



ANIVERSARIO

Revista Venezolana de Gerencia



COMO CITAR: Deza-Loyaga, W. F., Aparicio-Ballena, J. A., Pérez-Arboleda, P. A., y Hidalgo-Lama, J. A. (2021). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1172-1188. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.11>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 26 No. 96 2021, 1172-1188
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo

Deza-Loyaga, Walter F.*
Aparicio-Ballena, Jorge A.**
Pérez-Arboleda, Pedro A.***
Hidalgo-Lama, Jenny A.****

Resumen

El objetivo de la investigación es analizar las competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios peruanos, específicamente de una universidad privada del Perú. La investigación fue de tipo aplicada, de diseño cuasi experimental se utilizó el enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y con corte longitudinal. Se aplicó la metodología "Conozca de empresa" de la Organización Internacional del Trabajo para desarrollar competencias en emprendimiento. Con el apoyo del cuestionario se midieron variables en dos ocasiones: la primera en el pretest, cuyos resultados más relevantes indicaron en el 79% de los casos, los estudiantes son persistentes, en el 71% ingeniosos, y el 75% tienen aversión al riesgo. En la segunda en el post test, los resultados más resaltantes indican, que el 98% logró desarrollar el programa a una situación real, el 97% se consideran con talento para diseñar planes, y el 98% se consideran futuros empresarios. Concluyéndose que el 68% de los estudiantes universitarios evaluados

Recibido: 11.03.21

Aceptado: 13.09.21

* Maestro en Ingeniería Industrial con mención en Gestión de la Producción, Universidad Nacional de San Agustín-Perú, Ingeniero Industrial, Docente Pregrado de la Universidad Católica de Santa María-Perú, Docente SENATI-Perú. walterdeza@gmail.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4005-0200>

** Maestro en Administración de Negocios. Licenciado en Administración, Docente Pregrado Universidad Tecnológica del Perú-Perú, Docente Postgrado Universidad Cesar Vallejo-Perú. jaba_91@hotmail.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7107-5964>

*** Maestro en Administración de Negocios, Universidad de Chiclayo-Perú, Licenciado en Administración, Docente Postgrado Universidad César Vallejo-Perú. pedrozperez1@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8571-4525>

**** Doctor en Administración y Dirección de Empresas, Maestro en Administración de Negocios, Licenciado en Economía, Docente Pregrado y Postgrado Universidad Privada Antenor Orrego-Perú. Email: ejecutivoclick@yahoo.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5901-3752>

(42) desarrollaron competencias de emprendimiento de nivel alto, y, de estos, el 98% (41) llevó el programa a una situación real de mercado con la aplicación de la metodología “Conozca de empresa” de la Organización Internacional del Trabajo.

Palabras clave: Metodología Conozca de empresa; universidad emprendedora; competencias emprendedoras; intención empresarial.

Entrepreneurship competencies in university students in Peru: methodology for their development

Abstract

The objective of the research is to analyze entrepreneurship competencies in Peruvian university students, specifically from a private university in Peru. The research was applied, with a quasi-experimental design, using a quantitative, descriptive, and longitudinal approach. The International Labor Organization’s (ILO) “Know your company” methodology was applied to develop competencies in entrepreneurship. With the support of the questionnaire, variables were measured on two occasions: the first in the pretest, whose most relevant results indicated that in 79% of the cases, the students are persistent, 71% are resourceful, and 75% are risk averse. In the second post-test, the most relevant results indicate that 98% were able to develop the program to a real situation, 97% consider themselves talented to design plans, and 98% consider themselves future entrepreneurs. It was concluded that 68% of the university students evaluated (42) developed high-level entrepreneurial competencies, and, of these, 98% (41) took the program to a real market situation with the application of the ILO’s “Know your business” methodology.

Key words: Know your business methodology; entrepreneurial university; entrepreneurial competences; entrepreneurial intention

1. Introducción

El emprendimiento representa un elemento clave para la innovación, el desarrollo de la economía y la sociedad, considerándose como disciplina con determinadas competencias, que se pueden aprender de manera especial por parte de los estudiantes

universitarios (European Commission, 2015). Al respecto, declara la Unión Europea que el mayor impacto en el emprendimiento se logra en niveles superiores de educación, es decir en jóvenes universitarios que se insertan en las Instituciones de educación Superior.

Particularmente en Perú, la edad promedio de los emprendedores en etapa

temprana (TEA) se ubica en los 35.9 años (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2018 -2019). En lo que respecta a los estudiantes universitarios en el Perú, su rango de edades se encuentra entre 18 y 24 años promedio, lo que representa el 18.4% (Serida et al, 2019); a pesar de ello, también es importante resaltar que en el país, existe un 15.2% de jóvenes entre 15 a 29 años que ni estudian, ni trabajan, denominados nini; porcentaje que según la OCDE, es una de las tasas más bajas de la región. Ser nini es una característica de los jóvenes, los menos educados y los más pobres (Centro de Desarrollo de la OCDE, 2017).

La edición 2020 Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil, muestra que los jóvenes "nini" en 2016 fueron 259 millones, al 2019 se estiman en 267 millones, cifra representativa y alarmante para la región. Otro hallazgo importante es que la automatización expone a los jóvenes empleados (de 15 a 24 años) a un mayor riesgo a quedar desempleados en relación con los trabajadores de mayor edad. En 13 países de América Latina y el Caribe, uno de cada tres jóvenes en la edad de 18 a 24 años tiene la condición de "ninis" (ILO, 2020). En los Estados Unidos, las tasas más altas de TEA se encuentran entre los grupos de edad de 25 a 34 y 35 a 44 (22%) (Kelley et al, 2020).

Otro aspecto de interés, al hablar de este tema, es la tasa de informalidad. Si se clasifican los jóvenes entre 21 y 35 años, por nivel educativo, esta represente el 36.5% en el nivel universitario, 51.2% a nivel técnico no universitario, y un 83.8% sin educación superior (Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria [SUNEDU], 2020), existiendo en Perú altas tasas de desempleo (35.8%) a

nivel de los egresados universitarios, inclusive mayores que los de menor nivel educativo, lo que se traduce en una menor cantidad de puestos laborales para los egresados universitarios (SUNEDU, 2020).

En lo que respecta a la Universidad Católica de Santa María, entidad de la investigación, tiene dentro del área de Emprendimiento dos áreas definidas: 1) E-quipu Santa María, que es un Sistema Organizacional de interés que promueve la formación de equipos, apoyando las iniciativas colectivas que surgen en la universidad para que lleguen a desarrollarse, y 2) INNICIA una incubadora de empresas en la que el alumno puede explotar su creatividad, inventar e innovar.

Esta universidad en el 2019 contó con una población total en pregrado de 14,727 alumnos y de sus aulas han egresado en ese mismo período 1,403 alumnos (Universidad Católica Santa María de Arequipa, 2020). Teniendo como base esta población de egresados se diseñó e implementó la metodología Conozca de Empresa de la Organización Internacional del Trabajo [OIT], para potenciar en los estudiantes que se forman en sus espacios académicos competencias empresariales, de tal manera que puedan incorporarse a la población económicamente activa, a través de un emprendimiento desde temprana edad.

Según plantean Montiel y Rodríguez (2017), la finalidad es impulsar y apoyar en la comunidad universitaria un ecosistema y una cultura emprendedora que contribuya a desarrollar iniciativas a través de la transformación de las ideas (Cantillo, Pedraza & Suarez, 2021), con visión de una formación integral en los estudiantes, coadyuvando a mejorar su calidad de vida y la de la región al

promover la creación de empresas.

Este modelo de educación empresarial, adoptado por instituciones educativas ha tenido éxito en los países desarrollados (Al Mamun et al, 2020). Además, la importancia de la educación empresarial para promover la carrera empresarial ha sido ampliamente reconocida (Gelaidan & Abdullateef, 2017: 55). Las prácticas de educación empresarial juegan un papel importante en el desarrollo de las actitudes, habilidades y competencias emprendedoras que a su vez estimulan el emprendimiento como una opción de carrera en el futuro.

Autores como Hadj Khalifa & Dhiaf (2016), Hoque et al. (2017) e Ismail et al, (2018) mencionan que las metodologías y las mejores prácticas de educación empresarial se consideran las formas más efectivas de incorporar cultura emprendedora en las Instituciones de Educación Superior [IES], ya que fomenta la mentalidad emprendedora de los estudiantes para aumentar la oferta de futuros graduados emprendedores (Sri Ramalu et al, 2020). Tomando como referencia a Cantillo, Pedraza y Suárez (2021), en el caso específico de Colombia, el emprendimiento está suscrito en el contenido curricular de los programas académicos del sistema educativo institucional, acompañado de otras instituciones para buscar crear una cultura de emprendimiento social.

En años recientes, la investigación sobre el espíritu empresarial académico ha crecido en paralelo con el renacimiento del espíritu empresarial en el contexto universitario (Mustar et al, 2006; Rothaermel et al, 2007; Djokovic & Souitaris, 2008; Mars & Rios-Aguilar, 2010 y Yusof & Jain, 2010). Si bien el trabajo inicial en esta área se centró en medir la transferencia del conocimiento

en las universidades (matrices, licencias, spin-off) y analizar las iniciativas que podrían influir en la efectividad de esta actividad (Siegel & Wright, 2015). En los últimos años ha habido un aumento en los intentos de analizar los factores que llevan a los académicos a exhibir un comportamiento emprendedor; dicha línea lleva a los autores a aplicar metodologías de éxito para el desarrollo de competencias de emprendimiento en instituciones universitarias (Miranda et al, 2017).

Ismail et al, (2018) en Malasia describe dos enfoques pedagógicos que obtuvieron una respuesta positiva, aunque los estudiantes aprendieron más con el enfoque centrado en el maestro en relación con el enfoque en el estudiante, su resultado sugiere que hay una relación entre la competencia educación y la intención empresarial. Otro estudio de Pardo-García & Barac (2020), refieren que los estudiantes universitarios adquieren competencias en emprendimiento al aplicar el método resolución de problemas a proyectos innovadores, se testimonia que los estudiantes se robustecen con estas competencias logrando compensar en parte su falta de experiencia profesional.

Estos antecedentes descansan en el fundamento teórico de cinco grandes teorías del Emprendimiento desde el punto de vista de la gestión empresarial, por ello, la investigación se justifica teóricamente en el sustento de las cinco grandes teorías del emprendimiento, desde el punto de vista de la Gestión Empresarial de Terán-Yépez & Guerrero-Mora (2020).

La formación en emprendimiento, no debe trasladarse hacia la edad adulta en la cual es difícil cambiar hábitos “no empresariales” adquiridos; por esta razón, la propuesta de desarrollo de

competencias de emprendedores está orientada a alumnos de quinto año de la carrera de Ingeniería Industrial, cuyo promedio de edad es de 23 años; considerándose como una edad madura, que difiere de la propuesta inicial del programa CODE (Conocimiento de Empresa) de la OIT que es de 15 a 18 años, razón válida para sustentar esta investigación de desarrollo de competencias de emprendimiento con el uso de la metodología CODE, que es la primera que se realiza a nivel estudiantes universitarios de Latinoamérica, con la intención de seguir profundizando los estudios a fin de desarrollar una alternativa, para solucionar los problemas de la falta de empleos en el país, impulsando con ello el emprendedurismo.

Desde el ámbito social, la investigación contribuye a la gestión del autoempleo, disminuyendo la presión social hacia la demanda de empleos dependientes; permitiendo a los jóvenes el ingreso a la PEA (Población Económicamente Activa) actual ocupada del 17,4 % (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2020); con importante capacidad adquisitiva para reactivar la economía nacional, que en promedio está en US 748.00 mensuales (INEI, 2020).

Así, se plantea en la investigación analizar las competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios peruanos, específicamente de una universidad privada del Perú, mediante la aplicación de la metodología “Conozca de empresa” de la Organización Internacional del Trabajo [OIT]. Para ello, se indaga sobre la capacidad de respuesta de los estudiantes a la metodología “Conozca de empresa” para ser un emprendedor universitario y sobre cómo la metodología “Conozca

de empresa” ayuda a implementar sus proyectos.

2. Programa CODE, Conozca de empresa

La Organización Internacional del Trabajo entre los ochenta y noventa, trabajaba en el desarrollo de las PYMES, la formación profesional con proyectos juntamente con instituciones gubernamentales y privadas. Pero no disponía de programas de formación de empresarios específico. Recién en 1996, financió la elaboración de material didáctico para las instituciones de educación y formación técnico profesional –EFTP, donde se incluía la educación empresarial y la formación en competencias empresariales. Este material didáctico lo llamaron Conozca de empresa (CODE), que estuvo dirigido a los docentes de las instituciones de EFTP. En el 2005 introduce cambios y agrega un nuevo módulo orientándolo a la educación superior (OIT/Cinterfor, 2010).

CODE es una metodología de formación para crear conciencia sobre emprendimiento entre los jóvenes, que buscaba fortalecer las capacidades de los gobiernos y las organizaciones tripartitas con la entrega de educación empresarial para reducir desempleo juvenil. En su edición inicial, fue diseñado para ser usado en la educación vocacional, en instituciones de capacitación técnica y en instituciones de formación profesional tecnológica. La metodología comprende cuatro áreas fundamentales: i) la creación de la conciencia para una cultura emprendedora, empresa y autoempleo como una opción de generación de autoempleo y gestión empresarial para los estudiantes; ii) el desarrollo de actitudes positivas hacia la empresa y

el autoempleo; iii) el otorgamiento del conocimiento y práctica de los atributos y desafíos requeridos para iniciar y operar una empresa de éxito, particularmente pequeñas empresas; y, iv) la preparación de personas jóvenes capacitadas para trabajar productivamente en pequeñas y medianas empresas y, en general, para un entorno en el que el empleo formal remunerado a tiempo completo pueda ser escaso o no disponible. Por lo tanto, Conozca de Empresa consiste en el diagnóstico, evaluación y acompañamiento a los estudiantes en las cuatro áreas fundamentales mencionadas anteriormente orientadas al desarrollo de competencias emprendedoras (OIT, 2020).

3. Metodología de la investigación

En esta investigación de tipo aplicada, de diseño cuasi experimental se utilizó el enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y con corte longitudinal (Hernández et al., 2014). El procedimiento se inició con la realización de una prueba pre test a 62 estudiantes del 5to. año de la Carrera Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, que iniciaron el semestre 2019-II, con el apoyo de la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento estructurado con 25 preguntas y respuestas en función de 5 criterios de calificación a través de la escala de Likert: 1) Definitivamente no, 2) Probablemente no, 3) Indiferente, 4) Probablemente sí, 5) Definitivamente sí.

Posteriormente, después de la culminación del X ciclo, correspondiente al 5to. año de estudios, se realizó una prueba post test, a partir del dictado del curso “Desarrollo emprendedor” a

los mismos 62 estudiantes, durante el semestre 2019-II; usando la metodología denominada “Conozca de empresa” de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) consistente en 9 módulos: 1) ¿Qué es ser emprendedor?, 2) ¿Por qué el espíritu emprendedor?, 3) ¿Cómo son los empresarios?, 4) ¿Cómo me hago empresario?, 5) ¿Cómo encuentro una buena idea de negocio?, 6) ¿Cómo organizo una empresa?, 7) ¿Cómo opero una empresa?, 8) ¿Cuáles son los próximos pasos para llegar a hacer empresario?, y 9) ¿Cómo elaborar mi plan de negocios?

Para el pre test (Alcaraz, 2017), se tuvo como población a los 62 estudiantes del 5to. Año de la Carrera Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa; siendo la muestra misma cantidad de 62 estudiantes; se utilizó la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario estructurado, con cinco criterios de valorización de acuerdo a la escala de Likert: 1) Definitivamente no; 2) Probablemente no; 3) Indeciso; 4) Probablemente sí; y, 5) Definitivamente sí. La muestra se determinó en 42 estudiantes que demostraron poseer cultura emprendedora, es decir los que luego de la aplicación de la siguiente escala de medición superaron el 80% del puntaje de las encuestas (no calificaron < 40 y los que se ubicaron >40 y <80).

En el pos test, que cubre el período de capacitación académica correspondiente al décimo ciclo de estudios, mediante la técnica de la encuesta, apoyada con el instrumento del cuestionario estructurado, con cinco criterios de valorización de acuerdo a la escala de Likert: 1) No es muy cierto en mí; 2) Algo de cierto en mí; 3) Ni algo, ni cierto en mí; 4) Cierto en mí; 5) Muy cierto de mí.

Se efectuó la validez de los instrumentos con la opinión favorable de los tres jueces expertos, obteniendo como resultado el índice de 1.0. Asimismo, se determinó la confiabilidad de los instrumentos, con la aplicación del estadístico del Coeficiente del Alfa de Cronbach, que en el caso del pretest fue de 0.896 y en el caso del post test fue 0.969; lo que fue determinado con la utilización del software estadístico SPSS v26, y los resultados se graficaron con el Excel, que de acuerdo con lo escrito por (George & Mallery, 2003:231), el resultado del coeficiente del pretest es bueno y el coeficiente del post test es excelente.

4. Emprendimiento competencias requeridas

Emprendimiento según la clasificación realizada por Terán-Yépez & Guerrero-Mora (2020: 4), comprende i) la Teoría basada en oportunidades; ii) Teorías basadas en los recursos; iii) Teoría del Capital Financiero y la Liquidez; iv) Teoría del Capital Social o de la Red Social; y, v) Teoría del Emprendimiento del Capital Humano. En cuanto a la Teoría basada en las Oportunidades, se acepta la conducta del emprendedor que aprovecha la posibilidad que le ofrece la realidad, sin realizar ningún cambio de esta (Schumpeter & Opie, 1934), entonces están a la caza para convertir el problema en oportunidad y la explotan a su favor (Drucker, 1985); por ello, el emprendedor genera sus propias oportunidades, considerando las condiciones de la realidad en una construcción de cambio favorable (Scholte et al, 2015); del mismo modo, asume con convicción que el sustento de su gestión como empresario es la constante búsqueda de oportunidades,

independientemente de si cuenta o no con los recursos necesarios, identifica la oportunidad (Stevenson & Harmeling, 1990).

Del mismo modo, las Teorías basadas en los Recursos, consideran que la obtención de recursos es fundamental previamente al éxito emprendedor basado en las oportunidades (Alvarez & Busenitz, 2001). Estas teorías resaltan la prioridad de lo financiero, social y del talento humano (Aldrich & Ruef, 2021) de manera que tener acceso a estos recursos ubica en mejor posición al emprendedor y con más posibilidades de éxito al identificar las oportunidades del mercado natural. Complementando, la Teoría del Capital Financiero y la Liquidez, referida a la capacidad emprendedora a partir de la disponibilidad real del recurso financiero, es decir de su inmediata disponibilidad (Blanchflower et al, 2001; Evans & Jovanovic, 1989), para explotar rápidamente la oportunidad y generar las ganancias (Clausen, 2006), de manera que quienes poseen los recursos individuales destinados para tal fin pueden capitalizar la oportunidad y generar nuevas oportunidades (Alvarez & Busenitz, 2001), a estos recursos, se agregan el uso de la información adecuada que provee del conocimiento anticipado de los movimientos de mercado (Aldrich & Ruef, 2021; Shane, 2003; Shane, 2000 y Shane & Venkataraman, 2000).

Asimismo, la Teoría del Capital Social o de la Red Social, incorpora dentro de este espacio las redes sociales más grandes y potentes convirtiéndose en un inmenso abánico de posibilidades de gestión (Clausen, 2006); de manera que, un emprendedor puede tener la visión de identificar una o varias oportunidades, pero al mismo tiempo, puede carecer de los contactos a redes de comercio que le

facilite el éxito de su empresa (Eckhardt & Shane, 2003), por lo tanto, el acceso a esa red más grande podría contribuir a abrir vínculos empresariales (Aldrich & Cliff, 2003; Gartner et al, 2004).

Finalmente, la Teoría del Emprendimiento del Capital Humano, que considera a dos pilares fundamentales: la educación y la experiencia (Becker, 1993). El conocimiento es obtenido después de un proceso de educación y la experiencia como un recurso acumulado en el individuo, lo que le permite identificar y explotar las oportunidades (Anderson & Miller, 2003; Gartner et al, 2004); por ello, estos factores están íntimamente vinculados con el anhelo de ser un emprendedor en gestación (Davidsson & Honig, 2003), y posteriormente con la consolidación de las oportunidades alcanzar el éxito emprendedor (Anderson & Miller, 2003).

Las competencias emprendedoras son capacidades, destrezas, habilidades y aptitudes que llevan al emprendedor a que pueda desarrollar una idea y está la lleve a lograr la operatividad de una empresa y hacerla crecer exitosamente, asimismo, es importante destacar que cuando mayor habilidad posee el emprendedor, mayor beneficio logra su negocio (Casimiro et al, 2019). En ese mismo sentido, las competencias para el emprendimiento también se definen en términos de rasgos, habilidades y conocimientos, que son los más usados dentro del emprendimiento. Bajo este contexto, la gran mayoría de los investigadores establecen que hay una variedad de competencias de emprendimiento y que existen discrepancias entre las competencias para iniciar un negocio, con las que se necesitan para gerenciar un negocio camino a su éxito (Moya, 2016). Por ello, esta investigación pretende ofrecer

resultados de la población estudiantil universitaria sometidas a la evaluación pre y postest de la metodología Conozca de Empresa que tiene bajo sus fundamentos los conceptos anteriormente explicados.

Algunas de las características de los emprendedores más importantes y las competencias de emprendimiento que en general destacan: liderazgo, orientación al cliente, capacidad para conseguir recursos, gerente/administrador de recursos, patrón de factores de producción, exige eficiencia y calidad, dirección y gestión de la empresa, red de contacto y comunicación; en tal sentido, de estas, las competencias más resaltantes y que se adecuan a un estudiante universitario son: creatividad e innovación, confianza en él mismo y sus capacidades, perseverancia, capacidad para manejar problemas y aceptación del riesgo (Alcaraz, 2017).

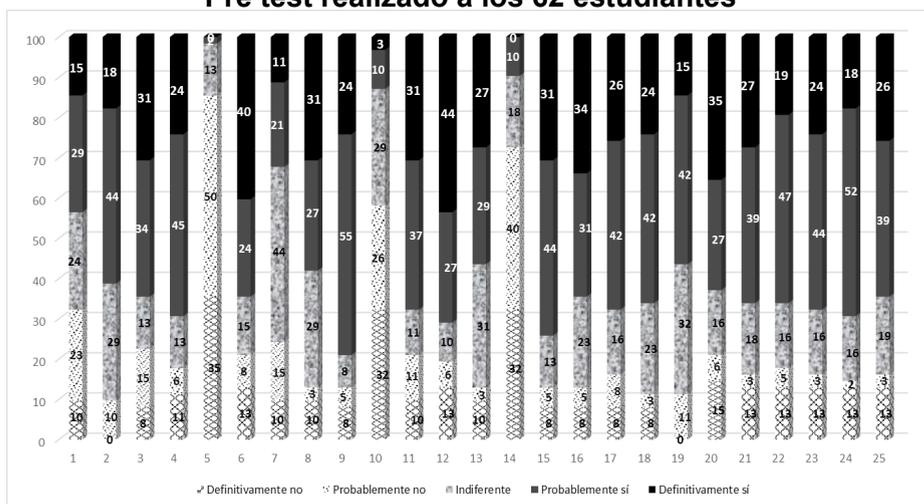
Otras competencias que han sido usadas en una investigación, y que se desarrollaron sin el uso de metodología alguna, sino, a través de un cuestionario sobre emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios, en las que se usaron las siguientes competencias: trabajo en equipo, comunicación, confianza en sí mismo y capacidad de innovación (Casimiro et al, 2019); de manera que, en Chile, en el Laboratorio de innovación y emprendimiento Beauchef, luego de una amplia revisión de la literatura determinaron que existen una serie de investigaciones relacionadas, que los llevaron a identificar diferentes competencias, que no son como tales, las definitivas y de ellas seleccionaron las siguientes: motivación, autoeficacia, reconocimiento de oportunidades, explotación de oportunidades y toma de decisiones bajo incertidumbre (Moya, 2016).

5. Metodología “Conozca de empresa” en alumnos de la Universidad Católica de Santa María: Resultados

Con respecto a los datos sociodemográficos, la edad promedio de los estudiantes es de 23 años. En cuanto al sexo de los estudiantes 55 son hombres que representan el 89% y 07 son mujeres que representan al 11%.

Para poder establecer las capacidades de emprendimiento del estudiante, al inicio del curso se toma una prueba o cuestionario que consta de 25 preguntas, según se observa en el gráfico 1. La investigación se inició con la realización de un pretest a la población objetivo, es decir a los 62 estudiantes del 5to. Año de la Carrera Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica de Santa María.

Gráfico 1
Pre test realizado a los 62 estudiantes



Fuente: Elaboración propia (2019)

De los resultados de este pre test, el 65% de los estudiantes estaba convencido de su capacidad de emprendimiento, en similitud, con el estudio realizado en los egresados de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit, quienes manifestaron en 71% tener la capacidad plena para emprender, luego

de haber tomado un taller de formación de emprendedores (Espinosa et al, 2018).

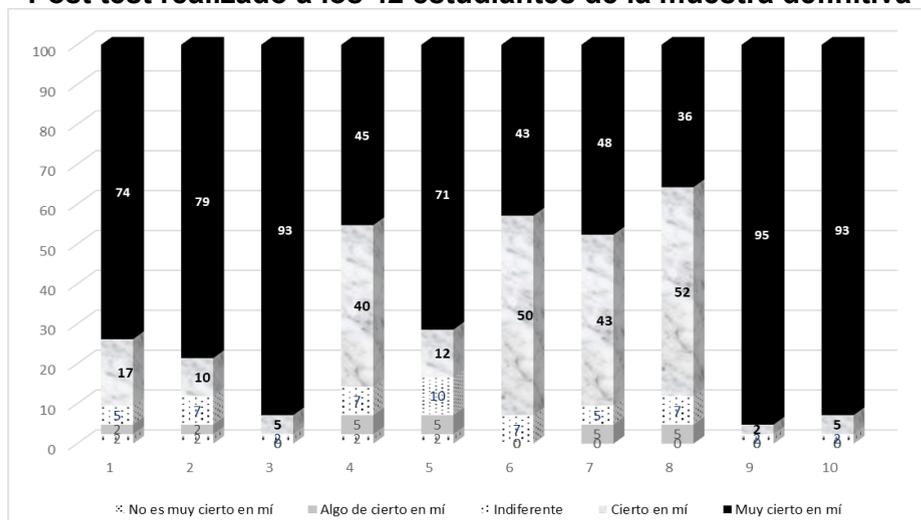
Del mismo modo, en esta investigación el 65% de estudiantes indicaron su autoconfianza para iniciar un emprendimiento, datos muy cercanos al 59.4% obtenidos en el estudio realizado en la escuela de Administración,

Finanzas y Negocios Globales de la Universidad Privada TELESUP a través de la dimensión “Confianza en sí mismo” (Casimiro et al, 2019). El 66% de los estudiantes estuvieron seguros con sus propias ideas y posibilidades de realizar algún emprendimiento, constituyendo esta su mayor motivación. En ese mismo sentido, Padilla-Martínez et al, (2019) refieren que el 63,8% indican que su motivación es generada por las experiencias del estudiante al momento de elegir la modalidad de titulación por el emprendimiento propio, lo cual es coherente con la postura del 66% de los estudiantes que tienen esta motivación, la misma que se acrecenta cuando los docentes aportan su experiencia empresarial en la formación los mismos. Otros resultados importantes de este pretest, es que 68% de los alumnos toman riesgos calculados, el 70% está enfocado en su objetivo, el 68% si tiene un problema sabe resolverlo y el 71% manifiesta ser ingenioso.

De la aplicación del pretest se infiere, que si obtiene un puntaje menor a 40, se dice que el estudiante tiene bajo

perfil de emprendedor; si se obtiene un puntaje entre 40 y 80, se dice que el estudiante tiene un perfil medio en emprendimiento; si el puntaje resultara mayor a 80, se dice que el alumno tiene perfil de emprendedor. En síntesis, del estudio realizado se obtiene lo siguiente: 8 estudiantes tuvieron un puntaje menor a 40, que representa el 13% y su condición es baja; 12 estudiantes están entre los 40 y 80 puntos, que representa el 19% y su condición es media; y, finalmente, 42 estudiantes obtuvieron más de 80 puntos, que los califica con el perfil de emprendedor, que representan el 68% de los estudiantes evaluados. En tal sentido, la investigación se centró en los 42 alumnos que calificaron con el puntaje más alto y tienen el perfil de emprendedor, si bien es cierto, todos desarrollaron el curso; y, sobre el grupo escogido se evaluó el contenido desarrollándose la metodología CODE, que luego del análisis exhaustivo de los nueve módulos se llegó a obtener los resultados, tal como se presentan en el gráfico 2.

Gráfico 2
Post test realizado a los 42 estudiantes de la muestra definitiva



Fuente: Elaboración propia (2019), a partir de encuesta realizada

Uno de los resultados más importante del postest esta referido al 98% que logró desarrollar el programa “Conozca de Empresa” a una situación de mercado real, y el 97% de estudiantes lograron diseñar planes de negocio; resultados asociados a la implementación del Taller “Yo emprendo”, en el que todos los egresados participantes concluyeron su plan de negocios exitosamente, de los cuales el 54 % piensó llevar a cabo su plan de negocios, el 43% restante aún no lo sabe debido a la falta de financiamiento (Espinosa et al, 2018). Sin embargo, el 88% de los estudiantes reconocen que poseen dominio sobre las técnicas de gestión, las que son una mistura de los conocimientos para llegar a ser empresario, situación que contrasta con el estudio realizado por el programa iNNoVaNDiS, que trabajó

una macro competencia específica conformada por la variable capacidad de reflexión en acción, desarrollando su comportamiento creativo y capacidad de prospectiva, representando el 49% de su población; y, también se debe mencionar a la variable autoconocimiento y superación personal con un resultado del 55% (Ibáñez-Romero & Zabala-Lturriagagoitia, 2018); finalmente, en el estudio realizado en una institución de educación media, sobre las técnicas resolución de conflictos con el 86% y orientación al logro con el 77% que forman parte de la competencia técnicas de gestión (Navarro, 2020), complementando las competencias fundamentales demostradas por los estudiantes es su motivación emprendedora.

Uno de los aspectos más importantes de hacer emprendimiento

empresarial, es referido a la actitud de los estudiantes para desarrollar actividades en diversas áreas, tales como en lo económico, social o local. Por tal motivo identifica estas áreas como una fuente real de crecimiento, la que permite generar un desarrollo sostenible y un aporte muy importante para lograr el crecimiento de la nación (Pazmiño-Cano et al, 2018). En virtud de lo cual, este programa “Conozca de Empresa” - CODE fue elaborado para ser puesto en marcha en colegios técnicos, pero, en mérito a esta investigación, se ha comprobado que debería ser muy bien aprovechado en el nivel universitario, de tal manera, que el emprendimiento universitario es de vital importancia como aporte al desarrollo y crecimiento de nuestra economía.

Al respecto Barral et al, (2018), integra la competencia Autoeficacia e Intención Emprendedora en un solo factor, y los describe, respectivamente como la confianza propia y habilidades de emprendimiento y la intención emprendedora real de los estudiantes de la universidad; y en el estudio la dimensión Autoeficacia logro un coeficiente del Alfa de Cronbach de 0.87 y la dimensión Intención Emprendedora logró un Alfa de Cronbach de 0.93; datos de confiabilidad muy similares a la investigación realizada por CODE en el post test alcanzando un coeficiente del Alfa de Cronbach de 0.969, representando en ambos casos la calificación de alta confiabilidad en las competencias estudiadas.

6. Conclusiones

Aplicada la metodología “Conozca de Empresa” – CODE, se evidenció que los estudiantes desarrollan competencias de técnicas de gestión, espíritu emprendedor, oportunidades de

negocio, planes de negocio, puesto que por su capacidad investigativa logran una mayor comprensión; por lo que se considera que el emprendimiento universitario, es de vital importancia en el aporte al desarrollo y crecimiento de la economía del país.

Los estudiantes universitarios respondieron exitosamente en la implementación de la metodología, evidenciándose una brecha positiva desde el pretest hasta el postest en la adquisición de las competencias de emprendimiento, dado que, implementaron sus proyectos con nivel alto, ya que consideraron los recursos y aversión al riesgo calculado, asimismo, desarrollaron competencias de emprendimiento de nivel alto.

La metodología conozca de empresa, en cada una de sus cuatro fases ayuda a que los estudiantes universitarios implementen sus proyectos de emprendimiento, debido a que, han llevado el programa a una situación de mercado real, es decir, que 41 de los 42 estudiantes de la muestra aplicaron con éxito la metodología conozca de empresa.

Referencias bibliográficas

- Al Mamun, A., Che Nawi, N. B., Dewiendren, A. A., & Shamsudin, S. F. F. B. (2020). Examining the Effects of Entrepreneurial Competencies on Students' Entrepreneurial Intention | Mediterranean Journal of Social Sciences. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(2), 9. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n2p119>
- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 5(9). <https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Aldrich, H., & Ruef, M. (2021). *Organizations Evolving* (Segunda). Sage Publications Ltd. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/organizations-evolving/book227786>
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775. <https://doi.org/10.1177/014920630102700609>
- Anderson, A. R., & Miller, C. J. (2003). "Class matters": Human and social capital in the entrepreneurial process. *The Journal of Socio-Economics*, 32(1), 17-36. [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(03\)00009-X](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(03)00009-X)
- Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122-133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital* (Tercera edición). Economics and Business. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/H/bo3684031.html>
- Blanchflower, D. G., Oswald, A., & Stutzer, A. (2001). Latent entrepreneurship across nations. *European Economic Review*, 45(4), 680-691. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(01\)00137-4](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(01)00137-4)
- Cantillo, N., Pedraza, C. J., y Suarez, H. (2021). Formación del emprendimiento social: Compromiso de la Universidad de la Guajira en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 216-229. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35308>
- Casimiro Urcos, W. H., Casimiro Urcos, C. N., & Casimiro Urcos, J. F. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 61-69. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202019000500061&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Centro de desarrollo de la OCDE. (2017). *Estudio de bienestar y políticos de juventud en el Perú*. Proyecto OCDE-UE Inclusión juvenil, París. https://www.oecd.org/social/inclusivesocietiesanddevelopment/Youth%20Well-being_Peru_FINAL_Spanish_version-web.pdf
- Clausen, T. H. (2006). *Who identifies & exploits entrepreneurial opportunities?* - CCSR. Centre for technology, innovation and culture (TIK). <https://www.yumpu.com/en/document/read/15960332/who-identifies-exploits-entrepreneurial-opportunities-ccsr>
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Djokovic, D., & Souitaris, V. (2008). Spinouts from academic institutions: A literature review with suggestions for further research. *The Journal of Technology Transfer*, 33(3), 225-247. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-9000-4>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper y Row Publishers. <https://pdfroom.com/books/drucker-1985-innovation->

- [and-e/or5WWYQ45qD](#)
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(02\)00225-8](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(02)00225-8)
- Espinosa Juárez, M. C., Chávez Sánchez, H. del C., Parra García, R. R., Chávez Sánchez, G., & Hernández García, J. (2018). *Impacto sobre la capacidad de emprendimiento tras la formación de emprendedores*. Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya 2018. file:///C:/Users/HP/Downloads/IMPACTO%20SOBRE%20LA%20CAPACIDAD%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf
- European Commission. (2015, enero 28). *Entrepreneurship Education: A road to success* [Text]. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs - European Commission. https://ec.europa.eu/growth/content/entrepreneurship-education-road-success_en
- Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989). An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints. *Journal of Political Economy*, 97(4), 808-827. <https://www.jstor.org/stable/1832192>
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Carter, N. M., & Reynolds, P. D. (2004). *SAGE Reference—Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*. Sage Publications Ltd. <https://sk.sagepub.com/reference/handbook-of-entrepreneurial-dynamics>
- Gelaidan, H. M., & Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 54-67. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step A Simple Guide and Reference Fourth Edition (11.0 update)*. La Sierra University. <https://wps.ablongman.com/wps/media/objects/385/394732/george4answers.pdf>
- Hadj Khalifa, A., & Dhiaf, M. (2016). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: The uae context. *Polish Journal of Management Studies*, 14, 119-128. <https://doi.org/10.17512/pjms.2016.14.1.11>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill Education. http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion_compressed.pdf
- Hoque, A. S. M. M., Awang, Z., & Siddiqui, B. (2017). Technopreneurial Intention Among University Students of Business Courses in Malaysia: A Structural Equation Modeling. *International Journal of Entrepreneurship and Small, & Medium Enterprise (IJSME)* (ISSN 2289-8336), 4, 1-16.
- Ibáñez-Romero, A., & Zabala-Iturriagagoitia, J. M. (2018). Competencia Emprendedora: La Experiencia de iNNOvaNDiS. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 12(2), 132-156. <https://doi.org/10.19083/ridu.2018.650>
- ILO. (2020). *Global Employment Trends for Youth 2020: Technology and the future of jobs* [Report]. http://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_737648/lang-en/index.htm

- INEI. (2020). *Perú: Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento 2007-2017*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf
- Ismail, A. B. T., Sawang, S., & Zolin, R. (2018). Entrepreneurship education pedagogy: Teacher-student-centred paradox. *Education + Training*, 60(2), 168-184. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2017-0106>
- Kelley, D., Brush, C., Corbett, A., & Majbouri, M. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor National Entrepreneurship Assessment for the United States of America*. Babson College. <https://www.babson.edu/media/babson/assets/blank-center/GEM-2019-2020-US-Report.pdf>
- Mars, M. M., & Rios-Aguilar, C. (2010). Academic entrepreneurship (re) defined: Significance and implications for the scholarship of higher education. *Higher Education*, 59(4), 441-460. <https://doi.org/10.1007/s10734-009-9258-1>
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Montiel, O.; Rodríguez L. C.I (2017). ¿Lo volvería a hacer? Revisitando la implementación del paradigma del emprendimiento en una universidad de México. *Retos, Revista de Ciencias de la Administración y Economía* N° 14, Vol. VIII, 2017. Page 147-165. <https://doi.org/10.17163/ret.n14.2017.08>
- Moya, P. (2016). *Competencias para el emprendimiento*. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BrbpdY-fDUJ:https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Competencias-para-el-emprendimiento.pdf+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Mustar, P., Renault, M., Colombo, M. G., Piva, E., Fontes, M., Lockett, A., Wright, M., Clarysse, B., & Moray, N. (2006). Conceptualising the heterogeneity of research-based spin-offs: A multi-dimensional taxonomy. *Research Policy*, 35(2), 289-308. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.11.001>
- Navarro Claro, G. T. (2020). *Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media* *Entrepreneurial skills and training for entrepreneurship in secondary education institutions*. https://www.academia.edu/49316315/Competencias_emprendedoras_y_formaci%C3%B3n_para_el_emprendimiento_en_instituciones_de_educaci%C3%B3n_media_Entrepreneurial_skills_and_training_for_entrepreneurship_in_secondary_education_institutions
- OIT. (2020, marzo 9). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2020: La tecnología y el futuro de los empleos* [Publicación]. http://www.ilo.org/global/publications/WCMS_737662/lang-es/index.htm
- OIT/Cinterfor. (2010). *CODE - Conozca de empresa. 2a. Ed. Rev. 2010*. | OIT/Cinterfor. <https://www.oitcinterfor.org/node/6528>
- Padilla-Martínez, M. P., Looor-Sandoval, E. L., & Guamanquispe-Vargas, T. M. (2019). Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de

- la Universidad Pública Caso Facultad de Ciencias Administrativas. *Ciencia Digital*, 3(2), 43-59. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.374>
- Pardo-García, C., & Barac, M. (2020). Promoting Employability in Higher Education: A Case Study on Boosting Entrepreneurship Skills. *Sustainability*, 12(10), 4004. <https://doi.org/10.3390/su12104004>
- Pazmiño-Cano, G. E., Valencia-Neto, M. E., Chacha-Armas, H. A., Hurtado-García, K. del R., & García-Bravo, M. E. (2018). Perspectivas del Emprendimiento Empresarial en el Siglo XXI. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*. e-ISSN 2528-7842, 4(3), 25-32. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1255>
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691-791. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm023>
- Scholte, S. S. K., Van Teeffelen, A. J. A., & Verburg, P. H. (2015). Integrating socio-cultural perspectives into ecosystem service valuation: A review of concepts and methods. *Ecological Economics*, 114, 67-78. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.03.007>
- Schumpeter, J. A., & Opie, R. (1934). *The theory of economic development; an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2019). *Perú 2018-2019*. Esan Ediciones. <https://bit.ly/3CVveiG>
- Shane, S. (2000). Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469. <https://www.jstor.org/stable/2640414>
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship*. New Horizons in Entrepreneurship series. <https://www.elgaronline.com/view/1843763826.xml>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Siegel, D. S., & Wright, M. (2015). Academic Entrepreneurship: Time for a Rethink? *British Journal of Management*, 26(4), 582-595. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12116>
- Sri Ramalu, S., Nadarajah, G., & Aremu, A. Y. (2020). The effect of high impact entrepreneurship educational practices (hieeps) on entrepreneurial self-employment among business school students. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(2), 661-674. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8274>
- Stevenson, H., & Harmeling, S. (1990). Entrepreneurial management's need for a more "chaotic" theory. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 1-14. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90022-L)
- SUNEDU. (2020). II Informe Bienal sobre la Realidad Universitaria en el Perú. En MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. <https://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/6911>
- Terán-Yépez, E. F., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7). <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>

Deza Loyaga, Walter f.; Aparicio Ballena, Jorge A.; Pérez Arboleda, Pedro A.; Hidalgo Lama, Jenny

Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo

Universidad Católica Santa María de Arequipa. (2020). *INNICIA – Incubadora de Empresas*. <http://investigacion.ucsm.edu.pe/innicia/>

A literature survey. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 81-96. <https://doi.org/10.1007/s11365-007-0072-x>

Yusof, M., & Jain, K. K. (2010). Categories of university-level entrepreneurship: