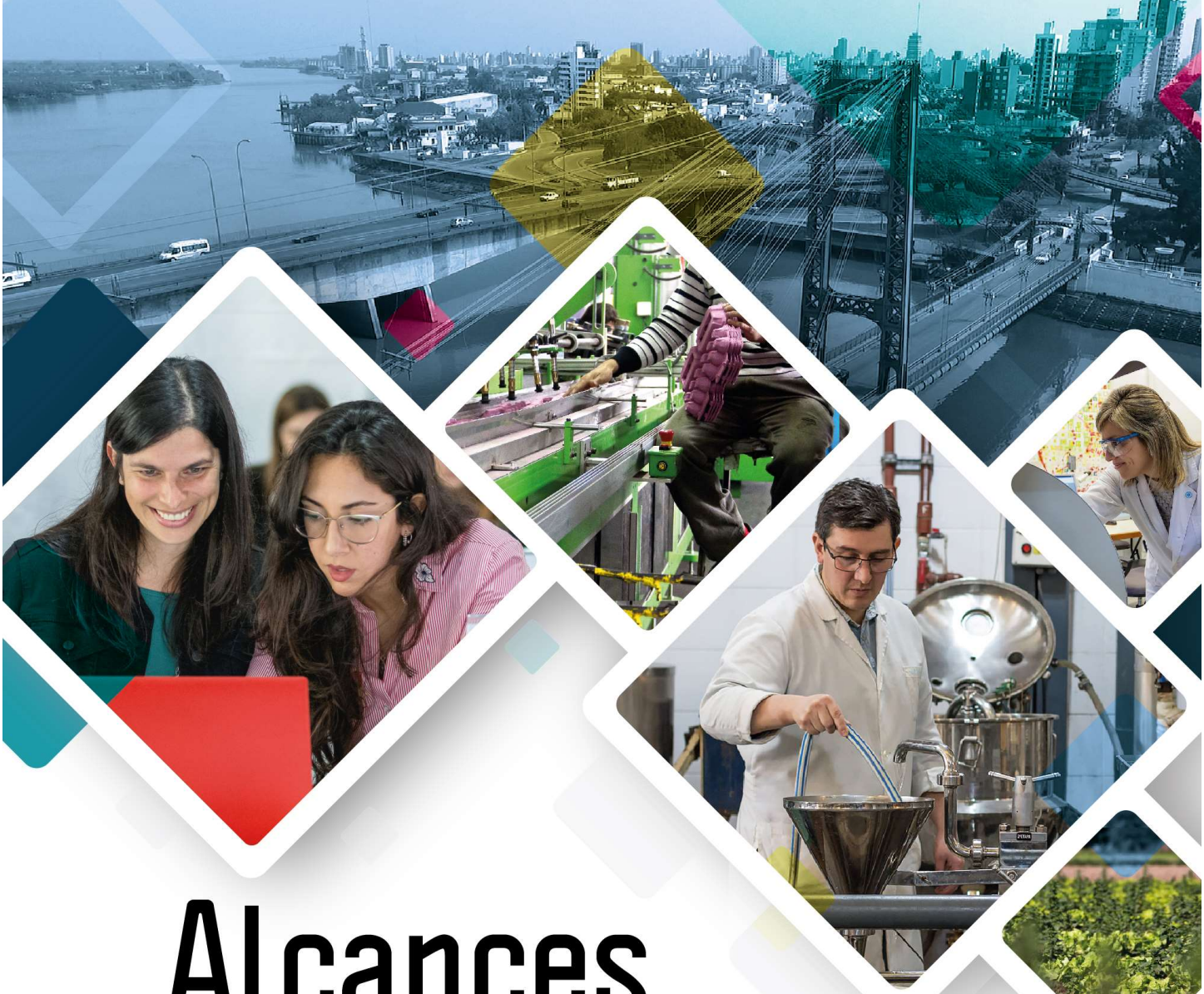

Alcances y desafíos

de la vinculación tecnológica para la transformación social

ISBN: 978-607-8496-12-9

Coordinadores
Javier Lottersberger · Celso Garrido Noguera

RedUE RED UNIVERSIDAD EMPRESA ALCUE América Latina El Caribe Unión Europea

UNL UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

Alcances y desafíos
de la vinculación tecnológica para la transformación social

© Red Universidad-Empresa América Latina y el Caribe-Unión Europea (ALCUE) A.C. Calle Galeana, Col Santa Ursula Xitla, Delegación Tlalpan, Ciudad de México, C.P. 14420

© Universidad Nacional del Litoral, Bv. Pellegrini 2750, Santa Fe, Argentina

© Unión de Universidades de América Latina y el Caribe A.C. Ricardo Flores Magon 1, Col. Nonoalco-Tlatelolco. Deleación Cuauthémoc C.P. 06995

Primera edición, 2021
ISBN REDUE: 978-607-8496-12-9
ISBN UNL: 978-987-692-265-4
ISBN UDUAL: 978-607-8066-62-9

© Javier Lottersberger, Celso Garrido Noguera, 2021.

© Alarcón Pérez, Amaya González, Aragón Chamorro, Bravo Niño, Cáceres, Carrera, Contreras, Correa Valencia, Costanzo, Flores, Galante, Galetto, García García, García Muñoz, Gibert, Gil, Giraldo Acosta, González Becerra, Guatibonza Hernández, Horna Bances, Joris, Kratje, Lottersberger, Monasterios, Nessier, Ocampo, Pacifico, Peretti Canale, Pizarro Lozano, Prada Ospina, Ramírez Salazar, Rossin, Roux, Ruiz Tejada, Sánchez, Sarria Yepes, Soca, Tamariz, Tamariz Grados, Tello Aguilar, Trevignani, Tripaldi, Ugalde Naranjo, Ureña Mora, Uribe Hernández, Vasconcelos–Vásquez, Villafuerte Vega, Zambrano Vera, Zandomeni, Zapata, 2021.

Coordinadores
Javier Lottersberger
Celso Garrido Noguera

Recopiladora
Verónica Vega Montoya

Corrección
María Alejandra Sedrán

Diseño de interior y tapa
Verónica Rainaudo

Este trabajo está autorizado bajo una licencia internacional de Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Sin derivaciones 4.0

Alcances y desafíos
de la vinculación tecnológica para la transformación social

Coordinadores
Javier Lottersberger · Celso Garrido Noguera

PRESENTACIÓN

Roberto Escalante Semerena | *Secretario General de UDUAL*

La Unión de Universidades de América Latina y el Caribe ha tenido como una constante en su agenda promover la cooperación de las universidades de la región con los entornos sociales en las que operan. Sin duda, un aspecto relevante de ello es lo que se refiere a la relación de estas con los actores que promueven el desarrollo económico–social de los países. Esto es particularmente significativo en las complejas y desafiantes circunstancias económicas y sociales por las que atraviesa la región en el contexto de las cambiantes condiciones de la economía mundial.

Testimonio de esto lo dan las actividades de las diversas redes académicas que forman parte de UDUAL, entre las cuales destacamos las que desde hace más de siete años lleva adelante la Red Universidad Empresa ALCUE (REDUE–ALCUE).

En octubre del año 2019 la REDUE ALCUE llevó a cabo con éxito su Séptimo Congreso Internacional en la Universidad Nacional del Litoral (Argentina), uno de cuyos resultados destacados es la presente edición, *Alcances y desafíos de la vinculación tecnológica para la transformación social*, coordinado por Javier Lottersberger y Celso Garrido Noguera. Este libro es coeditado entre la UDUAL, la REDUE–ALCUE y la UNL.

La obra contiene trabajos elaborados por académicos y gestores de la vinculación pertenecientes a distintas universidades de la región, los que se presentan en cinco secciones temáticas que son centrales en la agenda de la Red: Vinculación tecnológica y transformación social; Estrategias regionales para la innovación y el trabajo en red; Inserción laboral y empleabilidad; Estructura y gobernanza de la vinculación de la universidad con los sectores productivos; y finalmente la sección de Cultura emprendedora.

Con las reflexiones registradas en esta publicación, la Red contribuye nuevamente a divulgar el conocimiento y las propuestas para intervenir en temas que hacen evidente la importancia de la participación de las universidades en el desarrollo de los países. En particular, lo relativo a la temática que destaca el título de la obra, toda vez que la transferencia de tecnología a los actores productivos por parte de las universidades es cada vez más relevante para que la región supere las condiciones de desigualdad y exclusión social que la caracteriza a nivel mundial.

Con esta publicación UDUAL, la UNL y la REDUE–ALCUE reafirman su compromiso de contribuir a la circulación social del conocimiento y la tecnología en beneficio de la mayoría de nuestros países.

ÍNDICE

Introducción / 8
Javier Lottersberger
Celso Garrido Noguera

SECCIÓN I. **Vinculación tecnológica y transformación social**

Capítulo 1. Investigación y transferencia en vinculaciones UNS–empresas semilleras en el área de genómica y biotecnología **/ 11**
Alicia Delia Carrera

Capítulo 2. La construcción de una política de vinculación tecnológica y social en la UNGS. Pasos y horizontes a un año de la creación de la Secretaría de Desarrollo Tecnológico y Social **/ 30**
Oscar Galante, Gustavo Gibert, Juan Cruz Contreras y Valeria Costanzo

Capítulo 3. Experiencias de vinculación público–privada del Centro Biotecnológico del Litoral (FBCB–UNL). Proteínas recombinantes de interés terapéutico para uso humano y animal **/ 56**
Ricardo Kratje

Capítulo 4. Acciones del Programa UNLBio **/ 85**
Javier Lottersberger, Romina Andrea Joris y María Victoria Peretti Canale

Capítulo 5. Plataforma de Vinculación Tecnológica de la Universidad Nacional del Nordeste **/ 104**
Juan Pablo Roux, Pablo Ariel Cáceres y Gustavo Alejandro Tripaldi

SECCIÓN 2. **Estrategias regionales para la innovación y el trabajo en red**

Capítulo 6. Modelos de medición de la competitividad en áreas metropolitanas de Colombia **/ 127**
Oscar Alberto Alarcón Pérez, Luis Felipe Amaya González y Lina Marisol Bravo Niño

Capítulo 7. Desarrollo y competitividad local y subregional: análisis situacional en la provincia de Lengupa, Colombia **/ 153**
Henry Ernesto González Becerra, Eva Inés Guatibonza Hernández y Francisco Javier García García

Capítulo 8. Vinculación y transferencia de conocimiento como estrategia innovativa de la Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA) / **179**
Claudia Sabrina Monasterios

Capítulo 9. Análisis bibliométrico de la estrategia de la sostenibilidad en la gerencia de la cadena de abastecimiento / **204**
Pablo César Ocampo y Ricardo Prada Ospina

Capítulo 10. Fortalecimiento del Sistema de Vinculación y Cooperación Tecnológica entre la UNL y los gobiernos locales de la Región Centro–Norte de la provincia de Santa Fe / **227**
María Eugenia Sánchez, Sebastián Ulises Rossin y Javier Lottersberger

Capítulo 11. ¿Cómo se configuran los espacios regionales para la innovación? Actores, estrategias y procesos de aprendizaje / **249**
Fernanda Andrea Soca

Capítulo 12. El caso del Parque Tecnológico Litoral Centro (SAPEM). Su rol y características en el sistema de innovación santafesino / **272**
Lucas Zapata

SECCIÓN 3. **Inserción laboral y empleabilidad**

Capítulo 13. El aporte de la comunicación en los servicios de orientación para la inserción laboral en la Pontificia Universidad Católica del Perú / **296**
Sara Karenina Pizarro Lozano

Capítulo 14. Formación integral para el trabajo y la empleabilidad, experiencias y trayectorias con poblaciones vulnerabilizadas desde la Dirección de Extensión y Acción Social, Sede Central, de la Universidad Técnica Nacional / **317**
Susana Ureña Mora y Raquel Villafuerte Vega

Capítulo 15. Las habilidades blandas empresariales fortalecen la inserción laboral. Caso colegios técnicos profesionales / **338**
Kattia Lizzett Vasconcelos–Vásquez y Jinette Ugalde Naranjo

Capítulo 16. Alcances y limitaciones de las pasantías desde la mirada de estudiantes avanzados de la Universidad Nacional del Litoral / **357**
Norma Zandomeni, Andrea Nessier, Andrea Pacifico y Virginia Trevignani

SECCIÓN 4. Estructura y gobernanza de la vinculación de la universidad con los sectores productivos

Capítulo 17. Arquitectura Universidad–Empresa para la gestión de las intervenciones y relaciones sostenibles con empresas de la región **/ 385**
Alexander Aragón Chamorro, Maritza Correa Valencia y Mónica Patricia Sarria Yepes

Capítulo 18. Universidad y Desarrollo Sustentable **/ 407**
Héctor Daniel Flores, Martín Gil y Silvina Leticia Galetto

Capítulo 19. La interinstitucionalidad al servicio de los productores. Caso de musáceas región Caribe, Costa Rica **/ 431**
Jinette Ugalde Naranjo y Kattia Lizzett Vasconcelos–Vásquez

***SECCIÓN 5.* Cultura emprendedora**

Capítulo 20. Hacia nuevas formas de vinculación universidad–sector productivo en México. El caso del Instituto Nacional del Emprendedor y la construcción del ecosistema emprendedor **/ 449**
Gerardo García Muñoz

Capítulo 21. Formación para el emprendimiento en universidades peruanas **/ 473**
Yrene C. Uribe Hernández, Stalein J. Tamara Tamariz, Esteban V. Horna Bances, Nelly N. Tamariz Grados, Carmen Patricia Tello Aguilar y José Octavio Ruiz Tejada

Capítulo 22. La experiencia del cliente y su orientación en la creación de una estrategia, para ofertar programas virtuales de educación continuada. Caso: Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito (ECIJG) **/ 492**
Smith Zambrano Vera, María del Pilar Ramírez Salazar y Sadoth Giraldo Acosta

INTRODUCCIÓN

Javier Lottersberger | Secretario de Vinculación y Transferencia Tecnológica de la Universidad Nacional del Litoral | SVTT–UNL), Santa Fe, Argentina.

Celso Garrido Noguera | Fundador y actual Secretario de la Red Universidad–Empresa ALCUE.

La temática de la vinculación tecnológica de las universidades con sus entornos ha formado parte de los ejes centrales en la agenda de la Red Universidad–Empresa ALCUE (REDUE) desde su creación, la que sin embargo ha registrado una evolución conceptual en el enfoque por parte de la asociación. Esto, particularmente, en la dirección de ampliar la búsqueda de interlocución con los distintos actores productivos, y por el especial énfasis en la meta de que dicha vinculación contribuya a una transformación social progresiva en las comunidades con las que interactúan las universidades

Con *Alcances y desafíos de la vinculación científico–tecnológica para la transformación social* la REDUE reafirma su premisa de potenciar que las actividades de transferencia de conocimiento de las universidades con los sectores productivos se haga de manera alineada con las misiones de investigación, formación y servicios generales que estas desarrollan, procurando que la inversión en ciencia que ellas llevan a cabo sea de impacto social positivo, en tanto promueven un desarrollo económico más amplio y que sirva al interés general de nuestras sociedades.

Los objetivos de este libro son promover la reflexión sobre la vinculación científico–tecnológica y su potencial para transformar las condiciones sociales; compartir modelos, metodologías y herramientas de gestión de la transferencia de la tecnología; contribuir a la discusión sobre el rol social de las instituciones de educación superior, el papel de la vinculación, y la relación universidad–empresa, como componentes de un ecosistema de innovación; promover el intercambio de experiencias sobre vinculación tecnológica de las universidades con sectores socioproductivos; contribuir a la construcción de un mapa de buenas prácticas en la vinculación universidad–empresa; y difundir avances de las instituciones que conforman el espacio ALCUE, en las actividades de vinculación universidad–sectores productivos.

Lo anterior se confirma en la obra que nos ocupa, integrada por cinco secciones, dos de las cuales en su interrelación dan cuenta de la temática principal de la publicación. En efecto, en la primera sección se presentan trabajos sobre la «vinculación tecnológica y transformación social» mientras

que los trabajos comprendidos en la segunda sección aportan reflexiones referidas a «estrategias regionales de innovación y trabajo en red». La interrelación entre transferencia de tecnología y estrategias para intervención en el territorio constituye el corazón de la temática propuesta en la obra.

Las dos primeras secciones contienen más de la mitad de los trabajos incluidos en el libro, y en ellos se analizan experiencias de diverso alcance y tipo por parte de los autores a la temática general del libro referida a la vinculación tecnológica y la transformación social, en la que se incluyen doce de los veintidós trabajos contenidos en este volumen. En los mismos se analizan experiencias de transferencia tecnológica y desarrollo local por parte de distintas universidades de Argentina y Colombia. De conjunto, esto muestra qué transferencias se han realizado con relación a actores que operan en distintos sectores tecnológicos, y que junto con ello las universidades han asumido estrategias y desarrollos institucionales que les hace posible cumplir con éxito esta misión.

En la tercera sección del libro se presentan cuatro trabajos sobre una temática que también ocupa un espacio relevante en la agenda de interés de la Red, como es la de «inserción laboral y empleabilidad de los egresados». En estos trabajos se presentan experiencias de diverso tipo y enfoque sobre el tema, desarrolladas por universidades de Argentina, Costa Rica y Perú.

Por su parte la cuarta sección de la publicación contiene tres trabajos sobre otro de los importantes temas que ocupan a las instituciones socias de la Red y a los especialistas de la región que concurren regularmente a los congresos de la Red para intercambiar experiencias y puntos de vista al respecto. Esto es lo relacionado con la estructura y gobernanza de la actividad de vinculación con los actores productivos por parte de las universidades, sobre lo que en los trabajos incluidos se comparten experiencias de mucho interés al respecto.

Finalmente, en la quinta sección de esta obra se aborda el tema de amplia relevancia en la problemática que nos ocupa, como es el de la «cultura emprendedora». En esta sección se incluyen tres trabajos de autores de Argentina, Perú y México que brindan la oportunidad de contrastar enfoques y experiencias por parte de universidades que operan en contextos muy diferentes.

Para concluir, queremos enfatizar que con esta nueva publicación la REDUE y el trabajo del conjunto de expertos que han colaborado para que la misma fuera posible reafirmamos el compromiso de nuestra asociación con la búsqueda de opciones que potencien el aporte que las universidades hacemos para contribuir al desarrollo de nuestros países.

Capítulo 21

Formación para el emprendimiento en universidades peruanas

Training for entrepreneurship in peruvian universities

Yrene C. Uribe Hernández, Stalein J. Tamara Tamariz, Esteban V. Horna Bances, Nelly N. Tamariz Grados, Carmen Patricia Tello Aguilar y José Octavio Ruiz Tejada

Doctora en Contabilidad, doctora en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Universidad Nacional de Cañete

ceciliauribeh@hotmail.com

Licenciado en Matemática Aplicada. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

jack_inc7@hotmail.com

Biólogo. Microbiólogo. Doctor en Ciencias Ambientales. Universidad Nacional Le Cordon Bleu

esteban.horna@ulcb.edu.pe

Licenciada en Bromatología y Nutrición, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Doctorando en Administración. Universidad César Vallejo

Docente. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

Resumen

Para conocer las características en la formación para el emprendimiento en Universidades Peruanas, entre los meses de agosto a octubre del 2018 se realizó entrevistas desde la perspectiva de las autoridades y estudiantes de universidades de gestión pública como privadas. La muestra fue irrestricta para el caso de las autoridades y docentes de las instituciones, debido a que se tomó información de los interesados en colaborar. En el caso de los estudiantes se tomó una muestra aleatoria sistemática de 240 y dentro de las autoridades como docentes fueron de 32. Dentro de los resultados considerados más importantes destacan: a) En la Universidad–Formación en Emprendimiento; b) Proyección Social; c) Prestación de Servicios–Incubadoras de Emprendimiento; d) Percepción estudiantil. Finalmente, un 42,2 % tiene una satisfacción baja sobre la formación impartida por su universidad; un 37,1 % regularmente satisfecho y un 21,7 % tienen una satisfacción buena.

Palabras clave: emprendimiento, formación, proyección social, incubadora empresarial

Abstrac

To learn about the characteristics of entrepreneurship training in Peruvian Universities, between august and october 2018, interviews were conducted from the perspective of the authorities and students from 6 public and private universities. The sample was unrestricted in the case of the authorities and teachers of the institutions, because information was taken from those interested in collaborating. In the case of the students, a systematic random sample of 240 was taken and within the authorities, as teachers, there were 32. Among the results considered most important, the following stand out: a) At the University – Entrepreneurship Training; b) Social Projection; c) Provision of Services – Enterprise Incubators; d) Student perception. Finally, 42.2 % have low satisfaction with the training provided by their university; 37.1 % regularly satisfied and 21.7 % have good satisfaction.

Keywords: entrepreneurship, training, social projection, business incubator

Introducción

Para Vázquez (2015) la definición de emprendimiento ha sido ampliamente propagada en muchos países, en los últimos años (Perú no es la excepción). Esto se debe a que con el creciente adelanto de las tecnologías era necesario que las organizaciones se adaptasen al nuevo modelo económico. En este contexto podemos decir globalizar empresas que antes vivía en un sistema de mercado tradicional, tuvieron que reformular sus estrategias para mantenerse sostenibles en el mundo corporativo. Emprender no es para todos, pero para los que saben el desarrollo de la organización, reducir costos no es la única alternativa, pero conocer el negocio y el mercado en el que se encuentran, también, es de fundamental importancia.

Para Espíritu, Gonzáles & Alcaraz (2012), el emprendimiento es uno de los temas que merece una atención puntual dentro de las universidades públicas y en general en todos los niveles educativos del país.

Cabellos (2006) menciona que es un tema que se apodera de las labores de personas involucradas en el entorno universitario y que éste, al igual que la creación de fuentes de empleo, se han vuelto en temas de mucho interés debido a la actual crisis laboral que se vive y que perjudica a varios países producto de los cambios y transformaciones políticas y tecnológicas, así como las crisis financieras que han forzado bancarrotas a nivel personal, empresarial y gubernamental, trayendo como secuela graves problemas en el campo de trabajo. Y debido a ello, menciona que es necesario que surjan opciones innovadoras entre las cuales se encuentra el emprendimiento y como su actor principal, el emprendedor apto para producir nuevas fuen-

tes de empleo. También se refiere al emprendedor universitario, como un individuo con capacidades superiores y amplios conocimientos, el cual está motivado para comenzar y desarrollar sus sueños proactiva, asertiva e innovadoramente, asertiva y proactiva en los diversos escenarios y sectores económicos o sociales, y que cuenten con las competencias que lo identifiquen como un individuo especial, elegido por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca.

Las instituciones de educación superior han venido adaptando gradualmente programas y enfoques curriculares que permiten incentivar el espíritu empresarial; sin embargo, dichos programas, en ocasiones, no responden a las necesidades específicas del contexto social, académico y económico de los estudiantes de cada institución, por lo tanto, se hace necesario realizar análisis institucionales particulares que permitan definir estrategias de impulso al emprendimiento desde el contexto universitario (Rodrigues, Raposo, Ferreira, & Do Paco, 2010).

Los principales problemas de los emprendedores

Para Perez (2009) en el Perú, las empresas presentan grandes riesgos de fracaso. Por informes obtenidos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), se registran 300 000 empresas cada año, de las cuales el 60 % cierran antes que termine el mismo año. Un estudio realizado en el año 2000, demostró que en algunos distritos de Lima el 30 % de las empresas formadas por jóvenes (entre 18 a 23 años) fracasó en su primer año. Las razones del cese de los negocios de estos jóvenes se explican de la siguiente manera: hasta en un 21 % identificaron tardíamente que el negocio no era rentable, el 13 % se dio cuenta que la demanda por sus productos o servicios era muy baja, otro 13 % alude a la falta de capital, 10 % reconoció que existía demasiada competencia, el otro 43 % indicó que cerraron por factores como la falta de tiempo, la priorización de los estudios, estafas, desalojos, cambio de rubro y falta de experiencia . Las razones del cese de los negocios de jóvenes demuestran un elemento fundamental: no estaban preparados para iniciar un negocio o empresa, escasa preparación que sin duda va de la mano con la oferta educativa nacional. La educación básica prepara a los jóvenes para seguir dos caminos. El primero de ellos es la transición del colegio a los centros de formación superior (institutos, universidades o fuerzas armadas), destino del 20 % de jóvenes; y el segundo camino es la inserción al mercado laboral dependiente, destino del 40 % de jóvenes que concluyen

la secundaria. Otro dato fundamental a tener en cuenta es que el 78.5 % de los creadores de microempresas (empresas de 1 a 10 trabajadores) en el país tienen hasta secundaria completa. Sumado a esto, la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores sino que está concentrada en formar «empleados» capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior. En este contexto, lo que resulta fundamental es tener clara la idea que «los empleados buscan trabajo después que se construye el negocio y que el trabajo del emprendedor comienza antes del negocio», por lo tanto es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la creación de nuevas empresas (p. 63).

Las incubadoras de empresas en el Perú

Según informes de la Asamblea Nacional de Rectores (Ahora Sunedu), a diciembre de 2006 en el Perú existían 91 universidades (35 públicas y 56 privadas), de ellas 67 están institucionalizadas y 24 están en proceso. Las carreras más ofrecidas son contabilidad, administración (61 universidades), ingeniería de sistemas (55 universidades), educación secundaria y derecho (53 universidades). A pesar del gran número de universidades existentes a nivel nacional son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor en sus estudiantes; aquellas universidades que sí lo hacen, usan como herramienta las incubadoras de empresas.

Para cumplir con dicho fin han creado instancias universitarias dedicadas al emprendimiento e incubación de empresas; a continuación, se describen algunas de ellas:

- Universidad ESAN: ha creado el Centro de Desarrollo Emprendedor.
- Pontificia Universidad Católica del Perú: cuenta con el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE).
- Universidad de Piura: cuenta con la Incubadora de base tecnológica e innovación (IncubaUdeP).
- Universidad San Martín de Porres: trabaja a través del Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario (IPPEU).
- Universidad Continental: ha creado la Incubadora de Empresas CONTI INCUBA.
- Universidad Ricardo Palma: acaba de crear el Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIE).

El camino del emprendimiento en el Perú

Según el manual del emprendimiento elaborado por la Universidad San Martín de Porres (USMP), el emprendimiento en el Perú ha sido concebido como uno de los principales responsables del impulso económico y desarrollo del país, ya que ante la formación de nuevas empresas la generación de puestos resultante de ellas propicia un mayor número de empleos. Los diferentes avances económicos han situado al Perú en el puesto número cinco de mayor actividad emprendedora dentro del grupo de economías de la región de América Latina según el último informe del Global Entrepreneurship Monitor 2018. Así mismo, informes desarrollados para los países de la región de América Latina han situado al Perú como uno de los principales generadores de emprendimientos; sin embargo, se identifican brechas aun no superadas por el país como falta de financiamiento, calidad de emprendimientos, conocimiento técnico al momento de emprender, entre otros.

El camino del emprendimiento ha ido desarrollándose a partir de ciertos sucesos que señalaremos a continuación:

- Después del gobierno militar de Juan Velasco Alvarado (1968–1979) el sector empresarial privado se vio afectado por el proceso de expropiación y estatización de la década del 70.
- En los años 80 el sector empresarial se vio afectado por el aumento del terrorismo, la pobreza y la migración de los empresarios. Se tuvo la peor crisis económica de la historia con una hiperinflación durante el primer gobierno de Alan García, agravado con la estatización de la Banca, que ahuyentó las inversiones.
- En 1986 cientos de miles de pequeños empresarios, que en condiciones adversas y de informalidad, salían adelante. Se defendía la propiedad privada desde los sectores populares.
- A finales de los años 80, las organizaciones que antes se oponían radicalmente al capitalismo, percibían que la empresa privada no era ya enemiga del desarrollo o expresión de un interés meramente egoísta.
- La prédica de grupos sociales e intelectuales a favor del libre mercado y la propiedad privada contribuyeron a la creación de este naciente nuevo clima.
- Durante los años 90 durante el gobierno de Alberto Fujimori se realizan reformas estructurales y existe una cierta estabilidad en la política y apertura del mercado.
- Con el nuevo siglo el crecimiento en las provincias se vio incrementado en tasas más altas que el de la capital, gracias al desarrollo de la minería, agroindustria y el turismo, así como su tendencia a la modernidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

- Durante 2001–2006 (Gobiernos de Alejandro Toledo y segundo gobierno de Alan García) gozamos de salud macroeconómica debido a la gran inversión extranjera y los tratados de libre comercio con USA, China, Europa y Korea.

Panorama del emprendimiento en el Perú

Según el Informe Ejecutivo Global Entrepreneurship Monitor 2018, Perú ocupa el quinto puesto en el mundo, de países con mayor índice en actividad emprendedora temprana. Perú registró una tasa emprendedora de 25.1 % por encima de la TEA de Latinoamérica (18.8 %). En nuestro país, 25 de cada 100 peruanos se encuentra involucrados en algún tipo de actividad emprendedor. Los emprendimientos son claves para la generación de un mayor número de empleos. En nuestro país, los niveles de innovación de estas iniciativas son destacados cuando los comparamos con la gran mayoría de pequeñas y medianas empresas que conforman el sector empresarial. Sin embargo, aún distan mucho de la generada por sus pares en las economías desarrolladas, en donde las ideas disruptivas y radicales se incrementan a pasos agigantados. «Desarrollar y preservar un ecosistema emprendedor apropiado para el crecimiento de iniciativas empresariales innovadoras es una necesidad de orden mundial hoy más que nunca», manifestó Carlos Guerrero, investigador del equipo GEM Perú.

El informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018 reporta que el emprendimiento se encuentra en aumento a nivel mundial y que la construcción de un ecosistema empresarial favorable será clave para la generación de empleo. Así, el 55 % de los empresarios de todo el mundo esperan crear, al menos, un puesto de trabajo en los próximos cinco años, de acuerdo con el Informe GEM 2018.

Sin embargo, a nivel mundial, muchos factores que podrían obstaculizar este crecimiento, como son las tecnologías sofisticadas y comunicaciones que pueden permitir a los empresarios operar por sí solos, rígidas regulaciones laborales, escasa disponibilidad de mano de obra calificada o entrenada, acceso limitado al financiamiento y la decisión de mantener el tamaño de la empresa para evitar las complejidades de la formalización. Durante los últimos dos años, la tasa de actividad emprendedora (TEA) se mantuvo estable o aumentó en aproximadamente dos tercios en todas las economías encuestadas. A nivel regional, Europa registra las tasas más bajas de TEA, siendo en Italia, Alemania, y Bulgaria en donde caen por debajo del 5 %; mientras que Latinoamérica y el Caribe, junto a África, encabezan la lista con los valores más altos de actividad emprendedora en etapa temprana.

El informe encuentra un fuerte vínculo entre los niveles de iniciativa empresarial y las percepciones sobre ser emprendedor como una opción de carrera favorable, esto también se ve afectado por el tipo y la frecuencia de la cobertura que presentan en los medios los empresarios. En ese sentido, 60 % de los empresarios de todas las regiones creen que los emprendedores reciben una atención mediática positiva. Entre los niveles más altos registrados se encuentran China, Tailandia e Indonesia, donde más de tres cuartos de los adultos mantienen esta percepción; Grecia, India y México informan alrededor de la mitad de este nivel. En la India y México, esto es consistente con creencias negativas sobre el emprendimiento como una buena opción de carrera y un alto estatus para los empresarios (menos del 50 % para ambos indicadores). Jamaica registra los niveles más altos de atención de los medios de comunicación (87 %), en consonancia con sus percepciones positivas sobre el espíritu empresarial (85 %). El Perú es un país de emprendedores. El 98 % de las empresas en el Perú son micro y pequeñas empresas (Mypes) que son formadas por emprendedores. Un emprendedor siempre tendrá buenas propuestas de iniciativas emprendedoras en función a las necesidades que detecte en su ámbito que le toque vivir y tendrá la capacidad de hacer que las cosas sucedan. Un emprendedor debe ser visto como un gestor de cambios positivos, que muestra pasión por lo que hace, asertivo en la toma decisiones, asume riesgos y es persistente (USMP, 2019).

Metodología

El diseño metodológico en la presente investigación fue del tipo cuantitativo debido a que los resultados mostrados fueron de naturaleza numérica. Descriptiva porque nos permitió conocer como es la formación del emprendimiento en algunas universidades de Lima, la prestación de servicios e incubadoras de emprendimiento, proyección social y la precepción estudiantil sobre la formación empresarial que les brinda la universidad en que estudian.

Para la investigación se tomó como referencia 6 universidades de Lima metropolitana entre nacionales y parcitulares, cuyas autoridades y docentes (de la especialidad o afines) decidieron colaborar.



FIGURA 1. Mapa de los Distritos de Lima Metroplitana | Fuente: Elaboración propia

Método

Para la recolección de la información se hicieron uso de dos cuestionarios (autoridades, docentes y estudiantes). El primero, con alternativas dicotómicas para conocer: la formación en emprendimeinto, los programas de incubadoras empresariales; esta información fue obtenida por parte de docentes y autoridades que estuvieron dispuestos a colaborar. El segundo, con alternativas múltiples con escala de Liker; la información fue obtenida por parte de los estudiantes universitarios de dichas casas de estudio superior.

Tamaño de la muestra

Para el caso de las autoridades y docentes :

- Número de autoridades: 12
- Número de docentes del área: 20
- Estudios: 90 % con estudios superiores relacionados con el área académica

Para el caso de los estudiantes:

La muestra fue aleatoria estratificada, el tamaño de la muestra a un 95 % de confianza y un error de estimación del 6 %, fue de 240 estudiantes.

Resultados

Características generales

Las características de las autoridades y docentes de las universidades, en la Tabla1 el mayor procentaje de profesionales fueron del género masculino con 60,8 %; un 89,4 % tiene estudios relacionados con la especialidad de la carrera que dictan y; un 95,5 % tienen estudios de postgrado relacionados con la especialidad que dictan.

TABLA 1. Característica generales de las autoridades y profesionales | Fuente: Elaboración propia

Datos generales	Características	Porcentaje
Género	Masculino	60,8
	Femenino	30,2
Carrera relacionada con la especialidad	Sí	89,4
	No	10,6
Estudios de pograd relacionados con la especialidad	Sí	95,5
	No	4,5
Edad	30 – 45 46 – 60 60 – a más	20,3 40,4 39,3

En relación con los estudiantes, en la Tabla 2 el mayor porcentaje de estudiantes que sigue una carrera relacionada con la formación y emprendimiento empresarial está compuesta por el género femenino con un 50,6 %; del total de estudiantes encuestados un 15,6 % trabaja o realiza practicas profesionales en relación con la carrera que estudia.

TABLA 2. Características generales de la muestra estudiantil | Fuente: Elaboración propia

Datos generales	Características	Porcentaje
Género	Masculino	48,4
	Femenino	50,6
Trabaja o realiza prácticas en alguna empresa que se relaciona con su área profesional	Sí	15,6
	No	84,4
Edad	16 – 19 20 – 23 23 – a más	40,1 35,6 24,3

En la universidad: formación en emprendimiento

El 30,5 % de las universidades destina fondos para promover las investigaciones relacionadas con el sector empresarial, sólo el 10,5 % de ellas tienen una unidad responsable para los programas de emprendimiento y finalmente un 30,4 % de ellas fomentas las investigaciones interdisciplinarias (Tabla 3)

TABLA 3. Acciones por parte de la autoridades universitarias | Fuente: Elaboración propia

Universidad	SÍ	NO
La universidad destina fondos para promover las investigaciones empresariales y desarrollo social a sus docentes	30,5	69,5
Existe una unidad comité responsable para los programas de emprendimiento estudiantil	10,5	89,5
Se fomenta las investigaciones interdisciplinarias	30,4	69,6

En las facultades, un 5,5 % promueve como parte de su misión y visión el fomento del emprendimiento estudiantil. Por otro lado un 25,2 % cuenta con programas de emprendimiento para sus docentes. De los docentes que realizan investigaciones para su facultad el 15,6 % lo realizan en los programas afines a empredimiento, mientras que un 25,2 % realizan investigación relacionadas con el emprendimiento empresarial. El 15,2 % ha planteado en su plan curricular cursos realcionados con emprendimiento empresarial. El 6,8 % incluye a los estudiantes en los proyectos de investigación y finalmente el 10,6 % de ellos están en los proyectos relacionados con emprendimiento empresarial (Tabla 4).

TABLA 4. Acciones por parte de Facultad | Fuente: Elaboración propia

Facultad	SÍ	NO
Una de las misiones y visión de la facultad es fomentar el emprendimiento estudiantil	5,5	94,5
Las facultades cuentan con programas de emprendimiento empresarial para los docentes de la universidad	25,2	74,8
Los docentes realizan investigaciones afines a los programas de emprendimiento	15,6	84,4
Los docentes realizan investigaciones relacionadas con el emprendimiento	25,2	74,8
Se plantea en el plan curricular cursos de emprendimiento empresarial	15,2	84,8
Se incluyen a los estudiantes en los proyectos de investigación	6,8	93,2
Se incluyen a los estudiantes en los proyectos de emprendimiento	10,2	89,8

El 20,6 % raliza proyectos de investiación interdisciplinaria en coordinación con otras universidades; sólo el 15,6 % de las facultades realiza incentivos económicos a los docentes para investigaciones relacionadas con el emprendimiento estudiantil. El 30,05 % de las facultades realiza capacitaciones a sus docentes sobre emprendimiento y fomenta las investigaciones sobre emprendimiento empresarial en beneficio de las comunidades locales relacionadas. Finalmente menos del 7 % de las facultades realizan capacitaciones sobre busqueda de bibliografía especializada y ética profesional (Tabla 5).

TABLA 5. Relaciones interdisciplinarias y capacitaciones sobre emprendimiento | Fuente: Elaboración propia

Capacitación, incentivos, ética y relaciones académicas	SÍ	NO
Se cuenta con proyectos de investigación con participación de investigadores de otras universidades o instituciones académicas o de investigación relacionados con el emprendimiento empresarial	20,6	79,4
Se incentiva a los docentes económicamente por las investigaciones que fomenten el emprendimiento estudiantil	15,6	84,4
Se fomenta las investigaciones en beneficio de la comunidad local (sobre emprendimiento empresarial)	30,5	69,5
Se capacita a los docentes sobre las tendencias que se dan en su campo profesional	30,4	69,6
Se capacita a los docentes por facultades para la búsqueda de información bibliográfica en su especialidad	5,5	94,5
Se promueven cursos de ética profesional a sus docentes	6,8	93,2

El 12,0 % de los centros de estudio realizan aportes necesarios sobre los principios económicos en sus estudiantes. Un 30,0 % de ellas motiva el espritu empresarial en sus estudiantes; sólo el 10 % fomentan la generación de empresas. Un 12,0 % tiene la percepción que su sistema de formación profesional y continua es adecuada para la creación de empresas (Tabla 6).

TABLA 6. Formaciónen emprendimiento empresarial | Fuente: Elaboración propia

Formación académica	SÍ	NO
Se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado en los estudiantes	12,0	88,0
En la enseñanza hay suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	30,5	69,5
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	10,5	89,5

La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas y el crecimiento de las establecidas.	20,8	79,2
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas y el crecimiento de las establecidas	12,0	88,0

Proyección social

El 35,7 % de las universidades tiene convenios con autoridades locales para realizar gestiones de emprendimiento empresarial. Sólo el 4,2 % realiza capacitaciones a pequeños y micro empresarios. El 14,6 % de las universidades gestiona proyectos de proyección enfocados en el sector empresarial de la comunidad. Finalmente, el 28,6 % de los empresarios de la zona han solicitado apoyo a las universidades para que se les realicen capacitaciones (Tabla 7).

TABLA 7. Relaciones con la comunidad | Fuente: Elaboración propia

Relaciones sociales	SÍ	NO
La universidad tiene convenios con las autoridades locales referente al emprendimiento y formación empresarial	35,7	64,3
La universidad realiza capacitaciones a los pequeños y medianos empresarios sobre emprendimiento empresarial	4,2	95,8
La universidad realiza proyectos de proyección enfocados en el desarrollo del sector empresarial de la localidad	14,6	85,4
La comunidad empresarial ha pedido apoyo a la universidad para recibir capacitaciones sobre temas empresariales	28,6	71,4

El 60,5 % de las universidades realizan capacitaciones en donde se involucraran a los estudiantes sobre las realidades locales y nacionales. El 28,8 % de las facutlades del área empresarial generan proyectos de proyección social enfocados en el emprendiemiento empresarial. 40,8 % de las facultades generan bolsas económicas a los docentes para trabajos de proyección referenciados a emprendimiento empresarial. Finalmente, sólo el 12,8 % de las facultades generan bolsas económicas a sus estudiantes para que realicen proyectos de proyección social referenciados al emprendimiento de empresas (Tabla 8).

TABLA 8. Capacitaciones | Fuente: Elaboración propia

Capacitaciones	SÍ	NO
Se llevan a cabo seminarios o congresos para que los estudiantes se involucren en la realidad local o nacional	60,5	39,5
La facultad del área empresarial genera proyectos de proyección social enfocados en emprendimiento	28,8	71,2
Los estudiantes se han acercado a la unidad de proyección social para presentar proyectos o ideas sobre emprendimiento y desarrollo empresarial en beneficio de la comunidad o región	32,4	67,6
Se generan bolsas económicas a los docentes para que realicen trabajos de proyección social en emprendimiento empresarial	40,8	59,2
Se generan bolsas económicas a los estudiantes para que investiguen y promuevan el emprendimiento empresarial	12,8	87,2

Prestación de servicios – Incubadoras de emprendimiento

En la Tabla 9. el 3,8 % de las universidades cuenta con planes de incubadoras empresariales y generan vinculos con otras universidades para la creación de incubadoras empresariales. El 10,4 % de los docentes cuenta con perfil de redes empresariales, es decir, cuentan con experiencias profesionales en el área.

TABLA 9. Incubadores de emprendimiento | Fuente: Elaboración propia

Incubadoras empresariales	SÍ	NO
Se motiva los conocimientos y experiencias previas por parte de los docentes de la universidad	20,6	79,4
Cuenta con planes de incubadoras referente a emprendimiento empresarial	3,8	96,2
Cuenta con servicio de apoyo para las incubadoras	4,2	95,8
Generan vínculos con otras incubadoras promovidas por otras instituciones de educación superior	3,8	96,2
Se contrata docentes con perfil de redes empresariales	10,4	89,6

Percepción estudiantil

El 40,2 % de las universidaes fomentan las capacitaciones sobre emprendimiento empresarial; a su vez, el 32,4 % de las capacitaciones son fomentadas por su facultad. El 30,6 % percibe que los temas de los cursos que se les dicta permiten generar ideas sobre innovación y emprendimiento empresarial. Finalmente, el 60,5 % de lso estudiantes creen que los sílabos de su carrera profesional cumplen con el objetivo de sus estudios (Tabla 10).

TABLA 10. Formación académica por parte de la universidad | Fuente: Elaboración propia

Formación académica por parte de la universidad	SÍ	NO
Los sílabos del curso de emprendimiento empresarial cumplen con el objetivo de estudio	60,5	39,5
Los temas del curso les permiten generar ideas sobre innovar o generar empresas	30,6	69,4
Se fomentan las capacitaciones sobre emprendimiento empresarial por parte de la universidad	40,2	59,8
Se fomentan capacitaciones sobre emprendimiento empresarial por parte de su facultad	32,4	67,6

En la tabla 11. los estudiantes perciben en un 90,2 % que las autoridades motivan en las investigaciones sobre emprendimiento empresarial y a su vez un 52,4 % de los docentes los motivan a la investigación; un 60,3 % que se les convoca a participar en los concursos sobre incubadoras empresariales. El 63,3 % de los docentes promueven las salidas de campo; mientras que el 45,8 % de las facultades realiza dichas promociones académicas. El 94,4 % perciben que no reciben solicitudes por parte del sector empresarial hacia su casa de estudios. El 89,3 % percibe que su universidad no fomenta las relaciones externas con otras instituciones superiores. Finalmente; un 56,3 % de ellos perciben que los docentes tiene experiencia profesional en su área.

TABLA 11. Incentivos | Fuente: Elaboración propia

Incentivos	SÍ	NO
Los docentes muestran capacidad de experiencia en el campo empresarial	56,3	43,7
Se les convoca a participar a concursos en incubadoras empresariales	60,3	39,7
Las autoridades motivan a investigar sobre emprendimiento empresarial	90,2	9,8
Los docentes motivan a investigar sobre emprendimiento empresarial	52,4	47,6
Los docentes generan salidas de campo	63,3	36,7
La facultad promueve las salidas de campo a empresas	45,8	54,2
Reciben solicitudes de apoyo por parte del sector empresarial	5,6	94,4
La institución busca la relación empresarial entre estudiantes de otras instituciones	10,7	89,3

En la Tabla 12. en las universidaes de estudio, el 39,3 % la gestión de las directivas destinadas para realizar o pedir apoyo económico es eficiente. El 67,1 % de los estudiantes raliza sus practicas preprofesionales relacionados con su carrera profesional. El 74,2 % de los estudaintes se siente capaz de formar su propia empresa con las enseñanzas recibidas en clases.

TABLA 12. Directivas y prácticas | Fuente: Elaboración propia

Directivas y prácticas	SÍ	NO
Los docentes terminan el contenido del sílabo	10,2	89,8
Las directivas para pedir apoyo económico y realizar investigación referente a empresas es eficiente	39,3	60,7
Las practicas preprofesionales tiene relación con su carrera profesional	67,1	32,9
Se siente capaz de formar su propia empresa, con las enseñanzas recibidas	74,2	25,8

De la tabla 13. el 42,2 % de los estudiantes en carreras relacionas a emprendimiento empresarial opinan que su satisfacción académica impartida por su universiad es baja, mientras que el 21,7 % opinan que la satisfacción es buena.

TABLA 13. Satisfacción académica | Fuente: Elaboración propia

De la escala del 1 al 10: qué tan satisfecho se encuentra de la enseñanza impartida por su institución									
BAJO					REGULAR			BUENO	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
42,2					37,1			21,7	

Conclusiones

En el trabajo de investigación se tomó como conclusiones primordiales:

- El 10 % de los profesionales que dictan carreras profesionales relacionadas con el emprendimiento empresarial no cuenta con título relacionado con la especialidad, sin embargo, cuentan con estudios de post grado relacionados con ello. Mientras que un 5 % no tiene estudios de posgrado relacionados con la especialidad, sin embargo, cuenta con título de ello.
- Un 70 % de las universidades no destina los fondos suficientes para promover las investigaciones relacionadas con el emprendimiento empresarial y en su mismo porcentaje, no existe un fomento adecuado en las investigaciones interdisciplinarias.

- Las facultades encargadas de promover especialidades relacionadas al sector empresarial no cuentan en su mayoría con programas de emprendimiento empresarial. Sus docentes realizan pocas investigaciones relacionadas con ello (25 %) y los planes curriculares presentan pocas consideraciones para llevar cursos relacionados con el emprendimiento.
- Hay deficiencia respecto a las relaciones académicas con otras universidades para realizar proyectos de investigación en el área y en beneficio de las universidades en convenio como de la comunidad local o nacional.
- Existe baja importancia en relación con las capacitaciones docentes respecto a la búsqueda de información bibliográfica especializada y cursos de ética profesional. Al promover estas capacitaciones se pueden realizar investigaciones inéditas y de relevancia y, sobre todo, evitar los plagios de información académica.
- Las gestiones académicas relacionadas con el emprendimiento empresarial presentan en su mayoría deficiencia.
- El 35 % de las universidades presentan convenio con autoridades locales con el fin de realizar investigaciones o asesorías relacionadas con el emprendimiento empresarial, a su vez, sólo el 45 % realiza capacitaciones a los micro y pequeños empresarios.
- La relación entre las universidades y la comunidad empresarial es baja, lo cual en alguna forma perjudica a los estudiantes.
- El fomento de las relaciones estudiante comunidad por parte de la universidad es moderadamente baja, en congresos y seminarios se realizan los mayores enfoques sobre proyección social.
- Existe deficiencia respecto al fomento de las incubadoras empresariales por parte de las universidades hacia los estudiantes.
- La percepción estudiantil sobre la calidad de enseñanza por parte de la universidad es baja, esto se debe a que existe poca preocupación sobre las capacitaciones, materiales de enseñanza, docentes capacitados y con poca experiencia profesional en el área.

Recomendación

Para poder realizar un análisis más profundo en la formación educativa superior sobre emprendimiento empresarial se debe ralizar una investigación documentaria para fortalecer y contrastar el trabajo realizado.