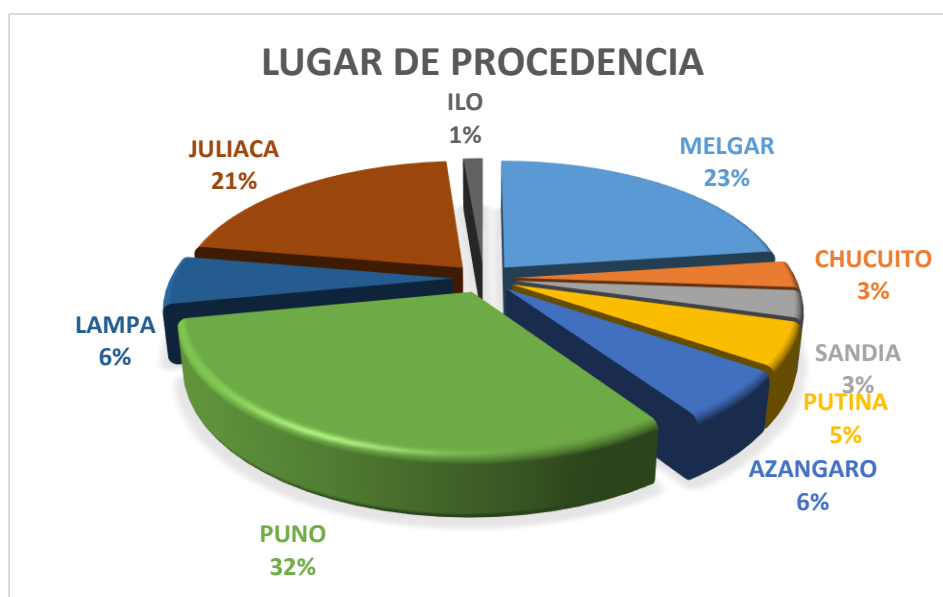


Figura 13: Lugar de procedencia.

La figura N° 12 nos muestra claramente que el 32% de los encuestados son de la ciudad de Puno, seguido del 23% cuyo origen es la provincia de Melgar y el 21% es de la ciudad de Juliaca. Mientras que el 1% es de Ilo.

#### **OBJETIVO ESPECIFICO N° 1:**

Describir los emprendimientos realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

## **5.1 EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

Para analizar mejor nuestra variable 1, se ha recopilado datos de fuentes primarias acerca los concursos que ha estado organizando la Universidad Nacional del Altiplano acerca las ideas negocios (Investigaciones). Para ello se obtuvo la base de datos de III concurso en el 2014 y IV concurso realizado en el año 2015, para el 2016 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 muestra los resultados en cuanto al emprendimiento universitario:

### **a) III CONCURSO DE INVESTIGACION, PROTOTIPO DE INVENCION – 2014**

Para este concurso se presentaron un total de 62 equipos de trabajo participantes en modalidades como: ideas de negocio, artículos científicos y prototipo de invenciones. Tomando un papel importante las ideas de negocio.

Ahora estos equipos de trabajo son de las diferentes Escuelas Profesionales que existen en la Universidad Nacional del Altiplano (Ingeniería Agroindustrial, Administración, Derecho, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Geológica, Ingeniería de Minas, Ciencias Contables, Arquitectura, entre otros).

Estos concursos lo realizaba la ex oficina de Investigación y lo llevaba a cabo anualmente. Asimismo contaba con un presupuesto designado de la propia universidad.

Según los datos obtenidos, la información fue clasificada de la siguiente manera:

**Tabla 5.** III Concurso de investigación 2014.

N°	Escuela Profesional	Equipos	N° estudiantes	%
1	Administración	12	46	19.35%
2	Arquitectura y Urbanismo	2		3.23%
3	Ciencias Contables y Administrativas	2		3.23%
4	Cs. Comunicación	1		1.61%
5	Derecho	8		12.90%
6	FINESI	4		6.45%
7	Físico matemático	2		3.23%
8	Ing. Agroindustrial	9		14.52%
9	Ing. Agronómica	1		1.61%
10	Ing. Electrónica	8		12.90%
11	ING. Mecánica Eléctrica	2		3.23%
12	Ing. minas	3		4.84%
13	Ing. Química	1		1.61%
14	Ing. Topográfica y Agrimensura	1		1.61%
15	Ingeniería Geológica	2		3.23%
16	MVZ	1		1.61%
17	Odontología	3		4.84%
	Total	62		100.00%

Fuente: Ex - Oficina de Investigación de la UNA-2016.

De la tabla anterior se tienen el total de 17 carreras profesionales en total, de las cuales la Escuela Profesional de Administración lidera con un total de 12 equipos, siendo la mayor cantidad de equipos pertenecientes a una escuela profesional que se presentó ese año.



**Figura 14.** Participación de las Escuelas Profesionales.

La Escuela Profesional de Administración tuvo una participación del 19,35% seguido por la carrera profesional de Derecho con una participación del 12, 90% al igual que Ingeniería Electrónica. Lo cual nos demuestra que la Escuela Profesional de Administración en el periodo 2014 lidero la tabla de posiciones con el mayor número de equipos participantes.

**b) IV CONCURSO DE ARTICULOS DE INVESTIGACION CIENTIFICA, IDEAS DE NEGOCIO Y PROTOTIPO DE INVENCIONES – 2015**

Durante el 2015 se llevó a cabo el IV concurso de artículos de investigación científica, ideas de negocio y prototipo de invenciones. El cual se llevó a cabo el 22 de diciembre. A diferencia del año anterior los equipos de trabajo que se presentaron a este concurso estuvieron conformados por estudiantes de distintas carreras, con el fin de obtener experiencia y conocimientos en distintas áreas y poder presentar ideas innovadoras.

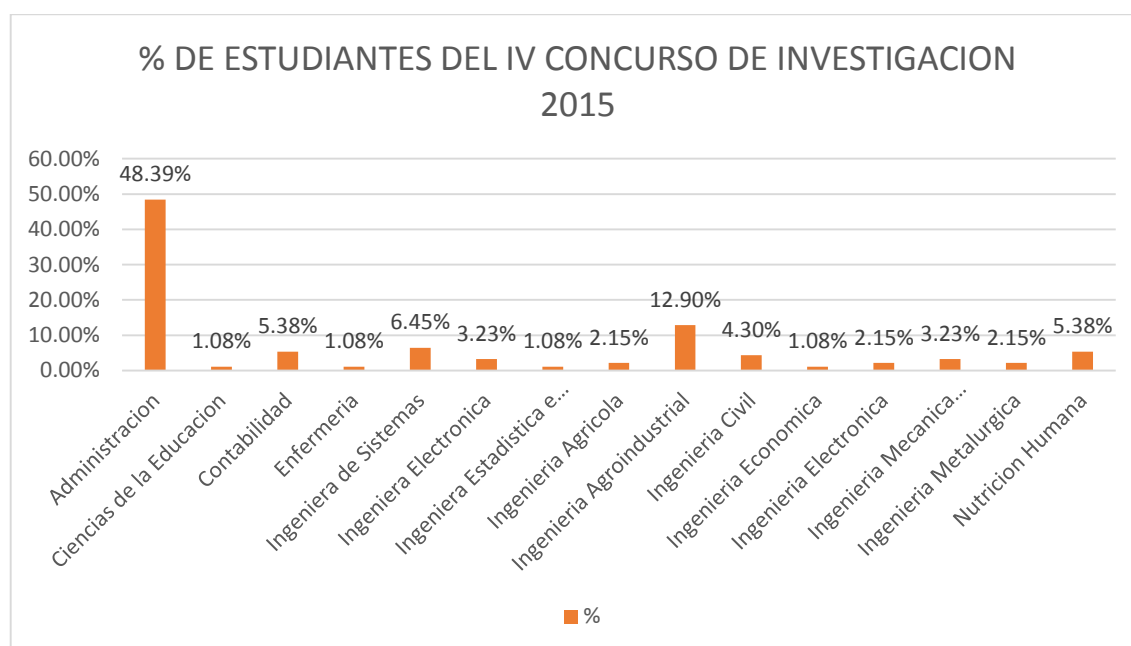
A continuación se muestra la siguiente tabla:

**Tabla 6.** *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-2016.

Como se puede observar en la tabla N° 6 Se presentaron un total de 93 estudiantes de las distintas carreras profesionales, sin embargo, a diferencia del año anterior, solo estuvieron presentes 15 escuelas profesionales; de las cuales, 45 de los estudiantes pertenecen a la Escuela Profesional de Administración, lo cual representa un porcentaje de 48,39%, liderando nuevamente la participación de estudiantes en este tipo de eventos. 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 15.** Participación de estudiantes.

Haciendo una comparación entre 2014 y 2015 se puede observar que la participación de la Escuela Profesional de Administración ha estado liderando la asistencia de emprendedores, manteniéndose con un promedio de 46 participantes por año.

### c) 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 Incubadora de Ideas de Negocio. 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 7. Ganadores II Etapa incubados.**

GRUPOS GANADORES II ETAPA INCUBADOS			
N°	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 Quinua 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, se tiene la relación de los equipos participantes, junto a la relación de los miembros que conforman dicho grupo.

### OBJETIVO ESPECIFICO N° 2:

Describir las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

## 5.2 INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

A continuación se presenta los resultados obtenidos desde el punto de vista de los estudiantes, los mismos que han sido evaluados bajo cuatro dimensiones de la teoría del comportamiento planificado las cuales son actitud hacia el emprendimiento, Norma subjetiva, Control Conductual Percibido y la misma Intención.

### a. Actitud hacia el emprendimiento

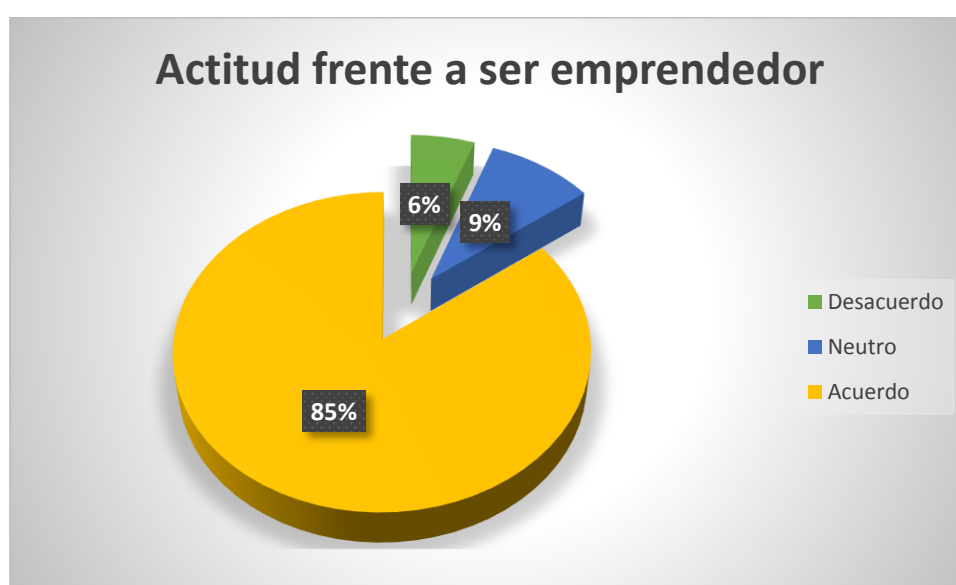
**Tabla 8.** Actitud personal.

	Crear una nueva empresa (ser emprendedor) para ti supondría	Desacuerdo			Neutro	Acuerdo			TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
1	Enfrentarme a nuevos retos	0	9	0	23	30	30	61	153
2	Crear empleo para otras personas	3	0	10	20	23	68	29	153
3	Aplicar los resultados de investigación en proyecto económico	0	0	8	18	24	57	46	153
4	Ser creativo e innovar	0	0	15	0	33	48	57	153
5	Tener altos ingresos económicos	0	0	14	19	23	43	54	153
6	Asumir riesgos calculados	0	0	0	9	34	55	55	153
7	Ser mi propio jefe (independencia)	0	0	0	10	30	47	66	153
PROMEDIO		0.43	1.29	6.71	14.14	28.14	49.71	52.57	153
PORCENTAJE SEGÚN ESCALA%		0.28	0.84	4.39	9.24	18.39	32.49	34.36	100%
PORCENTAJE GENERAL		5.51%			9.24%	85.25%			100%

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora – 2016.

De acuerdo a la tabla N° 8, 144 estudiantes encuestados afirman estar de acuerdo con que crear una empresa es asumir riesgos calculados, de otro lado 143 estudiantes considera que para ellos, crear empresa significa ser su propio jefe.

Sin embargo, 15 de las personas encuestadas se muestran en desacuerdo que la creación de una empresa seria ser creativo e innovador.



**Figura 16.** Creencia de la consecuencia del emprendimiento.

En la figura N° 15 se observa que el 85 % de los encuestados se muestran de acuerdo con los diferentes ítems presentados en la tabla N° 08. El 9% considera no estar de acuerdo ni en desacuerdo con dichos enunciados manteniendo una posición neutral; finalmente un 6% afirma estar en desacuerdo con los ítems anteriormente mostrados.

**b. Norma Subjetiva**

La norma subjetiva consiste en la presión social percibida para realizar o no el comportamiento.

**Tabla 9.** Creencia Normativa relativa a los referentes.

¿Cómo valora la opinión de estas personas respecto al supuesto de crear empresa?		No Importante			Neutro	Importante			Total
		0	1	2	3	4	5	6	
1	Mi familia directa (padres, pareja y hermano)	0	1	2	3	24	57	66	153
2	Mis amigos íntimos	0	0	9	1	39	51	53	153
3	Mis compañeros de estudio	0	9	17	19	39	46	23	153
PROMEDIO		0	3.33	9.33	7.67	34	51.33	47.33	153
PORCENTAJE SEGÚN ESCALA %		0.00%	2.18%	6.10%	5.01%	22.22%	33.55%	30.94%	100.00%
PORCENTAJE GENERAL		8.28%			5.01%	86.71%			100%

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora – 2016.

Según la tabla N° 9, 147 los encuestados consideran como más importante la opinión de los miembros de su familia, seguido de 143 de los estudiantes creen de qué opinión de los amigos íntimos es importante. Por otro lado 26 de los encuestados considera poco importante la opinión de sus compañeros de estudio.

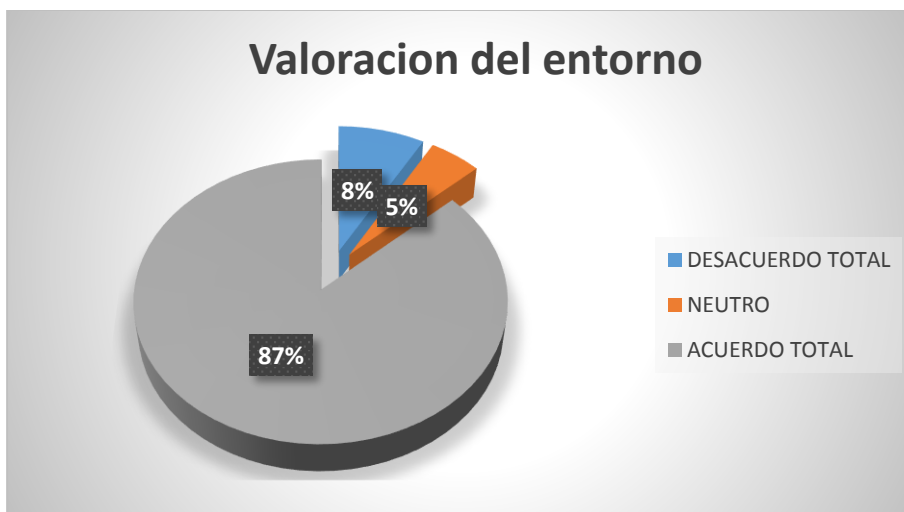


Figura 17. Creencia Normativa relativa a los referentes.

**c. Control Conductual Percibido**

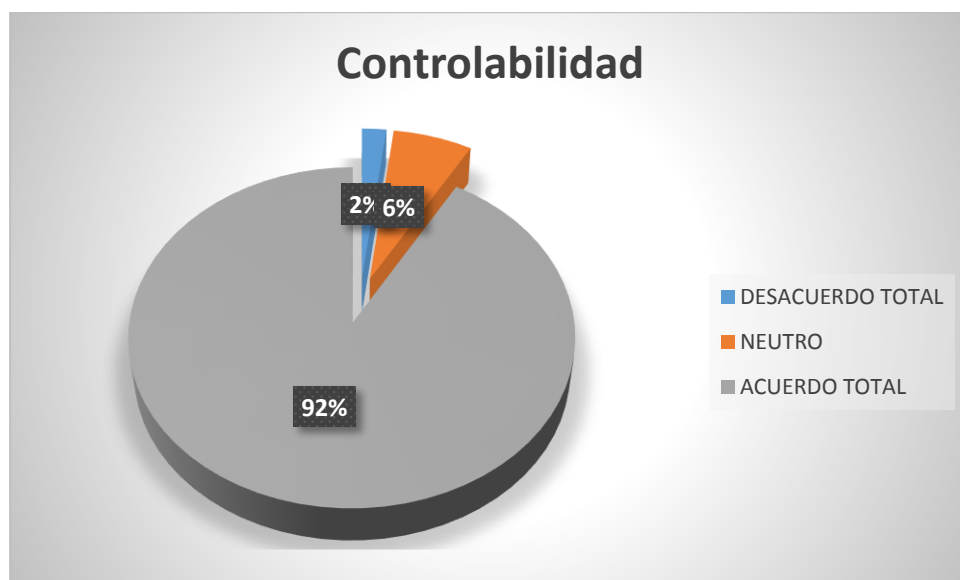
Hace referencia a la facilidad o dificultad que percibe la persona para realizar la conducta.

Tabla 10. Controlabilidad.

CONTROLABILIDAD. INDIQUE HASTA QUE PUNTO ESTAS DEACUERDO CON ESTAS AFIRMACIONES:		DESACUERDO TOTAL			NEUTRO	ACUERDO TOTAL			TOTAL
		0	1	2	3	4	5	6	
1	Si quisiera, podría fascinarme ser emprendedor y crear mi propia empresa	0	0	0	4	23	54	72	153
2	Si creara mi propia empresa, tendría un control total sobre la situación	0	4	6	9	17	51	66	153
3	Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa	0	0	2	24	55	69	3	153
4	Depende totalmente de mi si decido o no crear mi propia empresa y ser emprendedor	0	0	0	2	23	45	83	153
PROMEDIO		0	1	2	9.75	29.5	54.75	56	153
PORCENTAJE SEGÚN ESCALA%		0	0.65%	1.31%	6.37%	19.28%	35.78%	36.60%	100%
PORCENTAJE GENERAL		1.96%			6.37%	91.67%			100%

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora – 2016.

Según la tabla N° 10, 149 de los encuestados considera estar de acuerdo con tener controlabilidad acerca de la fascinación de ser emprendedor si ellos lo quisiesen, mientras que 134 considera que para crear una empresa, estos tendrían el control que necesitan para crear su propia empresa, de otro lado 10 de los encuestados manifiestan estar en desacuerdo con respecto a tener controlabilidad al crear una empresa. El ítem donde se presenta un control algo superior es el que depende de uno mismo el hecho de crear empresa, seguido de la creencia de que si quisiera podría fascinarme ser emprendedor y crear su propia empresa.



**Figura 18.** Controlabilidad.

En general, todos los indicadores de controlabilidad obtienen un buen puntaje, es por eso que un 92% está de acuerdo con tener controlabilidad al momento de iniciar un negocio, mientras un 6% se mantiene en una posición neutral al no afirmar o descartar controlabilidad. Finalmente solo un 2% considera no tener algún tipo de control al momento de iniciar un negocio.

**d. Intención Emprendedora**

En el presente apartado se presentan los aspectos relativos a la intención emprendedora de los estudiantes de administración de la Escuela Profesional de Administración, prestando atención a la intención de crear empresa.

**Tabla 11.** Intención Emprendedora.

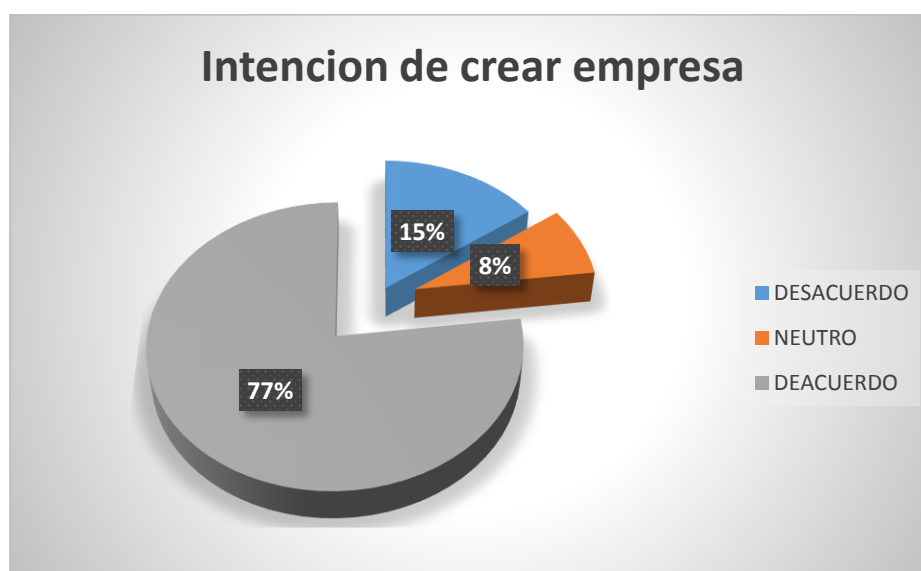
N°	ANTE EL HECHO DE CREAR EMPRESA	DESACUERDO			NEUTRO	DEACUERDO			TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
1	Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser empresario	35	24	41	23	9	12	9	153
2	Mi Objetivo personal es ser empresario		3	4	13	34	56	43	153
3	Me esforzare para crear y dirigir mi propia empresa	0	2	5	1	23	45	77	153
4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	0	0	0	7	45	34	67	153
5	He pensado seriamente en iniciar una empresa	0	1	1	3	13	42	93	153
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	0	5	12	25	34	54	23	153
<b>PROMEDIO</b>		<b>7.00</b>	<b>5.83</b>	<b>10.50</b>	<b>12.00</b>	<b>26.33</b>	<b>40.50</b>	<b>52.00</b>	153
<b>PORCENTAJE SEGÚN ESCALA%</b>		<b>4.58%</b>	<b>3.81%</b>	<b>6.86%</b>	<b>7.84%</b>	<b>17.21%</b>	<b>26.47%</b>	<b>33.99%</b>	<b>100%</b>
<b>PORCENTAJE GENERAL</b>		15%			8%	78%			100%

Fuente: Encuesta de intención emprendedora – 2016.

Como se puede ver en la tabla N°11, 148 estudiantes han pensado seriamente en iniciar una empresa, seguido de 146 encuestados que han

pensado seriamente en iniciar una empresa y 145 personas están decididas a crear una empresa en el futuro.

Por otra parte, 30 estudiantes están dispuestas a hacer cualquier cosa para ser empresario.



**Figura 19.** Intención emprendedora.

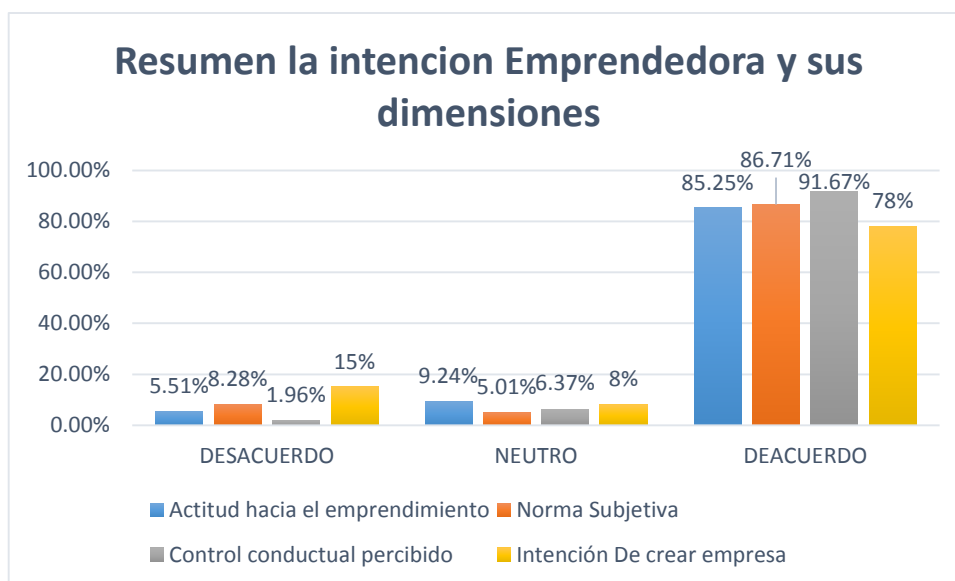
Según la figura N° 18 se puede ver que el 77% está de acuerdo con tener la intención de crear empresa, seguido del 15% que está en desacuerdo y el 8% que está en posición neutra.

### ANÁLISIS DE RESULTADOS GLOBAL

**Tabla 12.** Consolidado de la Intención Emprendedora según a sus dimensiones.

Dimensiones	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	TOTAL
Actitud hacia el emprendimiento	5.51%	9.24%	85.25%	100%
Norma Subjetiva	8.28%	5.01%	86.71%	100%
Control conductual percibido	1.96%	6.37%	91.67%	100%
Intención De crear empresa	15%	8%	78%	100%
PROMEDIO	7.69%	7.16%	85.41%	100.00%

Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora – 2016.



**Figura 20.** Encuesta de Intención Emprendedora- 2016.

Como se puede observar en la tabla N° 11 y en la figura N° 19 se tiene el resultado obtenido de la intención emprendedora bajo sus cuatro dimensiones, donde se observa que un promedio de 85, 41% están de acuerdo con la intención emprendedora según sus subdimensiones, seguido del 7, 16% se muestra en una posición neutral, y finalmente el 7,69% se muestra en desacuerdo con respecto a la intención emprendedora. De acuerdo a los resultados mostrados, se puede deducir que los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración tienen una intención emprendedora positiva.

**OBJETIVO ESPECIFICO N° 3:**

Proponer talleres y actividades orientados a fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.



### 5.3. PROPUESTA PARA EL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

PROPUESTA DE TALLERES Y ACTIVIDADES QUE FOMENTEN E IMPULSEN EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

En esta parte se exponen las propuestas que ayuden a fomentar el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano tomando como base fundamental la literatura y los resultados obtenidos en la presente investigación.

#### **PROPUESTA N° 1: Taller de la Idea al plan de negocio**

Desarrollar e implantar un taller denominado: De la idea al plan de negocio.

Objetivo:

Al finalizar el curso, el participante conocerá:

- Cuál es el proceso emprendedor y será capaz de identificar oportunidades de negocio. Con estas ideas de negocio, será capaz de plantear modelos de negocio innovadores que podrán ser desarrollados en un plan de negocios completo.
- Otro beneficio importante del taller, es que los facilitadores serán voluntarios y serán especialistas en temas de emprendimientos.

Así como amplia experiencia, combinación muy relevante para el desarrollo de un taller como este.

#### Descripción

Se trata de un taller muy dinámico con trabajos grupales en cada una de las sesiones. Todas las sesiones tienen un carácter fundamentalmente práctico que requieren de la permanente intervención de los participantes a través de preguntas, opiniones, sugerencias y contactos en un clima de diálogo y discusión constructiva tomando en cuenta los estándares de ética y valores establecidos por la universidad.

#### Contenidos

##### Unidad Didáctica I:

- El proceso emprendedor: De la idea, al modelo y al plan de negocios.
- Generación y desarrollo de ideas de negocio en base a procesos de innovación.
- El business model canvas de Osterwalder como herramienta de innovación.

##### Unidad Didáctica II: **El Plan de Negocio**

- Objetivo y estructura del plan de negocios.
- Proceso para el desarrollo de un plan de negocios.

**Unidad Didáctica III: Análisis de oportunidades de negocio**

- La investigación de mercados y el uso adecuado de recursos bibliográficos y base de datos para el aprendizaje, la innovación y la investigación.
- El análisis de la industria y el plan estratégico.

**Unidad Didáctica IV: Los planes operativos**

- El plan de marketing.
- El plan de operaciones y su viabilidad operativa.
- El plan de recursos humanos.
- Análisis de costos y estructura de financiamiento.
- El plan financiero y análisis de sensibilidad / rentabilidad económica.
- Responsabilidad social.
- Sostenibilidad ambiental.

**Metodología**

Todas las sesiones tienen un carácter fundamentalmente práctico que requieren de la permanente participación a través de preguntas, opiniones, sugerencias y contactos de los participantes, en un clima de diálogo y discusión constructiva.

Para que esto se dé, se requiere de una actitud abierta y flexible por parte tanto del facilitador como de los participantes, así como de respeto y valoración a la diversidad de opiniones, posturas y estilos culturalmente diferentes, todo ello dentro de los estándares de ética y valores establecidos por la universidad.

Por lo tanto, para el cumplimiento de los objetivos del taller, se realizarán dinámicas grupales, trabajo colaborativo y se promoverán los debates y las discusiones.

Fuera del aula, los participantes deberán realizar investigaciones, visitas de campo, repasar la bibliografía y la teoría y hacer análisis profundos de la información recolectada para su proyecto.

#### Cronograma

##### Día 1

- Presentación del taller.
- El proceso emprendedor.
- El modelo del CANVAS.
- Presentación de las ideas de negocio preliminares por parte de todos los grupos.

##### Día 2

- Objetivo y estructura del plan de negocios.
- Proceso para el desarrollo de un plan de negocios.

- Análisis de oportunidades de negocio.
- La investigación de mercados y el uso adecuado de recursos bibliográficos y base de datos para el aprendizaje, la innovación y la investigación.
- El análisis de la industria y el plan estratégico.
- Presentación de las ideas de negocio por parte de todos los grupos.

#### Día 3

- La investigación de mercados y la estimación de demanda.
- Presentación del plan de la investigación de mercados: objetivos de la investigación, qué herramientas van a utilizar para recoger información.
- Presentación del plan de la investigación de mercados (herramientas exploratorias y concluyentes).
- Presentación de las ideas de negocio por parte de todos los grupos.

#### Día 4

- El plan de marketing.
- El plan de operaciones y su viabilidad operativa.
- El plan de recursos humanos.
- Presentación de las ideas de negocio por parte de todos los grupos.

## Día 5

- Análisis de costos y estructura de financiamiento.
- El plan financiero y análisis de sensibilidad / rentabilidad económica.
- Responsabilidad social.
- Sostenibilidad ambiental.
- Presentación de las ideas de negocio por parte de todos los grupos.

## Día 6

- Presentación de ideas de negocio finales a un panel de expertos.
- Feedback y conclusiones.

**PROPUESTA N° 2: EMPRENDIMIENTOS**

## PROPUESTA N° 2

Realizar ferias y concursos semestralmente con apoyo del Vicerrectorado académico para fomentar los emprendimientos en estudiantes de las distintas escuelas profesionales.

## Objetivo

Fortalecer las actividades de emprendimiento en la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

Descripción:

Así como la Ex - oficina de investigación organizaba concursos de ideas de negocio, artículos científicos y prototipos.

### **PROPUESTA N° 3: ENFOCAR EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN ASESORIA Y CONSULTORIA**

La escuela profesional de administración ya cuenta con un centro de emprendimiento, pues esta debe de ser implementada y debería ser orientado a que brinde asesoría en temas de ideas de negocio, asimismo debe de estar conformado voluntariamente por docentes, egresados y estudiantes.

Objetivo:

Fomentar el emprendimiento en la Escuela Profesional de Administración.

#### **5.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS**

HIPOTESIS ESPECÍFICA 1: En proyectos de emprendimiento, los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración lideran con su participación en concursos y actividades realizadas por la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Se ve claramente en las tablas N°5, N° 6 y N° 7 que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos, además de que cuentan con conocimientos básicos acerca ideas de negocio lo cual es una satisfacción para la Escuela Profesional.

En base a todo lo expuesto en el presente documento, ello lo que nos permite **aceptar y validar la hipótesis específica n° 1.**

HIPOTESIS ESPECÍFICA 2: Las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son la norma subjetiva y el control conductual percibido.

Según los resultados de las dimensiones de la intención emprendedora, las dimensiones de la intención emprendedora, los mismos que se detallan en la tabla N° 10 y N° 11, las dimensiones que predominan más son la norma subjetiva y el control conductual percibido. En base a todo lo expuesto nos permite **aceptar y validar la hipótesis específica n° 2.**

HIPOTESIS GENERAL: El emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno son favorables para mejorar sus capacidades de aprendizaje.

Según el consolidado de los resultados en el cual se realiza la evaluación de las dimensiones de la intención emprendedora, los mismos que se detallan en la tabla N° 11 y la figura N°19, se puede ver que todos están de acuerdo con las dimensiones de la intención emprendedora, mostrando así una intención positiva. En base a todo lo expuesto nos permite **aceptar y validar la hipótesis general.**



## CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación titulado “Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano - 2016”, llega a las siguientes conclusiones:

**PRIMERA:** Referente al objetivo N° 1 e hipótesis N° 1, se concluye que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos tal como se pudo ver que la participación en el III concurso de ideas, prototipos e invenciones fue de 19, 35%, en el IV concurso fue de 48,30%, y para las incubadoras de negocio 3 de 4 equipos son de estudiantes de administración. Por tal motivo, se ve claramente en las tablas N°5, N° 6 y N° 7 de que los estudiantes cuentan con conocimientos básicos acerca ideas de negocio lo cual es una satisfacción para la Escuela Profesional.

**SEGUNDA:** Referente al objetivo específico N° 2 e hipótesis N° 2, las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son: la norma subjetiva con un 86, 71% que indica que la

opinión del entorno es importante para los estudiantes y el control conductual percibido con 78% indicando que ellos tienen control sobre ellos.

## RECOMENDACIONES

Sobre la base de los resultados del Capítulo V, se presentan las siguientes recomendaciones:

**PRIMERA:** La escuela profesional de Administración realice un taller de emprendimientos, denominado De la idea al plan de negocio, para de esta manera traducir su intención en la creación de una empresa. Además de que ayuden a fomentar el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano tomando como base fundamental la literatura y los resultados obtenidos en la presente investigación.

**SEGUNDA:** Otra recomendación es que Realizar ferias semestralmente entre carreras, tomando como iniciativa la Escuela Profesional de Administración con apoyo del Vicerrectorado académico para fomentar los emprendimientos en estudiantes de las distintas escuelas profesionales.

**TERCERA:** Finalmente se recomienda que la escuela profesional de Administración implemente y desarrolle su centro de centro de emprendimiento con el que cuenta, y debería ser orientado a que brinde asesoría en temas de

ideas de negocio, asimismo debe de estar conformado voluntariamente por docentes, egresados y estudiantes.

## BIBLIOGRAFIA

Evans, L., & Reynolds. (1990). Small business formation and employed workers.

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

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion. Introduccion a la metodologia cientifica*. Caracas: Editorial EPISTEME.

Clark. (1998). Creating entrepreneurial universities: organizational path ways of transformation.

Crow, M. (2008). Building an Entrepreneurial University in the future of the Research University.

Etzkowitz. (1998). The norms of entrepreneurial sciencie.

Etzkowitz. (2004). The evolution of the entrepreneurial university.

Gibbs, A. (2005). Creating the entrepreneurial university Worlwide.

Goldstein, L. y. (1997). *Tecnology in the Garden*. University of North Carolina Press.

Gonzalez, J. (1993). *Comportamiento Humano: el recurso basico de las organizaciones empresariales*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Gunning. (2000). Teoria del emprendimiento.

Gutierrez, F. (2006). Desarrollo local endogeno y el papel de las universidades en la formacion de cultura emprendedora e innovadora en territorios socio-deprimidos .

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodologia de Investigacion* (Quinta ed.). Mexico: McGraw-Hill.

Honing, B. (2004). Entrepreneurship Education. .

Krauss. (2011). Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Catolica del Uruguay .

Krueger, D. (2005). The emergence of Entrepreneurship Education.

Marta, M. (2004). El concepto del emrpndimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local .

Mayer, H. (2007). What is the role of the university in the creacion a high technology.

Naciones, C. d. (2003). El Libro Verde de la Comisión de las Naciones Europeas.

Perez, E. (2009). La universidad en la formacion de emprendedores empresariales y el apoyo en la creacion de nuevas empresas. *Gestion del Tercer Milenio, Investigacion de la Facultad de Ciencias Administrativas*.

- Ropke. (1998). The entrepreneurial University Innovaction.
- Rothaermel, F. T. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*.
- Schulte, P. (2004). The entrepreneurial University. *Education in Europe*.
- Schumpeter. (1926).
- Schumpeter. (1942). Capitalismo, Socialismo y Democracia. *Folio*.
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of Economic Development. *New York: Oxfort University Press*.
- Shane, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academic of Management Review*.
- Tarapuez, E., Osorio, H., & Parra, R. (2012). BURTON CLARK Y SU CONCEPCIÓN ACERCA DE LA UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA . *Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*.
- Timmons. (1999). New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990. *Irwin*.
- Vara, A. (2010). *¿Como hacer una tesis en Ciencias Empresariales? Manual breve para los tesisistas de Administración, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. Lima, Peru: Universidad San Martin de Porres.
- Veciana. (1999). Creacion de Empresas como Programa de Investigacion Cientifica. *Revista Europea de Direccion y Economia de la Empresa*.

Wennekers, T. y. (1990). Small Business Economics.

Wompner. (2008). Educacion Superior para el emprendimiento. *Observatorio de la Economia Latinoamericana*.



**ANEXOS**



ENCUESTAS  
INTENCION EMPRENDEDORA



**ENCUESTA DE INTENCION EMPRENDEDORA**

**OBJETIVO:** Estimado alumno, este cuestionario es Anónimo y ha sido puesto en práctica con el propósito de diagnosticar el nivel de intención de emprendimiento en la Escuela Profesional de Administración.

**INDICACIONES:** Lea con atención, cada una de las afirmaciones que están referidas al desarrollo del emprendimiento y elija en una escala de 6 alternativas, las que considere se adecue mejor a su opinión. Marque con una X.

**EDAD:** \_\_\_\_\_ años

**SEXO:**

**Provincia de origen:** \_\_\_\_\_

**1. Actitud hacia el emprendimiento**

	Crear una nueva empresa (ser emprendedor) para ti supondría	Desacuerdo			Neutro	Acuerdo			TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
1	Enfrentarme a nuevos retos								
2	Crear empleo para otras personas								
3	Aplicar los resultados de investigación en proyecto económico								
4	Ser creativo e innovar								
5	Tener altos ingresos económicos								
6	Asumir riesgos calculados								
7	Ser mi propio jefe (independencia)								

## 2. Norma subjetiva

¿Cómo valora la opinión de estas personas respecto al supuesto de crear empresa?	NO IMPORTANTE			NEUTRO	IMPORTANTE		
1 Mi familia directa (padres, pareja y hermano)							
2 Mis amigos íntimos							
3 Mis compañeros de estudio							

## 3. Control Conductual Percibido

CONTROLABILIDAD. INDIQUE HASTA QUE PUNTO ESTAS DEACUERDO CON ESTAS AFIRMACIONES:	DESACUERDO TOTAL			NEUTRO	ACUERDO TOTAL		
	0	1	2	3	4	5	6
1 Si quisiera, podría fascinarme ser emprendedor y crear mi propia empresa							
2 Si creara mi propia empresa, tendría un control total sobre la situación							
3 Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa							
4 Depende totalmente de mí si decido o no crear mi propia empresa y ser emprendedor							

## 4. Intención

N°	ANTE EL HECHO DE CREAR EMPRESA	DESACUERDO			NEUTRO	DEACUERDO		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser empresario							
2	Mi Objetivo personal es ser empresario							
3	Me esforzare para crear y dirigir mi propia empresa							
4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro							
5	He pensado seriamente en iniciar una empresa							
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día							

*Gracias por tu colaboración*

III CONCURSO- 2014

Ord	Are	Paterno	Materno	Nombres	esc_profesional	Grado	Ela d	Telefono	Correo	N_PROYECTO	CATEGORIA	ant2	ant3	ant4	ant5	ant6
1	2	Calchita	calchita	Mario	Administracion	Estudiante	-	-	-	Frappes "oso cremoso"	Idea de Negocios	Escarena Huanc Luis - Administracion	Hugo Mendoza Jove - Administracion	Alex Palomino Trujillo - Administracion	Banasa Villasante - Administracion	-
2	x	Laura	Morillo	Ramiro Pedro	FINESI	Egresado	30	974786734	rplm.mx@gmail.com	Implementacion basada en clovo - computing como mecanismo de fiabilidad de datos criticos en instituciones	Prototipo de Invencciones	-	-	-	-	-
3	1	Apaza	Cutipa	Renzo	FINESI	<b>OBSERVADO</b>	30	959137932	dclup@gmail.com	Sistema para la deteccion y reconocimiento facial utilizando tecnicas hibridas en ingenieros y secuencias de video Puno 2013	Prototipo de Invencciones	Gina Florela Charata Sanchez - FINESI	-	-	-	-
4	1	Laura	Morillo	Ramiro Pedro	FINESI	Egresado	30	974786734	rplm.mx@gmail.com	Framework multiplataforma para procesamiento de imagenes y patrones basados en webpp y html	Idea de Negocios	-	-	-	-	-
5	1	Avarez	Quispe	Juan José	Ingenieria Electronica	Egresado	25	997852500	juanjo44.4@hotmail.com	Diseño de una red de banda ancha usando tecnologia multiapuh	Articulo Cientifico	-	-	-	-	-
6	1	Chahua	Sauritupa	Denis Jhiny	Ingenieria Geologica	Estudiante	22	971402926	jhiny_n100@hotmail.com	Cartografias e interpretacion estructural de la seccion central pumputa km 08 Puno - Moquegua	Articulo Cientifico	David A. Amanaqui Vilca Ing. de Minas	-	-	-	-
7	1	Amanqui	Vilca	David Amadeos	Ingenieria de Minas	Estudiante	22	950484544	davidlav@hotmail.com	Analisis geomecanico e el moxizo rocoso "Pumputa"	Articulo Cientifico	Denis Chahua Sauritupa - Ing Geologica	-	-	-	-
8	1	Amanqui	Vilca	David Amadeos	Ingenieria de Minas	Estudiante	22	950484544	davidlav@hotmail.com	Control estructural e litologico en el empujamiento de yacimientos minerales en el sector suroeste de Puno	Articulo Cientifico	Denis Chahua Sauritupa - Ing Geologica	-	-	-	-
9	3	Paucar	Macedo	Zandra Eliana	Administracion	Estudiante	-	-	-	Aplicacion Movil para el mejoramiento de la distribucion de gas	Prototipo de Invencciones	Alfredo Ivon Palomino Cahmachaca - Ingenieria de sistemas	Eva Maria y ana Sauritupa - Administracion	Gladis Luque Obchochoque - Administracion	Gabriela Yesenia Quispe Sandoval - Administracion	
10	3	Suani	Turpo	Wilson Gregorio	Ciencias Contables y Administrativas	Estudiante	23	975668541	wilsonsuani@peru.com	Produccion y comercializacion de plaratos de quimia "Pesemora" en la Universidad Nacional del Altiplano Puno periodo 2015 - 2020	Idea de Negocios	Henry Aldo Suerei Turpo - Ingenieria Economica	Miguel Zapana Canaza - Ciencias Contables	Salvador pari Vilca - Ciencias Contables	Guian Dante Aguilir Ticona - Ciencias Contables	-
11	3	Vilca	Tismado	Dantiza Nohelia	Administracion	Estudiante	20	951084569	dvlcaisnao@gmail.com	Produccion y comercializacion de Piqueros elaborados en base a quinua, cañahua y cebada	Idea de Negocios	Yunior Lujano Suata - Administracion	Ruben Saul Lopez Choque - Administracion	-	-	-
12	1	Benique	Chino	Guido Wladir	Ingenieria geologica	Estudiante	24	961100103	guido_193@hotmail.com	Eventos magnatios en la caldera San Antonio de esquiache, Cerro Mamasocha - Puno	Articulo Cientifico	Rosendo huayta Quispe - Ing Geologica	-	-	-	-
13	1	Ramos	Banegas	Paul Need	Arquitectura y Urbanis	<b>OBSERVADO</b>	27	951443937	nydlhov@gmail.com	Filosofia de liberacion	Articulo Cientifico	-	-	-	-	-
14	1	Ramos	Banegas	Paul Need	Arquitectura y Urbanis	<b>OBSERVADO</b>	27	951443937	nydlhov@gmail.com	Diseño parametrico	Articulo Cientifico	-	-	-	-	-
15	1	Teves	Huaman	Mónica	Ingenieria agroindustria	Estudiante	20	973221491	lynn_12@hotmail.com	Comportamiento de las curvas de secado y efecto en el rendimiento del aceite esencial de cascara de naranja	Articulo Cientifico	-	-	-	-	-
16	3	Lupa	Flores	Sindy Lizbeth	Administracion	Estudiante	21	950790158	sindy_love93@hotmail.com	Malteada a base de Quinua "Nutritivo"	Idea de Negocios	Gardena Hara Mamani Quispe - Administracion	-	-	-	-
17	3	Tiamia	Pacheco	Joselyne	Administracion	Estudiante	20	980281402	prty_a_h_8@hotmail.com	Desayuno instantaneo con leche	Idea de Negocios	Rosi Sifra Rodriguez Lima - Administracion	Jesus Alban Figueroa Guzman	-	-	-
18	2	Mamam	Jara	Jhon Isaac	MVZ	Estudiante	28	995808847	-	"Kwasay Jaupi"	Idea de Negocios	-	-	-	-	-
19	1	Ceari	Quispe	Delfin	FINESI	Egresado	23	988696926	delfin99@gmail.com	Desarrollo de aplicacion de realidad aumentada en el aprendizaje de ciencia y ambiente para la Institucion Educativa Primaria N° 7723 de Señor de Huaca de la ciudad de Azangano - 2014	Prototipo de Invencciones	Rómulo Huanc Luque - FINESI	Roger Santiago Quile Pan - FINESI	Windeba E. Gutierrez Salguero - FINESI	-	
20	2	Calchita	calchita	Mario	Administracion	Estudiante	-	-	-	Frappes "oso cremoso"	Idea de Negocios	Escarena Huanc Luis - Administracion	Hugo Mendoza Jove - Administracion	Alex Palomino Trujillo - Administracion	Banasa Villasante - Administracion	-

21	1	Huacacillo	aleman	David Ramiro	Ing. Agronomica	Estudiante	951589513	-	CONTENIDO DE MATERIA ORGANICA, HUMEDAD Y TEXTURA DEL SUELO, EN EL DESARROLLO DE BEAULVERIA...	Artículo de investigación científica	Tupiza Montalvo Dávila	Mestas Flores Rossi Govertin	Cahuana Laura Veronica	Maquera Candro Felipe frank	Chahua Alania Juan Esteban
22	3	Mamani	Arcoutupa	Nora	Administración	Estudiante	24	-	PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACION DE CEREALES ANDINOS A BASE DE TARWI EN LA PROVINCIA DE YUNGUYO - PUNO "SUPER CHIP CHIS"	Idea de Negocio	Condori Quispe Glenda Rubella	Chahuaa Plico Rudy	Lerma Humpiri luz milagros	-	-
23	3	Macedo	Mamani	William Max	Cs. Comunicación	<b>OBSERVADO</b>	988096622	<a href="mailto:macedo_1991@hotmail.com">macedo_1991@hotmail.com</a>	GRABO DE TIMIDEZ Y LA EXPRESION ORAL EN LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL UNA-PUNO 2014	Artículo de investigación científica	-	-	-	-	-
24	3	Calle	Cruz	Carlos Alex	Administración	Estudiante	950051959	<a href="mailto:alexcmz@gmail.com">alexcmz@gmail.com</a>	CENTRO DE ENTRENAMIENTO NOCTURNO PARA CRISTIANOS	Idea de Negocio	Quispe Mamani Karen	Sicupaca Mamani Karen	-	-	-
25	2	Portillo	Flores	Milagros Vaneza	Odontología	Estudiante	97486127	<a href="mailto:evanesa@outlook.es">evanesa@outlook.es</a>	EFFECTO DEL UN COLUTORIO CON CAMELINA SENSIS EN EL RECIENTE DE STREPTOCOCCUS MUTANS EN NIÑOS DE 6-9 AÑOS	Artículo de investigación científica	-	-	-	-	-
26	1	Campos	Torres	Jose	ING. Mecanica Electrica	Estudiante	948769089	<a href="mailto:Parteret@gmail.com">Parteret@gmail.com</a>	PRODUCCION Y DIFUSION DE LOS BENEFICIOS DEL BIOGÁS	Idea de Negocio	-	-	-	-	-
27	1	Tevez	Huaman	Monica	Ing. Agronomía	Estudiante	973221491	<a href="mailto:leymn_12@hotmail.com">leymn_12@hotmail.com</a>	COMPORTAMIENTO DE LAS CURVAS DE SECADO Y EFECTO EN EL RENDIMIENTO DE LAS ACETE ESENCIAL DE CASARA DE NARANJA	Artículo de investigación científica	-	-	-	-	-
28	1	Bizarro	Panca	K. Erick	Ing. Química	Estudiante-Dirigido	946660857	<a href="mailto:hukcomprino8@hotmail.com">hukcomprino8@hotmail.com</a>	RECUPERACION EFICIENTE DE ORO CON UN PROTOTIPO PARA SU POSTERIOR FUNDICION CON BORAX EN HORNO DE RESISTENCIA SIN MERCURIO	Prototipo de Inveniones	-	-	-	-	-
29	1	Cayo	Cabrera	Guido Humberto	Ing. Electronica	<b>OBSERVADO</b>	952090957	<a href="mailto:ghec_1@lemaic@hotmail.com">ghec_1@lemaic@hotmail.com</a>	ESTUDIO METODOLÓGICO DE LAS RADIACIONES NO IONIZANTES DE LA TELEFONIA MOVIL	Artículo de investigación científica	Segovia Puentes Justina-Independiente	Heber Mamutur Chata -	-	-	-
30	1	Quilla	Cayllaco	Isaac David	Ing. Agronomía	Estudiante	951010418	<a href="mailto:daqui0907@hotmail.com">daqui0907@hotmail.com</a>	Determinación de la cinética de secado solar de agay amaro (Pty-sines Fenacian 1) y ematización de tabaño	Artículo de investigación científica	Eduar Elvis Huñez Bejar - Ing. Agronomía	Heber Mamutur Chata - Ing. Agronomía	-	-	-
31	1	Soncco	Curpa	William	Ing. Agronomía	Estudiante	962877997	<a href="mailto:wil_yoyo_pw@hotmail.com">wil_yoyo_pw@hotmail.com</a>	provehamiento de la papaya andina para mejorar los ingresos de la ASPPAO - Suntiña	Idea de Negocios	Fredy Nelson Ari Huampiri - Ing. Agronomía	Ulrich Jhersy Mita Chuqui - Ing. Agronomía	-	-	-
32	1	Valenzuela	Antezana	Ricardo N.	Ing. Agronomía	Estudiante	941413116	<a href="mailto:antesana_r@outlook.com">antesana_r@outlook.com</a>	Caracterización de la papaya andina y determinación de vida útil del nectar de papaya andina producido por la asociación de producción SPAAO - Suntiña	Artículo de investigación científica	Heber Mamutur Chata - Ing. Agronomía	-	-	-	-
33	1	Valenzuela	Antezana	Ricardo N.	Ing. Agronomía	Estudiante	941413116	<a href="mailto:antesana_r@outlook.com">antesana_r@outlook.com</a>	Desarrollo y construcción de un prototipo de luz ultravioleta y ensavado automático para incrementar la vida útil de granos de quinua	Prototipo de invenciones	Elvis Huacachi Alvos - Ing. Agronomía	Wimer Santos Mamani - Ing. Agronomía	-	-	-
34	1	Calsin	Icahuamaco	Raul Nidgar	Ing. Agronomía	Estudiante	-	-	Diseni e implementación de una pala quesera automatizada con interfaz en la View	Prototipo de invenciones	Roxana Quispe Nina - Ing. Agronomía	-	-	-	-
35	1	Quispe	Nina	Roxana	Ing. Agronomía	<b>Estudiante - no presento propuesta</b>	23	-	elaboración de nectar nutricional a base de maizana con manay a y linaza	Idea de Negocios	Raul Nidgar Celdin Icahuamaco	-	-	-	-
36	3	Quemasi	Mayhuiri	Juvita	Derecho	<b>Estudiante - no presento propuesta</b>	-	-	El trabajo infantil y los derechos fundamentales en la ciudad de Puno, 2014	Artículo de investigación científica	-	-	-	-	-
37	3	Cesro	Quispe	Flower Olmedo	Administración	<b>Estudiante - no presento propuesta</b>	24	<a href="mailto:olmedos@hotmail.com">olmedos@hotmail.com</a>	Q' chicha	Idea de Negocios	Willy Huarezo Chambi - Administración	Heber Coca Quispe Chambi - Administración	-	-	-
38	3	Maricua	Canza	Eliar Carlos Joel	Administración	Estudiante	9808993	<a href="mailto:de_la@hotmail.com">de_la@hotmail.com</a>	Producción y comercialización de Helados Andros	Idea de Negocios	Angeli Cruz Maydama - administración	Marilyn Mamani Poma - Administración	Elena Vallegos Chambi - Administración	-	-
39	1	Valdez	Baca	Wisney del Pilar	Ing. Agronomía	Estudiante	978634480	<a href="mailto:winyayuch_12@hotmail.com">winyayuch_12@hotmail.com</a>	Producción y venta de hamburguesas "CANDY" con carne de alpaca	Idea de negocios	Eduar Ibañez Bejar Ing. agronomía	John Eduar Pacompi kati - Ing. Agronomía	-	-	-
40	2	Manzaneda	Peralla	Manzo	Odontología	<b>Docente</b>	60	-	Pasta endonómica UNA - PUNO	Prototipo de invenciones	Noemí Zanca Cruz - odontóloga	Manzo Antonio Manzaneda - Físico matemático	Paula Manzaneda Peña - Farmacia y Bioquímica	-	-

41	2	Manzaneda Peralta	Marco	Otontología	Docente	60	-	-	Tratamiento de parálisis facial periférica mediante la medicina	Prototipo de invenciones	Noemi Zanca Cruz - odontología	Marco Antonio Manzaneda - Físico matemático	Alina Manzaneda Peña	Paula Manzaneda Peña - Farmacia y Bioquímica
42	3	Quispe Llaturi	Maggly	Administración	Estudiante	21	951857948	<a href="mailto:ma.azula_17@hotmail.com">ma.azula_17@hotmail.com</a>	Venta de prendas de vestir talla grande SAC	Idea de Negocios	Demays Yesenia - Administración	-	-	-
43	3	Cajma Manani	Nilton Javier	Ciencias Contables y Administrativas	Egresado	22	951016341	<a href="mailto:niltoncajma@hotmail.com">niltoncajma@hotmail.com</a>	Control Interno y su incidencia en operación presupuestal de gasto en la UNAP	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
44	1	Pacori Manani	Hector	Ing. Electronica	Estudiante	27	983314292	<a href="mailto:pmlte.cdr_18@hotmail.com">pmlte.cdr_18@hotmail.com</a>	Calidad de vida de una persona parapléjica	Prototipos de invenciones	Miguel Angel Silva - Ing. Electronica	-	-	-
45	1	Manani Traquila	Wilber Tony	Ing. Electronica	Estudiante	-	-	-	prefabricacion de mecanismos, prototipos y piezas con impresora 3D	Prototipo de invenciones	Lizbeth Noelly Fernandez - Ing. Electronica	-	-	-
46	1	Paredes Apaza	Janio Rafael	Ing. Electronica	Estudiante	24	975887808	<a href="mailto:rafael_17179@hotmail.com">rafael_17179@hotmail.com</a>	servicio y Venta de soluciones led en publicidad, iluminación y argumentación	Idea de negocios	-	-	-	-
47	1	Stibia Tito	Yakéine	Ing. Topografica y Agr	Estudiante	21	983852383	<a href="mailto:chamod23.mae@gmail.com">chamod23.mae@gmail.com</a>	Sondeo de la disimulacion de polietileno del distrito de lampa mediante imágenes satelital Lamsa, STM	Artículos de investigación científica	-	-	-	-
48	3	Condori Cayo	Reina Elizabeth	Administración	Estudiante	-	-	-	Story hand, material educativo para niños	Idea de negocios	Paulina Maara Arana Ticona - Administración	Liliana Marcondori - Administración	-	-
49	3	Palomino Vilca	Giovanna Raquel	Administración	Estudiante	21	964642044	-	Elaboración y comercialización de deliciosas galletas caseras a base de quinua con delicioso sabor, saludables, solo usamos productos 100% naturales, en donde se refleja la originalidad y creatividad Quina Oh	Idea de Negocios	Brenda Grace Paredes Zapana - Administración	-	-	-
50	1	Paredes Apaza	Janio Rafael	Ing. Electronica	Estudiante	24	975887808	<a href="mailto:rafael_17179@hotmail.com">rafael_17179@hotmail.com</a>	Diseño e implementación de un prototipo de lampara led de alto rendimiento y bajo consumo con control remoto	Prototipo de invenciones	Lizbeth Noelly Fernandez - Ing. Electronica	-	-	-
51	1	Manani Arce	Yhony	Físico matemático	Estudiante	20	951084942	<a href="mailto:yhony.arce@gmail.com">yhony.arce@gmail.com</a>	Elaboración y caracterización química de la lipina mediante la tecnica de fluorescencia de rayos x en energía dispersiva (fxed)	Artículo de investigación científica	Huancobito Julian Huancuni Rolando - Físico Matemático	Quispe Lina Guido - Físico Matemático	-	-
52	1	Ascencio Sosa	Marvin Vladimir	Físico matemático	Estudiante	20	957471392	<a href="mailto:ma.mad.hjugs@gmail.com">ma.mad.hjugs@gmail.com</a>	Caracterización química del Chlofo de Azangaro por espectroscopia de fluorescencia de rayos X por energía dispersiva PRXED	Artículo de investigación científica	Edgar David Payé Nuñez - físico matemático	Maribel Sara Vargas Mamani - físico matemático	-	-
53	1	Hurtado Chavez	Angel	ING. Mecanica Electrica	Docente	-	-	-	Utilización de la energía solar pasiva para mejorar el confort en viviendas de Regiones frías	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
54	3	Apaza Lizaraga	Deisy Marleny	Derecho	Estudiante	-	-	-	El uso de espacios públicos por el comercio ambulatorio en la ciudad de Puno	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
55	3	Barrantes	Humberto	Derecho	Estudiante	-	-	-	DESARROLLO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA ISLA TIKINATA - CCOTOS	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
56	3	Ojeda Sallica	Yennia Yaseny	Derecho	Estudiante	-	-	-	EL NEGOCIO MERCANTIL DE CINEPLANET Y EL ABUSO DEL DERECHO	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
57	3	Manani Huacaya	Mercedes	Derecho	Estudiante	-	-	-	Influencia de las condiciones familiares en la Reincidencia delictiva de los internos del Establecimiento Penitenciario Puno-2013	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
58	3	Llamechi Lopez	Myrian Yovana	Derecho	Estudiante	-	-	-	LA VULNERACIONES DEL PRINCIPIO DE PRESUNCION DE INGENCIA EN EL CONTENIDO NORMATIVO DEL ARTICULO 165 DEL CODIGO TRIBUTARIO	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
59	3	Cruz A.	Filavio	Derecho	Estudiante	-	-	-	ABUSO DEL DERECHO SOBRE CONSTRUCCIONES DOMICILIARIAS EN SU AMBITO MATERIAL	Artículo de investigación científica	-	-	-	-
60	3	Choque Tito	Carlos Bladimir	Derecho	Estudiante	-	-	-	EL ABUSO DEL DERECHO DE LA POBLACION PERUANA EN LA PROTESTA LEGAL	Artículo de investigación científica	-	-	-	-

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

**ARTÍCULO CIENTÍFICO**

**ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO Y LA  
INTENCION EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE  
ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL  
ALTIPLANO - 2016**

**AUTOR:**

**BACH. ADM. SAYDI MILAGROS CCAMA PUMA**

**REVISADO POR:**

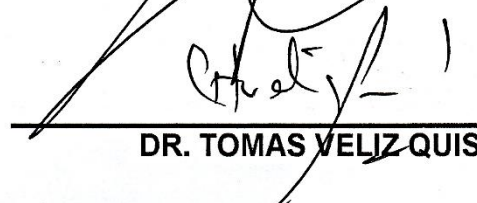
**COORDINADOR DE  
INVESTIGACIÓN**

**:**

  
**Dr. MANUEL ANCHAPURI QUISPE**

**ASESOR DE TESIS**

**:**

  
**DR. TOMAS VELIZ QUISPE**

**PUNO PERÚ**  
**2017**

**ÁREA:** Administración de emprendimientos.

**TEMA:** Emprendimiento universitario y la intención emprendedora.

**ANALISIS DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO Y LA  
INTENCION EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE  
ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL  
ALTIPLANO - 2016**

ANALYSIS OF UNIVERSITY DEVELOPMENT AND  
ENTREPRENEURSHIP OF STUDENTS OF ADMINISTRATION OF  
THE NATIONAL UNIVERSITY OF ALTIPLANO - 2016

SAYDI MILAGROS CCAMA PUMA

E-mail: [saydiccama@gmail.com](mailto:saydiccama@gmail.com)

## **RESUMEN**

**Objetivo:** Analizar el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno – 2016. **Hipótesis:** El emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno son favorables para mejorar sus capacidades de aprendizaje. **Métodos:** Se utilizó un enfoque cuantitativo, debido a que a través de cuestionarios se han recolectado datos numéricos, que ha sido procesados en términos porcentuales e índices numéricos a fin de describir los emprendimientos realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno., el diseño de la investigación es No Experimental, ya que según Hernández, Fernández & Baptista (2010), el estudio se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los



fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. El tipo de la investigación es descriptivo porque permite comprender la descripción y análisis de la naturaleza actual de la presente institución. Este método tiene como objetivo la descripción de situaciones y eventos (que es, como es y cómo se manifiesta este fenómeno). Con una población de 253 estudiantes y con una muestra total de 153 alumnos. Se ha seleccionado en forma probabilística aleatoria simple. **Resultados:** respecto al primer objetivo específico, Se ve que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos, además de que cuentan con conocimientos básicos acerca ideas de negocio lo cual es una satisfacción para la Escuela Profesional. Para el segundo objetivo específico, las dimensiones de la intención emprendedora que predominan más son: la norma subjetiva y el control conductual percibido. Por ultimo para el tercer objetivo específico se Propone la implementación de talleres y actividades orientados a fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

**Palabras clave:** administración, emprendimiento universitario, estudiantes, intención emprendedora, universidad

### ABSTRACT

**Objective:** To analyze the university entrepreneurship and the entrepreneurial intention in the students of the Professional School of Administration of the National University of the Puno Plateau - 2016. **Hypothesis:** The university emprendimiento and the emprendedora intention in the students of the Professional School of Administration of the University National Highland Puno are favorable to improve their learning capabilities. **Methods:** a quantitative approach was used, due to the fact that through questionnaires numerical data have been collected, which has been processed in percentage terms and numerical indices in order to describe the undertakings made by the students of the Professional School of Administration of the University According to Hernández, Fernández & Baptista (2010), since the study is carried out without the deliberate manipulation of variables and in which only the phenomena are observed in their study, the design of the research is Non-Experimental. Natural

environment and then analyzed. The type of research is descriptive because it allows understanding the description and analysis of the current nature of the service provided by the company. This method aims at describing situations and events (that is, how it is and how this phenomenon manifests itself). With a population of 253 students and with a total sample of 153 students. Simple random probabilistic has been selected. **Results:** with respect to the first specific objective, it is seen that the Professional School of Administration leads in the matter of participation in the different competitions, in addition to having basic knowledge about business ideas which is a satisfaction for the Professional School. For the second specific objective, the dimensions of the entrepreneurial intention that predominate most are: the subjective norm and the perceived behavioral control. Finally, for the third specific objective, it is proposed the implementation of workshops and activities aimed at promoting entrepreneurship in the students of the Professional School of Administration Administration of the National University of the Altiplano.

Keywords: administration, entrepreneurship, students, entrepreneurial intent, university.

## 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. Se dice que las universidades contribuyen potencialmente al desarrollo económico de varias formas. Según Luger y Goldstein conceptualizaron que las universidades desarrollan capital humano, crean conocimientos básicos a través de la investigación, establecen la transferencia de conocimientos técnicos existentes, aplican los conocimientos a la creación y comercialización de nuevos productos o procesos, realizan inversiones de capital y participan en lograr una infraestructura en la región basada en el conocimiento. De acuerdo a Ajzen, las intenciones aparecen como el mejor predictor de la conducta planificada, así mismo, crear empresas requiere tiempo e implica una considerable planificación. En consecuencia la conducta emprendedora es un tipo de conducta planificada,

para lo cual los modelos de intenciones son idealmente convenientes, puesto que pueden ofrecer un medio para explicar y predecir mejor dicha conducta emprendedora. En tal sentido es que el presente trabajo tiene como referencias las siguientes investigaciones con respecto al emprendimiento:

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, según Bonilla (2006), en su tesis “Análisis de los servicios de desarrollo empresarial: Programa Bonoemprende 2006”, además el emprendedor puneño esta habido de recibir conocimientos nuevos, para ello requiere de manera urgente profesionales capacitados que faciliten su aprendizaje e inserción al mundo de los negocios. Ello permitirá la información de emprendedores, acción que resulta vital para el efecto multiplicador de la cultura emprendedora, por ende necesitamos en la región de Puno que las autoridades tomen conciencia en la formación de formadores para incentivar a emprendedores en la creación de negocios nuevos. Además, a nivel nacional existe consenso sobre la importancia de contar en el país con empresas como la de la familia Añaños ya que organizaciones como estas son las que generan el desarrollo económico y social de nuestra nación. Si estamos de acuerdo con esta premisa, entonces es fundamental que las universidades jueguen un rol mucho más protagónico en el nacimiento y consolidación de las nuevas empresas, reduciendo la tasa de mortalidad de las nuevas compañías y acrecentando sus posibilidades de éxito, formando una nueva generación de líderes empresariales dispuestos a asumir riesgos sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con redes de apoyo sólidas.

En esta nueva concepción muy pocas universidades han incursionado, por lo que existe un gran mercado para un grande como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; todo depende del consenso entre autoridades y estudiantes, tal y como lo describe Pérez (2009) en su tema de investigación “Las universidades en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas”. En adición esta idea se complementa con otro trabajo de

investigación elaborado por el mismo autor Pérez (2012), en su tema de investigación “¿Cómo perciben el fomento del emprendimiento?”, y cuya conclusión fundamental también está referido a 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, también es necesario resaltar que aunque los estudiantes universitarios tienen los conocimientos técnicos para desarrollar un proyecto empresarial, estos mismos jóvenes no tienen el nivel de motivación necesario como para asegurar la inclinación por el emprendimiento como opción de realización personal y profesional; es por ello que el trabajo motivacional debe ser constante, es decir, la promoción del emprendimiento se inicia con acciones de motivación, estas acciones se deben de realizar a lo largo del proceso de preparación y durante los primeros pasos de puesta en marcha de los nuevos negocios.

En la actualidad, las universidades deben comprometerse con la formación de estudiantes con espíritu emprendedor, de tal forma, que al terminar sus estudios universitarios creen empresas y puedan generar empleo y aporten al desarrollo económico y social de las regiones. Si no se comprometen y no actúan como universidades emprendedoras están condenadas a no prosperar en el entorno que existe hoy en día en nuestra sociedad (Sooreh et al., 2011). Autores como Salamzadeh et al. (2011), resalta la importancia de implantar programas en las universidades en los que se desarrollen capacidades empresariales, se fomente la cultura emprendedora, se dispongan de recursos para su ejecución, se estipulen la metodología que enseñen a sus alumnos a aprender a emprender. Con el objetivo, de formar personas con habilidades y capacidades emprendedoras, que desempeñen un papel activo en la ámbito empresarial de la ciudad y en el progreso y la cohesión social Ruiz, Cabeza, & Briano (2012) en su tema de investigación Universidad y Emprendimiento: Un caso de estudio de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la UGR, 2012”.

Finalmente es necesario precisar que aunque el desarrollo de una actitud favorable al emprendimiento no depende solo del sistema educativo, la parte universitaria de dicho sistema sí puede trabajar para intentar conformar una

actitud como la búsqueda. Así, la actitud favorable hacia la conducta emprendedora podría fortalecerse a través de la educación en conciencia emprendedora (entrepreneurial awareness). Esta idea es considerada por Martínez De Luco & Campos (2014) en su tema de investigación “La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad De Deustuo”. Por ello la investigación responde a la pregunta: ¿Cómo es el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno - 2016?

Por lo cual en el presente trabajo se planteó como hipótesis general:

El emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno son favorables para mejorar sus capacidades de aprendizaje. Ante ello también se planteó el siguiente objetivo general: Analizar el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno – 2016. Para realizar la evaluación, se consideró la escala de Likert que es un parámetro a través del cual los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración dan una ponderación sobre los ítems anteriormente señalados, emitiendo su opinión con respuestas que van desde un estado de 1 (Desacuerdo) y 7 Acuerdo, de manera objetiva o precisa.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque de la investigación es cuantitativo, debido a que a través de cuestionarios se han recolectado datos numéricos, que ha sido procesados en términos porcentuales e índices numéricos a fin de describir los emprendimientos realizados por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, “para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” según hace referencia (Hernández, Fernández & Baptista (2010)). El diseño de la investigación es No Experimental, que podría definirse como el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los

fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Para determinarlos se tomó como referencia la clasificación que realizó Hernández, Fernández y Baptista (2010). El tipo de investigación es descriptivo porque permite comprender la descripción y análisis de la naturaleza actual del servicio prestado por la empresa. Este método tiene como objetivo la descripción de situaciones y eventos (que es, como es y cómo se manifiesta este fenómeno). Los estudios descriptivos a su vez buscan propiedades, características y rasgos importantes de los diferentes fenómenos que se están analizando, en otras palabras busca medir y recoger información sobre los conceptos (variables) a las que se refieren. (Hernández, Sampieri, Fernández, & Baptista). También el método deductivo porque nos permite corroborar los resultados obtenidos en la presente investigación, donde se analiza el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

Este método 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.

**TABLA 13: CRITERIOS PARA DELIMITAR LA POBLACIÓN**

<b>Sexo</b>	<b>Ambos</b>
<b>Edad comprendida</b>	De 18 a 25 años de edad
<b>Turno</b>	Mañana y Tarde
<b>Total de estudiantes</b>	7° Semestre: 73, 8° Semestre, 62, 9° Semestre: 53, 10° Semestre: 65 Total= 253 estudiantes.

*Fuente: Base a los datos proporcionados de Coordinación Académica de la FCCA -2016*

*Elaboración: Propia*

En cuanto al muestreo Hernández, Fernández & Baptista (2010), nos dan la base para realizar la misma, mencionando “la muestra no probabilística todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis”.

En marco a ello, la muestra comprende 153 estudiantes matriculados en el 2016 – II.

La recolección de datos para la presente investigación se realizó a través de la encuesta que se aplicó sobre la Intención Emprendedora por Ajzen (con validez internacional en el contexto académico) de Liñan y Chen, para la determinación de la Intención Emprendedora y para el emprendimiento universitario se recolecto información primaria. La encuesta de intención emprendedora está dirigido a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y tiene 4 sub dimensiones.

En el análisis de los datos se usó la escala de Likert, que es un parámetro a través del cual los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración dan una ponderación sobre los ítems anteriormente señalados, emitiendo su opinión con respuestas que van desde un estado de 1 (Desacuerdo) y 7 Acuerdo, de manera objetiva o precisa. Los datos recolectados en los cuestionarios fueron procesados, organizados y clasificados a través del programa de Excel en un ordenador portátil.

## RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación surgen luego de la aplicación de las encuestas sobre el emprendimiento, los cuales han sido realizados a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, lo que permitió obtener datos que posteriormente fueron tabulados y procesados para conocer las expectativas y percepción de los usuarios en base a las dimensiones de evaluación. Para analizar mejor nuestra variable 1, se ha recopilado datos de fuentes primarias acerca los concursos que ha estado organizando la Universidad Nacional del Altiplano acerca las ideas negocios (Investigaciones). Para ello se obtuvo la base de datos del III concurso en el 2014 y IV concurso realizado en el año 2015, para el 2016 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.

### III CONCURSO DE INVESTIGACION, PROTOTIPO DE INVENCION – 2014

Para este concurso se presentaron un total de 62 equipos de trabajo participantes en modalidades como: ideas de negocio, artículos científicos y prototipo de invenciones. Ahora estos equipos de trabajo son de las diferentes Escuelas Profesionales que existen en la Universidad Nacional del Altiplano. Estos tipos de concursos lo realizaba la ex oficina de Investigación y lo llevaba a cabo anualmente. Asimismo contaba con un presupuesto designado de la propia universidad.

**TABLA 2: III CONCURSO DE INVESTIGACION 2014**

N°	Escuela Profesional	Equipos	N° estudiantes	%
1	Administración	12	46	19.35%
2	Arquitectura y Urbanismo	2		3.23%
3	Ciencias Contables y Administrativas	2		3.23%
4	Cs. Comunicación	1		1.61%
5	Derecho	8		12.90%
6	FINESI	4		6.45%
7	Físico matemático	2		3.23%
8	Ing. Agroindustrial	9		14.52%
9	Ing. Agronómica	1		1.61%
10	Ing. Electrónica	8		12.90%
11	ING. Mecánica Eléctrica	2		3.23%
12	Ing. Minas	3		4.84%
13	Ing. Química	1		1.61%
14	Ing. Topográfica y Agrimensura	1		1.61%
15	Ingeniería Geológica	2		3.23%
16	MVZ	1		1.61%
17	Odontología	3		4.84%
	Total	62		100.00%

*Fuente: Archivos de plan de negocios e incubadoras de negocios de la Ex - Oficina de Investigación de la UNA-2016*

*Elaboración: Propia*

De la tabla anterior se tienen el total de 17 carreras profesionales, de las cuales la Escuela Profesional de Administración lidera con un total de 12 equipos, siendo la mayor cantidad de equipos pertenecientes a una escuela profesional que se presentó en ese año.



#### IV CONCURSO DE ARTICULOS DE INVESTIGACION CIENTIFICA, IDEAS DE NEGOCIO Y PROTOTIPO DE INVENCIONES – 2015

Durante el 2015 se llevó a cabo el IV concurso de artículos de investigación científica, ideas de negocio y prototipo de invenciones. El cual se llevó a cabo el 22 de diciembre de ese mismo año. A diferencia del año anterior los equipos de trabajo que se presentaron a este concurso estuvieron conformados por estudiantes de distintas carreras, con el fin de obtener experiencia y conocimientos en distintas áreas y poder presentar ideas innovadoras que a continuación se muestra:

**TABLA 3: IV CONCURSO DE INVESTIGACION - 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: Archivos de plan de negocios e incubadoras de negocios de la Ex - Oficina de Investigación de la UNA-2016*

*Elaboración: Propia*

Se presentaron un total de 93 estudiantes de las distintas carreras profesionales, sin embargo, a diferencia del año anterior, solo estuvieron presentes 15 escuelas profesionales; de las cuales, 45 de los estudiantes pertenecen a la Escuela Profesional de Administración, lo cual representa un porcentaje mayor siendo el

48,39%, liderando nuevamente la participación de estudiantes en este tipo de eventos.

### 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 Incubadora de Ideas de Negocio. 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 4: GANADORES II ETAPA INCUBADOS**

GRUPOS GANADORES II ETAPA INCUBADOS			
N°	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 Calapuja, Saúl
			Hualpa Mamani, Edgar David
			Cruz Maydana Angela Yarmila
4	Cuarto Lugar	Sopa Instantanea De Quinua Quillpa (Administración)	Chipana Huaman Roxana
			Huillcahuaman Loayza Karina
			Arisaca Apaza Jennifer Raquel
			Mariaca Canaza Elard Carlos Joel

*Fuente: Vicerrectorado académico – 2016.*

*Elaboración: propia*

Tal y como se mostró en la tabla anterior, se tiene la relación de los equipos participantes, junto a la relación de los miembros que conforman dicho grupo. Se ve claramente que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos, además de que cuentan con conocimientos básicos acerca ideas de negocio lo cual es una satisfacción para la Escuela Profesional.

### ANALISIS DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES

**TABLA 5: CONSOLIDADO DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN A SUS DIMENSIONES**

DIMENSIONES	DESACUERDO	NEUTRO	DEACUERDO	TOTAL
<b>Actitud hacia el emprendimiento</b>	5.51%	9.24%	85.25%	100%
<b>Norma Subjetiva</b>	8.28%	5.01%	86.71%	100%
<b>Control conductual percibido</b>	1.96%	6.37%	91.67%	100%
<b>Intención De crear empresa</b>	15%	8%	78%	100%
<b>PROMEDIO</b>	7.69%	7.16%	85.41%	100.00%

*Fuente: Encuesta de Intención Emprendedora - 2016*

*Elaboración: Propia*

Las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son la norma subjetiva y el control conductual percibido. Según los resultados de las dimensiones de la intención emprendedora, las dimensiones de la intención emprendedora que predominan más son la norma subjetiva y el control conductual percibido. Finalmente el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno son favorables para mejorar sus capacidades de aprendizaje.

Según el consolidado de los resultados en el cual se realiza la evaluación de las dimensiones de la intención emprendedora, los mismos que se detallan en la tabla N° 11 y la figura N°19, se puede ver que todos están de acuerdo con las dimensiones de la intención emprendedora, mostrando así una intención y actitud positiva.

## DISCUSIÓN

En esta investigación se pretendió atender la necesidad de conocer el nivel de emprendimiento que hay en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, de manera que se pueda conocer los puntos de interés de los estudiantes en los que los docentes pueden empezar a enfocarse. Ello permitirá entender la posición de los estudiantes con mayor claridad, es por ello que los resultados de esta investigación tendrá una serie de implicaciones a futuro. De acuerdo al resultado obtenido. En cuanto a las universidades y según lo corroborado con Pérez Palacios (2009), los resultados evidencian que la universidades juegan un rol sumamente importante en la formación y consolidación de nuevas empresas con la formación de nuevos profesionales cada vez más enfocados a nuevos aspectos empresariales y sobretodo con los conocimientos básicos necesarios en relación a diferentes negocios, lo cual se manifiesta en saber superar los miedos al momento de asumir retos nuevos y difíciles. Y esto se evidencia en los resultados obtenidos en las tablas 2 y 3 del presente documento, donde se puede apreciar que la escuela profesional de administración lidera los concursos empresariales que se desarrollan en la universidad en donde se demuestra la participación del 19,35% de la E.P. de Administración, seguido por la carrera profesional de Derecho con una participación del 12, 90% al igual que Ingeniería Electrónica, lo cual nos demuestra que la Escuela Profesional de Administración en el periodo 2014 lidero la tabla de posiciones con el mayor número de equipos participantes, por otro lado en comparación al año anterior la Escuela Profesional de Administración, representa un porcentaje de 48,39%, liderando nuevamente la participación de estudiantes en este tipo de eventos, seguido de Ingeniera Agroindustrial con un porcentaje de participación del 12,90% y en tercer lugar esta Ingeniería de Sistemas con un 6,45%. Con respecto a las diversas actividades curriculares que se desarrollan, lo mencionado con Pérez Palacios

(2012) son de suma importancia porque permite complementar los conocimientos impartidos en clases, sin embargo es un problema en toda institución superior la falta de motivación por parte de los maestros hacia los estudiantes: lo cual influye drásticamente en el desempeño de estos en diversas situaciones en las que se encontrarán. Es importante también la acotación que hacen Ruiz, Cabeza, & Briano, (2012) al señalar en su trabajo que las universidades deberían ser más empresariales y mayores incentivos para la participación del profesorado y de los estudiantes en las actividades empresariales (Friedman y Silberman, 2003; Henrekson y Rosenberg, 2001), que estimule el desarrollo de ideas innovadoras, fomentar dentro del ambiente universitario las oportunidades de emprendedurismo. Según detalla la tabla N° 5, los estudiantes muestran altos niveles de intención emprendedora, así como también se observa en la investigación de Gomez (2014) en donde también se coincide en que los mayores obstáculos a superar son los legales así como también los financieros. Además el pensamiento de los jóvenes estudiantes de la carrera de Administración se ve apoyado en la opinión de los familiares y amigos cercanos que, en cierta forma influyen bastante en la toma de decisiones. Por otro lado a diferencia de los resultados que se muestran en la investigación de Ubierna, a nivel de nuestra primera casa superior de estudios, la mayoría de estudiantes con intenciones emprendedoras son varones, esto puede entenderse que aún se mantiene un pensamiento despectivo con respecto a las capacidades femeninas en torno a los negocios. Finalmente se lograron cumplir los objetivos establecidos en el trabajo de investigación, en la cual se pretendía describir los emprendimientos realizados por los estudiantes, así como también describir las dimensiones de intención emprendedora que predominan en estos y así proponer algunos talleres y actividades orientados a fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, coincidiendo satisfactoriamente con los planteamientos de la hipótesis y su respectiva contrastación con los autores referidos.

## BIBLIOGRAFIA

### **LIBROS**

Gibbs, A. (2005). *Creating the entrepreneurial university Worldwide*.

Gunning. (2000). *Teoría del emprendimiento*.

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de Investigación (Quinta ed.)*. Mexico: McGraw-Hill.
- Honing, B. (2004). *Entrepreneurship Education*. .
- Krueger, D. (2005). *The emergence of Entrepreneurship Education*.
- Mayer, H. (2007). *What is the role of the university in the creacion a high technology*.
- Pérez Palacios. (2009). *Las universidades en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas*.
- Ropke. (1998). *The entrepreneurial University Innovation*.
- Schulte, P. (2004). *The entrepreneurial University. Education in Europe*.
- Timmons. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990*. Irwin.
- Vara, A. (2010). *¿Como hacer una tesis en Ciencias Empresariales? Manual breve para los tesisistas de Administración, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. Lima, Peru: Universidad San Martin de Porres.
- Wennekers, T. y. (1990). *Small Business Economics*.
- Wompner. (2008). *Educacion Superior para el emprendimiento. Observatorio de la Economia Latinoamericana*.

### **ARTICULOS**

- Gutierrez Sivira, F. (2006). *Desarrollo local endogeno y el papel de las universidades en la formacion de cultura emprendedora e innovadora en territorios socio-deprimidos* .
- Marta Formichella, M. (2004). *El concepto del emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local*.
- Pérez Palacios. (2012). *¿Cómo perciben el fomento del emprendimiento?*
- Perez Palacios, E. (2009). *La universidad en la formacion de emprendedores empresariales y el apoyo en la creacion de nuevas empresas. Gestion del Tercer Milenio, Investigacion de la Facultad de Ciencias Administrativas*.
- Rothaermel, F. T. (2007). *University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. Industrial and Corporate Change*.

### **TESIS**

- Bonilla Galindo. (2006). *Análisis de los servicios de desarrollo empresarial: Programa Bonoemprende 2006*.

- Krauss. (2011). *Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay* .
- Ruiz Jimenez, Cabeza Pulles, & Briano Turrent. (2012). *Universidad y Emprendimiento: Un caso de estudio de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la UGR, 2012*.
- Tarapuez Chamorro, E., Osorio Ceballos, H., & Parra Hernández, R. (2012). *Burton Clark Y Su Concepción Acerca De La Universidad Emprendedora . Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*.
- Ubierna Gomez. (2014). *La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño*.