

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



FORMACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE CHICLAYO

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

CAROLINA NAOMI QUIROZ PURIZACA

ASESOR

JORGE ALFREDO HUARACHI CHÁVEZ

<https://orcid.org/0000-0002-3243-962X>

Chiclayo, 2021

**FORMACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE
CHICLAYO**

**PRESENTADA POR:
CAROLINA NAOMI QUIROZ PURIZACA**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Cesar Luis Jesús Olivos Villasís
PRESIDENTE

María de las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez
SECRETARIO

Jorge Alfredo Huarachi Chávez
VOCAL

Dedicatoria

Con todo mi cariño dedico a Dios y la Virgen de Guadalupe por guiar mi camino en el desarrollo de la presente investigación. A mis padres Flor y Eugenio, por ser soporte y alentarme en todo momento con mucho amor, ustedes son la razón y motivo de superarme día a día.

Agradecimientos

A quienes aportaron en la realización del presente artículo, en especial a mi asesor Jorge Huarachi Chávez PhD por su tiempo y seguimiento, a mi profesora de tesis M.Sc. Carla Gamarra Flores por sembrar en mí el gusto por la investigación en cada clase; asimismo, directivos de la universidad, docentes y entidades gubernamentales que me ofrecieron su apoyo incondicional.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
Revisión de Literatura	9
Materiales y métodos	16
Resultados y discusión	17
Referencias.....	27
Anexos	31

Resumen

La transformación de una universidad tradicional basada en la enseñanza e investigación a una universidad emprendedora que integra soportes necesarios para facilitar la formación del emprendimiento innovador, fomentará que los estudiantes tomen acción a iniciar un negocio. Pese a que, en los últimos años, el emprendimiento ocupa lugares destacados en agendas del cambio y es adoptado por universidades alrededor del mundo por el impacto en acelerar el bienestar económico y de la sociedad; aún existen vacíos sobre cómo empezar con el reto. Ante ello, el objetivo de investigación es proponer estrategias para iniciar la formación del emprendimiento innovador en los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo. El enfoque de naturaleza cualitativa tuvo como escenario a escuelas de Administración de Empresas e Ingeniería Industrial y de Sistemas, contando con catorce stakeholders internos y externos, a quienes se aplicó entrevistas a profundidad en base a los seis factores de análisis contemplados en el modelo integrador EE&BDS. Los resultados, muestran iniciativas de formación en emprendimiento, puesto que, existen esfuerzos aislados en áreas influyentes, relación entre universidad – empresas - industria a nivel interno inicial y acercamiento empresarial externo, centralización en mecanismos de transferencia tecnológica y otros que pueden ser trabajados con estrategias planteadas; por otra parte son destacables la contribución del gobierno, incubadora e involucrados en la generación del conocimiento en investigación porque evidencian inicios de una fortaleza a largo plazo.

Palabras claves: Universidad emprendedora, emprendimiento innovador, formación del emprendimiento innovador.

JEL: I23. L26. M13. O32

Abstract

The transformation from a traditional university based on teaching and research to an entrepreneurial university that integrates the necessary supports to facilitate the formation of innovative entrepreneurship, will encourage students to take action to start a business. Despite the fact that, in recent years, entrepreneurship occupies prominent places on change agendas and is adopted by universities around the world due to its impact on accelerating economic and social well-being; there are still gaps on how to get started with the challenge. Given this, the research objective is to propose strategies to initiate the training of innovative entrepreneurship in students of a private university in Chiclayo. The qualitative approach took place in schools of Business Administration and Industrial and Systems Engineering, with fourteen internal and external stakeholders, to whom in-depth interviews were applied based on the six analysis factors contemplated in the integrative EE&BDS model. The results show entrepreneurship training initiatives, since there are isolated efforts in influential areas, relationship between the university – companies - industry at the initial internal level and external business proximity, centralization in technology transfer mechanisms and others that can be worked with proposed strategies; on the other hand, the contribution of the government, incubator and those involved in the generation of research knowledge is remarkable because they show the beginnings of a long-term strength.

Keywords: Entrepreneurial university, innovative entrepreneurship, training of innovative entrepreneurship.

JEL Classifications: I23. L26. M13. O32

Introducción

Las instituciones educativas actualmente, deben mantenerse en constante cambio para estar a la altura de un mundo globalizado y atender necesidades de la sociedad. Se entiende que las universidades han de cambiar a un enfoque amplio que conecte no sólo la parte formativa de buenos profesionales y personas, sino que introduzca “cómo la universidad puede formar emprendedores innovadores a través de sus servicios ofrecidos, dando lugar a: la universidad emprendedora” (Arroyo, Van der Sijde & Jiménez, 2009); un modelo integrador será importante para forjar en los estudiantes una cultura de emprendimiento. Organismos internacionales como el Programa de las Naciones Unidas (PNUD) aporta al enfoque de Universidad Emprendedora incluyendo en propuestas de desarrollo para ser efectuadas por las naciones, específicamente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4) “Educación de Calidad” meta 4.4 y (ODS 8) “Trabajo Decente y Crecimiento Económico” meta 8.3 (ONU,2021).

En España; Bezerra, Borges, & Andreassi (2017) afirman, es necesario en la práctica las universidades interactúen y participen más allá de ser instituciones, reuniendo socios locales para apoyar a jóvenes emprendedores ofreciendo estrategias para mejorar las políticas de apoyo. En consecuencia, dicho apoyo debe ser coherente con los servicios que brinda la universidad, como mencionan Panfilova, Deminka, Galichkina, Istomina, Latysheva & Teymurova (2019), las universidades estadounidenses crean programas integrados, desarrollan habilidades emprendedoras en los estudiantes con tecnologías innovadoras introducidas en el proceso educativo; puesto que “se necesita un marco integrador que contemple las distintas partes interesadas y los objetivos, dado que los servicios tienen que comportarse de manera creativa e innovadora para apoyar activamente la formación de empresas en la universidad” (Arroyo, et al., 2009, p.4).

Entonces, surge una pregunta con respecto a la realidad peruana ¿vamos en la dirección correcta al momento de promover el emprendimiento juvenil dentro de las universidades? Invita a pensar si existen lineamientos sobre cómo poner la teoría en práctica. De acuerdo a las aportaciones de Lindh & Thorgren (2016) enfatizan en fomentar la cultura emprendedora principalmente en jóvenes; otros estudios de Drivas, Panagopoulos & Rozakis (2016), Bezerra, Borges, & Andreassi (2017) y Fischer, Schaeffer, Vonortas & Queiroz (2017) ya van más allá de lo general centrándose en que las universidades tienen parte importante que aportar, por esta razón, aún se desconoce “¿qué deben hacer las instituciones para formar emprendedores con ideas innovadoras?”, ya no es emprender en lo tradicional, sino en negocios innovadores y tecnológicos con impacto social.

En el Perú existen 94 universidades licenciadas al 2020 según SUNEDU, pese al número, realmente pocas promueven el emprendimiento en sus estudiantes; aquellas que sí, se apoyan en las incubadoras o centros; como: El Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) de la Pontificia Universidad Católica del Perú con su plataforma Voces Emprendedoras (Vela, s.f); la Universidad de Piura con su incubadora de base tecnológica e innovación denominada Hub UDEP (Zapata, 2017), Universidad del Pacífico con el Centro de Emprendimiento e Innovación: Emprende UP, la Universidad Ricardo Palma (2020) con el Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIE) y la Universidad Nacional Agraria la Molina (2020) con “Incubagraria” enfocada en la biodiversidad, involucrando tecnología, investigación e innovación. Al mismo tiempo, existen agencias consideradas actores importantes en el ecosistema, tales como: Innóvate Perú, Startup Perú, Hero Startup y Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (PECAP).

En Lambayeque, el “Portal PQS, la voz de los emprendedores” refiere a la región como “potencia emprendedora” la característica del lambayecano es su espíritu emprendedor, sin embargo, la falta de recursos juega en contra de ese ímpetu (Onofre, 2020), reforzando con Bezanilla, García, Paños & Arruti (2020), los recursos son necesarios en términos de provisión financiera y humana, incluyendo profesionales y el diseño e impartición del plan de estudios. Ante ello, el Gobierno Regional de Lambayeque, incentiva el desarrollo de pequeños y medianos empresarios. En la provincia de Chiclayo, el titular del Diario La Industria expresa: “La cuota de motivación emprendedora la tienen los jóvenes, quienes buscan progreso en Chiclayo” (Espinoza, 2018) lo cual hace necesario que las universidades proporcionen una formación que ayude a despegar sus aspiraciones.

La investigación, se aborda como un estudio de caso en una Universidad Privada de Chiclayo; donde de acuerdo al modelo integrador EE&BDS propuesto por Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009), se considera como concepto clave: “Formación del emprendimiento innovador” que incluye los siguientes factores de análisis: (1) contexto del emprendimiento innovador, (2) actores clave del emprendimiento innovador, (3) cultura de emprendimiento, (4) apoyo al emprendimiento, (5) apoyo al lanzamiento de negocios y (6) apoyo al desarrollo empresarial.

A partir de ello, se plantea la siguiente problemática: ¿De qué manera se puede iniciar la formación del emprendimiento innovador en los estudiantes de una universidad privada en Chiclayo? Lo cual, se justifica en la revisión literaria, Lindh & Thorgren (2016) y Benjumea & Arango (2019) probaron el impacto de prácticas emprendedoras en la sociedad para el progreso, más no mencionan dónde ni cómo iniciar a formar, evidenciando un vacío. El aporte radica en, cómo empezar con el reto de formar desde la universidad, se parte de una contextualización para proponer estrategias que impactarán en el mercado empresarial guiado por agentes implicados atendiendo necesidades latentes en Chiclayo; dando lugar a, lograr un estándar de educación superior (Sánchez, Ward, Hernández & Flores, 2017). El impacto esperado, es proporcionar una perspectiva alcanzable para las universidades respecto al vacío teórico y referenciar para la discusión de investigaciones posteriores sobre emprendimiento innovador juvenil universitario.

La investigación contempla como objetivo general, proponer estrategias para iniciar la formación del emprendimiento innovador en los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo, se apoya en los siguientes objetivos específicos: (1) determinar el contexto en que se encuentra la universidad con respecto al emprendimiento innovador, (2) identificar los actores clave que intervienen en la formación de estudiantes emprendedores innovadores, (3) analizar la formación en cultura emprendedora que tienen los estudiantes universitarios, (4) conocer el apoyo al emprendimiento que brinda la universidad a sus estudiantes, (5) comprender cómo se da el apoyo al lanzamiento de negocios que brinda la universidad y (6) conocer el apoyo al desarrollo empresarial que tienen los estudiantes universitarios.

Finalmente, se recalca la necesidad de formar desde la universidad aprovechando los servicios que esta brinda, haciendo referencia a la Tercera Misión: La Universidad Emprendedora, concepto que ha florecido como un área de investigación debido a su importancia práctica y papel en la aceleración del bienestar de la economía mundial, pero pese a su popularidad, todavía queda mucho camino por recorrer (Ratten, Usmanij, 2020).

Revisión de Literatura

La evolución de las universidades con un modelo educativo tradicional ha avanzado hacia la integración de enseñanza, investigación y desarrollo económico (Champhirun & Van der Sijde, 2014); así la universidad emprendedora, se posiciona entre los temas que recibe especial atención de investigadores, la educación en emprendimiento destaca en agendas políticas por contribuir al cambio cultural y crecimiento económico de un país (Lindh & Thorgren, 2016); igualmente, el emprendimiento juvenil gana protagonismo en los últimos años, pero pocos investigan sobre las empresas creadas por estudiantes debido al entorno universitario o el ecosistema en el que estas empresas son incubadas (Bezerra, Borges, & Andreassi, 2017), se reafirma la brecha en cuanto a cómo empezar con el reto.

En la práctica, se requiere que universidades interactúen en el contexto local más allá de los muros institucionales, así la investigación cualitativa de Bezerra, Borges, & Andreassi (2017), a partir de casos múltiples identificaron: procesos, características y autores para comprender el fenómeno del emprendimiento; aplicado en Aracaju (Brasil) resultando que los casos exitosos de empresas derivadas de estudiantes habían pasado por el proceso de incubación en las universidades, interactuando con socios locales; los estudiantes habían adquirido conocimiento a través de pasantías o grupos de investigación acompañados por profesores o mentores desde sus primeras ideas de negocio. Durante las últimas décadas, autores Arroyo et al. (2009), Champhirun & Van der Sijde (2014) refieren que la universidad y agentes externos desarrollen un flujo sinérgico; para comprender la interacción entre la formación en emprendimiento y el contexto local Lindh & Thorgren (2016) realizan un muestreo en dos regiones de Suecia a estudiantes de zona urbana y rural con dos municipios, los resultados destacan que las escuelas se centraron en formar empleados en lugar de formar empleadores, además la importancia de la vida empresarial local y la formación emprendedora (estudiantes - miniempresas) para crear una fuerte cultura emprendedora.

Mencionado esto, se añade la innovación, concepto dominante en el discurso sobre formación en emprendimiento (Omer y Yemini, 2016), constructo definido como capacidad dinámica para aprovechar las oportunidades apoyando iniciativas para el surgimiento de spin-offs universitarias de calidad (Thomas, Bliemel, Shippam & Maine, 2020). Siguiendo esta línea, existe interés en la eficiencia de los sistemas de innovación aprovechando el papel de las universidades como generadoras de conocimiento valioso, lo cual fue considerado como objetivo del estudio desarrollado en el Estado de Sao Paulo, por Fischer, Schaeffer, Vonortas & Queiroz (2017), utilizando datos para 462 proyectos emprendedores, así como patentes internacionales para 126 universidades e institutos de investigación, los resultados ponen en manifiesto, la calidad que posean los vínculos colaborativos son el predictor más fuerte de emprendimiento universitario que la medida en que las universidades están conectadas a las empresas; lo cual se contrapone a la investigación realizada por Cancino & Cárdenas (2018) puesto que consideran usual hallar relación entre universidad, empresa, industria y centros de investigación, observando que universidades centran su accionar en áreas de comercialización derivadas del saber docente e investigación, además los grupos de investigación universitaria tienen efectos positivos en la actividad emprendedora académica. Sumado a ello, la literatura refleja la sintonía existente entre el emprendimiento y el comportamiento innovador Matetskaya (2015), asociado con la creatividad, sugiriendo que los individuos creativos son más propensos a participar en actividades emprendedoras y los principales resultados

para los asistentes no es sólo el conocimiento, sino la creación de redes y relaciones comunitarias.

La investigación de Herrera y Villalobos (2018), caracteriza la formación en emprendimiento de universitarios de pregrado en Chile dando a conocer in- situ enfoques y buenas prácticas aplicadas para proponer una dirección formativa a estudiantes de Ingeniería en la Universidad de Tarapacá; el enfoque es deductivo, aplicaron entrevistas semiestructuradas; la problemática radica en los esfuerzos aislados y desarticulados no orientados a la formación en emprendimiento; los resultados reflejan que el promedio de las universidades lograron los criterios, otras no y sale a la vista la inexistencia de iniciativas de emprendimiento, falta de evaluación de resultados y su mantenimiento en el tiempo. Se añade, que es necesario abordar problemas modernos desde diversas disciplinas conformando equipos para alcanzar soluciones exhaustivas; la investigación de Contreras, Wilches, Graterol y Bautista (2017) sirve como base a universidades para diseñar programas de formación en emprendimiento teniendo un aprendizaje holístico que traiga a los colaboradores beneficios del trabajo interdisciplinar así, la innovación e impacto social será mayor. En efecto, las casas de estudio universitarias que implementaron programas de formación emprendedor evidenciaron avances, se ejemplifican: Universidad de Stanford con el programa Mayfield Fellows (MFP) impulsó 52 estudiantes a crear Startups de las cuales 10 fueron adquiridas por reconocidas compañías como lo es Google (Eesley & Miller, 2017), la Universidad de Twente logró fundar sobre 200 empresas y el Instituto de Tecnología de Massachusetts creó más de 4,000 empresas originando sobre 1.1 millones de empleos (Sánchez et al., 2017).

El marco empírico complementa la revisión con modelos desarrollados en la educación para el emprendimiento, siendo escasos los estudios que lo plantean, externos a América Latina y destacan características específicas como la pasión en la educación en emprendimiento. Fellnhofer (2017), revela que la exposición a modelos empresariales que utilizan técnicas innovadoras mediante canales web, ejercen influencia positiva significativa respecto a la creación de nuevas empresas y aprendizaje observacional; otros estudios sostienen la influencia de 13 factores contextuales internos y externos a una universidad; Bezanilla et. al (2020) demuestra que, los recursos internos exponen correlación moderada o alta con los procesos implementados por universidades para promover el espíritu empresarial; mientras que los procesos de formación e investigación son un hallazgo significativo siendo objetivos centrales de universidades españolas.

A su vez, Panfilova et al. (2019), agrega un modelo de aprendizaje basado en un proyecto real de educación emprendedora, implementado en estudiantes de posgrado, profesores universitarios y representantes de empresas de la Federación de Rusia, hallando que el (67%) de docentes reaccionó positivamente, los mismos señalaron: el principal problema que los estudiantes tienen es la asignación presupuestaria (33%) y elección de la estrategia de acción (38%). Demuestran la efectividad de proyectos reales, sin dejar de mencionar que un bajo porcentaje (18%) son maestros que preferían el modelo de aprendizaje tradicional.

Por último, una referencia actualizada es el modelo de universidades emprendedoras de tres anillos, que acumulan activos estratégicos y recursos para investigar la naturaleza poco explorada de los mercados, desarrollada por Audretsch & Belitski (2021) quienes aportan una conexión sobre todo en dos de los anillos considerados el corazón del modelo: investigación que proporciona el capital del conocimiento y el emprendimiento con

capital emprendedor para entender que el conocimiento ligado a la tecnología puede transformarse para que la universidad ponga a disposición de la industria, atendiendo necesidades del mercado y necesidades socioeconómicas del territorio e inicie la transformación del conocimiento basado en recompensas y comercialización, siendo traducido a inventos, patentes, artículos científicos, investigación aplicada e I+D.

Pese a su importancia, la formación del emprendimiento innovador reconocido en la literatura, se encuentra en una etapa conceptual porque la implementación y apoyo de iniciativas que lo fomenten desde la universidad y logren beneficios comunes, en general, no es el panorama; no obstante, las aportaciones citadas conforman base suficiente para resaltar las siguientes **concepciones teóricas**:

Formación del emprendimiento innovador

Emprendedor, proviene del francés “entrepreneur” que significa pionero; término aplicado a empresarios innovadores que agregaban valor a un producto o proceso (Schnarch, 2016). Actualmente, para la Real Academia Española (2020) es quien emprende con resolución acciones o empresas innovadoras. Así, la evolución de la humanidad ha sido acompañada por acciones emprendedoras.

La educación en emprendimiento a nivel universitario, debe permitir a los estudiantes obtener experiencia sobre negocios junto a la práctica (Wardana, Narmaditya, Wibowo, Mahendra, Wibowo, Harwida & Rohman, 2020) no obstante, afronta retos, destacando el vínculo entre el diseño de programas y objetivos pedagógicos. Evaluar el impacto, incluye competencias: capacidad de innovar y pensamiento crítico (García, et al., 2016). El valor es respaldado por un plan de estudios; internet y comercio electrónico mejorará la autoeficacia emprendedora de estudiantes (Wardana et al., 2020).

Los conceptos anteriores recaen en lo que se denomina Universidad Emprendedora, que, a nivel institucional, la Comisión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2012), propusieron en siete áreas generales lo siguiente:

Tabla 1
Marco Guía para la Universidad Emprendedora

OECD y Comisión Europea	Definición
1. Liderazgo y Gobernanza	Sólido liderazgo y gobierno de la universidad, que potencie la cultura emprendedora de la institución.
2. Capacidad organizacional, personal e incentivos	Condiciones estructurales de la universidad, como dinamizador de las estrategias y actividades para el emprendimiento.
3. Desarrollo emprendedor en la enseñanza y el aprendizaje	La educación emprendedora incluye a toda la institución, incluyendo al personal y los estudiantes.
4. Rutas para emprendedores	Creación de vías para el apoyo a los potenciales emprendedores en su desarrollo.
5. Universidad-Empresa/vinculación para el intercambio de conocimientos	Relaciones con actores claves y colaboradores externos, esencial para alcanzar todo el potencial de la universidad en sus procesos.
6. La universidad emprendedora como una institución internacional	La internacionalización ha ido incrementado su integración con los procesos universitarios.
7. Medición del impacto de la Universidad Emprendedora	Existen diferentes impactos que una universidad provoca en su entorno. Medirlos correctamente es una necesidad para definir los cambios que provoca la institución con su accionar.

Nota: Adaptado de OEDC y Comisión Europea (2012).

En consecuencia, para la transformación hacia el concepto de Universidad Emprendedora González, Ferreira y Santos (2018) basados en Baaken y Rosario identificaron retos con énfasis en la cultura universitaria emprendedora, son los siguientes: introducir en la educación el emprendimiento acompañado de la investigación y evaluación; conseguir apoyo de altos directivos, incentivar a los académicos a participar, reducir la burocracia agilizando tiempos de respuesta, optimizar la coordinación de unidades internas alineándoles con los mecanismos de soporte, así como promover y vender los beneficios de la universidad emprendedora y perfeccionar la coordinación de unidades con la alineación de mecanismos de soporte.

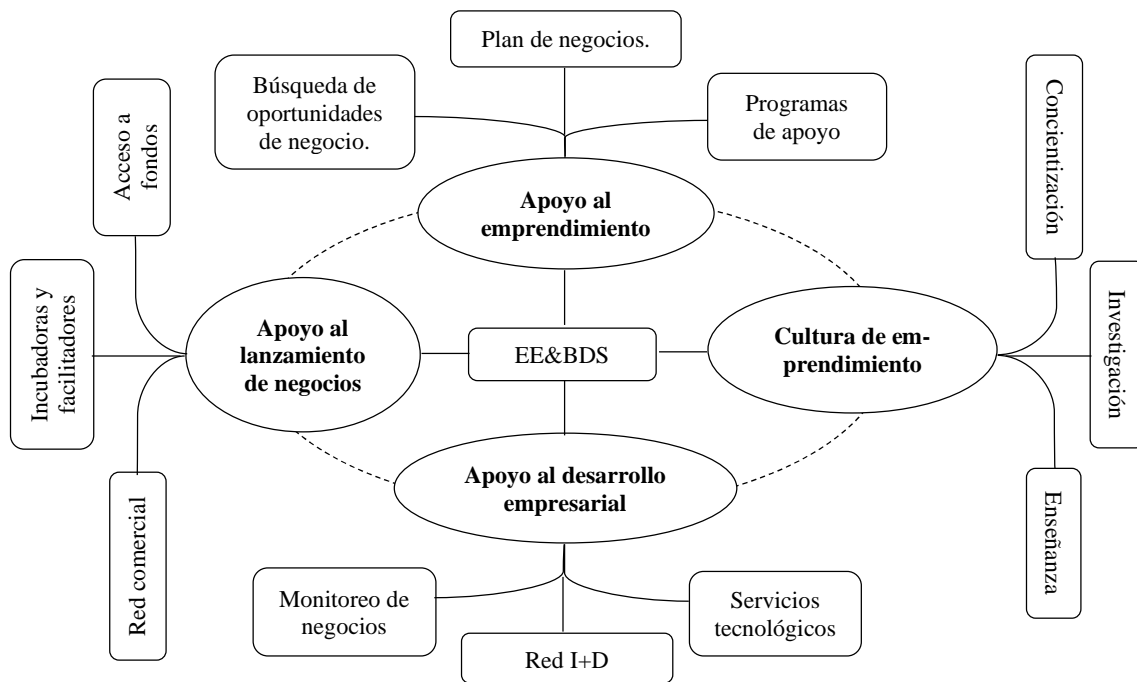


Figura 1. Modelo integrador EE&BDS (Entrepreneurship Encouragement and Business Development Support) adaptado de Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009).

En efecto, la presente investigación empleó el modelo propuesto por Arroyo et al. (2009) por el alcance integrador e innovador que incluye los diferentes grupos de interés, actores, actividades, herramientas, metas y necesidades de los servicios llevados a cabo por diferentes estructuras universitarias e incluso externas a la universidad para apoyar y formar emprendedores. Dichos autores se basaron en casos de éxito tales como: el desarrollado en la Universidad Politécnica de Valencia y el caso de la Universidad de Twente en Ámsterdam por Van der Sijde y Van Alste en 1998 y otros ejemplos exitosos.

Factores de análisis contemplados en el modelo integrador de Arroyo et al. (2009)

Contexto del emprendimiento innovador

Considerar analizarlo bajo un sistema social con cuatro capitales necesarios que recogen necesidades de diferentes implicados (Arroyo et al., 2009) son: (SC) Capital Estratégico, (EC) Capital Económico, (CC) Capital Cultural y (NC) Capital Social de la Red como se detalla en Tabla 2. Claro está, que es necesario ajustes en reglas y normas organizacionales (Pérez, 2016). Aportando todos, se considera un objetivo más integrado que la universidad emprendedora además de funcionar como incubadora de empresas,

proporciona a estudiantes ideas innovadoras, competencias, pensamiento emprendedor hacia demandas sociales (Sánchez et al., 2017). Dodd & Hynes (2012) contribuyen con que el contexto nacional es claramente relevante pero el contexto regional hay que considerarlo con especial cuidado porque impacta en la educación emprendedora. A su vez, Leitch, Hazlett & Pittaway (2012) alegan incluir el contexto dada su importancia. La investigación realizada por Dohse & Walter (2012) es considerada el primer estudio que realiza un análisis sistemático del impacto del contexto en estudiantes con intenciones de emprender.

Actores clave en el emprendimiento innovador

Participan en cada etapa del modelo, denominados stakeholders internos y externos a la universidad, en parte, tienen objetivos contrapuestos y varían según el caso analizado Arroyo et al. (2009). El enfoque sistemático e integral permitirá que el proceso tenga en cuenta a todos. Pugh, Lamine, Jack & Hamilton (2018) respaldan que, algunas universidades demuestran ser más capaces, proactivas e innovadoras a la hora de participar entre stakeholders, lo cual, les convierte en actores clave de las comunidades, regiones y sociedades. (Omer & Yemini, 2017) verifican con la aplicación del método Delphi que involucra a académicos, directores de escuela y emprendedores como actores principales.

Cultura de emprendimiento

Clave para generar impacto social y económico mediante egresados (Contreras et al., 2017), no obstante, puede presentar dificultades al iniciar empresas y acceder al campo laboral (Priegue, García y Lorenzo, 2014) por lo cual, requiere procesos formativos tecnológicos para la enseñanza en emprendimiento y el desarrollo de creatividad (Herrera y Villalobos, 2018). El proceso formativo incluye actividades curriculares teórico-prácticas según García et al. (2016), método de enseñanza-aprendizaje basado en las necesidades de los distintos stakeholders como sugieren Omer & Yemini (2017). Una cultura de creación de una nueva empresa es un aspecto crítico de infraestructura ya que, fomentará que estudiantes se arriesguen a iniciar un negocio (Greco & Denes, 2017).

Arroyo et al. (2009), señalan estrategias de fomento del emprendedurismo tales como: (a.1) Concientización, que comprende actividades para emprendedores, instituciones y personal universitario implicado (incluyendo investigadores, docentes, personal de administración, de servicios, gobierno); (b.1) Investigación, sobre emprendedurismo y creación de spin-off, generando conocimiento en la enseñanza así como desarrollo de nuevos productos y servicios, pudiendo así generar patentes (Pérez, 2016), no obstante Sanchez et al. (2017) señalan que de forma tradicional instituciones educan en investigación pero, universidades emprendedoras conciben un tercer enfoque que es comercializar los nuevos conocimientos generados para el desarrollo económico (Etzkowitz, Webster, Brance & Cantisano, 2000) y (c.1) Enseñanza, presentándoles a los jóvenes la creación de una empresa como opción profesional o de investigación. Puede suceder que, la implantación de asignaturas desconectadas entre sí genere impacto reducido sobre el fomento de una real cultura entre estudiantes (Arroyo, 2009). Mahendra, Djatmika, & Hermawan (2017) alegan que, la enseñanza, puede diseñarse para estimular estudiantes en la práctica, construcción del lienzo de negocios, análisis de costo beneficio, estudios de viabilidad, prospección de emprendimientos o potenciales comerciales.

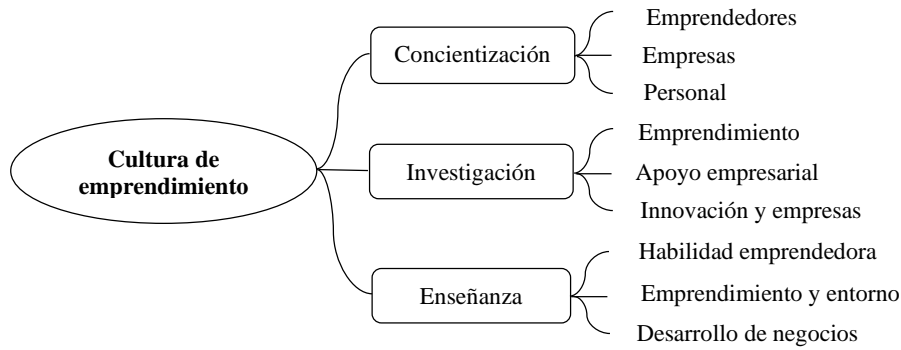


Figura 2. Actividades y objetivos para construir la cultura de emprendimiento

Nota: Fase 1 propuesta por Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009).

Apoyo al emprendimiento

Etapa que incluye actividades para brindar apoyo durante la planificación de la empresa futura y desarrollo del plan de negocio, aquí la empresa aún no compite con el mercado (Arroyo et al., 2009). Debe considerar: (a.2) Búsqueda de oportunidades de negocio, que comprende el proceso de investigación de mercados y de observar lo que resultó de la investigación, (b.2) Plan de negocios referente a tutoría, asesoría y valoración de planes empresariales, es dificultosa, consume tiempo, pero es una actividad de formación para preparar su futuro negocio, (c.2) Programas de apoyo, para asistir a los diversos tipos de emprendedores, su idea de negocio y darles formación específica.

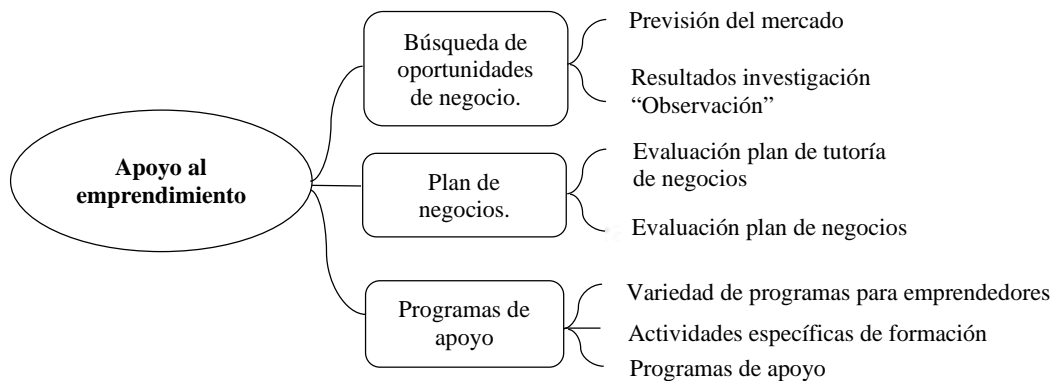


Figura 3. Actividades y objetivos para la iniciativa de apoyo al emprendimiento

Nota: Fase 2 propuesta por Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009).

Apoyo al lanzamiento de negocios

Según Arroyo et al. (2009), abarca acciones de apoyo y vigilancia a la reciente empresa durante el periodo de adaptación al mercado; importante considerar las redes y contactos. Comprende: (a.3) Acceso a fondos, sustancial la financiación, facilitar contacto con Business Angels y capital de riesgo para puesta en marcha de nuevos negocios y comercialización inicial; (b.3) Incubadoras y facilitadores, el acceso debe ser significativo sobre todo en los primeros años de vida de la organización, por el contacto, relaciones y aprendizaje mutuo. Guerrero, Urbano, Fayolle, Klofsten & Mian (2016) afirman que, las incubadoras e institutos son mecanismos de transferencia de tecnología y ciencia junto a los parques científicos, oficinas de enlace o de propiedad intelectual y la (c.3) Red comercial, facilitando el contacto con los socios comerciales, clientes y proveedores

facilitando el lanzamiento de la empresa al mercado durante los primeros años. En las redes de emprendimiento, los empresarios operarán como actores de la red (Groen, 2005).

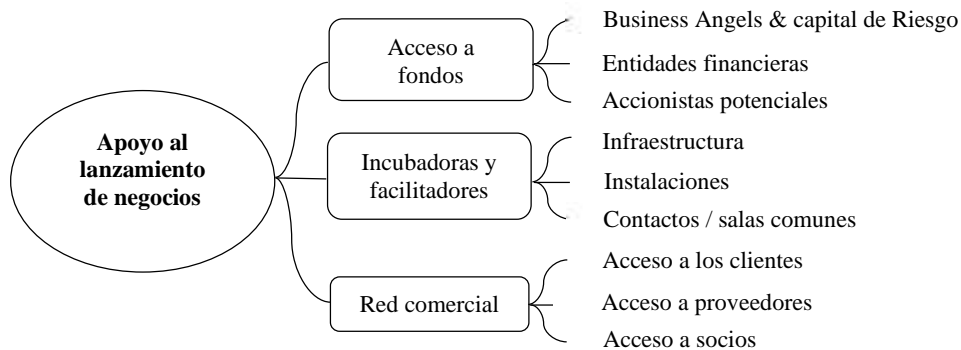


Figura 4. Actividades y apoyo al lanzamiento de negocios
 Nota: Fase 3 propuesta por Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009).

Apoyo al desarrollo empresarial

Las universidades emprendedoras deben apoyar la creación de empresas y el lanzamiento al mercado, ofreciendo servicios (Arroyo et al., 20019): (a.4) Monitoreo de negocios, seguimiento y mentorización a la empresa esencial desde el inicio y posterior, (b.4) red de desarrollo de I+D, contacto con socios para desarrollar actividades de I+D requiere apoyo de universidad y partes interesadas. El emprendedor, así como en la investigación, da uso a la fórmula (I+D+i) (Gámez, 2013). Una oportunidad emprendedora se crea con nueva información y conocimiento generado por parte de la facultad y estudiantes (Pérez, 2016), y (c.4) servicios tecnológicos, en cuanto a servicios avanzados de apoyo. Eesley & Miller (2017) señalan que la tecnología emergente puede servir para la transición a nuevos productos valiosos a través de una asociación público-privada, en la Universidad de Stanford con el programa NSF Innovation Corps reúnen empresas tecnológicas, empresariales y conocimientos para generar descubrimientos maduros para la innovación con potencial inmediato de impacto económico y social.

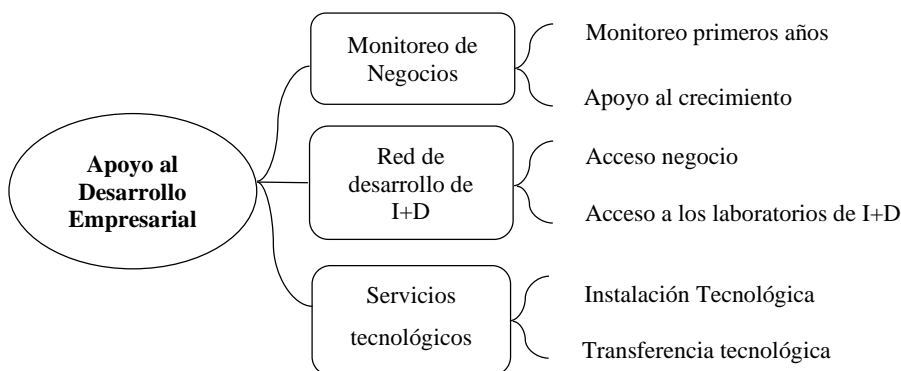


Figura 5. Actividades de apoyo al desarrollo de empresarial
 Nota: Fase 4 propuesta por Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009).

Finalmente, acorde a la literatura revisada, los aportes de autores que han hecho historia y combinado ciencias en las que operaban, se observa que, no son excluyentes en términos de aporte al conocimiento, es decir se complementan y la mayor parte consolida en el modelo EE&BDS o FEyADE (Fomento del emprendedurismo y apoyo al desarrollo de

empresas), la investigación se basa en ello y considera los 4 ejes: cultura de emprendimiento, apoyo al emprendimiento, apoyo al lanzamiento de negocios y apoyo al desarrollo empresarial; sumando, 2 ítems específicos considerados por el mismo: el contexto del emprendimiento innovador y stakeholders tanto internos como externos.

Materiales y métodos

La presente investigación se abordó con enfoque cualitativo tipo descriptivo (Mora, 2005), la recolección de datos responde a un diseño no experimental de estudio de caso desarrollado en una universidad privada de Chiclayo. La referencia base es el modelo teórico “*EE & BDS*”, expuesto por Arroyo et al. (2009), que contempla un enfoque integrador entre grupos de interés, actores y necesidades en un entorno universitario. Las bases de datos utilizadas fueron: Scopus, ProQuest, Scince Direct y Ebsco de la Universidad de Monterrey, Universidad de La Sabana, Universidad de Maryland y Universidad de Londres de donde se obtuvo información científica para consolidar la revisión teórica; de igual manera, se consultó plataformas universitarias e investigaciones nacionales para fines de contextualizar el estudio.

En cuanto a la unidad de análisis, se empleó un muestreo de tipo no probabilístico intencionado seleccionando a 14 representantes de áreas que influyen en el concepto base de investigación sugeridas por el modelo innovador (Anexo 4). Pertenecen a las escuelas de: Administración de Empresas, el interés reside en el conocimiento en procesos y competencias gerenciales para crear empresas, Ingeniería Industrial e Ingeniería de Sistemas; por la capacidad de desarrollar productos y servicios basados en tecnología a partir de I+D (Pérez, 2016). Los criterios de selección para los stakeholders internos a la universidad (Omer & Yemini, 2016), se dividen en 2 grupos: (7) representantes de áreas administrativas contratados a tiempo completo, con hasta 13 años en el cargo, trayectoria a nivel internacional y por la autoridad que representan; el segundo grupo conformado por (5) docentes que laboran a tiempo completo, investigadores a nivel internacional con 14 años a más de servicio en la universidad y 2 de ellos participaron en la elaboración de currícula de Administración e Ingeniería. Por parte de los stakeholders externos, fueron invitados (2) entidades del Gobierno del Perú por su alianza con la incubadora, programas desarrollados con la universidad y la accesibilidad, estas son instituciones que apoyan y fomentan el despegue comercial de la innovación en modelos de negocio emprendedores a partir de actividades de I+D+i combinando la ciencia y tecnología, se ha considerado a: Ministerio de la Producción e Innóvate Perú.

Por otro lado, el instrumento empleado fue guías de entrevista tipo semiestructuradas (ver anexo 01) las cuales pasaron por exhaustiva validación de expertos (ver anexo 02) quienes evaluaron criterios de: claridad, vocabulario, objetividad, organización, intencionalidad; fueron evaluados 45 indicadores del modelo considerando dos divisiones: actores internos y externos a la universidad para mejor orientación de las respuestas y 3 interrogantes introductorias que permitieron conocer características generales de los entrevistados (ver tabla 4) además contribuyeron a determinar el contexto.

Se inició la recolección de datos con el contacto a stakeholders vía correo *Gmail* y envío de consentimientos informados (ver anexo 06), expresando el propósito de investigación, se aseguró la confidencialidad y solicitó permiso para ser grabado. Posteriormente, se aplicó 14 entrevistas a profundidad de manera individual durante los meses de septiembre y octubre 2020, a través de la plataforma *Zoom* con duración promedio de 1 hora, con cronograma sujeto a la disponibilidad del entrevistado. Para el procesamiento y análisis de datos, la información fue transcrita a *Microsoft Word*. Se procedió con la categorización diseñando matrices en *Microsoft Excel* con enfoque en los

4 ejes básicos del modelo con sus respectivos sub factores de análisis reconociendo datos comunes; posteriormente, se analizó para dar respuesta a los objetivos de investigación. Concluyendo, se presenta la operacionalización de variables (Anexo 3) y matriz de consistencia (Anexo 4) que sintetiza aspectos mencionados con anterioridad.

Resultados y discusión

En primera instancia, de los 14 representantes entrevistados el 71% son hombres y el 29% mujeres, concentrados en una franja etaria entre los 33 y 62 años, con mayor representatividad en directivos de 33 a 43 años con un 57%. A la vez, la característica común de los stakeholders internos es, pese a su cargo directivo son docentes a tiempo completo prevaleciendo el rango de 13 a 19 años de servicio con un 43% y sólo el 25% de los mismos señaló haber emprendido un negocio personal como dato adicional. Los 2 stakeholders externos señalaron estar en el cargo hasta 2 años. Se sintetiza en Anexo 5.

Para determinar el contexto en que se encuentra la universidad con respecto al emprendimiento innovador, se muestra el área administrativa e institución del gobierno que influye en cada capital base del modelo propuesto por Arroyo et al., (2009):

Tabla 2
Contexto del emprendimiento

Capital	Alcance	Recursos	Área
Capital Estratégico (SC)	Definición y logro de objetivos estratégicos	Poder, autoridad, influencia, intención estratégica	Vicerrectorado de Investigación (VRI) y Vicerrectorado Académico (VRA)
Capital Económico (CE)	Optimización Económica	Dinero y fondos	Capital Económico
Capital Cultural (CC)	Mantenimiento del patrón	Valores, conocimiento, habilidades y tecnología	Escuelas profesionales: Administración de Empresas e Ingeniería Industrial y de Sistemas
Capital Social de la Red (NC)	Interacciones entre los autores	Contactos	IES, Ministerio de la Producción e Innóvate Perú

Fuente: Basado en (Arroyo, Van der Sijde & Jiménez, 2009).

Nota: Adaptado de Groen (2005).

Dada la importancia del contexto para la formación emprendedora (Dodd et al., 2012), se observan las áreas y la relación con los capitales que contextualizan la situación de la universidad, destacando que hubo un periodo de despegue cuando se formaliza el Vicerrectorado de Investigación en el año 2016 área de influencia y alta autoridad; a partir de la fecha la universidad ha manifestado esfuerzos por fomentar la investigación e innovación entre los estudiantes, plasmando mejoras en planes estratégicos y curriculares.

La universidad cuenta con un instituto especializado que conecta empresas, universitarios y la sociedad, el cual al año 2017, generó vínculos con cerca de 40 empresas y brindó alrededor de 1,700 asesorías, pero contaba con poca vinculación con las escuelas; entonces para aprovechar los fondos no reembolsables del Estado, articular programas, oportunidades de investigación y coordinación multidisciplinaria interna, surge la propuesta de construir la Incubadora de Negocios, alineándose a la Ley Universitaria N° 30220 Artículo 52, la cual es aceptada y se considera hito importante en la historia. Así

Impulsat, se convierte en la primera incubadora de negocios lanzada en la región Lambayeque que mantiene una operación abierta a todos los emprendedores indistintamente de la institución de procedencia (GanaMás, 2018).

Luego en 2018, SUNEDU otorga licenciamiento a la universidad, resaltando como logro en investigación, que en 4 años duplicó el presupuesto destinando más de 2,000,000 de soles a fondos concursables a disposición de docentes y estudiantes, esfuerzo que ha ido gestionando el (CE) capital económico (Groen, 2005). Así mismo, a inicios de este año, la Incubadora de Negocios empieza a promover espacios de capacitación a emprendedores con la participación de ponentes internacionales hasta la actualidad.

En el año 2019, se publica la Agenda de Investigación, tomando como base las líneas de investigación definidas por actores del ecosistema atendiendo los cinco temas estratégicos en la región Lambayeque y el país: Salud, Ingeniería y Arquitectura Sostenible, Derecho y Orden Social, Educación y Comunicación, por último, Emprendimiento e Innovación. La pertenencia local y regional conducen a comprender la integración entre cultura y contexto (Lindh & Thorgren, 2016) y Leitch, Hazlett & Pittaway (2012) sugieren la creación de un sistema de apoyo a investigaciones que pueda originar emprendimientos para prosperar en el contexto regional.

En 2020, las estrategias empleadas para reforzar habilidades investigativas en docentes a través de capacitaciones, bonos por publicación, fondos concursables, horas de investigación cuyo entregable es un artículo científico, entre otros han dado resultado, puesto que 16 docentes al 2020 ya se encuentran registrados en RENACYT (Registro Nacional Científico, Tecnológico y de Innovación Tecnológica) en los grupos de María Rostworowski y Carlos Monge Medrano. Así como, lograron la posición n°16 en el Ranking América Economía que muestra las mejores universidades del Perú.

Adicionalmente, por parte del (NC) capital social de la red (Groen, 2005), la universidad ha formado alianzas con entidades del sector público y privado a través del Instituto Empresa Sociedad destacando: Ministerio de la Producción (PRODUCE) e Innóvate Perú; así como el Programa SCORE, el Fondo de Inversión del PAD Red de Inversionistas Ángeles de UDEP, Embajada de EE.UU; quienes aportan al contexto siendo de apoyo para la educación emprendedora (Dodd & Hynes, 2012; Dohse & Walter, 2012; Leitch, Hazlett & Pittaway, 2012).

En la evolución, se observa al instituto y la incubadora como servicios conectados que apoyan al emprendimiento, tienen influencia de vicerrectorados en especial el de investigación, coincidiendo con Sánchez et al., (2017) quienes revelaron que el estudio del emprendimiento es potente escenario de investigación del cual nace el interés de impulsar mediante programas para la formación emprendedora. Por otro lado, el (CC) capital cultural (Groen, 2005), evidencia que la coordinación con escuelas sigue siendo limitada (Arroyo et al., 2009 y Herrera & Villalobos, 2018) ya que se identificaron esfuerzos aislados y desarticulados en la creación de iniciativas mostrando falta de relaciones estructurales entre departamentos; así mismo, según entrevistados es mejor trabajar en equipos multidisciplinarios para actividades de emprendimiento, lo que generaría aprendizaje holístico y beneficioso (Contreras et al., 2017). Es necesario mejorar la coordinación entre departamentos (Pugh et al., 2018), en consecuencia, se sugiere conformar grupos de apoyo a la investigación como una estrategia de integración fuerte entre incentivos organizacionales e individuales para alinear esfuerzos (Audretsch & Belitski, 2021).

Por otro lado, no cuentan con certificaciones en emprendimiento e innovación, sin embargo, se encuentran en Ingeniería electivos como: Emprendimiento de Negocios, taller de Generación de Empresas que conduce a la certificación de Dirección de Operaciones; por parte de Administración sólo cursos de currícula que aportan de manera

indirecta, se destacan: Modelamiento de Ideas y Diseño Creativo, Investigación de Mercados, Comportamiento del Consumidor, Plan de Negocios, Formulación y Evaluación de Proyectos, recalando que no son secuenciales para concluir en un emprendimiento, lo cual a mención de Mahendra et al., (2017) debe ser reforzado, puesto que, la educación empresarial en la educación superior tiene un impacto directo en la formación de profesionales y Dohse & Walter (2012) agregan, la decisión de ser emprendedor depende críticamente del contexto multinivel que le proporciona acceso al conocimiento estratégicamente relevante. Mientras, Rengiah & Sentosa (2016) alegaron que, la actitud emprendedora aporta a la formación emprendedora e intención, siendo ratificado por los docentes y los pocos casos que vivieron con sus estudiantes.

Argumentaron los stakeholders internos, por unanimidad que, es importante la formación en emprendimiento porque permite desarrollar habilidades en los estudiantes desde la creatividad, pensamiento crítico y estratégico, siendo uno de los retos que incluye como competencias: la capacidad de innovar coincidiendo con García, et al. (2016); así mismo, debe ir acompañado de una investigación e innovación previa para obtener resultados que aporten a la sociedad (Benjumea & Arango, 2019), es decir, que concluya en un emprendimiento, caso contrario sería un tema visionario.

Por parte de quienes conforman el (SC) capital estratégico (Groen, 2005), los directivos son conscientes de la importancia de formar desde la universidad, todo empieza por el liderazgo y gobernanza (OECD y Comisión Europea, 2012), no obstante, existen vacíos sobre si verdaderamente ello sucede porque los esfuerzos iniciales en emprendimiento actualmente, no son considerados en el modelo educativo a largo plazo, sustenta así:

“Los ejes de la universidad son tres: el primero es bioética, el segundo responsabilidad social y tercero es investigación ... no es un eje central el emprendimiento, sino que va decantar de algunos ejes centrales” (*Repr. VRA*).

A partir de la declaración, se detecta que entre las prioridades de la universidad están la enseñanza e investigación y el compromiso con la comunidad local está en desarrollo (Pugh et al., 2018), el emprendimiento no es considerado; de igual forma, se conciben iniciativas individuales, más no formación propiamente dicha (Herrera & Villalobos, 2018); estos son hallazgos consistentes con los presentados en estudios previos (Wardana, 2020 y García, et al., 2016). En la misión y fines de la referida, destaca el camino hacia un inicio fortalecido en investigación que avanza hasta principios en innovación Sánchez et al. (2017).

En los últimos años, la mentalidad sobre formar empleadores ha progresado:

“La idea es que no sólo los jóvenes vayan a ser empleados en una empresa, sino que ellos también puedan hacer una propia” afirmó el *Director de Escuela Ingeniería Industrial*.

Por otro lado, integrar las empresas con la universidad es la preocupación que expresaron los docentes, afirmando que, la creación del IES ha sido un hito importante:

“La gran mayoría de universidades del país son más de formación académica y hay muy pocas que tienen la iniciativa de acercarse a las a las empresas o desarrollar el espíritu emprendedor en los jóvenes de innovación... interesante de parte de la universidad en cuanto a que creó el Instituto Empresa Sociedad” (*Repr. Diseño Curricular de Ingeniería de Sistemas*).

A partir de esta cita textual, se evidencian razones para profundizar en el conocimiento y praxis del tema para que más universidades pasen a formar en emprendimiento innovador proporcionando oportunidades comerciales (Greco & Denes, 2017) desplazando el tradicional modelo de formación académica.

En cuanto a identificar los actores clave que intervienen en la formación de estudiantes emprendedores innovadores, se presentan los stakeholders internos y externos en relación con cada área universitaria a la que pertenecen (ver tabla 3), estos agentes influyen en cada fase del modelo *EE&BDS* y pertenecen a las escuelas de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial e Ingeniería de Sistemas en acuerdo con (Pérez, 2016).

Tabla 3
Actores clave del emprendimiento

Partes interesadas			
Stakeholders Internos	Personal / Institución	Stakeholders Externos	Personal / Institución
Gestores universitarios	Dirección de escuela, docentes, área de elaboración de currículo	Consultorías	IMPULSAT
Servicio de apoyo a creación de empresas		Incubadoras	
Transferencia de tecnología de oficina	-	Asociaciones empresariales	Tu Empresa
Centro e instalaciones de la incubadora	Instituto Empresa Sociedad (IES)	Institutos tecnológicos	IES
Institutos y centros de investigación	-	Redes de capital semilla	
Departamentos	Vicerrectorado de Investigación, Vicerrectorado Académico, Capital económico, Dirección de Escuela	Entidades financieras	Ministerio de la Producción e Innóvate Perú.
Facultades	Ciencias Empresariales e Ingeniería.	Gobierno	

Fuente: Basado en (Arroyo, Van der Sijde & Jiménez, 2009).

Cabe señalar que el modelo (Arroyo et al., 2009), hace un paréntesis para indicar que los emprendedores son usuarios del proceso pero no han sido considerados porque están involucrados de manera directa o indirecta en todas las actividades desarrolladas por los agentes listados, por lo cual, la inclusión sería redundar y sin aportar datos significativos en el proceso de formación; no obstante, a diferencia de la investigación desarrollada por Omer & Yemini (2017), sí enlistan a los emprendedores y ello se debe a que dentro del modelo propuesto consideran la categoría “características del emprendedor” teniendo como centro al individuo, por ello les resulta esencial convocarlos; sin embargo se coincide con los otros actores listados en su estudio. Pugh et al., (2018) para el desarrollo del estudio de caso, ubica los agentes por áreas en similitud.

El modelo de negocio de partes interesadas expuesto por Audretsch & Belitski (2021) instan que los stakeholders en los diferentes niveles de la universidad emprendedora tienen impacto en la comercialización del conocimiento, son divididos en generales, especializados y sistemáticos hallando coincidencia en el listado.

Para analizar la formación en cultura emprendedora que tienen los estudiantes universitarios, es esencial resaltar los siguientes resultados: en lo referente a (a.1) concientización, existen esfuerzos iniciales por capacitar profesores en temas de emprendimiento e innovación por medio de cursos dictados por ponentes de universidades extranjeras en Administración de empresas, no obstante, la escuela de Ingeniería no considera al emprendimiento como prioridad, pero sí en innovación aportan mediante cursos del plan de estudios 2017 como: Diseño y Desarrollo de Productos y el

curso Dibujo de Ingeniería donde se generan nuevos productos (cuentan con una impresora 3D) y servicios (Pérez, 2016); siendo un hallazgo relacionado al proceso formativo que incluye actividades curriculares teórico-prácticas (García et al., 2016) y el método de enseñanza-aprendizaje en base a las necesidades de los agentes, en especial la docencia (Omer y Yemini, 2017). Por otro lado, se encuentra una relación inicial entre universidad- empresas mencionado por stakeholders internos en cuanto estudiantes comienzan la inserción laboral y primeros acercamientos con empresas durante el desarrollo de cursos en aula coincidiendo con el aporte de Priegue, García & Lorenzo (2014) quienes revelaron que el fomento de la cultura emprendedora universitaria puede presentar dificultades al crear empresas y la inserción al campo laboral; a la vez, es reforzado por Lindh & Thorgren, (2016) debido a la importancia entre vida empresarial local y la formación emprendedora (estudiantes - miniempresas) para crear una fuerte cultura emprendedora. En contraste, los stakeholders externos evidencian acercamiento empresarial sostenido en 151 empresas constituidas al 2019 por el programa Tu Empresa, marcando ingreso formal a la economía, generación de empleo y acceso a mercados (Fernández, 2019); así mismo, el equipo IES y la OIT implementan la metodología SCORE trabajando con consultores y microempresarios (La universidad y OIT firman acuerdo interinstitucional, 2017), igualmente desde el CDE proveen servicios al sector privado fundamentalmente a la grande, mediana, pequeña y micro empresa (Nuestra filosofía es lograr una cultura de cooperación entre gerentes y trabajadores, 2017).

Por parte de la subcategoría (b.1) investigación, como tal, es uno de los tres ejes transversales en la universidad seguido por bioética y responsabilidad social; debido a las acciones detalladas líneas arriba, el hallazgo resultante, es fortaleza a largo plazo en investigación, no sin antes acotar que las oportunidades del mercado y la sociedad deben estar en congruencia con la misma capital empresarial y capital de conocimiento según Audretsch & Belitski (2021), con ello, podrá considerarse con más probabilidades de comercializar el conocimiento obteniendo resultados económicos. La investigación, es el primer paso para aspirar a la innovación y posteriormente al emprendimiento (Bezanilla et. al, 2020) sumado a ello, una autoridad refiere:

“Estamos comenzando a trabajar en la parte de innovación con el IES porque son ellos los que tienen el vínculo con los empresarios” Explica *Repr. VRI*.

Y el representante del IES sustenta,

“Los emprendimientos que tienen esa solidez en investigación, hemos tenido la experiencia, que son los que más resaltan”.

Encontrando sintonía con la literatura (Omer & Yemini, 2016). Así mismo, la incubadora de negocios desde el 2020 depende del VRA con quienes desarrollan planes de trabajo en coordinación con el IES para ofrecer soporte en pre- incubación, incubación y post- incubación; lo cual, es positivo como en el caso de éxito de aquellas empresas derivadas de estudiantes pasaron por el proceso de incubación en las universidades (Bezerra, Borges, & Andreassi, 2017).

En cuanto a (c.1) enseñanza, en ambas escuelas, se fomenta crear emprendimientos potenciando habilidades en los estudiantes de manera independiente a la labor docente, los cursos no son consecutivos o prerrequisito del anterior en esta área porque, su finalidad es orientada a la carrera, es decir, no existe una coordinación real entre asignaturas para inculcar una verdadera cultura emprendedora (Arroyo, 2009); las escuelas se centraron en formar empleados en lugar de formar empleadores (Lindh & Thorgren, 2016) pero no se descarta que, pueda originarse emprendimiento a partir de alguna asignatura como Plan de Negocios, Investigación de Mercados u otras en la cual el docente apoyó en concordancia con Mahendra et al. (2017) quienes alegan que, la

enseñanza, puede diseñarse para estimular estudiantes y brindarles simulación empresarial práctica (Grecu & Denes, 2017). Al mismo tiempo, comentan en ingeniería:

“En Ecología Industrial del 3er ciclo tratamos que salga la creatividad de ellos a través de propuestas... que no contamine el ambiente aplicando la tecnología... Ingeniería de Métodos 2, del 5to ciclo” (*Docente de Ingeniería Industrial*)

Lo cual, guarda relación del emprendimiento innovador asociado con la creatividad (Matetskaya, 2015; Herrera & Villalobos, 2018). Como actividad de apoyo, se cita ferias de emprendimiento que organiza la Facultad de Empresariales e invita a Ingeniería, donde exponen productos de asignaturas y aportan soluciones tecnológicas a problemas de la región. Así como, el Foro Regional por la Innovación y Emprendimiento desde el 2016 donde ofertan servicios para emprendedores, micro, pequeños y medianos empresarios de la región (Emprendedores conocerán oportunidades de financiamiento, 2016).

Al conocer el apoyo al emprendimiento que brinda la universidad a sus estudiantes, se observa una integración entre agentes internos y externos, identificando que la universidad cuenta con una incubadora de negocios e IES como soporte para el emprendimiento o como bien denominan Guerrero et al., (2016) y Herrera & Villalobos (2018) son mecanismos de transferencia de tecnología esenciales. No obstante, existe centralización en estos mecanismos coincidiendo con Cancino & Cárdenas (2018) porque (a.2) las actividades de búsqueda de oportunidades de negocio, recaen en ellos cuando los esfuerzos deben ser a nivel integrador. (b.2) En plan de negocio, se cuenta con un soporte institucional y gubernamental para construir las bases de un emprendimiento (García, et al., 2016), es trabajado por el IES a partir de planes de mentoría, quien explicó así:

“El instituto cuenta con cinco programas: AWE Perú que es financiado por el gobierno norteamericano nuestro aliado principal es ahí la Embajada de los Estados Unidos... Hult Prize también es un programa de emprendimiento a nivel internacional que trabaja con los ODS de la ONU ... Otro programa, es Red EQUIPU de la Pontificia Universidad Católica del Perú con ellos tenemos dos programas: Innovation Challenge y Laboratorio de emprendimiento” (*IES*)

A la vez, incluyen al Gobierno del Perú a través de PRODUCE e Innóvate Perú que aportan a elaborar planes de negocios, acceso a concursos, apoyo en digitalización y desarrollo productivo; internamente “Plan de Negocios” es asignatura en Administración.

En lo referente a (c.2) programas de apoyo, adicionales a los mencionados se encontraron dos actividades de fomento: La Feria de Innovación y Emprendimiento desde el año 2017 y Laboratorio de Creatividad inaugurado en 2019. Realizan concursos financiados mediante partidas presupuestales por escuelas (Bezanilla et. al, 2020), que en caso no sean aprobadas no cuentan con recursos para realizar la actividad (Onofre, 2020) siendo necesarias para incentivar a los jóvenes creativos (Matetskaya, 2015). Del mismo modo, aporta la alta dirección, área de finanzas y el IES.

Para comprender cómo se da el apoyo al lanzamiento de negocios, en cuanto al sub-factor (a.3) acceso a fondos, los programas que apoyan financieramente a emprendedores son subvencionados por el Ministerio de la Producción, Innóvate Perú y Startup Perú con el Fondo de Capital Semilla, el Fondo para PYMES denominada Boucher de Pymes Digital, Fondos Crecer y Reactiva Perú; así mismo alianzas con entidades financieras del Banco de Crédito, fundaciones siendo el nexo para que universitarios concursen por un fondo (Panfilova et al., 2019). Por parte de la universidad, la Dirección de Finanzas asigna presupuestos para necesidades operativas y estratégicas, cada unidad destina acorde a los objetivos que tengan, caso contrario a Herrera & Villalobos (2018). Cabe mencionar que,

el nexo Gobierno- Universidad está dada principalmente por el IES quienes sentaron bases por medio de alianzas soporte de I+D fuertes redes con actores regionales (Pugh et al., 2018) con el Fondo de Inversión de la UDEP, Inversionistas Ángeles ya están explorando el Crowdfunding; Innóvate Perú refuerza la aseveración explicando su apoyo:

“...un Inversionista Ángel es quien ayuda a dar el gran salto impulsando el negocio, manejan tickets desde \$50,000, \$100,000 hasta máximo \$500,000... el Ángel es justo un paso previo al capital de Riesgo” (*Repr. Innóvate Perú*)

En el sub- factor (b.3) incubadoras y facilitadores, como parte de la infraestructura cuentan con un espacio físico para la incubadora de negocios, además un aula de creatividad e infraestructura digital. De igual manera, actores externos, mediante CDE:

“El tema de apoyo en asesoramiento... nosotros trabajamos prácticamente en el CDE (Centro de Desarrollo Empresarial), ellos están más ligados a lo que son universitarios... estamos siempre a la par entre la universidad y el Ministerio de la Producción” (*Repr. Produce*)

(c.3) La red comercial, conformada por alianzas con Red de Ángeles Business, programas de inversión abierta, bancos multilaterales, ministerios y PECAP, además proporciona acceso fondos e instrumentos. Del mismo modo, interactúan con redes empresariales de Lambayeque, empresas privadas o entidades nacionales y el Ministerio de la Producción con Kit Digital, plataforma con material digital (Fellnhofer, 2017) y convenios, hallando fuerte apoyo al lanzamiento de negocios de afuera hacia adentro.

Para conocer el apoyo al desarrollo empresarial que tienen los estudiantes universitarios, en cuanto a (a.4) monitoreo de negocios, es dado mayormente por instituciones estatales más que por la universidad, siendo oportunidad emprendedora de generar nueva información y conocimiento entre facultad y estudiantes (Pérez, 2016). (b.4) La red de I+D, está amparada por el apoyo externo que recae en el IES e investigación. Innóvate Perú pone a disposición la plataforma Te conecta, permitiendo la conexión entre actores del ecosistema con startups y 500 pymes. Por otro lado, en este caso, las (c.4) instalaciones tecnológicas son escasas en la universidad, lo cual es un hallazgo no detectado en otras investigaciones (Panfilova et al., 2019); por ende, los emprendimientos resultantes no son tecnológicos Eesley & Miller (2017). Cabe destacar que, el capital del conocimiento incluye contar con Oficinas de Transferencia Tecnológica (OTT), procesos internos para evaluar la propiedad intelectual, inversión en I+D interna y agregados para comercializarlos (Audretsch & Belitski, 2021).

Finalmente, se encontraron limitaciones como: accesibilidad para realizar entrevistas dado que los algunos directivos se abstenían a brindar declaraciones sobre aspectos universitarios y en la literatura se halló que la praxis del fenómeno tratado es un campo aún por explorar; sin embargo, a la actualidad han surgido nuevos modelos integradores que complementaron la revisión de literatura siendo incluidos por sus aportes. Por otra parte, se sugiere para futuras investigaciones, considerar en la unidad de análisis a los emprendedores porque permitiría medir el impacto que tiene la formación en ellos; en el presente estudio no fueron considerados porque el modelo en especial indicó no realizarían un aporte significativo debido a que va dirigido al personal universitario, quienes forman; más en otros estudios el aporte puede ser válido.

En la Tabla 4 se resumen resultados y proponen estrategias a los responsables de la formulación y acatamiento de políticas en la universidad respecto a lo contemplado por el objetivo general con el ánimo de contribuir a la mejora continua de los servicios que brinda la universidad a los estudiantes emprendedores innovadores.

Propuesta

Tabla 4

Estrategias propuestas para iniciar la formación del emprendimiento innovador.

Características	Impacto	Estrategias
Esfuerzos iniciales por capacitar a profesores en emprendimiento.) Transferencia de conocimientos a los estudiantes en el área realizado con dificultad.) Programas de capacitación docente con seguimiento, medición y <i>feedback</i> .
) Reflejo inmediato en formación de estudiantes no competitivos a exigencias del mercado.) Generar intraemprendimiento aliando a docentes con entidades externas.
) Desactualización del docente.) Gestionar conocimiento y competencias emprendedoras con la investigación orientada a la aplicación innovadora.
Relación inicial entre universidad-empresas e industria.) La universidad está distante de la realidad del mercado.) Integrar a estudiantes para que participen en grupos de investigación, visitas técnicas, junior empresa y eventos que promuevan la cultura emprendedora.
) Estudiantes con poco conocimiento de la industria y mundo empresarial.) Promover que estudiantes sean pasantes en empresas creadas en la incubadora.
) Redes y reputación en el mercado aún no construido.) Apoyar con tecnologías de la información como solución estratégica y operacional para empresas.
Centralización en mecanismos de transferencia tecnológica.) La creación de una nueva empresa depende demasiado de la incubadora.) Aliviar la carga burocrática relacionado con el proceso de creación de empresas.
) Promover el desarrollo de tecnologías e innovación dentro de la universidad aprovechando la relación con otras áreas.
Cursos no consecutivos que no contemplan como finalidad al emprendimiento.) Escuelas centradas en formar empleados mas no empleadores.) Reformular los planes de estudio de ingeniería, administración y otros campos para que el emprendimiento sea integral.
) Emprendimientos no tecnológicos.) Dar continuidad a ideas de negocio que fueron para fines académicos como medio para desarrollar investigación científica con estudiantes, presentar publicaciones en ponencias y congresos.
Programas mayormente externos que apoyan al lanzamiento de negocios.) Dependencia y no desarrollo del potencial interno.) Ofrecer apoyo financiero a jóvenes emprendedores con programas internos.
) Dificultades para encontrar recursos financieros internos como soporte para nuevas ideas comerciales.) Mantener contacto como universidad con la empresa derivada "graduada".
) Construir redes empresariales entre estudiantes novatos y de experiencia para ayuda mutua.
) Mentoring.

Fuente: Investigación de campo de los autores, 2020.

Nota: Basado en Becerra, Borges & Andreassi (2017) y Herrera & Villalobos (2018).

Conclusiones

Tras el análisis vertido párrafos anteriores, se concluye:

En general, los resultados de investigación ponen en manifiesto que los factores e indicadores que integran el modelo teórico empleado, en su mayoría, poseen refuerzos teóricos suficientes para analizar cada fase, a la vez, mostrando la divergencia conceptual para justificar mediante servicios brindados por la universidad la práctica del mismo en armonía con la innovación. En el presente estudio de caso, el contexto actual, evidenció entre las principales fortalezas: la investigación, además soporte destacado por parte del IES e incubadora de negocios, presencia continua del estado peruano y gobierno regional mediante programas de formación, acceso a fondos - redes I+D y docentes que hacen seguimiento a estudiantes de manera personal reforzando habilidades emprendedoras; por otra parte, entre las oportunidades de mejora que requieren mayor atención tenemos: desarticulación entre áreas internas indispensable para formar estudiantes en emprendimiento, distanciamiento entre universidad- empresas -industrias, centralización de la labor en incubadora e instituto, escasos recursos e infraestructura tecnológica; sin embargo, hay tendencias favorables para implementar estrategias de formación en emprendimiento innovador expuestas en la propuesta.

Igualmente, se logró identificar stakeholders participantes del ecosistema de emprendimiento e innovación en la casa de estudios universitaria, siendo de apoyo la literatura que suministró bases de selección, resaltando el aporte de los mismos desde distintas áreas en cada fase del modelo integrador.

A su vez, en la primera fase, la cultura emprendedora está siendo fomentada por influencia de esfuerzos aún iniciales en capacitación en emprendimiento a docentes, así como, en el proceso formativo las actividades curriculares teórico prácticas se enfocan más en finalidades de la carrera profesional en cuestión, se reafirma con la literatura que el emprendimiento innovador y creatividad se relacionan positivamente, además se detecta el soporte en servicios de pre- incubación, incubación y post- incubación por parte de VRA, incubadora de negocios y el IES.

Luego, se sintetiza que el apoyo al emprendimiento está centralizado mayormente en los mecanismos de transferencia tecnológica y ello se debe a un desconocimiento por parte de los departamentos sobre cómo aportar a formar en emprendimiento, reflejado también en los ejes transversales universitarios; en cuanto a plan de negocios se encontró un soporte institucional y gubernamental resultando ser de mayor acceso a los jóvenes que cuentan con una idea de negocios.

Por consiguiente, el apoyo al lanzamiento de negocios está reforzado por la intervención del Gobierno a través de alianzas que sentó el IES como soporte I+D, debido a que vieron la necesidad de ampliar el impacto con la formación de redes entre actores regionales, redes de Business Angels, programas de inversión abierta, financiamiento y fondos; para ello, hacen uso de plataformas digitales y ambientes físicos.

En este sentido, se logró conocer el apoyo al desarrollo empresarial, ultimando que está soportado principalmente por los mecanismos de transferencia como lo son la incubadora y el IES, este a su vez, con las alianzas colaborativas conformadas por entidades del Estado; por otro lado, cabe mencionar que los pocos emprendimientos generados no son tecnológicos, ello se debe a la carencia en incorporación de tecnología para desarrollo de productos con fines de cubrir necesidades de la sociedad.

Por último, se espera en un futuro próximo, que el modelo presentado se continúe sosteniendo con enfoques modernos que permitan ahondar en la conceptualización de emprendimiento y su análisis empírico; incluyendo la convergencia entre generación de

conocimiento y patentes; así como el impacto en la ciudadanía o la generación de valor social acorde a las necesidades del territorio con una visión estratégica; de modo que, los jóvenes estudiantes y graduados universitarios puedan satisfacer las altas exigencias de la sociedad moderna. Las investigaciones futuras podrían abordar temas que subyacen del mismo, tales como: Análisis de la formación en emprendimiento innovador, entre las universidades de Lima. Análisis comparativo entre modelos de formación en emprendimiento de universidades de América Latina.

Recomendaciones

Mantener una visión positiva a incorporar el emprendimiento en la universidad, debe ir acompañado de una infraestructura de incubación universitaria primordial para fomentar el espíritu empresarial de los jóvenes (Becerra, Borges & Andreassi, 2017) pudiendo activar procesos formativos integrales como universidad emprendedora que dé oportunidades para que estudiantes realicen actividades aplicativas con docentes y otros stakeholders del ecosistema.

De igual manera, debido a que la aplicación de iniciativas aisladas y desarticuladas en un entorno universitario resultó ser una limitante resaltada por agentes internos para formar en emprendimiento, se sugiere, a encargados de la gobernanza y liderazgo institucional, facilitar la comunicación e intercambio de conocimientos y experiencia sobre la docencia universitaria (Arroyo et al., 2009) mediante actividades integradoras como encuentros de experiencia para integrar funciones, identificar buenas prácticas y oportunidades de mejora llegando a acuerdos.

Así mismo, ante lo detectado en cuanto a escasez de recursos e instalaciones tecnológicas es necesario que en los cursos se incluya un enfoque emprendedor ligado a la tecnología para generar nuevas spin-off innovadoras, además apoyar el intercambio de conocimientos para la generación de productos, servicios hasta patentes que aporten al desarrollo económico de la región (Pugh et al., 2018). Resulta esencial que la casa de estudios disponga de infraestructura tecnológica para desarrollar esfuerzos de comercialización de I+D a partir de ello.

El modelo empleado, articula mediante soportes o fases integrales un FEE & ADE, logrando éxito en universidades aplicadas en su paso a ser emprendedoras (Arroyo et al., 2009); no obstante, es recomendable incluir la relación entre generación del conocimiento como motor de transformación y comercialización derivado de investigación y saberes de la docencia como respuesta de un sistema universitario hacia la sociedad, incluyendo interesados y economías regionales (Audretsch & Belitski, 2021).

Referencias

- Arroyo, V., Van Der Sijde, P., & Jiménez-Sáez, F. (2009). Innovative and creative entrepreneurship support services at universities. *Service Business*, 4(1), 63–76. doi:10.1007/s11628-009-0084-4
- Audretsch, D. & Belitski, M. (2021). Three-ring entrepreneurial university: in search of a new business model, *Studies in Higher Education*, 46:5, 977-987, DOI: 10.1080/03075079.2021.1896804
- Benjumea, M., & Arango, D. (2019). Evaluating the Impact of Social Entrepreneurship: A Multi-criteria Approach. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 27(2), 141–153. doi:10.3311/ppso.12716
- Bezania, M.; García, A.; Paños, J; Arruti, A. (2020). Developing the Entrepreneurial University: Factors of Influence. *Sustainability*, 12(3), 842–. doi:10.3390/su12030842
- Bezerra, É., Borges, C., & Andreassi, T. (2017). Universities, local partnerships and the promotion of youth entrepreneurship. *International Review*, 63(5), 703–724. doi:10.1007/s11159-017-9665-y
- Cancino, V., & Cárdenas, J. (2018). Políticas y estrategias de vinculación con el medio en universidades regionales estatales de Colombia y Chile. *Innovar*, 28(68), 91–104. doi: 10.15446/innovar.v28n68.70474.
- Champhirum, S. & Van Der Sijde (2014). Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. *High Educ, Springer*. Doi:10.1007/s10734-014-9750-0.
- Contreras V., Wilches D., Graterol R. y Bautista S. (2017). Educación Superior y la Formación en Emprendimiento Interdisciplinario: Un Caso de Estudio, *Formación Universitaria*, 10(3), 11-20. doi: org/10.4067/S0718-50062017000300003
- Dodd & Hynes (2012) The impact of regional entrepreneurial contexts upon enterprise education, *Entrepreneurship & Regional Development*, 24:9-10, 741-766, DOI: [10.1080/08985626.2011.566376](https://doi.org/10.1080/08985626.2011.566376)
- Dohse, D., & Walter, S. G. (2012). Knowledge Context and Entrepreneurial Intentions among Students. *Small Business Economics*, 39, 877–895. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9324-9>
- Drivas, K., Panagopoulos, A. & Rozakis S. (2016). Instigating entrepreneurship to a university in an adverse entrepreneurial landscape. Springer Science+Business. DOI 10.1007/s10961-016-9525-0
- Eesley, CE. & Miller, W. (2017). Impact: Stanford University's Economic Impact via Innovation and Entrepreneurship. Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2227460>
- Emprendedores conocerán oportunidades de financiamiento. (2016). Universidad Privada de Chiclayo. Recuperado de: <http://www.usat.edu.pe/destacada/emprendedores-conoceran-oportunidades-de-financiamiento/>
- Espinoza G. P. (02 de Octubre de 2018). Emprendedores marca Chiclayo. Diario La Industria. Recuperado de: http://www.laindustriadechiclayo.pe/mundo_cix/noticia/1538513740emprendedores-marca-chiclayo
- Espinoza G.P. (2018). Emprendedores marca Chiclayo. Diario La Industria. Recuperado de: http://www.laindustriadechiclayo.pe/mundo_cix/noticia/1538513740-emprendedores-marca-chiclayo

- European Commission and the OECD. (2012, diciembre). A Guiding Framework for Entrepreneurial Universities. Version 18th. <https://www.oecd.org/site/cfecpr/EC-OECD%20Entrepreneurial%20Universities%20Framework.pdf>
- Fellnhöfer (2017). The power of passion in entrepreneurship education: entrepreneurial role models encourage passion? *Journal of Entrepreneurship*. Volume 20, Issue 1.
- Fernández, S. (2019). Programa “Tu Empresa” como Estrategia para Impulsar el desarrollo empresarial. Universidad Privada de Chiclayo. Recuperado de: <http://www.usat.edu.pe/noticias/centroseinstitutos-noticias/ies-centroseinstitutos-noticias/programa-tu-empresa-como-estrategia-para-impulsar-el-desarrollo-empresarial/>
- Fischer, B. B., Schaeffer, P. R., Vonortas, N. S., & Queiroz, S. (2017). Quality comes first: university-industry collaboration as a source of academic entrepreneurship in a developing country. *The Journal of Technology Transfer*, 43(2), 263–284. doi:10.1007/s10961-017-9568-x
- Gómez, G.J. (Universidad de la Salle). (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: Teoría, modelos y casos*. Colombia: ISBN 9588572967
- Gan@Más (2018, 2 de enero). La universidad Privada de Chiclayo lanzó su Incubadora de Negocios denominada Impulsat. Recuperado de: <https://revistaganamas.com.pe/usat-de-chiclayo-lanzo-su-incubadora-de-negocios-denominada-impulsat/>
- García R, Ruiz R., Gil S. y Gutiérrez T. (2016). Promoting entrepreneurship education among university students: design and evaluation of an intervention programme, *Cultura y Educación*, 28(3), 565-600. Doi: org/10.1080/11356405.2016.1196897
- González, G., Ferreira, E. y Santos, B. (2018). Desafíos de la universidad emprendedora, acercamientos para su gestión. <http://dx.doi.org/10.18316/desenv.v7i1.4223>
- Gozun, B.C., Rivera, J. P. (2017). Role of Education in Encouraging Youth Employment and Entrepreneurship. *DLSU Business & Economics Review*, 27(1): 72-88.
- Greco, V., & Denes, C. (2017). Benefits of entrepreneurship education and training for engineering students. *MATEC Web of Conferences*, 121, 12007. doi:10.1051/mateconf/201712112007
- Groen, A. J. (2005). Knowledge intensive entrepreneurship in networks: towards a multi-level/multi-dimensional approach. *Journal of Enterprising Culture*, 13(01), 69–88. doi:10.1142/s0218495805000069
- Guerrero, M., Urbano, D., Fayolle, A., Klofsten, M., & Mian, S. (2016). Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape. *Small Business Economics*, 47(3), 551–563. doi:10.1007/s11187-016-9755-4
- Herrera, R. y Villalobos M. (2018). Caracterización de la Formación Académica en Emprendimiento de Pregrado que se realiza en Universidades Chilenas. *Formación universitaria*, 11(4), 43–52. doi:10.4067/S0718-50062018000400043
- Incubagraria – La Molina Emprende, Innova, Crea Nuevos Futuros. (2020). Retrieved 10 May 2020, from <http://incubagraria.lamolina.edu.pe/>
- La universidad y OIT firman acuerdo interinstitucional. (2017). Universidad Privada de Chiclayo. Recuperado de: <http://www.usat.edu.pe/noticias/usat-y-oit-firman-acuerdo-interinstitucional/>
- Leitch C., Hazlett S. & Pittaway L. (2012) Entrepreneurship education and context, *Entrepreneurship & Regional Development*, 24:9-10, 733-740, DOI: 10.1080/08985626.2012.733613
- Lindh, I. & Thorgren S. (2016): Entrepreneurship education: the role of local business. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(5-6), 313–336. doi:10.1080/08985626.2015.1134678

- Mahrndra, A. M., Djatmika, E. & Hermawan, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation and Attitude among Management Students, State University of Malang, Indonesia. *International Studies*, Vol. 10 N°(09). Doi:10.5539/ies.v10n9p61
- Matetskaya (2015). Education programmes for entrepreneurs in the creative industries in ST. Petersburg. *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 3(1): 66-73. DOI: [http://dx.doi.org/10.9770/jesi.2015.3.1\(6\)](http://dx.doi.org/10.9770/jesi.2015.3.1(6)).
- Ministerio de Educación. (2014). *Ley Universitaria N° 30220*. Reforma Universitaria. http://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/ley_universitaria.pdf
- Mora V.A. (2005). Guía para elaborar una propuesta de investigación. *Revista Educación*, 29(2),67-97. ISSN: 0379-7082. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44029206>
- Nuestra filosofía es lograr una cultura de cooperación entre gerentes y trabajadores”. (2017). Universidad Privada de Chiclayo. Recuperado de: <http://www.usat.edu.pe/entrevistas/nuestra-filosofia-es-lograr-una-cultura-de-cooperacion-entre-gerentes-y-trabajadores/>
- Omer, A. & Yemini, M. (2017) Initiating consensus: stakeholders define entrepreneurship in education, *Educational Review*, 69:2, 140-157, DOI: 10.1080/00131911.2016.1153457
- Onofre J.A. (2020). Lambayeque, potencia emprendedora. *Portal PQS, la voz de los emprendedores*. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/regiones/lambayeque-potencia-emprendedora>
- Organización de las Naciones Unidas (2021). 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Panfilova, E., Deminka O., Galichkina M., Istomina A. Latysheva V. & Teymurova V. (2019). Learning models based on a real project in entrepreneurial education. *Journal of Entrepreneurship Education* Volume 22, Issue 2.
- Pérez, L. J. (2016). Emprendimiento académico: estudio sobre las actitudes e intenciones de la facultad universitaria en el desarrollo de iniciativas empresariales [Dissertation Doctoral, Universidad del Rurabo]. Proquest LLC, 10142843.
- Priegue, D., J. García y M. Lorenzo (2014). Higher Education and Enterprising Spirit: The Case of the Universidad de Santiago de Compostela, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 139, 48-55.
- Pugh, R., Lamine, W., Jack, S., & Hamilton, E. (2018). The entrepreneurial university and the region: what role for entrepreneurship departments? *European Planning Studies*, 26(9), 1835–1855. doi:10.1080/09654313.2018.1447551
- Ratten & Usmanij (2020). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *The International Journal of Management Education*, 100367–. Doi: 10.1016/j.ijme.2020.100367.
- Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Consultado en <https://dle.rae.es/?w=emprender>
- Rengiah, P., & Sentosa, I. (2016). The Effectiveness of Entrepreneurship Education in Developing Entrepreneurial Intentions among Malaysian University Students: (a Research Findings on the Structural Equation Modeling). *European Journal of Business and Social Sciences*, 5(2), 30-43. <https://doi.org/10.21859/eulawrev-08063>
- Sanchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401 - 473. doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

- Schnarch K, A (2016). El márketing como estrategia de emprendimiento. Primera edición. Bogotá: Ediciones de la U.
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria SUNEDU (2020). Universidades Licenciadas al 13/06/20. Recuperado de: <https://www.sunedu.gob.pe/lista-de-universidades-licenciadas/>
- Terán, R., (2011). El Emprendimiento: Una competencia estratégica para el desarrollo de Antioquia. Medellín, Colombia: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Thomas V., Bliemel M., Shippam C. & Maine E. (2020). Endowing university spin-offs pre-formation: Entrepreneurial capabilities for scientist-entrepreneurs. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102153>
- Universidad Ricardo Palma (2020). Centros de iniciativas emprendedoras. Lima, Perú. Recuperado de: www.urp.edu.pe/cie/
- Vela, J. (s.f). “Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor”. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <https://www.pucp.edu.pe/unidad/centro-de-innovacion-y-desarrollo-emprendedor/>
- Wardana, L., Narmaditya, B., Wibowo, A., Mahendra, A., Wibowo, N., Harwida, G., & Rohman, A. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. doi: 10.1016/j.heliyon. 2020.e04922
- Zapata, M.G (2017). La UDEP lanza la incubadora de emprendimientos Hub UDEP. Recuperado de: udep.edu.pe/hoy/2017/la-udep-lanza-la-incubadora-de-emprendimientos-hub-udep/

Anexos

Anexo 01: Instrumento

Guía de Entrevista:



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Escuela de Administración de Empresas

Presentación

Mi nombre es Carolina Naomi Quiroz Purizaca, estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, estamos aquí para realizar una entrevista sobre cómo la universidad aporta a la formación del emprendimiento innovador entre sus estudiantes por medio de los servicios que ofrece.

En los próximos minutos se le pide responda preguntas de manera anónima. Las respuestas que usted proporcione son de carácter confidencial para uso exclusivo de la presente investigación.

Actores internos de una universidad privada de Chiclayo

Entrevista semiestructurada sobre “Formación del emprendimiento innovador universitario”	
Guía de entrevista	
Tema:	Formación del emprendimiento innovador a través de los servicios que ofrece una universidad privada de Chiclayo.
Objetivo general:	Conocer los esfuerzos realizados por actores internos de las distintas áreas de la universidad para generar estudiantes emprendedores innovadores a través de los servicios ofrecidos en una universidad privada de Chiclayo.
Entrevistado:	Anónimo
Área a la que pertenece:	
Lugar- Vía:	Plataforma Zoom
Tiempo aproximado:	40 min

Introducción	
Para empezar, ¿puede contarme un poco sobre usted? Como su edad, grado de instrucción, años que labora en la universidad y si labora a tiempo completo o parcial.	
¿Cómo cree usted que la universidad aporta en la formación de jóvenes emprendedores innovadores?	
¿Considera importante la formación del emprendimiento basado en la innovación al interior de la universidad? ¿Por qué?	
Representante del área:	Vicerrectorado de investigación (1)
Dimensiones a colaborar:	Contexto del emprendimiento innovador, cultura de emprendimiento y apoyo al desarrollo empresarial.
1	En lo referente a los cinco temas estratégicos de la región Lambayeque (Salud, Ingeniería y Arquitectura Sostenible, Derecho y Orden Social, Educación y Comunicación, y Emprendimiento e Innovación), ¿por qué es necesaria la investigación en temas de emprendimiento e innovación para la sociedad?
2	¿Los estudiantes tienen a disposición los medios necesarios (tales como actividades, herramientas u otros mecanismos) para desarrollar sus iniciativas de emprendimiento e innovación?
3	¿Desde la perspectiva de la investigación, cómo fomentan la cultura de emprendimiento e innovación en los estudiantes universitarios?
4	¿Entre los objetivos estratégicos (como área), contemplan la formación de los estudiantes en emprendimiento innovador como un aspecto importante?
5	¿De qué manera aportan a la formación en conocimiento sobre temas de emprendimiento e innovación desde las aulas universitarias?
6	¿En la universidad las políticas, normas y procedimientos promueven la búsqueda de fondos externos para la investigación y desarrollo (I+D)?
7	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?
Representante del área:	
Vicerrectorado Académico (2)	
Dimensiones a colaborar:	Contexto del emprendimiento innovador, cultura de emprendimiento y apoyo al desarrollo empresarial.
1	¿Entre los objetivos estratégicos (como área), contemplan la formación de los estudiantes en emprendimiento innovador como un aspecto importante?
2	¿Los estudiantes tienen a disposición los medios necesarios (tales como actividades, herramientas u otros mecanismos) para desarrollar sus iniciativas de emprendimiento e innovación?
3	¿A través de los cursos impartidos, en la facultad de Ciencias Empresariales, se apoya a la formación de emprendimientos basados en la innovación potenciando las habilidades de los estudiantes?
4	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?
5	¿En la universidad las políticas, normas y procedimientos promueven la búsqueda de fondos externos para la investigación y desarrollo (I+D)?
6	¿Consideran que cuentan con especialistas en temas de emprendimiento (sean profesores o mentores) que apoyan a los estudiantes con idea de negocio para que puedan emprender desde las aulas? ¿Este personal recibe capacitación oportuna?

Representante del área:		Persona responsable de elaboración de planes de estudio de las Facultades de Ciencias Empresariales. (3)
Dimensiones colaborar:		a Contexto del emprendimiento innovador, cultura de emprendimiento y apoyo al emprendimiento.
1	¿De qué manera ha tomado en consideración las necesidades educativas de emprendedores cuando diseñó los planes de estudio? ¿Estos incluyen el desarrollo de negocios? y ¿en qué cursos se ve reflejado, recuerda alguno?	
2	¿En la universidad las políticas, normas y procedimientos promueven que la facultad desarrolle currículos, cursos y metodologías de enseñanza que fomenten el desarrollo de competencias emprendedoras en cada disciplina (para los diferentes emprendedores)?	
3	¿La facultad tiene los recursos necesarios (personal capacitado) para desarrollar currículos, cursos y metodologías de enseñanza que fomenten el desarrollo de competencias emprendedoras en su respectiva disciplina?	
4	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?	
5	¿Entre los objetivos estratégicos (como área), contemplan la formación de los estudiantes en emprendimiento innovador como un aspecto importante?	
Representante del área:		Director de Escuela de Administración de empresas (4)
Dimensiones colaborar:		a Contexto del emprendimiento innovador, cultura de emprendimiento, apoyo al emprendimiento, apoyo al desarrollo empresarial
1	¿La escuela de Administración de Empresas trabaja actividades para fomentar las actitudes emprendedoras de los estudiantes tales como ferias, participación en comités de innovación, mentoría empresarial, competencias y/o otras actividades con estudiantes?	
2	¿Existen planes de capacitación para la formación de los profesores, investigadores en temas de emprendimiento e innovación para que lo repliquen con sus estudiantes?	
3	¿La universidad brinda apoyo a la escuela en la identificación de fondos externos para la investigación y desarrollo (I+D), comercialización de inventos derivados de la universidad y/o otros proyectos emprendedores?	
4	¿Existe un presupuesto para que la escuela realice actividades para fomentar las actitudes emprendedoras de los estudiantes tales como ferias, mentoría empresarial, competencias y/o otras actividades empresariales?	
5	¿Entre los objetivos estratégicos (como área), contemplan la formación de los estudiantes en emprendimiento innovador como un aspecto importante?	
6	¿De qué manera aportan a la formación en conocimiento sobre temas de emprendimiento e innovación desde las aulas universitarias?	
7	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?	

Representante del área:		Docentes de Escuela de Administración de empresas (5)
Dimensiones a colaborar:		Contexto del emprendimiento innovador, Cultura de emprendimiento y Apoyo al emprendimiento.
1	¿Le importaría contarme sobre su experiencia docente y / o de desarrollo curricular en el campo del emprendimiento, y cualquier experiencia empresarial que considere relevante (sobre cómo desarrollar un nuevo negocios)?	
2	¿Qué habilidades, conocimientos y características empresariales pretende enseñar en cursos / programas de emprendimiento? ¿Cuáles son los desafíos (además, en un formato de educación a distancia, si corresponde)?	
3	¿Genera cambios en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, propiciando en los estudiantes nuevas formas de observar el entorno y las oportunidades que este ofrece?	
4	¿En los pasados 3 años ha trabajado en la organización de ferias y/o actividades que fomenten el emprendimiento innovador en estudiantes de esta universidad?	
5	¿Existe un presupuesto para que la escuela realice actividades para fomentar las actitudes emprendedoras de los estudiantes tales como ferias, mentoría empresarial, competencias y/o otras actividades empresariales?	
6	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?	
7	¿De qué manera aportan a la formación en conocimiento sobre temas de emprendimiento e innovación desde las aulas universitarias?	
8	¿En el interior de la universidad se cuenta con instalaciones tecnológicas para apoyar el emprendimiento?	
Representante del área:		Representante del IES (6)
Dimensiones a colaborar:		Contexto del emprendimiento innovador, Apoyo al emprendimiento y Apoyo al lanzamiento de negocios.
1	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?	
2	¿De qué manera apoyan a emprendedores, investigadores e inversionistas (Business Angels & capital de Riesgo) en las actividades necesarias para el establecimiento y éxito de nuevas compañías?	
3	¿La incubadora cuenta con programas específicos para la formación del emprendimiento basado en la innovación? ¿Estos incluyen un plan de tutoría de negocios?	
4	De los 3 servicios dirigidos a los emprendedores (pre- incubación, incubación y lanzamiento) ¿cómo es el proceso de monitoreo y durante cuánto tiempo lo realizan?	
5	¿Aportan en la identificación y obtención de fondos concursables externos (privados y/o públicos) para beneficio de los emprendedores?	
6	¿Cuentan con ambientes de trabajo (infraestructura) necesaria para el desarrollo de actividades emprendedoras?	
7	¿Qué entidades comprenden su red comercial (alianzas) que benefician a los emprendedores? ¿Cómo se relacionan con estas entidades?	

8	¿En la universidad las políticas, normas y procedimientos promueven la búsqueda de fondos externos para la investigación y desarrollo (I+D)?
9	¿Brindan asesoramiento a los emprendedores en la búsqueda de oportunidades de negocio acorde a las tendencias del sector?
Representante del área:	Encargado de manejar el capital económico en la universidad (7)
Dimensiones a colaborar:	Contexto del emprendimiento innovador, Apoyo al lanzamiento de negocios.
1	¿En la universidad se promueve la colaboración entre departamentos para aportar a la formación de jóvenes emprendedores innovadores?
2	¿Aportan en la identificación y obtención de fondos concursables externos (privados y/o públicos) para beneficio de los emprendedores?
3	¿De qué manera apoyan a emprendedores, investigadores e inversionistas (Business Angels & capital de Riesgo) en las actividades necesarias para el establecimiento y éxito de nuevas compañías?
4	¿Los sistemas de compensación de la universidad promueven la búsqueda de fondos externos para la investigación y desarrollo (I+D) de emprendimientos?

Actores externos de una universidad privada de Chiclayo

Entrevista semiestructurada sobre “Formación del emprendimiento innovador universitario”	
Guía de entrevista	
Tema:	Formación del emprendimiento innovador a través de los servicios que ofrece una universidad privada de Chiclayo.
Objetivo general:	Conocer los esfuerzos realizados por actores externos a una universidad privada de Chiclayo para generar estudiantes emprendedores innovadores.
Entrevistado:	Anónimo
Área a la que pertenece:	
Lugar- Vía:	Plataforma Zoom
Tiempo aproximado:	40 min
Introducción	
Representantes:	De entidades gubernamentales que aportan en la formación del emprendimiento innovador en una universidad privada de Chiclayo. (8)
Dimensiones colaborar:	a Apoyo al emprendimiento, Apoyo al lanzamiento de negocios y Apoyo al desarrollo empresarial.
1	¿Qué entidades comprenden su red comercial (alianzas) que benefician a los emprendedores?
2	¿Parte de esta red está conformada por mentores/facilitadores que apoyan el crecimiento de los emprendimientos brindándoles facilidades?
3	Sobre los fondos concursables que otorgan, ¿cómo benefician en la formación de emprendedores innovadores universitarios?
4	¿Con qué programas apoyan financieramente a los emprendedores a concretar su desarrollo productivo?
5	¿De qué manera apoyan a emprendedores, investigadores e inversionistas (Business Angels & capital de Riesgo) en las actividades necesarias para el establecimiento y éxito de nuevas compañías?
6	¿Cómo facilitan la interrelación entre empresas, emprendedores universitarios de la región y entidades de soporte con base en la innovación para impulsar el emprendimiento?
7	¿Se apoyan de servicios tecnológicos que faciliten la interrelación entre las universidades y ustedes como entidad del Estado? ¿Cómo se puede potenciar esa interrelación?
8	¿Cómo se da la transferencia tecnológica entre los emprendimientos universitarios y la sociedad?
9	Como entidad ¿Cómo favorecen la transferencia tecnológica entre los emprendimientos universitarios y la sociedad?

Anexo 2: Validación por expertos**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Carla Ethel Gamarra Flores, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **“FORMACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE CHICLAYO”**, elaborado por la Est. **CAROLINA NAOMI QUIROZ PURIZACA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 08 de octubre de 2020.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gamarra', is written over a light grey rectangular background.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: M.Sc. Carla Ethel Gamarra Flores
Cargo Actual: Coordinadora de Investigación de la USAT



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Rocío del Pilar Rumiche Chávarry, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **“FORMACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE CHICLAYO”**, elaborado por la Est. **CAROLINA NAOMI QUIROZ PURIZACA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 13 de octubre de 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rocío del Pilar Rumiche Chávarry", is positioned above the typed name.

D^a. Rocío del Pilar Rumiche Chávarry
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: D^a. Rocío del Pilar Rumiche Chávarry
Cargo Actual: Docente investigadora.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Jorge Alfredo Huarachi Chavez., mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **“FORMACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE CHICLAYO”**, elaborado por la Est. **CAROLINA NAOMI QUIROZ PURIZACA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 16. de octubre de 2020.

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Jorge", written over a horizontal dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Jorge Alfredo Huarachi Chavez PhD

Cargo Actual: Docente investigador.

Anexo 3: Operacionalización de Variables

Tabla A1

Operacionalización de variables

Concepto/ Fenómeno	Factores de análisis	Definición conceptual	Sub factores de análisis
Formación del emprendimiento innovador	Contexto del Emprendimiento Innovador	Punto de partida para analizar todo el modelo prestando atención a las implicaciones de una consideración integral (Arroyo et al., 2009)	<ul style="list-style-type: none"> · Capital · Alcance · Recursos
Definición conceptual	Actores clave del emprendimiento innovador	Participan en cada una de las etapas del modelo, es necesario un enfoque sistemático e integral del proceso que tenga en cuenta a todos (Arroyo et al., 2009).	<ul style="list-style-type: none"> · Stakeholders internos. · Stakeholders externos
Se habla de un emprendimiento innovador, en tanto, se oriente al desarrollo de iniciativas innovadoras en sus modelos de negocio y en su tecnología (Schnarch, 2016).	Cultura de emprendimiento	Para creación de una nueva empresa es un aspecto crítico de infraestructura ya que, fomentará que estudiantes se arriesguen a iniciar un negocio (Grecu & Denes, 2017).	<ul style="list-style-type: none"> · Concientización · Investigación · Enseñanza
Definición operacional	Apoyo al emprendimiento	Etapas que integra las actividades para ofrecer apoyo a los emprendedores durante la planificación de la futura empresa y desarrollo del plan de negocio (Arroyo et al., 2009).	<ul style="list-style-type: none"> · Búsqueda de oportunidades de negocio. · Plan de negocios · Programas de apoyo
Aplicación de guías de entrevista semiestructuradas a representantes de áreas involucradas en el concepto.	Apoyo al lanzamiento de negocios	Abarca actividades de apoyo y vigilancia a la nueva empresa durante su creación y adaptación al mercado; importante las redes y contactos (Arroyo et al., 2009).	<ul style="list-style-type: none"> · Acceso a fondos · Incubadoras y facilitadores · Red comercial.
	Apoyo al desarrollo empresarial	Una oportunidad emprendedora se crea con nueva información y conocimiento generado por parte de la facultad y estudiantes (Pérez, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> · Monitoreo de negocios · Red I+D · Servicios tecnológicos

Fuente: Elaboración propia con adaptaciones de Van der Sijde & Jiménez (2009)

Anexo 4: Matriz de Consistencia

Tabla A2

Matriz de Consistencia

Pregunta de investigación	Objetivo general	Concepto	Factores	Sub- Factores	Indicadores		
¿De qué manera se puede iniciar la formación del emprendimiento innovador en los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo?	Proponer estrategias para iniciar la formación del emprendimiento innovador en los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo.	FORMACIÓN DEL EMPREDIMIENTO INNOVADOR	Contexto del Emprendimiento Innovador	Capital	Capital Estratégico Capital Económico Capital Cultural Capital Social de la red		
	Objetivos Específicos			en que se encuentra la universidad con respecto al emprendimiento innovador.	Actores clave del emprendimiento innovador	Stakeholders internos	Gestores Universitarios Incubadora Centros de investigación Departamento Facultades
			Stakeholders externos			Consultorías Asociación empresarial Instituto tecnológico Redes de capital semilla Gobierno	
	• Determinar el contexto		en que se encuentra la universidad con respecto al emprendimiento innovador.	Actores clave del emprendimiento innovador	Concientización	Emprendedores	Empresas Personal
						• Identificar los actores clave que intervienen en la formación de estudiantes emprendedores innovadores.	Cultura de Emprendimiento
	• Analizar la formación en cultura emprendedora que tienen los estudiantes universitarios.		Enseñanza	Habilidad emprendedora Emprendimiento y entorno Desarrollo de negocios			

Pregunta de investigación	Objetivo general	Concepto	Factores	Sub- Factores	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el apoyo al emprendimiento que brinda la universidad a sus estudiantes. • Comprender cómo se da el apoyo al lanzamiento de negocios que brinda la universidad a sus estudiantes. • Conocer el apoyo al desarrollo empresarial que tienen los estudiantes universitarios. 			Búsqueda de oportunidades de negocio.	Previsión del mercado Resultados investigación "Observación"
			Apoyo al Emprendimiento	Plan de negocios	Evaluación plan de tutoría de negocios Evaluación plan de negocio
				Programas de apoyo	Variedad de programas para diferentes emprendedores Actividades específicas de formación Programas de apoyo financiero
				Acceso a Fondos	Business Angels & capital de Riesgo Entidades financieras Accionistas potenciales
			Apoyo al Lanzamiento de Negocios	Incubadoras y facilitadores	Infraestructura Instalaciones Contactos / salas comunes
				Red comercial	Acceso a los clientes Acceso a proveedores Acceso a socios comerciales
				Monitoreo de Negocios	Monitoreo primeros años Apoyo al crecimiento
			Apoyo al Desarrollo Empresarial	Red de I+D	Acceso negocio tecnológico Acceso a los lab. de I+D
				Servicios tecnológicos	Instalación Tecnológica Transferencia tecnológica

Población, muestra y muestreo	Instrumentos de recolección de datos	Procedimiento	Procesamiento de datos
<p>Unidad de análisis: 14.</p> <p>Actores y áreas internas:</p> <p>Vicerrectorado de Investigación. Vicerrectorado Académico. Director de escuela Administración de Empresas. Dirección de escuela Gestión Anterior. Dirección de escuela Ingeniería. Docente escuela Administración de Empresas. Docente escuela de Ingeniería Industrial. Docente escuela de Ingeniería de Sistemas especialista en tecnología. Encargado del diseño de planes de estudio Administración. Encargado del diseño de planes de estudio Ingeniería. Encargado del capital económico. Representantes del IES.</p>	<p>Guía de entrevistas semi estructuradas.</p> <p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo: Estudio de Caso</p> <p>Muestreo: no probabilístico - intencionado.</p>	<p>Vía: Plataforma Zoom</p> <p>Permisos: Consentimientos informados</p> <p>Días: Inter diario</p> <p>Horas: sujeto a disponibilidad de los entrevistados.</p> <p>N° de Rondas: 1</p> <p>Tiempo: 1h</p>	<p>Se contactó a los stakeholders vía correo electrónico y envió el consentimiento informado. Posterior a la aceptación, se aplicó las entrevistas a profundidad durante los meses de septiembre y octubre 2020, a través de la plataforma Zoom. La información fue transcrita manualmente a Microsoft Word. Para categorizar, se diseñaron matrices en Excel reconociendo factores comunes y se procedió a analizar para dar respuesta a los objetivos de investigación.</p>
<p>Instituciones Externas</p> <p>Ministerio de la Producción Innovate Perú</p>			

Fuente: Elaboración propia basado en Arroyo, Van der Sijde & Jiménez (2009).

Anexo 5: Información sociodemográfica de la unidad de análisis

Tabla A3

Características sociodemográficas y relacionadas con el trabajo de los participantes

Características	Frecuencia n=14	Porcentaje %
Sexo		
Hombre	10	71.43
Mujer	4	28.57
Edad		
33 - 43 años	8	57.14
43 - 52 años	2	14.29
52 - 62 años	4	28.57
Grados y títulos		
Título de Segunda Especialidad Profesional	2	14.29
Grado de Maestro	10	71.43
Grado de Doctor	2	14.29
Contrato laboral		
Tiempo completo	12	85.71
Tiempo parcial	2	14.29
Años de servicio universitario		
2 - 8 años	4	28.57
8 - 13 años	4	28.57
13 - 19 años	6	42.86

Nota: * Para grados y títulos se utilizó como referencia la Ley Universitaria N° 30220.

Anexo 6: Formato de consentimiento informado**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Estimado participante,

Se le solicita su valioso apoyo en la investigación realizada por Carolina Naomi Quiroz Purizaca, estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, asesorada por el docente Jorge A. Huarachi Chávez PhD. La investigación se titula “Formación del Emprendimiento Innovador en estudiantes de una universidad privada de Chiclayo”, abordado como un estudio de caso que tiene como objetivo general, proponer estrategias para generar estudiantes emprendedores innovadores a través de los servicios ofrecidos en una universidad privada de Chiclayo. La entrevista, aborda el tema de emprendimiento desde la universidad ya que, hoy en día, los modelos universitarios incorporan una tercera misión que es la universidad emprendedora, dentro de esta misión, el emprendimiento y la innovación juegan un rol protagónico, razón por la cual este trabajo de investigación en base a un diagnóstico planteará propuestas para la formación de jóvenes emprendedores con innovaciones basadas en el conocimiento y tecnología.

Se le ha contactado a usted en calidad de _____, para solicitarle participar en esta entrevista de manera anónima respondiendo a preguntas (a partir de una guía de entrevista semi estructurada) sobre el tema antes mencionado, lo que tomará 30 a 40 minutos de su tiempo, será realizado en plataforma Zoom. La información obtenida será únicamente para fines del presente estudio y a fin de poder registrar debidamente la información, se le solicita su autorización para grabar la conversación.

Su participación en la investigación es voluntaria; durante la entrevista usted puede abstenerse en contestar algunas preguntas si así lo prefiere, sin que esto genere perjuicio. Por otro lado, si tuviese alguna consulta sobre la investigación, puede realizarla al inicio o final de la entrevista, a fin de clarificarla oportunamente.

En caso de tener alguna duda sobre la investigación, por favor comunicarse al correo electrónico: naomiquiroz25@gmail.com.

Luego de estar informado, doy mi consentimiento para participar en el estudio y autorizo que mi información contribuya a llevar a cabo esta investigación. Así mismo, estoy de acuerdo que mi identidad sea tratada de manera confidencial (se mantendrá en reserva su nombre).

Nombre del participante

Firma

Fecha