

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



TESIS

**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES
PÚBLICAS DE LA MACROREGIÓN SUR DEL PERÚ**

PRESENTADA POR:

RAFAEL RONAL ESCOBEDO PÉREZ

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

PUNO, PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO



DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TESIS

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

PRESENTADA POR:

RAFAEL RONAL ESCOBEDO PÉREZ

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE


.....
Dr. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

PRIMER MIEMBRO


.....
Dr. TOMAS TISNADO CHURA

SEGUNDO MIEMBRO


.....
Dra. GUINA GUADALUPE SOTOMAYOR ALZAMORA

ASESOR DE TESIS


.....
Dr. TOMAS VELIZ QUISPE

Puno, 15 de noviembre de 2019

ÁREA: Administración.

TEMA: Emprendimiento empresarial de las universidades del sur del Perú.

LÍNEA: Liderazgo empresarial.

DEDICATORIA

Con todo cariño y reconocimiento a:

A mis padres Jorge Escobedo Vega y Angélica Pérez Flores por haberme dado la vida y brindado educación, y en especial a mi amada esposa Silvia Chino Dávila, también a mi querido hijo Sebastián Escobedo Chino y mi princesa Briana Escobedo Chino, quienes son fuente de inspiración para luchar en el correcto camino de la vida y alcanzar mis metas y objetivos

Con todo mi amor a Dios por acompañarme en todo momento y darme la fuerza para luchar en la vida.

AGRADECIMIENTOS

- Quiero pragmatizar una profunda gratitud y reconocimiento a la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, mi alma mater, y principalmente a la Escuela de Post Grado por haber logrado en mí, una persona con grandes cualidades y capacidades competitivas. De la misma forma también hago extensivo mi agradecimiento a los docentes del “Doctorado en Administración”, de esta casa de estudios, por haberme inculcado conocimientos científicos - filosóficos, valores, ética y vocación profesional acorde a mi profesión, los cuales serán los pilares fundamentales durante mi vida y desempeño profesional.
- De manera especial también muestro mi inmensa gratitud al Dr. Tomas Veliz Quispe, por su apoyo profesional e incondicional para consolidar el presente trabajo de investigación; mucha gratitud para los miembros del jurado, también a las Universidades Publicas de la Macro región Sur del Perú, quienes me brindaron el apoyo y las facilidades del caso para obtener información que lo plasmo en el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE ANEXOS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco Teórico	2
1.1.1 Universidades Emprendedoras	2
1.1.2 Emprendimiento Empresarial Universitario	4
1.1.3 Intención Emprendedora	6
1.1.3.1 El modelo Teoría de la acción razonada (TRA)	7
1.1.3.2 Modelo del Evento Emprendedor (MEE)	7
1.1.3.3 La teoría del comportamiento planeado (TPB)	7
1.1.3.4 Modelo de Atracción percibida hacia el comportamiento empresarial	8
1.1.3.5 El modelo integral de la intención emprendedora	9
1.2 Antecedentes	10

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Identificación Del Problema	13
2.2 Enunciado del problema de investigación	14
2.2.1 Problema General	14
2.2.2 Problemas específicos	14
2.3 Justificación	14
2.4 Objetivos	15
2.4.1 Objetivo general	15

2.4.2	Objetivos específicos	15
2.5	Hipótesis	16
2.5.1	Hipótesis general	16
2.5.2	Hipótesis específicas	16
CAPÍTULO III		
MATERIALES Y MÉTODOS		
3.1	Lugar de estudio	17
3.2	Población de investigación	17
3.3	Muestra	17
3.4	Método de investigación	18
3.5	Plan de recolección de datos y análisis	19
CAPÍTULO IV		
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		
4.1	Resultados de la investigación	20
4.1.1	Objetivo 1	20
4.1.2	Concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación.	20
4.1.3	Ideas de negocio para incubación y consolidación	21
4.1.4	Concurso de prototipo de invenciones	22
4.1.5	Ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras	22
4.1.6	Objetivo 2	23
4.1.7	Deseabilidad percibida	23
4.1.8	Viabilidad percibida	27
4.1.9	Relación de significancia de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú – 2019	30
4.1.10	Objetivo específico 3	30
4.1.11	Contrastación de hipótesis	32
4.2	Discusión	34
CONCLUSIONES		36
RECOMENDACIONES		38
BIBLIOGRAFÍA		39
ANEXOS		42

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
1. Concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación, 2018-2019	20
2. Ideas de negocio para incubación y consolidación, 2018-2019	21
3. Concurso de prototipo de invenciones. 2018-2019	22
4. Ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras, 2018-2019	22
5. Actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019.	23
6. Norma subjetiva de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	24
7. Auto-eficiencia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	25
8. Control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	26
9. Auto-eficacia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	27
10. Control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	28
11. Medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	30

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. Actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	23
2. Deseabilidad percibida - norma subjetiva de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	24
3. Auto-eficiencia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	26
4. Control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	27
5. Auto-eficacia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	28
6. Control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019	29

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Cuestionario intención emprendedora universitaria	43
2. Lista de cotejo documental	47

RESUMEN

El emprendimiento e intención emprendedora en universidades públicas ha recibido gran atención en la comunidad académica. El objetivo de investigación: Determinar el nivel de actividades de emprendimiento e intención emprendedora desarrolladas por estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú. La investigación de tipo básica, enfoque cuantitativo, no experimental, tipo descriptivo transversal y correlacional; técnicas de encuesta y análisis documental; la población 2508 y muestra de 295 estudiantes. Según los resultados en actividades de emprendimiento un nivel de regular a alto destacan la Universidad Nacional de San Agustín y Universidad Nacional del Altiplano; en deseabilidad percibida un nivel de moderado interés a totalmente interés y en viabilidad percibida de moderada autoconfianza a totalmente autoconfianza. La Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan significativas; sin embargo, la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0.886 superior a la calculada para la Viabilidad percibida; lo que permite concluir la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento.

Palabras claves: Emprendimiento universitario, Intención emprendedora, Universidades emprendedoras, Deseabilidad Percibida, Viabilidad Percibida.

ABSTRACT

Entrepreneurship and entrepreneurial intention in public universities has received great attention in the academic community. The research objective: To determine the level of entrepreneurial activities and entrepreneurial intention developed by students of public universities in the macro region of southern Peru. The basic type research, quantitative, non-experimental approach, cross-sectional and correlational descriptive type; survey techniques and documentary analysis; population of 2508 and sample of 295 students. According to the results in entrepreneurial activities, the National University of San Agustín and the National University of the Altiplano stand out at a regular to high level; in perceived desirability a level of moderate interest at totally interest and in perceived viability of moderate self-confidence to totally self-confidence. The Chi-square calculated for each indicator both are significant; however, the perceived desirability has a Cramer V of 0.886 higher than that calculated for the perceived viability; what allows to conclude the perceived desirability is more strongly related to the intention of entrepreneurship.

Keywords: University Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Universities, Perceived Desirability, Perceived Viability.

INTRODUCCIÓN

Las universidades contribuyen potencialmente al desarrollo económico de varias formas: Desarrollan el capital humano, crean conocimientos básicos a través de la investigación, establecen transferencia de conocimientos técnicos científicos existentes e innovados, aplican los conocimientos a la creación y comercialización de nuevos productos y servicios, realizan inversiones de capital para fortalecer su sostenibilidad y lograr una infraestructura adecuada en la región.

En tal sentido la investigación pretende determinar el nivel de actividades del emprendimiento y la intencionalidad emprendedora desarrolladas por los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú.

En la perspectiva del creciente ecosistema empresarial favorable para la generación del empleo, y siendo las universidades quienes cumplen una tarea responsable con la generación del conocimiento y posibilitar la inserción de sus egresados al mercado laboral.

Se resalta el emprendimiento universitario bajo modelos de intención emprendedora sostenidos en la deseabilidad percibida como el grado de interés y atraktividad hacia ese comportamiento emprendedor y la viabilidad percibida como el grado de confianza para realizar a futuro un emprendimiento empresarial.

Se propone como aporte un modelo de intención emprendedora que presenta como base la triple hélice para el emprendimiento empresarial en las universidades públicas, este vincula a las universidades, el estado y la empresa en un escenario de acercamiento y a desarrollo de actividades económicas empresariales en su ámbito local de desarrollo, y de competitiva de las regiones.

La investigación presenta: El Capítulo I, la revisión de literatura, marco teórico y antecedentes de la investigación; en el Capítulo II, el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos y las hipótesis de investigación; en el capítulo III, materiales y métodos, población y la muestra e instrumentos de recolección de datos, la descripción detallada de métodos por objetivos específicos de investigación; en el Capítulo IV, los resultados y discusión, para terminar con las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Universidades Emprendedoras

El término emprendedor es de origen francés *entrepreneur*, y este enfoque empieza a cambiar con Schumpeter quien propone invenciones e innovaciones (Herrera, 2012).

Es Etzkowitz (1988) quien introduce la expresión “*Emprendedurismo universitario*”, para representar los casos en los cuales las entidades universitarias son una pieza fundamental para el desarrollo económico regional. Y Clark (1998) popularizó el término “Universidad emprendedora”, señala las universidades emprendedoras son aquellas que maximizan el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. En cuanto a la Universidad Emprendedora Tarapuez, Osorio y Parra (2012) el concepto de emprendimiento universitario es como la organización, donde el riesgo es un fenómeno normal y las nuevas prácticas de innovación son iniciadas y continúan hasta llegar a una etapa de comercialización y explotación de utilidades.

Fernández *et al.* (2000) opinan que la relación entre cada tipo de universidad y los diversos tipos de empresa es diferente. Así, una universidad emprendedora se relaciona sin dificultades con una pequeña empresa de sectores avanzados (telecomunicaciones, informática, química, etc.), ya que estas empresas poseen recursos humanos con buena formación superior y media, por tanto, no hay

barreras de lenguaje con los investigadores, lo más importante la innovación en general, actividades de investigación y desarrollo (I&D) en particular forman parte de sus preocupaciones y de su estrategia como empresa. Es desde el año 2000, cuando se presenta 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 en el mundo y el rol que viene a jugar la innovación tecnológica.

Kuratko (2004) y Gibbs (2005) destacan 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 su jurisdicción. Para Blenker *et al.* (2008) las universidades actualmente deben ser universidades modernas donde interactúan los centros de investigación con los profesores, con el objetivo de buscar soluciones a los problemas y necesidades reales del mercado y el medio ambiente.

Rothaermel (2007) en los años 70`s en el campo del emprendimiento se empezó a echar raíces en las escuelas de negocios y principalmente en las escuelas de negocios de Estados Unidos. En los años 80`s la educación emprendedora se inició a impartir en diferentes universidades con materias de emprendimiento empresarial y en centros especializados de emprendimiento. Rothaermel, Agung & Jiang (2007) señalan el emprendedurismo universitario es el corazón del sistema de innovación universitario, que genera la transferencia de conocimiento y tecnología, a través de intermediarios tales como oficinas de transferencia tecnológica y la creación de incubadoras o parques científicos que finalmente generan las empresas de nueva creación.

Gonzales (2018) en términos más conceptuales, una universidad puede ser más emprendedora de dos maneras: Primero, fomentando el emprendimiento académico, que sobre todo sería el uso y comercialización del conocimiento, los hallazgos investigativos de todo orden, y liderando la educación emprendedora. Es decir, profesionales que no salgan a buscar trabajo, sino a crear proyectos para generar valor para a sociedad, sean estas empresas, proyectos sociales o nuevas instituciones públicas, y de la investigación pura a la aplicada,

desarrollando Start Ups sociales, tecnológicos y productivas. Segundo, por otro lado, la *universidad emprendedora* crea espacios institucionales que apoyan la incubación y desarrollo de empresas intensivas, preferentemente en conocimiento y tecnología de la información, pero también en otros rubros de la economía.

Clark (1998) define una serie de características de las universidades emprendedoras: Primero, son rápidas y flexibles para cambiar sus capacidades, cambiando rápida y en forma innovadora sus recursos de administración y los departamentos académicos. Segundo, cuentan con programas académicos y de investigación enfocados en disciplinas y áreas interdisciplinarias. Tercero, diversifican la base de sus recursos económicos y otorgan el acceso de fondos y una amplia base financiera conformadas por organismos de gobiernos, organismos privados, ex alumnos y derechos de propiedad intelectual, logrando así una amplia base financiera. Cuarta, 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. Quinto, las unidades periféricas a los departamentos enlazados son oficinas que tienen contactos con empresas, organismos gubernamentales. Sexto, con ex alumnos que trabajan en la transferencia de conocimiento y desarrollo de la propiedad intelectual, estos centros traen a la universidad la orientación de proyectos prácticos en el desarrollo económico y social.

1.1.2 Emprendimiento Empresarial Universitario

Schumpeter (1942) utiliza el término “*emprender*” para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Expresa la función de los emprendedores, es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente una posibilidad técnica no probada para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera, o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo o reorganizar una industria. etc. Asimismo, define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Es Gutiérrez (2006) quien describe el emprendimiento como una capacidad para realizar proyectos de acción ello en un entorno de oportunidades

e identidades con la necesaria determinación para llevar a cabo y organizar los medios y recursos para aplicarlo; considera además un comportamiento individual y colectivo que hace necesario atributos y competencias básicas y otras extraordinarias que viabilizan la posibilidad de acción por emprender.

Thomas & Versino (2002) señalan a partir de la década de los 80`s, se registra en América Latina un incremento en acciones desarrolladas por las universidades con el fin de generar algún tipo de vinculación con el sector productivo. Este proceso incorporó desde mediados de los años 90`s, mecanismos de creación y promoción de emprendimientos productivos innovadores, el principal arreglo institucional utilizado para lograr dicho objetivo fue el de las incubadoras de empresa.

Según Chinsomboon (2000) una incubadora de empresa se considera un ambiente físico y virtual controlado que alimenta la creación, crecimiento y protección de una nueva empresa en una etapa temprana, antes de que esta se encuentre lista para operar de manera sostenible por sus propios medios. Para la *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2009) es un proyecto global, que fue instituido en el año 1999 por Babson College y London School, con el fin de fortalecer investigaciones relacionadas con el emprendimiento; esta red de investigación busca monitorear el desarrollo del emprendimiento a nivel global para responder a la importancia que este tema ha tenido en los últimos años.

En cuanto a la evolución de las incubadoras se presentan tres generaciones de modelo de incubación yuxtapuestos a su resultado exitoso: En una primera generación concurren dos momentos, inicialmente las incubadoras solo brindaban infraestructura a las empresas, posteriormente se incorporan servicios complementarios, logística, administración para negocios, asistencia y transferencia de tecnología entre otros. En una segunda generación, los modelos de incubación se orientan a los diferentes sectores en que brindan atención, sean sector tecnológico, económico y así como también al tipo de propósito que orienta su gestión; como por ejemplo la creación de nuevas empresas, nuevas líneas de negocios, modernización e innovación, etc. En la tercera y última generación, las incubadoras definen su actuación en base al reconocimiento amplio de lo que es innovación, más allá del ámbito industrial incluyendo desde

las no tecnológicas, las ecológicas, hasta sectores específicos como grupos vulnerables y las relacionadas con la innovación tecnológica. (Lalkaka, 2005)

La Ley Universitaria N° 30220 (2014, Art. 52) señala sobre incubadoras 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 equipo e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial por parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente.

1.1.3 Intención Emprendedora

Los estudios del comportamiento planeado del emprendimiento, comenzaron desde la década del 70` e intentaron predecir estos comportamientos a través de intenciones hacia el comportamiento, pero eliminaban los factores demográficos como condicionantes de dicha intención emprendedora.

Para Fishbein y Ajzen (1975) la intención conductual constituye la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva de determinada persona para realizar una acción, es por ello la intención es predictor y es previo a la conducta o comportamiento. Como norma general la intención más fuerte de desarrollar un comportamiento conllevaría a alcanzar mayor probabilidad de su realización real.

Según Kruger (1993) 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, esta intencionalidad se convierte en un factor clave para comprender todo el proceso de emprendimiento.

1.1.3.1 El modelo Teoría de la acción razonada (TRA)

Ajzen y Fishbein (1975) plantean un modelo conceptual para explicar y predecir el comportamiento social de las personas, esto partiendo de la intención de adoptar dicho comportamiento; en el plantean el comportamiento de un individuo está definida por su intención previa a adoptar dicho comportamiento y la intención está definida a su vez por su actitud hacia el comportamiento y por las normas subjetivas, en una especie de cascada o secuencialidad. La actitud alude a la calificación positiva o negativa que desarrolla el individuo sobre el comportamiento, y aun mas está compuesta por creencias sobre los resultados esperados de desempeñar dicho comportamiento; por su parte las normas subjetivas corresponden a lo que el individuo considera que otros individuos claves para él pensarían si realmente él realizaría dicho comportamiento.

1.1.3.2 Modelo del Evento Emprendedor (MEE)

Shapero y Sokol (1982) consideran tres elementos: Primero, la deseabilidad percibida es el grado en que el individuo siente atracción por un determinado comportamiento de verse como empresario. Segundo, la viabilidad percibida es el grado en que el individuo se siente personalmente en la capacidad de realizar ese comportamiento de iniciar un negocio. Según los autores, ambas percepciones interactúan necesariamente tanto en la percepción de deseabilidad y viabilidad y en no deseabilidad y no viabilidad. Tercero, la propensión a actuar es la disposición individual de actuar sobre una decisión e intencionalidad. Consideran además influencias exógenas, como factores culturales, sociales y contextuales; modelos de rol, experiencia laboral previa o pertenencia a un determinado grupo étnico, estos no afectan directamente a la intención o al comportamiento, pero si operan a partir de la influencia que ejercen sobre las percepciones del individuo.

1.1.3.3 La teoría del comportamiento planeado (TPB)

Ajzen y Fishbein (1991) en la teoría del comportamiento planeado adiciona a la teoría de la acción razonada el elemento control

comportamental percibido. Para ellos el comportamiento está determinado por la intención y por el control sobre el comportamiento. Pero la intención de llevar a cabo un determinado comportamiento es factible de predecir por la actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y el control percibido sobre el comportamiento. Está sostenida entonces en los antecedentes y creencias de comportamiento, normativas y de control y su resultado por también tres factores explicativos la actitud hacia el comportamiento (evaluación personal), las normas subjetivas (presión social) y el control percibido sobre el comportamiento (capacidad para realizar el comportamiento), estas son frecuentemente utilizadas para predecir intenciones de comportamiento del individuo con una elevada precisión.

Tomando como base metodológica el modelo de Ajzen (1985) es Liñan quien elabora un modelo fundado en que la intención hacia un comportamiento y que puede considerarse como el mejor predictor de ese comportamiento. Los elementos actitud hacia el comportamiento y normas subjetivas confluyen en el deseo de realizar la acción y el tercer elemento control del comportamiento alude a la capacidad y eficacia para desarrollar un proyecto empresarial.

1.1.3.4 Modelo de Atracción percibida hacia el comportamiento empresarial

Krueger y Carsrud (1993) Consideran tres antecedentes: Primero, la atracción percibida hacia el comportamiento empresarial, es el grado de deseabilidad que el sujeto siente hacia el comportamiento empresarial, además están las percepciones que el individuo tiene acerca de los resultados esperados del comportamiento. Segundo, las normas sociales percibidas sobre el comportamiento empresarial son las que sobre el individuo ejerce la opinión del entorno cercano que tienen como padres, familiares, amigos, etc. sobre la realización del comportamiento. Tercero, la autoeficacia percibida hacia el comportamiento empresarial, es medida por la confianza del individuo en su capacidad para llevar a cabo un comportamiento determinado. Krueger y Carsrud hacen distinción entre

autoeficacia general, confianza y seguridad en uno mismo, y las autoeficacias percibidas para distintas funciones. Por otro lado, separan de la Teoría del comportamiento planeado las variables exógenas que afectan directamente a las actitudes; mientras que Azjen (1991) que estas variables exógenas influyen en las creencias.

1.1.3.5 El modelo integral de la intención emprendedora

Schalaegel y Koenig (2014) en un modelo integral de la intención emprendedora incluyen dos dimensiones: Primero, deseabilidad percibida: incluye la Actitud hacia el comportamiento, es el grado en que un individuo lleva a cabo una valoración positiva o negativa sobre el comportamiento emprendedor; la norma subjetiva, es la presión social percibida de realizar o no ese comportamiento emprendedor; la auto eficacia empresarial, se ve influenciado por factores externos, variables personales o situacionales; y el control percibido sobre el comportamiento, es la dificultad o facilidad percibida de llevar a cabo un comportamiento emprendedor. Segundo, la viabilidad percibida: incluye la auto eficacia empresarial, hace referencia a la confianza del individuo en sus capacidades y habilidades para iniciar con éxito una empresa; y el control percibido sobre el comportamiento, que refleja la confianza de los individuos en el proceso de control de los resultados potenciales de convertirse en empresario y la capacidad para superar posibles limitaciones externas.

Los autores a través de un meta-análisis demuestran que los antecedentes de la intención empresarial del modelo eventual emprendedor (MEE) y la teoría del comportamiento planeado (TCP), no son constructos que se solapan, sino que son diferentes. Además, indican el deseo de un individuo de realizar el comportamiento emprendedor, coincide con el constructo de deseabilidad percibida del MEE y actúa como variable mediadora de la relación entre las actitudes y las intenciones empresariales, donde la deseabilidad percibida funciona como el factor motivacional que transforman un actitud favorable en intención

empresarial, por su parte las normas subjetivas harán que se forme un deseo positivo hacia ese comportamiento emprendedor.

Últimamente, se destaca el modelo de proceso de creación de empresas en el ámbito universitario, con características de complejo y dinámico, en el se distinguen fases intencionadas las cuales son particularmente relevantes en etapas tempranas del proceso de creación de spins-offs. La empresa spin-off universitaria es el resultado de un proceso empresarial basado en la explotación de una tecnología universitaria. (Rasmussen, 2011)

1.2 Antecedentes

Rodríguez & Prieto (2009) estudiaron la sensibilidad al emprendimiento en o estudiantes universitarios comparativamente en Colombia y Francia, tomado el modelo de atracción percibida hacia el comportamiento de Krueger y Carsrud (1993) y el modelo de comportamiento planeado de Ajzen (1991) explican porque algunas sociedades son más propensas a la creación de empresas que otras, se evidenciaron las diferencias en Colombia y Francia respecto al emprendimiento, los estudiantes colombianos identifican claramente el acto de emprender con los valores propios de su calidad de vida profesional, la norma subjetiva impone en ellos una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad, los estudiantes Colombianos en comparación con los Estudiantes Franceses se perciben como una mejor actitud hacia el emprendimiento.

Martínez & Campo (2014) estudiaron la intención emprendedora en estudiantes universitarios de la Universidad de Deusto, señalan 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 desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a estas necesidades de aprendizaje de los estudiantes. Teniendo en cuenta la teoría de acción planificada de Ajzen (1991) explican para mejorar la intención emprendedora debe trabajarse las actitudes que los estudiantes universitarios mantienen hacia el emprendimiento, fortalecerse sus normas subjetivas y su control percibido sobre él , aunque el desarrollo de una actitud favorable al emprendimiento no depende solo del sistema educativo, la parte universitaria de dicho sistema si se puede trabajar para intentar conformar una actitud como la buscada, por ello la actitud favorable hacia la

conducta emprendedora podría fortalecerse a través de la educación en conciencia emprendedora.

Pérez (2012) estudió como perciben las universidades el fomento del emprendimiento, las universidades reconocen la importancia de fomentar el emprendimiento desde el sistema educativo superior, pero llama la atención que las acciones que se vienen realizando no logran consolidar una intervención efectiva que se traduzca en la creación de nuevas empresas desde las universidades; las universidades deben realizar actividades curriculares y extracurriculares a fin de completar la intervención, en la medida que el emprendimiento es una cuestión de voluntad de libre elección, principalmente en la etapa de puesta en marcha de los nuevos negocios; si bien es cierto la mayoría de estudiantes universitarios tienen los conocimientos técnicos para desarrollar un proyecto empresarial, 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.

Choquehuayta (2016) investigó la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad nacional del Altiplano de Puno, el 43,4% de los estudiantes de la Universidad Nacional Del Altiplano, están de acuerdo que los planes de estudios de su escuela profesional, tienen asignaturas que formen a los alumnos para ser emprendedores; el 48.7% respondieron su escuela ha promovido o lo ha invitado a participar en algún evento sobre emprendimiento; el 36.4% indican su escuela ofrece cursos alternos al plan de estudios de sus escuela, no existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral al término de estudios; el 43.9% piensa cuando terminen de estudiar no estarán aptos para trabajar en el mercado laboral como emprendedores; el 47.8% no desean se les capacite para desarrollar habilidades emprendedoras y el 44.3% no pretende su escuela incorpore cursos alternativos al plan de estudios, para que le ayude a emprender una empresa. Respecto a los obstáculos que atraviesan los estudiantes para crear su propia empresa, el 42.5% piensa existe riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.); el 40.8% dijeron el tiempo es limitado, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja etc.); el 39.9% no tienen temor al fracaso y quedar ridículos; el 42.5% piensa la falta de capital no es una excusa para iniciar algún tipo de emprendimiento; el 36.4% explican las cargas fiscales son un

obstáculo para la iniciativa emprendedora y el 45,2% señalan existe desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.

Lemes (2015) estudió la intención emprendedora de los investigadores universitarios en spin-offs académicas, señala la importancia de la percepción de oportunidades y su influencia en los antecedentes de la intención entre los investigadores universitarios, esta percepción de oportunidades medida a través de cuatro variables: número de oportunidades percibidas, porcentaje de oportunidades que podrían tener éxito de explotarse comercialmente, número de oportunidades en las que se ha invertido tiempo y número de ellas en las que se ha invertido dinero; influye significativamente sobre la actitud hacia el emprendimiento académico, las normas sociales percibidas y el control percibido sobre el comportamiento, si bien no directamente sobre la intención empresarial. Por tanto, cuanto mayor es el número de oportunidades identificadas por el investigador, más atractiva y deseable encuentra la idea de convertirse en emprendedor académico, más aprobación percible por parte de su entorno y más capacitado se siente para llevar a cabo la creación de una spin-off académica. Asimismo, cuanto mayor es el número de oportunidades percibidas que podrían tener éxito de explotarse comercialmente, o mayor es el número de ellas en las que el investigador ha invertido tiempo y dinero, más positivamente valorará esta la posibilidad de crear una spins-off, más apoyo observará de su entorno y menos dificultades percibirán para llevar a cabo dicho comportamiento de análisis de los servicios de desarrollo empresarial.

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Identificación Del Problema

En el mundo el emprendimiento empresarial se encuentra en aumento, y la construcción de un ecosistema empresarial favorable será clave para la generación de empleo. Son las universidades las que deben contar con incubadoras de empresas para fomentar el desarrollo de Start Ups (empresa emergente), y también brindar a los emprendedores el espacio, las conexiones y la asesoría necesaria para madurar sus ideas de negocios. Las Universidades por su naturaleza deben producir conocimiento científico y tecnológico, vincularse con su entorno social y económico y adaptarse a los cambios y buscar mecanismos para financiar sus actividades de investigación y enseñanza. El tránsito hacia un nuevo tipo de universidad que emprende debe partir de la relación tridimensional estado, universidad y empresa y responder con eficacia a procesos sociales de innovación demandados por el país, esta responsabilidad supone nuevas oportunidades frente a su rol de reducir la pobreza y su desarrollo institucional como universidad.

La ley universitaria N° 30220, señala y promueve la iniciativa para a creación de empresas de propiedad de los estudiantes. Brindando asesoría o facilidades en el uso de equipos e instalaciones de la institución. Lo órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben ser 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.

Las teorías y modelos para estudiar la intención emprendedora incluyen la percepción hacia el interés y la confianza del estudiante universitario a desarrollar un comportamiento emprendedor, pero son significativos sus resultados de interés por estas actividades, pero cuando hablamos de normas subjetivas de comportamiento emprendedor estas se expresan más en prácticas teóricas que no satisfacen su intencionalidad para emprender en los estudiantes de las universidades públicas.

La intención emprendedora de los estudiantes de las universidades públicas esta bajo cuestionamiento y son las estrategias de emprendimiento empresarial universitario que pasan por un lento proceso de asimilación. Una buena parte de los estudiantes las perciben con incredulidad a pesar de su fomento al emprendimiento; se puede señalar las actitudes e intención emprendedora son variables complejas y netamente subjetivas.

2.2 Enunciado del problema de investigación

2.2.1 Problema General

¿Cuál es el nivel de actividades de emprendimiento e intención emprendedora desarrolladas por los estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú?

2.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de actividades del emprendimiento desarrolladas por los estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur?
- b) ¿Cuál es el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur?
- c) ¿Qué modelo de intención emprendedora permite contribuir al emprendimiento de los estudiantes de las Universidades públicas de la Macro región sur del Perú?

2.3 Justificación

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

siendo atendida en mejor medida por las universidades privadas. Por el ello, las universidades públicas no están ajenas a esta tendencia de globalización del conocimiento y emprendimiento innovado que parte del talento humano y científico de las universidades públicas. Los países buscan contribuir al desarrollo social y económico, es mérito promover la inversión sobre su potencial del talento humano que se inserta con esperanzas a la universidad, para enfrentar esta disyuntiva se parte de la intención emprendedora, resultados que van a destacar el empleo frente al paradigma de competitividad en que se enfrentan las economías emergentes y principalmente en Latinoamérica del que no se sustrae el Perú.

La investigación aporta con la teorización de los diversos modelos de intención emprendedora en la academia desarrollada en el área de emprendimiento universitario, se debe comparar para presentar alternativas sostenibles de emprendimiento universitario en las universidades públicas, como una opción para generar empleo en el futuro. Además los resultados obtenidos permiten orientar a las Universidades de la Macro región Sur del Perú, con información valiosa acerca de su talento humano que cuentan para enfrentar políticas de apoyo a la intención emprendedora y lograr el desarrollo del espíritu emprendedor desde los claustros universitarios, fomentando estrategias de gestión de innovación y creación de empresas, que usen diversas tecnologías de emprendimiento universitario, tomando en cuenta su orientación al potencial desarrollo económica local de sus áreas de influencia.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

Determinar el nivel de actividades del emprendimiento e intención emprendedora desarrollados por los estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú.

2.4.2 Objetivos específicos

- Determinar el nivel de actividades del emprendimiento desarrollados por los estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur.
- Determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región Sur.

- Proponer un modelo de intención emprendedora para contribuir al emprendimiento de los estudiantes de las Universidades públicas de la Macro región sur del Perú.

2.5 Hipótesis

2.5.1 Hipótesis general

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

2.5.2 Hipótesis específicas

- Las actividades desarrolladas para impulsar el emprendimiento universitario, presenta una alta participación e interés por los estudiantes de las universidades públicas de la Macro región Sur del Perú.
- La deseabilidad percibida emprendedora esta mas fuertemente relacionada con la intención emprendedora de los universitarios que la viabilidad percibida emprendedora, esto en las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Lugar de estudio

El ámbito de estudio de la intención emprendedora, comprende geográficamente a la Macro región Sur del Perú, se realizó la investigación en las universidades públicas: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (UNSA), Universidad Nacional del Altiplano de Puno (UNAP) y Universidad Nacional de Moquegua (UNAM)

3.2 Población de investigación

La Población de la investigación, está conformada 2508 estudiantes de las Escuelas profesionales de Administración, y Gestión pública y desarrollo social de las Universidades públicas de la macro región sur del Perú. Memoria anual de universidades (2018).

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (UNSA), Escuela de Administración (1389); Universidad Nacional del Altiplano de Puno (UNAP) Escuela de Administración (644) y Universidad Nacional de Moquegua (UNAM), Gestión pública y desarrollo social (475) estudiantes.

3.3 Muestra

La muestra de investigación, está constituida por estudiantes de Administración y Gestión pública y desarrollo social de las Universidades Públicas de la Macro región sur.

Utilizando el tamaño de muestra para la estimación de la proporción poblacional o variable cualitativa y por el método de muestreo aleatorio simple.

Proporción favorable: $P = 0.5 = 50\%$

Proporción no favorable: $Q = 1 - P = 1 - 0.5 = 0.5 = 50\%$

Valor de la distribución normal: $Z = 1.96$

Margen de error muestral: $e = 5\% = 0.05$

Población: $N = 2508$ estudiantes

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

$$n^{\circ} = NZ^2PQ / (N-1) e^2 + Z^2PQ$$

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

Para lo cual utilizamos el corrector necesario: Entonces $n^{\circ} / N = 333.2 / 2508 = 0.1328 = 13.28$

La corrección usada es:

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

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

La muestra de investigación está constituida por 295 estudiantes, los cuales fueron tomados por muestreo estratificado, por existir diferencias en población de estudiantes, se seleccionó la muestra de la siguiente manera:

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (UNSA), Escuela de Administración (163); Universidad Nacional del Altiplano de Puno (UNAP), Escuela de Administración (76) y Universidad Nacional de Moquegua (UNAM), Gestión pública y desarrollo social (56) estudiantes.

3.4 Método de investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo con un diseño de investigación no experimental, el tipo de investigación es descriptiva transaccional y correlacional. El método empleado en la investigación es hipotético deductivo.

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

El instrumento de investigación utilizado es un cuestionario estructurado y aplicado a los estudiantes, el mismo ha tenido un carácter anónimo, se ha visitado las siguientes universidades: Universidad Nacional de San Agustín, Universidad Nacional del Altiplano y Universidad Nacional de Moquegua; el otro instrumento es la lista de cotejo documental para las Universidades Públicas de la Macro región Sur del Perú.

3.5 Plan de recolección de datos y análisis

La recolección de datos es por encuesta por cuestionario aplicada y ha tenido un tratamiento manual que generó una base de datos. Por otro lado, la información es procesada y analizada en forma informática a través del paquete estadístico SPSS. Y para el análisis de datos se procedió: Con el Estadístico Chi cuadrado y Cramer

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de la investigación

4.1.1 Objetivo 1

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

Actividades de emprendimiento universitario:

4.1.2 Concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación.

Tabla 1

Concurso de proyectos de investigación científica, tecnológica e innovación, 2018-2019

Nivel	UNSA		UNAP		UNAM		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Regular	3	50%	3	0%	0	0%	6	100%
Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

El 100% con un índice de calificación de regular participación en concurso de proyectos, tecnológicos e innovación (de un máximo de nueve se evidencian 6) destacan en actividades los estudiantes de la UNSA individualmente y grupalmente en el concurso de inventores y creadores y registro de patentes de invención y modelos de utilidad en beneficio de la región Arequipa; la UNAP

presenta convocatorias de proyectos de investigación científica en que pueden participar estudiantes y docentes.

4.1.3 Ideas de negocio para incubación y consolidación

Tabla 2

Ideas de negocio para incubación y consolidación, 2018-2019

Nivel	UNSA		UNAP		UNAM		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Regular	0	50%	0	0%	2	0%	6	18%
Alto	4	0%	5	0%	0	0%	9	82%

El 82% con un índice de calificación de alta participación en ideas de negocio para incubación y consolidación (de un mínimo de 12 se evidencian 9) destacan en actividades los estudiantes de la UNSA con ideas de emprendimiento en Wiñay, concurso mundial de ideas de negocio, concursos para seleccionar equipos que los representen en concurso nacional de Startup Perú 7G., cuenta con oficina de desarrollo de emprendedurismo, realiza talleres de entrenamiento emprendedor y Design Thinking y una alianza de la incubadora Jaku con el ministerio de la producción; brinda asesoría especializada a emprendedores y empresas en etapa temprana de crecimiento, evalúa y potencian sus ideas de negocios, beneficios de mentoría, acceso financiero, red de contactos, espacio de co-working y proceso de emprender (pre-incubación, incubación y post-incubación); y la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: Concurso de incubadora de ideas de negocio para incubación y consolidación, programa de incubación de idea de negocios – Pridin Una, Programa de mentoring de apoyo a emprendedores Una y emprende Una; y solo con un índice de calificación de 18% y regular participación la UNAM., con incuba tu proyecto empresarial en la UNAM.

4.1.4 Concurso de prototipo de invenciones

Tabla 3

Concurso de prototipo de invenciones. 2018-2019

Nivel	UNSA		UNAP		UNAM		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	1	0%	1	0%	0	0%	2	100%
Regular	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

El 100% con un índice de calificación de baja participación en concurso de prototipo de invenciones (de 3 se evidencian 2) destacan escasamente en actividades los estudiantes de las universidades UNSA y la UNAP presenta concursos de robot corcytec.

4.1.5 Ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras

Tabla 4

Ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras, 2018-2019

Nivel	UNSA		UNAP		UNAM		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	0	0%	0	0%	2	0%	2	20%
Regular	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Alto	6	0%	4	0%	0	0%	10	80%

El 80% con un índice de calificación de alta participación en Ferias de emprendimientos e iniciativas innovadoras (de un mínimo de 12 se evidencian 10) destacan en actividades los estudiantes de las universidades UNSA con feria universitaria Unsa 360° y ferias de emprendimientos alimentarios, y UNAP La Universidad Nacional del Altiplano de Puno con feria de emprendimientos “Mi modelo de negocios en Canvas y ferias alimentarias y nutrición; y con el 20% con un índice de calificación de baja participación la UNAM.

4.1.6 Objetivo 2

Determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú

4.1.7 Deseabilidad percibida

Tabla 5
Actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019.

UNIVERSIDAD	ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO		Total
	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	
UNAS	n°	18	145
	%	11,0%	89,0%
UNAP	n°	54	22
	%	71,4%	28,6%
UNAM	n°	39	17
	%	70,0%	30,0%
Total	n°	111	184^a
	%	37.77%	62.23%

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

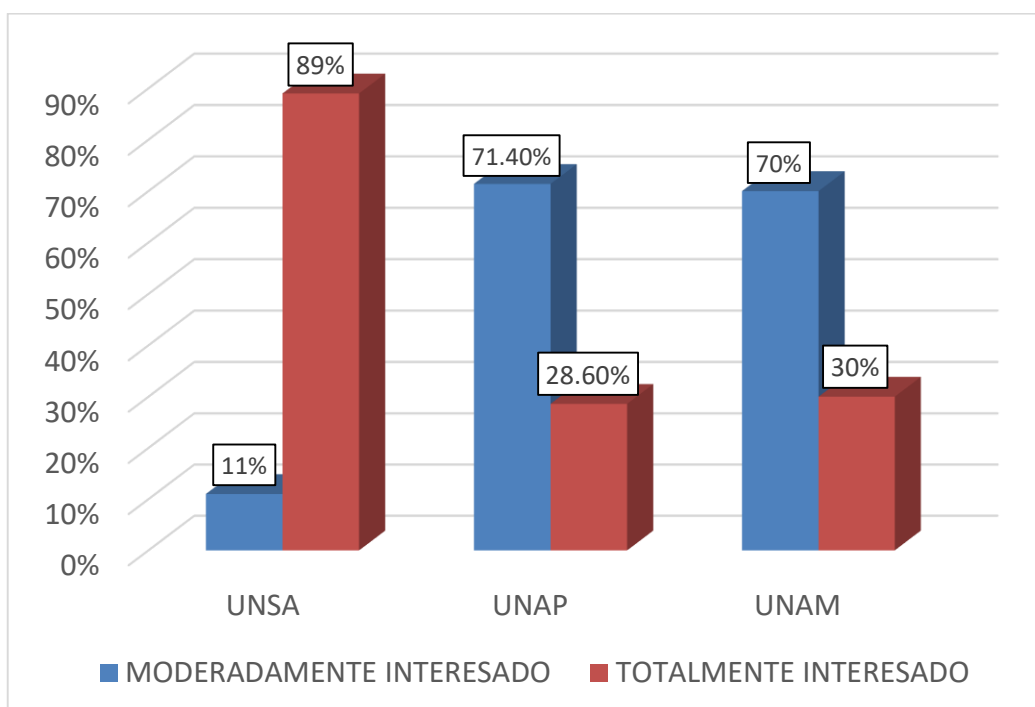


Figura 1. Actitud hacia el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

Fuente: Tabla 5

En la Tabla 5 y Figura 1: Observamos la actitud de deseabilidad percibida hacia el comportamiento empresarial de los estudiantes. Del total de estudiantes la

intención en la UNSA el 89% se muestra totalmente interesado hacia el comportamiento emprendedor, difiriendo en la universidad UNAP se mostraron con un 71.4% de moderadamente interesado y en la UNAM se mostraron moderadamente interesado un 70,0%. Es de destacar en las Universidades públicas de la macro región sur del Perú, una actitud positiva de interés o intención deseable de llevar a cabo el comportamiento emprendedor por los estudiantes, esto en razón principalmente del aprendizaje académico impartido por estas universidades de metodologías o modelos de emprendimiento. Sin embargo, se puede notar las universidades públicas aún están aisladas de un modelo competitivo que vincule Universidad – Empresa - Estado.

Tabla 6
Norma subjetiva de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

UNIVERSIDAD		No interesado	Moderadamente interesado	Totalmente interesado	Total
UNSA	n°	0	104	59	163
	%	0,0%	64,0%	36,0%	100,0%
UNAP	n°	0	70	6	76
	%	0,0%	92,0%	8,0%	100,0%
UNAM	n°	0	43	13	56
	%	0,0%	77,0%	23,0%	100,0%
TOTAL	n°	0	217	78	295
	%	0,0%	73,5%	26,5%	100,0%

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

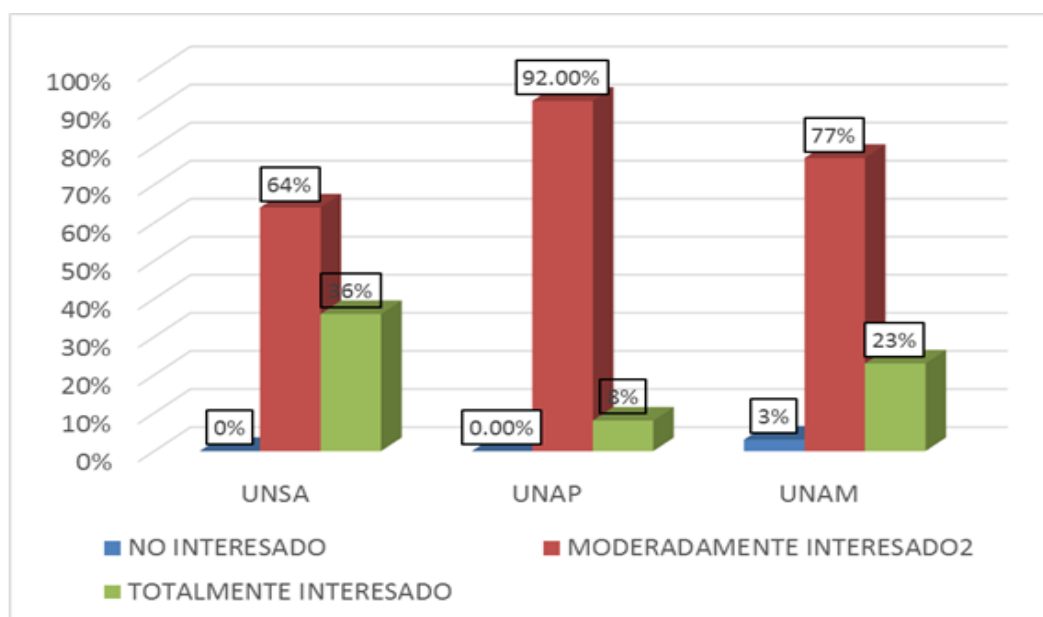


Figura 2. Deseabilidad percibida - norma subjetiva de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

Fuente: Tabla 6

En la Tabla 6 y Figura 2: Observamos la actitud de deseabilidad percibida hacia la norma subjetiva de los estudiantes. Del total de estudiantes de la UNSA el 64% se muestra moderadamente interesado, al igual el 92% moderadamente interesado los estudiantes de la UNAP y el 77.0% moderadamente interesado en la UNAM.

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

Tabla 7
Auto-eficiencia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

UNIVERSIDAD		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	Total
UNSA	n°	78	85	163
	%	48,0%	52,0%	100,0%
UNAP	n°	76	0	76
	%	100,0%	0,0%	100,0%
UNAM	n°	48	8	56
	%	85,0%	15,0%	100,0%
TOTAL	n°	202	93	295
	%	68,5%	31,5%	100,0%

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

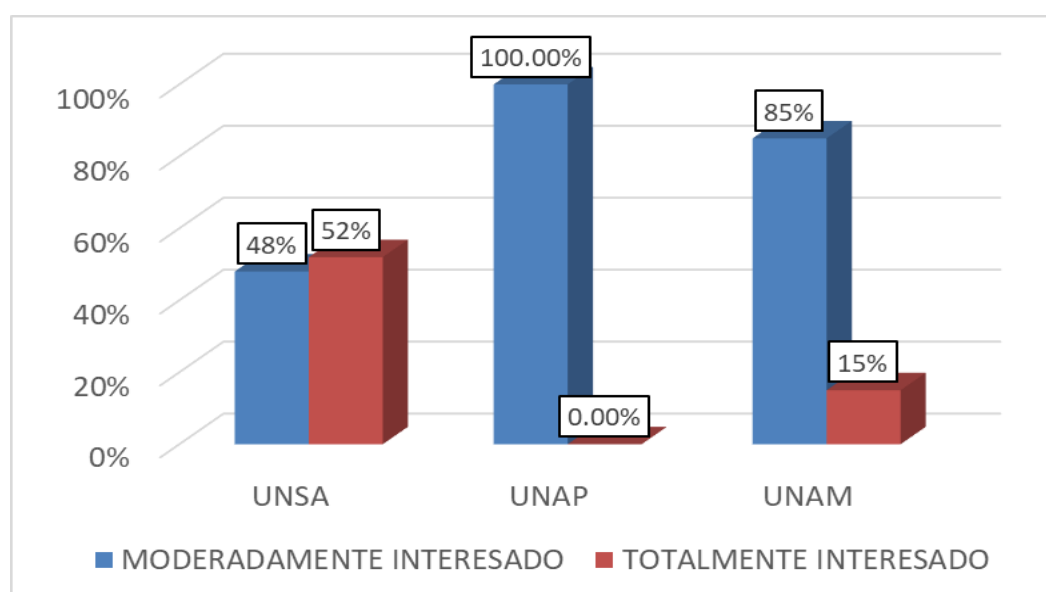


Figura 3. Auto-eficiencia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

Fuente: Tabla 7

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

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

Tabla 8

Control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

UNIVERSIDAD		Moderadamente interesado	Totalmente interesado	Total
UNSA	n°	68	95	163
	%	48,0%	52,0%	100,0%
UNAP	n°	4	72	76
	%	5,0%	95,0%	100,0%
UNAM	n°	16	40	56
	%	28,0%	72,0%	100,0%
TOTAL	n°	88	207	295
	%	29,8%	70,2%	100,0%

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

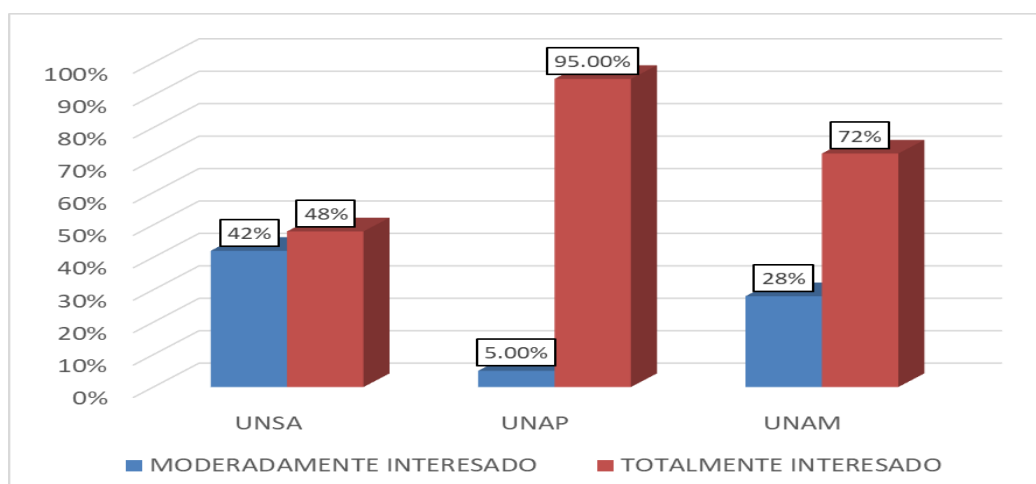


Figura 4. Control percibido sobre el comportamiento de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

Fuente: Tabla 8

En la Tabla 8 y Figura 4: Se observa la actitud de deseabilidad percibida de control percibido sobre el comportamiento. Del total el 58% de los estudiantes de la UNSA se mostró totalmente interesado, Un 95.0% de estudiantes de la UNAP se muestra totalmente interesado y un 72% de estudiantes de la UNAM también totalmente interesado.

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

4.1.8 Viabilidad percibida

Tabla 9

Auto-eficacia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

UNIVERSIDAD		Moderadamente auto-confianza	Totalmente auto-confianza	Total
UNSA	n°	106	57	163
	%	65,0%	35,0%	100,0%
UNAP	n°	76	0	76
	%	100,0%	0,0%	100,0%
UNAM	n°	38	18	56
	%	67,0%	33,0%	100,0%
TOTAL	n°	220	75	295
	%	74,6%	25,4%	100,0%

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

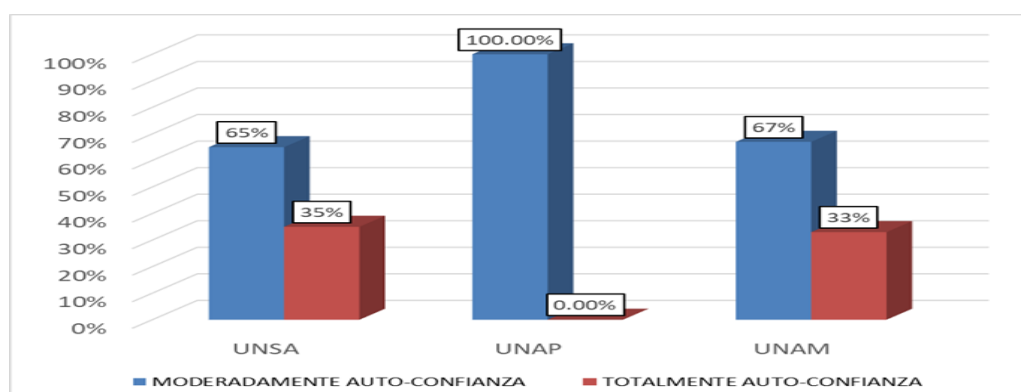


Figura 5. Auto-eficacia empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

Fuente: Tabla 9

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

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

Tabla 10

Control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

UNIVERSIDAD		Moderadamente auto- confianza	Totalmente auto-confianza	Total
UNSA	n°	73	90	163
	%	45,0%	55,0%	100,0%
UNAP	n°	4	72	76
	%	5,0%	95,0%	100,0%
UNAM	n°	27	29	56
	%	47,8%	52,2%	100,0%
TOTAL	n°	104	191	295
	%	35,3%	64,7%	100,0%

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

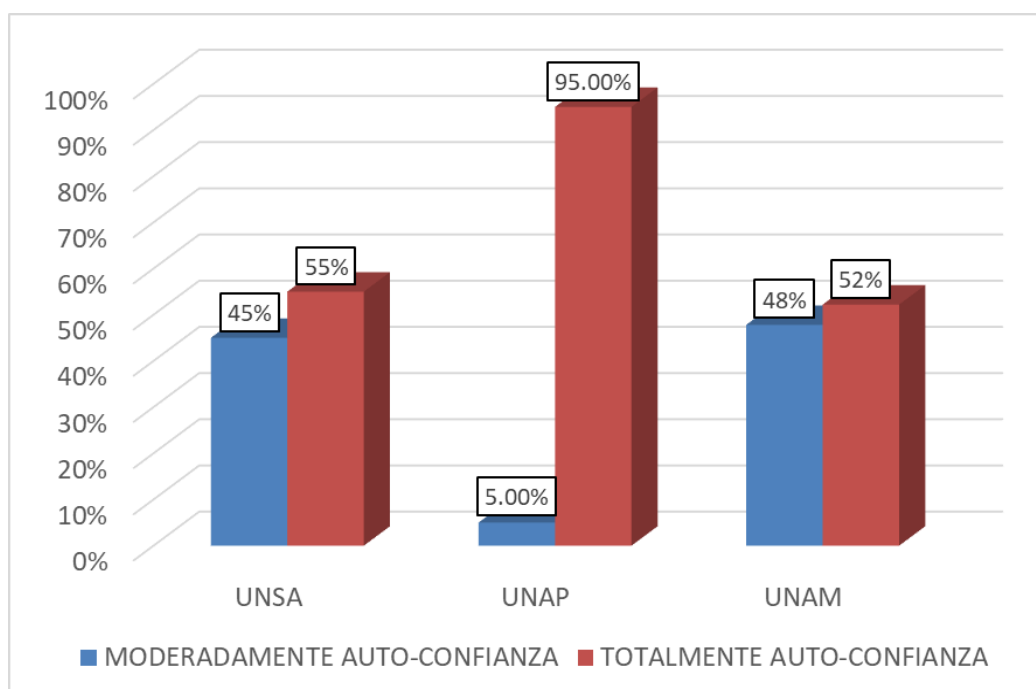


Figura 6. Control percibido sobre el comportamiento empresarial de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019
Fuente: Tabla 10

En la Tabla 10 y Figura 6: Observamos la actitud de auto-confianza de viabilidad percibida de control percibido sobre el comportamiento empresarial de los estudiantes. La mayor parte de los estudiantes se mostraron tener una total auto-confianza en realizar un emprendimiento. El 55% de totalmente auto-confianza de los estudiantes en la UNSA, un 95% de totalmente auto-confianza de los estudiantes en la UNAP, y un 52% de totalmente auto-confianza de los estudiantes en la UNAM.

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

4.1.9 Relación de significancia de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú – 2019

Tabla 11
Medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de estudiantes de las Universidades Públicas de la Macro región sur del Perú, 2019

Valor Chi	Valor V de cuadrado	Significación Cramer	aproximada
VARIABLE			
DESEABILIDAD PERCIBIDA	72452	,886	,000
VIABILIDAD PERCIBIDA	16426	,512	,000

Fuente: Encuesta Universidades públicas de la Macro región sur del Perú- 2019

En la Tabla 11: Observamos en relación a las medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de emprendimiento empresarial de las Universidades públicas de la Macro región sur del Perú. Según las Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan significativas, sin embargo, la Deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0.886 superior a la calculada para la Viabilidad percibida. Por lo tanto, podemos concluir la Deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes de las universidades públicas de la Macro región sur del Perú.

4.1.10 Objetivo específico 3

Proponer un modelo de intención emprendedora para contribuir al emprendimiento de los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú

MODELO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA ESTUDIANTES DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA MACRO REGIÓN SUR DEL PERÚ: BASADO EN LA TRIPLE HÉLICE DE RELACIONES

BASE ADAPTATIVA: Modelo de triple hélice de relaciones entre Universidad, Empresa y Estado bajo el enfoque de Etzkowitz y Leyersdorf.

I. OBJETIVOS:

1. Diagnosticar el espíritu emprendedor, la intención emprendedora y el fomento de la cultura emprendedora en estudiantes de las Universidades públicas del Perú
2. Impulsar la incubación y consolidación de empresas Universitarias bajo el modelo de la triple hélice: Universidad, Empresa y Estado
3. Desarrollar la asociatividad a través de alianzas estratégicas en el modelo Universidad, Empresa y Estado
4. Analizar las relaciones en evolución dinámica entre Universidad, Empresa y Estado
5. Elaborar políticas de emprendimiento con iniciativas de innovación a diferentes escalas de eficiencia empresarial

Diagnóstico:	Vínculo 1 UNIVERSIDAD	Vínculo 2 EMPRESA	Vínculo 3 ESTADO
Espíritu emprendedor	Institutos de investigación y facultades	Empresarios e inversionistas	Legislación, alianzas y aportes para I+D+i
Alumnos: 1. Rasgos de personalidad 2. Habilidades 3. Competencias Intención emprendedora:	- Fomento de cultura emprendedora: 1. Concurso de ideas de negocio (proyectos) 2. Concurso de ferias de emprendimiento 3. Concurso de prototipos de innovación tecnológica	- Empresas Universitarias Incubadas 1. Sociales 2. Productivas 3. Tecnológicas	- Gobierno local: 1. Municipalidades distritales 2. Municipalidades provinciales 3. Entidades financieras 4. ONGs
1. Deseabilidad emprendedora 2. Viabilidad emprendedora Docentes : Investigadores	- Institutos de innovación 1. Publicaciones 2. Patentes - Spin Offs - Facultades 1. Curriculas de estudio	Empresas Universitarias Consolidadas: 1. Sociales 2. Productivas. 3. Tecnológicas	- Gobierno nacional: 1. Munisterio de la producción 2. Concytec 3. Sociedad nacional de industrias 4. Cámara de comercio 5. Entidades bancarias 6. Inversionistas
Parques científicos y tecnológicos - Incubaciones y capital de riesgo. (sostenibilidad y sostenibilidad)			

II. CONTEXTO PROGRAMÁTICO:

1. Programas de diagnóstico del espíritu emprendedor en Universidades públicas del Perú
2. Programas de apoyo al fomento de la cultura emprendedora en Universidades públicas
3. Gestión y monitoría de empresas Universitarias incubadas
4. Gestión y monitoría de empresas Universitarias consolidadas
5. Negociación de alianzas estratégicas Universidad – Empresa – Estado

III. ÓRGANO DE DIRECCIÓN Y EJECUCIÓN

- Vicerrectorado de investigación
- Coordinación de emprendimiento universitario

4.1.11 Contrastación de hipótesis

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1: Las actividades desarrolladas para impulsar el emprendimiento universitario, presenta una alta participación e interés por los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú.

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

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2: La deseabilidad percibida emprendedora está más fuertemente relacionada con la intención emprendedora de los universitarios que la viabilidad percibida emprendedora, esto en las universidades públicas de la macro región sur del Perú

- La deseabilidad percibida emprendedora en las escuelas de administración y gestión pública y desarrollo empresarial de los estudiantes de las Universidades públicas de la Macro región sur del Perú, se presenta moderadamente interesado con un 79.8%, ello se puede verificar con las Tabla 5, 6, 7 y 8; respecto a la viabilidad percibida se presenta moderadamente interesado con un 77.3 %, ello se puede verificar con las Tabla 9 y 10
- Por otro lado, en relación a las medidas de distribución de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida de emprendimiento empresarial de las Universidades públicas de la Macro región sur del Perú, según las Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan significativas a la intención emprendedora. Sin embargo, la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0.886 superior a la calculada para la Viabilidad percibida, ello se verifica con la Tabla 11. Por lo tanto, podemos concluir la Deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes de las Universidades públicas de la Macro región sur del Perú. Por lo tanto, damos por aceptada y validada la hipótesis específica N° 02.

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

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

4.2 Discusión

El interés de la investigación es conocer el emprendimiento de los estudiantes universitarios a partir de las diferentes teorías y modelos de intención emprendedora. A inicios de la década de los ochenta y noventa, se encuentran La *Teoría de acción razonada* (TAR) de Ajzen y Fishbein (1975, 1980), el *modelo del Evento emprendedor* (MEE) de Skapero y Sokol (1982) y la *teoría del comportamiento planeado* de Ajzen (1991); estos modelos predictivos han tenido mayor influencia en los estudios del emprendimiento, parten de un suceso positivo o negativo como quedar desempleado que incida en tu actuar y nuevo comportamiento, la posibilidad creíble de convertirse en emprendedor y otros factores contextuales socio-culturales sobre la percepción de deseabilidad y viabilidad. En suma, el comportamiento del individuo viene determinado por la intencionalidad que se puede predecir a partir de las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido sobre el comportamiento.

Más recientemente, Krueger y Carsrud (1993) y Schalaegel y Koenig (2014) presentan sus modelos articulando dos dimensiones: La deseabilidad percibida y la viabilidad percibida, que toman en gran medida elementos de la teoría de *comportamiento planeado* de Ajzen (1991). Esto son estudiados desde la perspectiva del comportamiento planeado y reafirmados por Martínez de Luco y Campo (2014) cuando señala la intención emprendedora en estudiantes de la Universidad de Deusto, teniendo en cuenta la teoría de acción planificada de Ajzen (1991), a de trabajarse las actitudes, fortalecerse normas subjetivas y el control percibido sobre el comportamiento emprendedor; y Rodríguez y Prieto (2009) en estudiantes de Colombia bajo el modelo de comportamiento planificado de Ajzen, identifica el aspecto socio-cultural en la percepción de la norma subjetiva una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad.

Schalaegel y Koenig (2014) en su modelo integral de intención empresarial toma en cuenta elementos de la teoría de *comportamiento planeado* de Ajzen (1991), y a través de una meta análisis de deseabilidad y viabilidad percibida, demuestran que los antecedentes de la intención empresarial sobre el comportamiento planeado emprendedor no constituyen constructos que se solapan sino que son diferentes. A partir de este modelo en nuestra investigación, encontramos como resultado tanto la deseabilidad percibida y viabilidad percibida en la práctica resultan con percepciones

diferentes, tal como se muestra en los resultados la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0.886 superior a la calculada para la viabilidad percibida, lo que indica que la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento que la viabilidad percibida en los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú.

En las universidades públicas materia de estudio, la deseabilidad percibida en actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva y autoeficiencia emprendedora en relación con la intención emprendedora; presenta resultados de medianamente interés por los estudiantes; esto lo confirma sobre actitud emprendedora Choquehuayta Vilca (2016) el 43.9% piensa que cuando terminen de estudiar no estarán aptos para trabajar en el mercado laboral como emprendedores y a pesar que el 39.9% no tienen temor al fracaso y quedar ridículos y Pérez, E. (2012) al señalar es cierto también la mayoría de estudiantes universitarios tienen conocimientos técnicos para desarrollar un proyecto empresarial, pero no tienen el nivel de motivación necesario como para asegurar la inclinación por el emprendimiento como una opción de realización, por ello llama la atención que las acciones realizadas de fomento del emprendimiento no se traduzca en la creación de nuevas empresas.

CONCLUSIONES

- Las acciones para el fomento de actividades de emprendimiento universitario en los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú, tuvieron alta participación en Ideas de negocios para incubación y consolidación (82%), ferias de emprendimiento e iniciativas emprendedoras (80%), descuidándose las actividades de concurso de prototipos e invenciones; estas se han fortalecido con el impulso de la Ley universitaria que fomenta el emprendimiento universitario.
- El modelo integral de intención empresarial de Schalaegel y Koenig (2014), es el más adaptable para el estudio de la intención emprendedora, el mismo desarrolla la deseabilidad percibida bajo un contexto de interés y la viabilidad percibida desde un contexto de confianza de los estudiantes en la intención y comportamiento emprendedor.
- La intención emprendedora en estudiantes en universidades públicas, a partir de la dimensión deseabilidad percibida medida por el auto-interés, muestra que presentan medianamente interés en: actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva y autoeficiencia emprendedora y totalmente interés en cuanto al control percibido sobre el comportamiento; y a partir de la dimensión viabilidad percibida medida por la auto-confianza, muestra que presentan moderadamente autoconfianza en: Autoeficacia empresarial y totalmente auto-confianza en el control percibido sobre el comportamiento.
- A partir del modelo integral de intención emprendedora de Schalaegel y Koenig (2014), se puede explicar la relación de la deseabilidad percibida y viabilidad percibida, que según la Chi cuadrado calculado para cada indicador ambas resultan

significativas a la intención emprendedora. Sin embargo, la deseabilidad percibida presenta una V de Cramer de 0.886 superior a la calculada para la viabilidad percibida, ello permite considerar la deseabilidad percibida está más fuertemente relacionada con la intención de emprendimiento de los estudiantes de las universidades públicas de la macro región sur del Perú.

RECOMENDACIONES

- Las universidades públicas deben incluir gradualmente la transversalidad curricular del emprendimiento universitario, y actividades extra-curriculares como concurso de ideas de negocio, prototipos de innovación, ferias de negocios y centros de asesoría y consultoría empresas en las facultades y eventos nacionales de emprendimiento emergente
- Los estudiantes deben graduarse con un proyecto de investigación científica de la realidad local y/o con planes de negocios para empresas del mercado local que permitan su inserción en el mercado laboral de la macro región sur
- Los modelos de emprendimiento deben considerar el aspecto socio-cultural, ya que son ejes las economías de subsistencia que existen en la macro región sur del Perú, para responder a las necesidades de innovación empresarial y de desarrollo local.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human. Decision Processes*, 50 (2), 179-211
- Blenker, P., Dreisler, P., Faergeman, H. & Kjeldsen, J. (2008). Un marco para el desarrollo educación empresarial en un contexto universitario. *Revista internacional de emprendimiento y pequeños negocios*, 5 (1).
- Chinsomboon, O. (2000). *Incubators on the New Economy MIT Sloan*. Colorado: University of Colorado .
- Choquehuayta, S. (2016). *Actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la universidad nacional del altiplano de Puno: 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Clark, B. (1998) *Creating entre preneurial universities: Organizational path ways of transformation*. Englewood Cliffs: Prentice-hall.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages. *Research Policy*, 27(8), 823-833
- Fernandez, I., Castro, E., Conesa, F., & Gutierrez, A. (2000). *Una visión crítica de las relaciones universidd empresa: el papel de las estructuras de interrelación*. Retrieved from <http://digital.csic.es/bitstream/10261/132484/1/relacionesuni-empre.pdf>
- Gibbs, A. (2005). *Creating the entrepreneurial university worldwide. Do we need a wholly different model of entrepreneurship?* (Dicussion paper ponencia).
- Global Entrepreneurship Monitor (2009). *Reporte anual Colombia – Bogotá*. Bogotá: Ediciones Uniandes
- González Pernia, J. L. (2007). Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España. *Revista Economía Industrial*, (363), 129-147. Retrieved

- from <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/363/129.pdf>
- Gutierrez, F. (2006). Desarrollo local endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios socio-deprimidos. *Laurus*, 12(22).
- Herrera, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: caracterización del emprendedor. *Económicas CUC*, 33(1), 191-204, Retrieved from <https://Revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/194>.
- Krueger, N. & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and regional development*, 5(4), 315-30
- Kuratko, D. (2004). *Entrepreneurship education in the 21 century: from legitimation to leadership. Paper presented at the United States Association for Small Business and Entrepreneurship (USASBE) National Conference*. Dallas, Texas.
- Lalkaka, R. (2005). New Strategies, structures & skill to strengthen business incubation in the globalizing economy. *Seminario Retos y oportunidades de las incubadoras de empresas*. Zapopan, México.
- Lemes, M. (2015). *La intención emprendedora de los investigadores universitarios: El caso de las Spin-offs académicas, Las Palmas de Gran Canaria*. (Tesis doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España.
- Ley N° 30220. Ley Universitaria. Art. 52 (2014). *Publicado en el Diario Oficial el Peruano*. 9 de julio del 2014. Perú.
- Martínez de Luco, G. y Campo, J. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios, el caso de la universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, LXIX (211), 151-172)
- Pérez, E. (2012). ¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento? *Revistas de investigación UMSM*, 15(29), 52-57. Retrieved from <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8790>
- Rasmussen, E. (2011). Understanding academic entrepreneurship: Exploring the emergence of university spin-off ventures using process theories. *International Small Business Journal*, 29 (5), 448-471.
- Rodriguez, C. & Prieto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar*, 19 (Supl. 1), 73-89.

- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16 (4), 691-791
- Rueda, I. Fernández, A. y Herrero, A. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones regionales*, (26), 141-158.
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: a Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2), 291-332.
- Schlaegel, C. y Koenig, M. (2014) *Determinants of Entrepreneurial Intent: a Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2), 291-332.
- Schumpeter, J. A. (1942) *Capitalismo, Socialismo, y Democracia*. Ediciones Folio. Madrid: Aguilar.
- Shapiro, A. y Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. en Kent, C.A., Sexton, D.L. y Vesper, K.H. (eds.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Tarapuez Chamorro, E., Osorio Ceballos, H. & Parra Hernández, R. (2012). *Burton Clark y su concepción acerca de la Universidad emprendedora*. *Tendencias Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*. Universidad de Nariño, XIII(2), 103-118.
- Thomas, H. & Versino, M. (2002). *Modelos de vinculación inter-institucional en América Latina. Un análisis crítico de experiencias locales de generación de empresas innovadoras*. *Espacios*, 23(3). Retrieved from <http://www.revistaespacios.com/a02v23n03/02230301.html#inicio>



ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario intención emprendedora universitaria

Universidad pública: -----

Escuela profesional: -----

DESEABILIDAD PERCIBIDA

Actitud hacia el comportamiento:

¿Crear una nueva empresa para ti supondría deseos en tu vida en general?	No interesado		Moderadamente interesado		Totalmente interesado	
	0	1	2	3	4	mas
Enfrentar a nuevos retos						
Crear empleo para otras personas						
Ser creativo e innovar						
Tener altos ingresos económicos						
Asumir riesgos calculados						
Ser mi propio jefe						

Norma subjetiva:

¿En qué grado consideras o valoras se muestran de acuerdo e interesados si decides emprender o crear tu propia empresa?	No interesado		Moderadamente interesado		Totalmente interesado	
	0	1	2	3	4	mas
Mi familia directa (padres, hermanos)						
Mis amigos íntimos						
Mis compañeros						

Auto-eficiencia empresarial

¿En qué grado le pondrías empeño a las tareas si creas tu propia empresa?	No interesado		Moderadamente interesado		Totalmente interesado	
	0	1	2	3	4	mas
Definir tu idea de negocio y la estrategia de empresa						
Escribir tú plan de negocios (estudio de mercado, financiero, etc.)						
Cumplir trámites administrativos y burocráticos para crear tu empresa						
Trabajar bajo continuo estrés, presión y conflicto						
Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados						
Relacionarte con personas clave para obtener capital para tu empresa						
Tolerar los cambios inesperados en las condiciones de tu negocio						
Persistir frente a la adversidad en tu negocio						
Buscar asociaciones o alianzas con otras empresas						

Control percibido sobre el comportamiento:

¿Indique hasta qué punto estas interesado o desea ser emprendedor y controlar esa situación?	No interesado		Moderadamente interesado		Totalmente interesado	
	0	1	2	3	4	mas
Si deseara podría fácilmente ser emprendedor y crear mi propia empresa						
Si deseara crear mi empresa tendría un control total sobre la situación						

VIABILIDAD PERCIBIDA

Auto-eficacia empresarial

¿En qué grado consideras la confianza de viabilidad de tú empeño a las tareas que desarrollarás si creas tu propia empresa?	No auto-confianza		Moderadamente Auto-confianza		Totalmente Auto-confianza	
	0	1	2	3	4	mas
Definir tu idea de negocio y la estrategia de empresa						
Escribir tú plan de negocios (estudio de mercado, financiero, etc.)						
Cumplir trámites administrativos y burocráticos para crear tu empresa						
Trabajar bajo continuo estrés, presión y conflicto						
Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados						
Relacionarte con personas clave para obtener capital para tu empresa						
Tolerar los cambios inesperados en las condicones de tu negocio						
Persitir frente a la adversidad en tu negocio						
Buscar asociaciones o alanzas con otras empresas						

Control percibido sobre el comportamiento

¿Indique hasta qué punto tienes confianza de ser emprendedor y controlar esa situación?	No auto-confianza		Moderadamente Auto-confianza		Totalmente Auto-confianza	
	0	1	2	3	4	mas
Si deseara tengo la confianza que podría fácilmente ser emprendedor y controlar la situación						
Si deseara crear mi empresa tengo la confianza que tendría un control total sobre la empresa.						

