



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



**EL EMPRENDIMIENTO EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO EN
LATINOAMÉRICA**

EXAMEN DE SUFICIENCIA DE COMPETENCIA PROFESIONAL
ARTÍCULO DE REVISIÓN

PRESENTADO POR:

Bach. MARIA VITALINA CAYLLAHUA MIRANDA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PUNO - PERÚ

2020



EL EMPRENDIMIENTO EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO EN LATINOAMERICA

ENTREPRENEURSHIP IN THE UNIVERSITY CONTEXT IN LATIN AMERICA

Bach. María Vitalina Cayllahua Miranda

Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas,
Escuela Profesional de Administración, Av. sesquicentenario N° 1150, ciudad
universitaria, Puno, Perú.

marvi124462@gmail.com

RESÚMEN

El emprendimiento está tomando mayor relevancia estos últimos años debido a la crisis económica y el incremento de personas desempleadas, en consecuencia surgen con mayor precisión las iniciativas emprendedoras para la generación de empleo. El presente artículo de revisión tiene como objetivo identificar y describir los factores que motivan el emprendimiento universitario, según las investigaciones realizadas en los países como: Colombia, México, Chile, España, Ecuador y Venezuela. El método utilizado es la recopilación de información de artículos de revistas indexadas, a través de los buscadores informáticos como: Redalyc, Scielo y google académico, con fecha de publicación entre los años 2011 y 2019. Que poseen calificación con cuartiles (Q1, Q2, Q3, Q4) verificados en la plataforma Scimago Journal & Country Rank que evalúa la revista según su impacto. En conclusión en esta investigación se identifica la existencia de factores como los aspectos socioeconómicos, ámbito educativo, rasgos personales y desarrollo personal que motivan a los estudiantes a emprender. En este ámbito potenciar el emprendimiento universitario resulta imprescindible en pro de impulsar el desarrollo de nuevas iniciativas de negocio.

Palabras claves: emprendimiento, emprendimiento universitario, intención emprendedora.

ABSTRACT

Entrepreneurship is becoming more relevant in recent years due to the economic crisis and the increase in unemployed people, as a result, entrepreneurial initiatives for job creation arise more precisely. This review article aims to identify and describe the factors that motivate university entrepreneurship, according to research carried out in countries such as: Colombia, Mexico, Chile, Spain, Ecuador and Venezuela. The method used is the collection of information from indexed journal articles, through computer search engines such as: redalyc, scielo and google scholar, with publication date between the



years 2011 and 2019. Which have qualification with quartiles (Q1, Q2, Q3, Q4) verified on the Scimago Journal & Country Rank platform that evaluates the magazine according to its impact. In conclusion, this research identifies the existence of factors such as socioeconomic aspects, educational environment, personal traits and personal development that motivate students to undertake. In this area, promoting university entrepreneurship is essential in order to promote the development of new business initiatives.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial intention, university entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

“La crisis económica de la última década ha obligado a la población a adaptarse a las nuevas demandas del mercado laboral mediante la búsqueda de nuevos yacimientos de empleo como el autoempleo” (Martínez, Padilla, & Suárez, 2019, p. 130). “El emprendimiento entendido de forma amplia como el desarrollo de una idea o negocio, principalmente en el ámbito empresarial, es hoy sin duda un fenómeno de gran interés y especialmente si éste es innovador” (Juan, 2013, p. 7). Hoy por hoy, el emprendimiento representa una estrategia para el avance económico y social de los países, en la medida en que aprovecha y promueve la iniciativa de los individuos con un alto deseo de independencia económica para generar un círculo virtuoso de prosperidad, innovación, crecimiento y desarrollo (Alvarado & Rivera, 2011).

El objetivo de esta investigación es identificar y describir los factores que motivan al estudiante universitario para tener iniciativa emprendedora, tomando como referencia algunos aportes realizados sobre el tema antes indicado. “Islam *et al.* (2011) menciona que la mayoría de las investigaciones en emprendimiento han dirigido sus esfuerzos a explicar los determinantes del éxito” (Macías, Sánchez, & Zerón, 2019, p. 27).

El emprendedor busca oportunidades y genera cambios con responsabilidad ante diferentes escenarios presentados, en virtud de las modificaciones continuas en el entorno empresarial, además de que las cualidades del ser humano se van formando y fortaleciendo a lo largo de su vida y si en ese proceso la educación y socialización le acompañan podría desarrollar un espíritu emprendedor (Durán, Parra, & Márceles, 2015). Farashah (2015); Lee y Wong (2002) citado por Echeverri & Valencia (2018, p. 4), menciona que “Los factores que pueden afectar las motivaciones de un individuo para fundar un negocio incluyen las características de su contexto profesional, con las disposiciones personales subyacentes, así como las características del contexto situacional”. Valdivia & Alvarado (2013, p. 1575) “El emprendimiento se puede aprender, para ello es necesaria la colaboración entre los diferentes actores de la sociedad:



Universidad, empresa y gobierno”, asimismo Soria, Zúñiga y Ruiz (2016) citado por Tarapuez, García, & Castellano (2018, p. 124), menciona que utilizando la variable sociodemográfica concluyen que los estudiantes que experimentaron mayor cambio en su voluntad de emprender son entre otras cosas los que pertenecen a familia de bajos recursos económicos.

MÉTODOS

En este fragmento se muestra una perspectiva de la metodología aplicada en esta investigación sobre los factores que motivan el emprendimiento universitario. Por ende con el fin de lograr el objetivo antes mencionado se realizó la revisión de la literatura, siendo la técnica utilizada la exploratoria-descriptiva. La búsqueda de los artículos científicos se dio en base a las palabras claves como, emprendimiento, emprendimiento universitario e intención emprendedora. Sobre este contexto se recopiló información de artículos de revistas indexadas, a través de los motores de búsqueda como: la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (redalyc), Biblioteca Científica Electrónica en Línea (scielo), google académico, obteniendo 13 base de datos que cumplen con las siguientes características: artículos relacionados con las variables investigadas, fecha de publicación entre el año 2011 y 2019, publicadas en revistas de acceso abierto y escrita en idioma español. Posteriormente se validó la revista que publicó dichos artículos por medio de la plataforma Scimago Journal & Country Rank que evalúa las revistas según su impacto y se identificó los cuartiles (Q1, Q2, Q3, Q4) que son indicadores de posición de una revista en relación con todas las de su área.

DESARROLLO Y DISCUSION

El emprendimiento es la iniciativa de una persona para desarrollar una idea y convertirlo en un proyecto en particular, que genere fuentes de ingreso. Se realiza la recopilación de información de los conocimientos básicos y generales, para ampliar el panorama del tema investigado. Esta investigación está estructurada de la siguiente manera: se empieza con la definición del emprendimiento según autores, posteriormente se elabora una tabla donde se muestra los factores que motivan el emprendimiento universitario.

Tomando en cuenta las bases teóricas sobre el emprendimiento Klinger (2009) citado por Aquije (2012, p. 27) menciona que “la palabra emprendimiento proviene de la palabra francesa entrepreneur (pionero), la cual, en sus inicios, se refería a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo”. El autor menciona que un emprendedor es un pionero en la generación de nuevas oportunidades de negocio.

También tenemos otra definición “El emprendimiento implica el desarrollo de actitudes y aptitudes; de habilidades y destrezas; de capacidades y fortalezas. Todo ello te permitirá comenzar nuevos desafíos, nuevos proyectos, y te asistirá en todo tu desarrollo hasta que alcances tus objetivos” (Aquiye, 2012, p. 26). Para emprender es necesario reconocer las actitudes y aptitudes con las que cuentas, las debilidades para convertirlas en fortalezas.

Suárez, Suárez y Zambrano (2017, p.24) citado por Borrayo, Valdez, & Delgado (2019, p. 73), menciona que “el emprendimiento es un fenómeno que contribuye de forma significativa en el desarrollo socioeconómico de una región”. También hay autores que conceptualizan al emprendedor como aquella persona que aprovecha la oportunidad arriesgándose a crear empresa y generar rentabilidad continua y escalable. (Gosende, 2011). Definitivamente el emprendimiento aporta en el desarrollo del entorno donde se ejecuta, creando alternativas de solución para la dinamización de la economía.

Estudios sobre las investigaciones del emprendimiento en el contexto universitario en latinoamérica.

De la reunión y análisis de los documentos recolectados según la metodología aplicada se procedió a construir un cuadro que sistematiza toda la información tomando en cuenta los factores que motivan el emprendimiento universitario.

Tabla N° 1.

Factores que motivan el emprendimiento universitario.

AUTOR – AÑO	TITULO	Factores
(Echeverri et al., 2018)	Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: un análisis cualitativo	Nivel socioeconómico
(Durán et al., 2015)	Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario	Ámbito educativo
(Tarapuez et al., 2018)	Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios	Aspectos socioeconómicos
(Alvarado & Rivera, 2011)	Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores	Ámbito educativo
(Borrayo et al., 2019)	Cultura emprendedora en jóvenes universitarios	Ámbito educativo Experiencia en los negocios
(Valdivia & Alvarado, 2013)	Aproximación teórica del emprendimiento universitario	Desarrollo personal Ambito educativo



(Soria, Zuniga, & Ruiz, 2016)	Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio	Ámbito educativo nivel socioeconómico
(Nikulin, Viveros, Dorochesi, Crespo, & Lay, 2015)	Metodología para el análisis de problemas y limitaciones en emprendimientos universitarios	Métodos de resolución de problemas
(Juan, 2013)	Emprendimiento y universidad.	Ámbito educativo
(Diez & Guevara, 2019)	Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios	Desarrollo personal
(Moreno, Parra, Villasmil, Hernandez, & Duran, 2017)	Importancia del pensamiento estratégico y acciones estratégicas para impulsar el emprendimiento social en las universidades	Pensamiento y acciones estratégicas.

Fuente: elaboración propia

En esta sección se desarrolla la descripción de los factores que motivan el emprendimiento universitario obtenidos a partir del análisis de los papers relacionados con esta investigación, Echeverri et al. (2018), en las investigaciones que realizaron exploran los factores que incentivan las intenciones emprendedoras en estudiantes de pregrado del instituto tecnológico metropolitano (ITM), llegando a la siguiente conclusión: se identificó dos posiciones claras; un grupo que ve al emprendimiento como un reto nada sencillo por las barreras evidenciadas (impuestos, el pago a los empleados en momentos de escasez, pago de diversos gastos de la operación) y el otro grupo que considera el emprendimiento como una oportunidad para ser independientes. Además Durán et al. (2015), en la investigación que realizaron promovieron las habilidades requeridas por los estudiantes universitarios de diversas universidades de la ciudad de barranquilla para ser emprendedores exitosos, llegando a la conclusión de que se identificó la existencia de una cultura emprendedora arraigada en el seno de la familia. En este sentido hay una gran tendencia hacia el desarrollo de habilidades en las aulas universitarias, dado que están interesados en capacitarse para enfrentar los retos de emprender. Asimismo Tarapuez et al. (2018), en su investigación busca identificar la relación que existen entre 13 aspectos socioeconómicos con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de carreras presenciales profesionales del último semestre en el departamento del Quindío, llegando a la conclusión de que los aspectos socioeconómicos que más influyen en la intención emprendedora son el tipo de



universidad y por otro lado tener la influencia de un amigo empresario y Alvarado & Rivera (2011) en su investigación muestra los resultados de un proyecto emprendido al interior de los programas administrados por la facultad de ciencias administrativas, contables y económicas de la corporación universitaria autónoma del cauca, en la cual se identificó el emprendimiento según categorías predominantemente económicas, los resultados de esta investigación indican una separación entre las características del emprendimiento y el contexto regional, por ello proponen crear una serie de espacios y estrategias que posibiliten un dialogo entre estos.

También se identificó los factores que motivan al estudiante mexicano para emprender, Borrayo et al. (2019), en su investigación identifica la cultura emprendedora de los jóvenes de la universidad de Guadalajara, México. Para promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores, llegando a la conclusión de que el conocimiento y la experiencia en los negocios tiene mayor impacto por ende se debe de proponer estrategias formativas para promover un modelo universitario orientado al logro de emprendimientos exitosos. Asimismo Valdivia & Alvarado (2013), en su investigación muestra los tipos de educación y prácticas para el fortalecimiento en la enseñanza del emprendimiento universitario llegando a la conclusión de que la autoeficacia que es parte del desarrollo personal aumenta la probabilidad de emprender conjuntamente con un ecosistema transformador interno y externo como apoyos gubernamentales.

En el contexto del emprendimiento chileno se identificó los siguientes factores, según (Soria et al., 2016), en su investigación analiza el efecto que tiene un curso universitario en la intención emprendedora, llegando a la siguiente conclusión: aquellos estudiantes que tienen el interés de emprender poseen estas dos características: consideraban tener los conocimientos, habilidades y experiencia en los negocios para empezar uno nuevo y pertenecían a familias de escasos recursos económicos. Así mismo Nikulin et al. (2015), en su investigación menciona que el emprendimiento es una actividad sumamente riesgoso por muchos factores dentro de ellos la inexperiencia de los emprendedores universitarios en la utilización de métodos que les permitiría alcanzar el éxito, por ello para aumenta las posibilidades de éxito de un emprendimiento presenta una metodología estructurada con base en la teoría de resolución de problemas de inventiva y que mejor cuando el conocimiento es adquirido la metodología se vuelve fácil de aplicar.

En el contexto español también se tiene autores que investigaron sobre los factores que motivan el emprendimiento universitario, Así como Juan (2013), en su investigación



aplicada en universidades con perfiles científico y tecnológico menciona que necesitamos una economía basada en los conocimientos e incorpore creatividad, tecnología e innovación pero con valores, como el respeto, la sostenibilidad y el permanente compromiso ético, concluyendo que la universidad debe en la actualidad formar y generar conocimiento en los estudiantes con el fin de que emprendan.

En este contexto sudamericano, Diez & Guevara (2019), en su investigación evalúa los factores que interviene en la intención emprendedora de estudiantes de pregrado de ocho universidades ubicadas en las tres ciudades más pobladas, se concluye que la autoeficacia como factor reflectivo de segundo orden y la proactividad como factor reflectivo unidimensional, tienen una influencia significativa en la intención emprendedora de universitarios del Ecuador. Finalmente Moreno et al. (2017), en su investigación determina las acciones estratégicas para genera el emprendimiento social desde las universidades venezolanas del sector privado, en conclusión el pensamiento (filosofía de gestión, misión y visión organizacional, política, objetivos y valores) y las acciones estratégicas son determinaste para el emprendimiento social a través de los proyectos de negocios y acciones filantrópicas o humanitarias.

DISCUSIÓN

Las diferentes realidades geográficas en las que se realizaron las investigaciones anteriormente citados podrían servir de guía para reforzar los emprendimientos universitarios peruanos. Un factor que tiene mayor acercamiento a la intención emprendedora es la familia emprendedora como se menciona en la investigación realizada “en las universidades colombianas, específicamente en la institución objeto de estudio, pudo constatarse la existencia de una cultura de emprendimiento, cimentada en el seno de la familia, fomentando así en los estudiantes las habilidades, actitudes y competencias hacia el emprendimiento” (Durán et al., 2015, p. 212). Es importante mencionar que es necesario investigar un factor detonante que pueda transformar la iniciativa emprendedora en la creación real de una empresa.

CONCLUSIÓN

El presente artículo de revisión permitió reunir información significativa, sobre los factores que motivan el emprendimiento universitario, siendo evidente la intención para empezar un emprendimiento en base a los elementos identificados en cada investigación, deduciendo que las intenciones emprendedoras pueden forjarse y potenciarse a través de los siguientes factores: aspectos socioeconómicos (independencia laboral, interactuar en ambientes con entes emprendedores exitosos), ámbito educativo (conocimiento, modelos de enseñanza, estrategias de enseñanza,



universidades de perfil científico y tecnológico), experiencia para poner en marcha un nuevo negocio, rasgos personales (autoeficacia, talento, creatividad), desarrollo personal (proactividad, actitud, valores).

Hoy en día fomentar el emprendimiento en universitarios es importante para promover su independencia y superación en la vida, así mismo supone una oportunidad para aprender a usar los recursos y herramientas que le ayudara a tener un mejor desenvolvimiento en un tipo de actividad elegida, para lo cual existen elementos que aportaran en gran medida la realización del mismo.

AGRADECIMIENTO

A nuestra alma máter, Universidad Nacional del Altiplano Puno y a la Escuela Profesional de Administración por acogerme en su seno para nuestra formación profesional. A los docentes de la Escuela Profesional de Administración por sus sabias enseñanzas y orientaciones para el logro de mis objetivos, en especial a la M. Sc. Zoraima Julieta Laura Castillo cuyo asesoramiento ha servido para realizar el presente artículo de investigación. A mis queridos padres y hermanos por el apoyo incondicional en este proceso de formación profesional.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Alvarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administracion*, 27(45), 61-74. <https://doi.org/10.25100/cdea.v27i45.444>
- Aquije, M. (2012). *Tú eres un emprendedor*. Lima.
- Borrayo, C., Valdez, A., & Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i3.27358>
- Diez, S., & Guevara, R. (2019). Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Contaduría y Administración*, (2020), 1-32.
- Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opcion*, 31(77), 200-215.
- Echeverri, L., Valencia, A., Benjumea, M., & Barrera, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electronica Educare*, 22(2), 1-19.



<https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10>

Gosende, J. (2011). *El libro del emprendedor*. Madrid.

Juan, J. (2013). Tribuna de opinión: Emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 113, 7-27. https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2014.v113.43394

Macías, M., Sánchez, Y., & Zerón, M. (2019). Factores conductuales y gerenciales determinantes del éxito emprendedor en México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(2), 26-39. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i2.27331>

Martínez, I., Padilla, M. T., & Suárez, M. (2019). *Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento Applying Delphi method to identification of success*. 37, 129-146.

Moreno, Z., Parra, M., Villasmil, M., Hernandez, B., & Duran, S. (2017). Importancia del pensamiento estratégico y acciones estratégicas para impulsar el emprendimiento social en las universidades Venezolanas. *Espacios*, 38(45), 1-13.

Nikulín, C., Viveros, P., Dorochesi, M., Crespo, A., & Lay, P. (2015). Metodología para el análisis de problemas y limitaciones en emprendimientos universitarios. *Innovar*, 27(63), 91-106. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n63.60669>. CITACI

Soria, K., Zuniga, S., & Ruiz, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25-34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Tarapuez, E., García, M., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123-135. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>

Valdivia, M., & Alvarado, A. (2013). Aproximación teórica del Emprendimiento Universitario. *Opción*, 53(9), 1689-1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>