



Iniciativa empresarial y la carrera de Ingeniería Empresarial de la Universidad Nacional Agraria La Molina

Entrepreneurial initiative and the Business Engineering Program at the Universidad Nacional Agraria La Molina

María Inés Núñez Gorriti¹

¹Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.

* Autor de correspondencia: ming@lamolina.edu.pe

Recibido: 5/06/2024; **Aceptado:** 1/10/2024; **Publicado:** 30/12/2024

Resumen

Esta investigación, la primera sobre el tema, recopila y ordena las respuestas de 38 entrevistas aplicadas a egresados de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial. Estas fueron efectuadas de marzo a abril del 2024, siendo 26 hombres y 12 mujeres los empresarios entrevistados. La carrera citada se distingue por ser la segunda más requerida dentro de la oferta educativa de la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) y tener una reconocida aceptación en el mercado laboral. Las entrevistas versaron sobre siete temas relativos al desarrollo empresarial. Los principales resultados fueron los siguientes: la expresión de las características del espíritu empresarial muy desarrolladas en los entrevistados; la existencia de alta diversidad de negocios en los que intervienen; la proveniencia del capital para la actividad empresarial de recursos propios y no de endeudamiento; la acentuada dedicación a la satisfacción del cliente; la sistemática orientación a la creación y el mantenimiento de redes profesionales, y una alta valoración de lo aprendido en la especialidad y en la universidad.

Palabras clave: emprendimiento, educación-empresarial, egresados-universitarios, gestión-empresarial, UNALM.

Forma de citar el artículo: Núñez, M. (2024). Iniciativa empresarial y la carrera de Ingeniería Empresarial de la Universidad Nacional Agraria La Molina. *Tierra Nuestra*, 18(2), 198-216. <https://doi.org/10.21704/rtn.v18i2.2191>

DOI: <https://doi.org/10.21704/rtn.v18i2.2191>

© Los autores. Este artículo es publicado por la revista *Tierra Nuestra* del Departamento Académico de Ciencias Humanas de la Facultad de Economía y Planificación, Universidad Nacional Agraria La Molina. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>) que permite Compartir (copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato), Adaptar (remezclar, transformar y construir a partir del material) para cualquier propósito, incluso comercialmente.

Abstract

This research, which is the first on the subject, collects and organizes the responses from 38 interviews conducted with graduates of the Business Management Engineering program. These interviews were carried out from March to April 2024, with 26 men and 12 women entrepreneurs being interviewed. The mentioned program is distinguished as the second most sought-after within UNALM's educational offerings and has recognized acceptance in the job market. The interviews covered seven topics related to business development. The main results were the expression of highly developed entrepreneurial spirit characteristics in the interviewees, a high diversity of businesses in which they are involved, capital for business activity coming from their own resources rather than debt, a strong dedication to customer satisfaction, systematic orientation towards creating and maintaining professional networks, and a high appreciation for what was learned in the specialty and at the university.

Keywords: entrepreneurship, business education, university graduates, business management, UNALM.

1. Introducción

La carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial fue creada en la Universidad Nacional Agraria La Molina en 1997. A la fecha, es la segunda con mayor número de postulantes para la admisión. El número total de egresados de la especialidad ascendió a 1267 hasta agosto del 2024. La creación de la especialidad se orientó, entre otros fines, a servir como elemento sinérgico para otras carreras de la UNALM. En esta universidad, las carreras son tecnológico-agropecuarias, pero tienen poco desarrollado el componente administrativo y de gestión, el cual es indispensable en todas las profesiones. Cabe señalar que la UNALM no cuenta con un registro completo de sus egresados en cuanto a su inserción laboral; de allí que esta investigación estableció como uno de sus objetivos conocer qué tanto el espíritu empresarial está presente en los egresados de la carrera de gestión.

Para esta investigación, se tomó como referencia el trabajo de Tipiana (2021), para quien, dado el porcentaje de egresados trabajando en los sectores productivos, el número de empresarios de la especialidad de Gestión Empresarial debe ser aproximadamente

70. En dicha investigación, se encontró que los egresados de dicha carrera se desempeñan en todos los sectores productivos y de servicios. Casos *sui generis* son los empleos en empresas productoras y comercializadoras de explosivos, explotación de minerales, diplomáticos, etc. Estos son casos atípicos y poco frecuentes, pero no por ello menos interesantes o exitosos.

2. Objetivos del estudio

El presente estudio sobre la iniciativa empresarial y la carrera de Ingeniería Empresarial de la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) se propone alcanzar un objetivo general y cuatro específicos.

El objetivo general es el siguiente: analizar y comprender el desarrollo del espíritu empresarial entre los egresados de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM explorando sus experiencias, desafíos y factores de éxito en la creación y gestión de sus propias empresas.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Evaluar el impacto de la formación académica y el desarrollo de las competencias empresariales en el éxito de

los emprendimientos de los egresados.

2. Analizar las estrategias de financiamiento y gestión de recursos utilizadas por los egresados emprendedores.
3. Examinar los procesos de gestión y estructuración organizacional implementados en las empresas de los egresados.
4. Identificar los factores críticos de éxito y sostenibilidad en los emprendimientos de los egresados.

3. Metodología

La investigación se realizó de marzo a junio del año 2024, con un muestreo por conveniencia no probabilístico (Otzen y Manterola, 2017). Fueron entrevistados 38 egresados (26 hombres y 12 mujeres), todos con negocios de cinco o más años de existencia. Las sesiones fueron virtuales o presenciales y duraron algo más de una hora en cada caso. Fueron grabadas en la plataforma Google Meet con el consentimiento expreso de los entrevistados.

Asimismo, el contenido de lo conversado estuvo dividido en siete grupos de preguntas:

1. **¿Cómo surgió y se dio forma a la idea de negocio?**
2. **¿Cuál fue el origen del financiamiento para el emprendimiento?**
3. **¿Cómo fue el crecimiento de la empresa?**
4. **¿Cómo sucedió la transformación de un emprendimiento personal a una organización con estructura funcional?**
5. **¿Cuál fue la influencia de la especialidad en Gestión Empresarial y de la Universidad en general?**
6. **¿Qué efectos produjo la pandemia en el funcionamiento de la empresa?**

7. **¿Cuáles crees que han sido o son los factores críticos de éxito de tu empresa?**

3.1 Tipo de estudio

Esta investigación se enmarca en un enfoque cualitativo con un diseño exploratorio-descriptivo. Se optó por este enfoque debido a la naturaleza del fenómeno estudiado: el espíritu empresarial entre los egresados de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM. El diseño exploratorio-descriptivo permite profundizar en las experiencias, las percepciones y las trayectorias de los emprendedores, lo cual proporciona una comprensión rica y contextualizada de sus vivencias empresariales.

3.2 Población y muestra

La población del estudio está constituida por los egresados de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM que han fundado y gestionan sus propias empresas. Hasta agosto de 2024, el número total de egresados de esta especialidad ascendía a 1267.

Se seleccionó una muestra de 38 egresados (26 hombres y 12 mujeres) utilizando un muestreo por conveniencia no probabilístico. Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Ser egresado de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM.
- Haber fundado y estar gestionando actualmente una empresa.
- La empresa debe tener al menos cinco años de existencia.

3.3 Justificación del tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se determinó considerando los siguientes factores:

- Saturación teórica: Se buscó alcanzar un punto en el que la información recopilada

comenzara a ser redundante, lo cual indicó que se habían capturado las principales dimensiones del fenómeno estudiado.

- **Factibilidad:** Dadas las limitaciones de tiempo y de recursos, se consideró que 38 entrevistas en profundidad eran manejables y permitían una recopilación y análisis detallado de los datos.
- **Representatividad cualitativa:** Aunque no se busca una representatividad estadística, la muestra incluye una diversidad de sectores empresariales y experiencias, lo que permite una comprensión amplia del fenómeno.
- **Estimación previa:** Sobre la base del trabajo de Tipiana (2021), se estimó que aproximadamente 70 egresados de la especialidad eran empresarios. La muestra de 38 representa más del 50% de esta estimación, lo cual se considera adecuado para un estudio cualitativo.

3.4 Recolección de datos

Los datos se recopilaron mediante entrevistas semiestructuradas en profundidad. Estas se realizaron de forma virtual o presencial, según la preferencia del participante, entre marzo y abril de 2024. Cada entrevista duró aproximadamente una hora y fue grabada con el consentimiento expreso de los participantes.

El protocolo de entrevista abarcó siete temas principales:

1. Surgimiento y desarrollo de la idea de negocio
2. Origen del financiamiento
3. Crecimiento de la empresa
4. Transformación organizacional
5. Influencia de la formación académica
6. Impacto de la pandemia
7. Factores críticos de éxito

3.5 Método de análisis de datos

El análisis de datos se realizó siguiendo un enfoque de análisis temático, que implica los siguientes pasos:

1. **Familiarización con los datos:** Transcripción de las entrevistas y lectura repetida de las transcripciones.
2. **Generación de códigos iniciales:** Identificación de patrones y temas recurrentes en los datos, y asignación de códigos descriptivos.
3. **Búsqueda de temas:** Agrupación de códigos en temas potenciales y subtemas.
4. **Revisión de temas:** Refinamiento de los temas identificados para asegurar su coherencia interna y la distinción entre estos.
5. **Definición y nombramiento de temas:** Elaboración de definiciones claras para cada tema y selección de nombres representativos.
6. **Producción del informe:** Selección de extractos ilustrativos, análisis final de los extractos seleccionados, y relación del análisis con la pregunta de investigación y la literatura.

Para asegurar la validez y la confiabilidad del análisis, se emplearon las siguientes estrategias:

- **Triangulación de investigadores:** Múltiples investigadores participaron en el proceso de codificación y análisis.
- **Verificación por parte de los participantes:** Se compartieron los hallazgos preliminares con una muestra de participantes para obtener su retroalimentación.
- **Auditoría externa:** Un investigador independiente revisó el proceso de análisis y los hallazgos.

4. Revisión de literatura

El fenómeno del emprendimiento se ha considerado un importante mecanismo para lograr a nivel mundial el desarrollo de las sociedades. Sin embargo, esto solo es posible cuando se promueven ideas de negocios innovadoras, con lo cual se logra una ventaja competitiva en un contexto global (Chávez et al., 2023).

Como mencionaron Viloría et al. (2016), como se citó en Benítez y Riveros (2022), la vinculación laboral de los egresados universitarios representa uno de los mayores retos para las instituciones de educación superior. Esto se debe a las actuales condiciones económicas del país, las cuales no permiten que la generación de empleos vaya a la par con la oferta laboral de las universidades.

Así, el emprendimiento empresarial constituye una alternativa atractiva para los jóvenes que emergen de los diferentes programas académicos; es una posibilidad de lograr la estabilidad financiera que les permita hacer realidad los planes programados en su proyecto de vida. Las universidades se convierten, de este modo, en plataformas generadoras que impulsan las habilidades emprendedoras de sus estudiantes y promueven su participación en los diferentes eventos relacionados con esta actividad.

Para efectos del presente trabajo, se emplea la definición expresada por Trejo (2015). Para este autor, el espíritu emprendedor se traduce en una voluntad constante de iniciar y de organizar considerando los recursos disponibles para atender a los resultados concretos, independientemente de la actividad que se desarrolla.

Al respecto, Trejo (2015) precisó lo siguiente:

El emprendedor es la persona o conjunto de personas que son capaces de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formulan libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo, el emprendedor invierte dinero, tiempo y conocimientos y participa en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos personales, pero buscando recompensas monetarias y personales. (p. 63)

Asimismo, Trejo (2015) realizó la revisión y la síntesis de autores varios que atribuyen a los emprendedores las siguientes características: (a) el crear una empresa; (b) el obtener recursos y organizarlos eficazmente; (c) el asumir riesgos; (d) la identificación de oportunidades; (e) el realizar innovaciones; y (f) estar motivados por la búsqueda de independencia, la consecución de objetivos retadores y un especial significado del trabajo.

También, siguiendo a Puchol (2012), se puede citar que la autonomía, la creatividad, la comunicación, la concentración, la cooperación, la determinación, la flexibilidad, la independencia de juicio, la intuición, la motivación de logro, la objetividad, la orientación al equipo, la perseverancia, la planificación, la presencia física, el realismo, la responsabilidad, la técnica, la tenacidad y la visión son características deseables o favorables para el espíritu empresarial. Durante las entrevistas, estas aparecen constantemente.

La Cámara de Comercio de Lima, en su publicación virtual del 16 de abril del 2024, y a raíz del Día del mundial del Emprendimiento, dedica una página completa al empresariado

peruano. En este artículo de Carrasco (2024), se atribuye este espíritu emprendedor en general a cuatro factores principales: (a) cultura emprendedora arraigada, (b) recursos naturales y diversidad cultural, (c) apoyo gubernamental y programas de financiamiento, y (d) resiliencia y adaptabilidad del empresario.

En el Perú, tal como se registra en diferentes fuentes al 30 de junio de 2024 (INEI, 2024), el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos fue de 3 368 634, cifra mayor en 3.5% en comparación con similar periodo del año anterior. Asimismo, se constituyeron un total de 70 567 empresas y se dieron de baja 109 144 entre abril y junio. En este contexto, las bajas de oficio representaron el 90.8%. Esto se debe a que la entidad tributaria, principal proveedora del registro administrativo base (Sunat), continúa en un proceso de verificación de bajas de oficio con la finalidad de identificar la cifra actualizada de empresas activas, lo que ocasionó una disminución de empresas respecto del trimestre anterior.

Por otro lado, la tasa de natalidad, entendida como la relación de empresas creadas o reactivadas en el II trimestre de 2024 con el *stock* empresarial al final del periodo, constituyó el 2.09% del total, mientras que la tasa de mortalidad empresarial fue de 3.24%, por lo que la tasa de variación neta fue de -1.15%.

Debido a que el presente trabajo se concentra en el espíritu empresarial de los ingenieros egresados de una institución universitaria, se toma como referencia las ideas que se exponen a continuación.

El capital humano se compone de conocimientos y habilidades que se adquieren mediante la escolarización, la capacitación en el trabajo y otros tipos de experiencia. El desarrollo más importante en este campo de investigación

ha sido el modelo de variedad de habilidades. Estas son cruciales, puesto que pueden informar no solo sobre el emprendimiento peruano, sino sobre sus factores e intervenciones, que son los campos de la economía y las políticas empresariales, en las cuales se debaten mecanismos potenciales sobre cómo construir capital humano empresarial en diversas poblaciones (Chávez et al., 2023).

La planificación y el direccionamiento son otros factores que se convierten en la base para definir la razón de ser del negocio, así como las estrategias que buscan llevarlo al futuro. Resulta importante comprender los elementos que constituyen ambos factores, de tal forma que su desarrollo pueda ajustarse a los cambios propios del entorno. Detectar las oportunidades y amenazas que de este provienen no es una tarea sencilla. El emprendedor debe estar alerta a la más mínima señal de variación en el contexto, de tal forma que actúe anticipadamente o pueda adaptarse rápidamente a los cambios para lograr que su negocio permanezca en el tiempo.

Los emprendedores peruanos tienen un rol significativo en el desarrollo de la sociedad, pero requieren, sin lugar a dudas, prepararse para ello. La formación, así como la capacitación, deben ser procesos constantes, de tal forma que les permitan estar actualizados, además de propiciar los cambios que el entorno exige (Chávez et al., 2023).

Por otro lado, es muy interesante que, en otra investigación sobre los empresarios-ingenieros de la Universidad Nacional de Ingeniería, se afirme lo que sigue como parte de una entrevista realizada por América Sistemas (Huamani, 2022): ante la pregunta ¿es difícil hacer empresa en el Perú?, José Valdez Calle, empresario del Grupo COSAPI, respondió que hacer empresa en general, tanto en el Perú como en cualquier parte del mundo, no es sencillo. El empresario

debe tener y dominar una idea innovadora que le da valor al bien o al servicio que quiere producir. Aquella debe sobrevivir de acuerdo con la demanda que el producto tenga en el mercado. Además, los costos deben ser adecuados para permitir un margen de utilidad y rentabilidad apropiado, ya que sin eso la empresa no puede existir (Huamaní, 2022).

Por otro lado, es necesario desarrollar un liderazgo que armonice los intereses de los clientes, los trabajadores, los suministradores y los inversionistas. Para manejar esas cuestiones fundamentales, existe un conjunto de técnicas que se debe estudiar. En resumen, el empresario tiene que ser creador, líder, armonizador, y administrador (Huamaní, 2022).

5. Resultados

Las empresas fundadas por los egresados de Gestión están en rubros diversos como asesorías en marketing, gestión de la calidad, gestión del talento con un 19% en cada caso; en producción de alimentos procesados, 14%; producción, comercialización y exportación de vegetales, 17%; servicios diversos, 12%, etc. Por otro lado, se puede indicar que el 70% de los negocios se encuentran en Lima; y el 30%, por la naturaleza productiva o de comercialización, en provincias. Cabe destacar que los negocios de los egresados de gestión en un 60% son en sociedad con familiares, pareja o amigos, pero en todos los casos el mayor porcentaje de participación lo tienen ellos mismos. En estos términos, el 40% declaró que el negocio es propio, sin socios, y que, por el momento, no piensan entrar en sociedad. Las respuestas a las preguntas formuladas se presentan en los siguientes apartados.

a. ¿Cómo surgió y se dio forma a la idea de negocios?

El 60% los egresados afirmaron que desde

siempre tuvieron la idea de que en algún momento emprenderían. Recurrentemente, mencionaron que, durante su vida académica en la UNALM, su intención de emprender se fue afianzando. Asimismo, en el 80% de los casos, no tenían claro el tipo de negocio que desarrollarían. Tres detonantes fueron mencionados como cruciales: los cursos de especialización, la experiencia profesional y la interacción con colegas, clientes, empleadores o familiares, quienes fueron los que alentaron a la idea y, en la mayor parte, ayudaron directa o indirectamente a plasmarla.

Asimismo, todos los egresados entrevistados desarrollaron experiencia laboral previa de forma dependiente. Mencionaron que, en las empresas para las que trabajaron, adquirieron conocimientos y experiencia en la actividad; además, formaron redes con posibles clientes, proveedores y/o personas vinculadas a la actividad. Es citado con frecuencia el hecho de que la experiencia previa disminuyó el tiempo de maduración del negocio, basado en la confianza lograda y cimentada con los clientes, el conocimiento y el dominio de aquel. En general, todos comentaron que los primeros años fueron de aprendizaje; de generación de estructuras y de vínculos con sus grupos de interés primordiales.

En la totalidad de los emprendimientos que brindan servicios de consultoría, la idea de negocio surge al darse cuenta de que podían «vender» de manera independiente, el servicio que brindaban como empleados en «una empresa que no era suya». Asimismo, por lo menos el 20% de los entrevistados señalaron que fueron sus propios empleadores quienes les sugirieron el proceso de independización por múltiples razones. En algunos casos, la empresa para la que trabajaban no podía atender a todas las demandas (por sobrecarga laboral o porque los costos de servicio eran muy altos), o dado el

tamaño de la organización, existía poca agilidad en las respuestas de servicio requerido por el cliente. Se hizo evidente que una empresa más pequeña y ágil aumentaría la oferta y la calidad del servicio, a menor costo y con mayor rapidez en la respuesta.

Además, en el 30% de los casos, los familiares alentaron y apoyaron el inicio de los negocios, ya sea con un capital de apoyo, con trabajo o con los contactos. Del mismo modo, el 25% de los empresarios citan que sus parejas, y/o familiares fueron soporte en el desarrollo del emprendimiento. En varios casos, los familiares trabajan para la empresa asumiendo diferentes roles.

b. ¿Cuál fue el origen del financiamiento para el emprendimiento?

Una parte crucial en la realización de los emprendimientos es la financiación. Cuando los empresarios entrevistados fueron consultados al respecto, señalaron consistentemente lo siguiente: (a) el 60% de los emprendimientos fueron financiados por los ahorros provenientes de su trabajo dependiente previo; (b) el 30% señaló que sus operaciones fueron financiadas por los clientes o proveedores cultivados durante su desempeño como empleados de una empresa; (c) dentro de este 30% también se encuentran los que fueron financiados por sus propios empleadores al haber apoyado la constitución de la nueva empresa; y (d) solo el 10% señaló que recibieron financiamiento de familiares o entidades bancarias.

El 100% de los empresarios entrevistados señalaron que parte de la inversión realizada fue destinada a la capacitación propia adicional, los viajes de negocios, tanto de los directores como de los socios o del personal clave. Además, las empresas de servicio mencionaron que la necesidad de inversión se redujo inicialmente

a la constitución de la empresa. Con el devenir de las operaciones, realizaron inversiones en equipamiento, maquinaria, vehículos, alquileres de locales o compras de estos.

Es pertinente mencionar lo señalado por los egresados con respecto a que los primeros años de operación fueron de aprendizaje, inversión y bajos ingresos de libre disponibilidad. Alrededor del tercer año de operación pudieron observar que el emprendimiento rendía los frutos esperados. En condiciones de pandemia, solo el 10% acudió a préstamos otorgados a través de las medidas gubernamentales de apoyo a la crisis para los gastos de operación. En algunos casos, están terminando de cancelarlos. En general, consideran que el endeudamiento es de un costo muy alto y que se debe evitar a menos que las situaciones sean favorables; o la posibilidad de recuperación, segura.

c. ¿Cómo fue el crecimiento de la empresa?

El periodo de incubación y de crecimiento de los emprendimientos es diverso en los emprendimientos estudiados. El 30% de los entrevistados indicaron que, en el primer año, tuvieron un alto crecimiento: la demanda o necesidad del bien por la que el negocio fue creado fue crucial para producir altas ventas. Esta demanda presionó para que la oferta fuera ajustada constantemente y el crecimiento siguiera a ritmos menores en los siguientes periodos.

En contraste, el 30% de los egresados mencionó que, en el primer año, el crecimiento fue pobre. Esto lo atribuyen, entre otras razones, a que el emprendimiento no era la actividad principal del egresado; la cartera de clientes era insuficiente para la viabilidad de la empresa; la red de contactos era insuficiente; y el conocimiento del negocio y de los clientes no era el adecuado. Citaron que, cuando estos

factores fueron corregidos, el crecimiento fue apreciable y aproximado al deseado.

Por su parte, el 40% de los empresarios mencionó que el crecimiento fue lento, pero sostenido desde el inicio del negocio. Esto se debió a la paulatina ampliación de la cartera de clientes y de la confianza construida. Cabe señalar que, en el 90% de los casos, los empresarios indicaron que procuraron que el crecimiento fuera planeado y orgánico para evitar distorsiones en el funcionamiento y los sobre costos (no siempre exitoso, pero siempre como guía).

Asimismo, al ser interrogados sobre los motores de crecimiento, declararon que el principal fue la creatividad impulsada por el intento de aprovechar las oportunidades, la fortaleza de las redes de contacto y la capacidad de adaptación ante eventos adversos. Estos conceptos fueron mencionados por el 80% de los entrevistados. Por otra parte, todos los empresarios mencionaron que, para que exista crecimiento empresarial, se requiere reinversión en las actividades productivas, la búsqueda de nuevas oportunidades (mercados, bienes o servicios) y constante capacitación de la dirección y del personal pertinente. Este tema será recurrente en el punto 7.

d. ¿Cómo sucedió la transformación de emprendimiento personal en organizaciones con estructura funcional?

Un elemento que los entrevistados tienen muy claro es la necesidad del uso de los principios y las prácticas administrativas de forma articulada y consistente. Esta concepción la atribuyen a la formación profesional recibida y al razonamiento de la imposibilidad de realizar todas las funciones; también a la comprensión de la necesidad de delegar y crear apropiados mecanismos de control. Comentaron que, en un

inicio, su función era «todista» y, en el transcurso del tiempo y del crecimiento de la empresa, se produjo la organización por áreas o funciones. Mencionaron recurrentemente que esto les permitió dedicarse a otras tareas que impulsaran el crecimiento o que se ampliaran las líneas de acción en algunos casos. Cabe citar, en este punto, que solo el 30% de los entrevistados son dueños de medianas empresas; el 70% todavía son consideradas pequeñas empresas o negocios individuales.

e. ¿Cuál fue la influencia de la especialidad en Gestión Empresarial y de la universidad en general?

El 100% mencionó que tanto lo académico como el entorno especial de la UNALM influyeron en su desarrollo profesional y personal. Citaron, entre otros, los siguientes aspectos:

1. La carrera brinda una visión global de las funciones y las actividades de cualquier organización, así como los conocimientos básicos en cuanto a la formación de empresas. Esto les permite y permitió entender de forma global los procesos que deberían realizarse y controlarse.
2. Les ha facilitado la constitución y la estructuración de las iniciativas empresariales y su posterior crecimiento.
3. Todos los egresados entrevistados consideran que las posibilidades de «negocio» no se limitan a una determinada área productiva o de servicios, gracias a la visión obtenida en la carrera.
4. Aprecian mucho la diversidad de personalidades, experiencias y conocimientos de los estudiantes de UNALM.
5. La interacción con los estudiantes y los profesionales de diversas especialidades durante la carrera les ha brindado una

amplitud de miras, relaciones diversas y amistades duraderas, muchas de las cuales se convirtieron en sus socios o en relaciones sinérgicas.

6. Un comentario recurrente es que la UNALM, por sus características, fuerza a sus estudiantes a buscar y conseguir resultados con poca disponibilidad de recursos, y que la necesidad de realizar un mayor esfuerzo en el estudio es beneficioso para los retos empresariales.
7. Todos resaltan que el prestigio de la universidad les ha servido como carta de presentación ante sus clientes, socios, proveedores, etc.

Finalmente, el 100% se ha preparado adicionalmente con cursos de especialización escolarizada, maestrías y cursos virtuales. El 100% declara también que aprendieron el «corazón del negocio» y/o los elementos fundamentales en el trabajo corporativo. Consideran que el academismo de la UNALM impulsa la preparación constante en la especialidad o en aquellos rubros que sean de interés.

f. ¿Qué efectos tuvo la pandemia en el funcionamiento de la empresa?

La pandemia produjo crisis a las empresas que requerían la presencialidad; en aquellas de bienes de exportación y servicios de consultoría el comportamiento fue mixto. En ningún caso las empresas o consultoras fueron cerradas. El 90% de egresados declararon que no despidieron al personal, reajustaron gastos, generaron opciones dentro de las restricciones y lograron el apoyo de sus proveedores y clientes. Los rubros menos afectados fueron los relacionados con la agroexportación; los más afectados fueron aquellos vinculados con el *marketing* y los recursos humanos.

Ante la pregunta «¿cuáles fueron los factores que les permitieron sobrellevar la pandemia?» Las respuestas consistentemente expresadas fueron las siguientes: la confianza generada con los proveedores y/o entidades financieras; el apoyo de los clientes; la lealtad cultivada de los colaboradores; la búsqueda de alternativas en reducción o adaptación de las operaciones con reducción de costos; y la capacidad de repensar la idea de negocios y su adaptación a las condiciones de pandemia.

Se mencionó, además, la virtualización de las operaciones en lo que correspondiera, sobre todo en el área de servicios, y la adaptación a las necesidades del cliente en condiciones de pandemia. En un par de casos, debido a la crisis provocada por la pandemia, recurrieron a préstamos y facilidades otorgadas por el Estado, cuyos pagos, gracias a las condiciones blandas, lograron cubrir. Esto no implica que la situación durante pandemia fuera exenta de fuertes dificultades y caracterizada por una drástica reducción de los ingresos.

g. ¿Cuáles crees que han sido fueron o son los factores críticos de éxito de tu empresa?

Todos los empresarios de Gestión entrevistados mencionaron consistentemente lo siguiente: (a) considerar que su idea puede tener éxito a pesar de cualquier obstáculo (comportamiento tipo A), (b) resistencia al fracaso y a las dificultades, (c) alto nivel de energía y dedicación al proyecto, (d) estar dispuesto a aprovechar las oportunidades, buscarlas o generarlas.

Por otro lado, casi en su totalidad los empresarios mencionaron que la dedicación de tiempo de calidad es uno de los factores clave para que los negocios continúen y prosperen. En más del 20% de los casos, los egresados declararon que, al iniciar el emprendimiento, no se dedicaron al 100%, debido la necesidad

de continuar con su trabajo dependiente. Esta situación ocasionó **la pérdida de oportunidades**; un grado de desatención al producto o al servicio, que no fue idóneo; y que se perdiera la dirección deseada. Declararon que, cuando decidieron dedicarse totalmente al emprendimiento, la situación mejoró significativa y notoriamente: se incrementó la calidad del servicio brindado; aumentaron las ventas; crecieron el **número de clientes**, así como la fidelidad y la satisfacción de estos. Asimismo, mencionaron que la presencia y la transmisión de la visión del dueño se tradujo en un mejor desempeño de los colaboradores.

En un alto porcentaje, superior al 60%, los empresarios mencionaron los siguientes aspectos como fundamentales:

1. El bien o servicio debe ser diferenciado clara y notoriamente.
2. Aparte de la calidad del servicio, «dar algo más» puede ser un factor clave.
3. El mejor activo es el conocimiento que debe tener el empresario; continuar aprendiendo, innovando y renovando la actividad o los puntos críticos.
4. Se debe resolver los errores y corregir las causas, así como tener resiliencia ante el fracaso en los proyectos fallidos.
5. Es necesario mantenerse al día con las variaciones en el entorno, lo que se logra a través de ferias, exposiciones, contactos, etc.
6. Trabajar en el corto plazo, pero pensar y prepararse para el largo plazo es considerado como una inversión.
7. Se requiere generar lealtad con los empleados y mostrarla expresamente hacia ellos, así como la evaluación justa del desempeño con premisas y mecanismos claros con la mira en la atención a los clientes y al proceso

productivo.

8. Es preciso cultivar una relación profesional esmerada con los clientes y los proveedores.

Adicional a ello, más de un 50% mencionaron enfáticamente lo siguiente: el dueño y/o gerente debe mostrar compromiso con lo que hace y generar redes de contactos ampliadas que les permitan ser fuentes confiables de información y/o soporte, incluso de oportunidades.

Asimismo, es pertinente buscar coincidencias con las oportunidades que brinda el Estado, y prestar atención a las variaciones y las oportunidades que se presentan en el entorno. Además, se debe utilizar en la medida de lo posible las nuevas tecnologías en lo que corresponda, así como asistir a ferias, eventos, y mantener las redes de contactos.

A continuación, los resultados de este estudio se presentan organizados según las principales áreas de investigación:

a. Perfil de los emprendimientos

Se considera los siguientes aspectos:

- El 19% de los emprendimientos se dedican a asesorías en *marketing*, gestión de la calidad y gestión del talento, respectivamente.
- El 14% se enfoca en la producción de alimentos procesados.
- El 17% se dedica a la producción, comercialización y exportación de vegetales.
- El 12% opera en servicios diversos.
- El 70% de los negocios se ubica en Lima, mientras que el 30% está en provincias.
- El 60% de los negocios están conformados en sociedad con familiares, pareja o amigos, con el egresado manteniendo la mayor participación.

- El 40% son negocios propios sin socios.

En la Figura 1, se ilustra la distribución de los sectores empresariales en los que operan los egresados emprendedores de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM.



Figura 1. Resultados clave del estudio

b. Origen de la idea de negocio

Se incluyen los siguientes aspectos:

- El 60% de los egresados siempre tuvo la intención de emprender.
- El 80% no tenía claro inicialmente el tipo de negocio que iba a desarrollar.
- Los principales detonantes para concretar la idea de negocio fueron los cursos de especialización, la experiencia profesional y la interacción con los colegas, clientes, empleadores o familiares.
- Todos los entrevistados desarrollaron experiencia laboral previa como empleados.

c. Financiamiento del emprendimiento

Se abarcan los siguientes aspectos:

- El 60% financió su emprendimiento con ahorros de su trabajo dependiente previo.
- El 30% recibió financiamiento de clientes, proveedores o empleadores anteriores.

- Solo el 10% recurrió al financiamiento de familiares o entidades bancarias.
- El 100% invirtió en capacitación adicional y viajes de negocios.

En la Figura 2, se muestran las principales fuentes de financiamiento utilizadas por los egresados para iniciar sus emprendimientos.

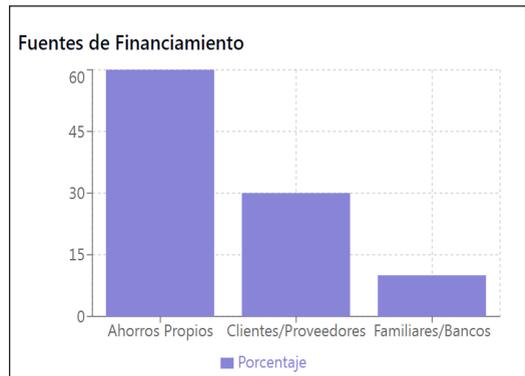


Figura 2. Fuentes de financiamiento

d. Crecimiento empresarial

Se incluyen los siguientes aspectos:

- El 30% experimentó un alto crecimiento en el primer año.
- El 30% obtuvo un crecimiento pobre en el primer año, atribuido a diversos factores.
- El 40% reportó un crecimiento lento pero sostenido desde el inicio.
- El 90% intentó que el crecimiento fuera planeado y orgánico.

e. Transformación organizacional

Se consideran los siguientes aspectos:

- Todos los entrevistados reconocieron la necesidad de aplicar principios y prácticas administrativas.
- Inicialmente, asumían múltiples funciones, pero, con el tiempo, desarrollaron una

estructura organizacional más definida.

- El 30% son dueños de medianas empresas, mientras que el 70% siguen siendo pequeñas empresas o negocios individuales.

f. Influencia de la formación académica

Se abarcan los siguientes aspectos:

- El 100% mencionó que recibió una influencia positiva de la carrera y del entorno de la UNALM en su desarrollo profesional y personal.
- Destacaron la visión global de las funciones empresariales y la diversidad de experiencias en la universidad como factores beneficiosos.
- Todos se han preparado adicionalmente con cursos de especialización, maestrías o cursos virtuales.

g. Impacto de la pandemia

Se incluyen los siguientes aspectos:

- Ninguna empresa cerró debido a la pandemia.
- El 90% no despidió personal, pero realizó ajustes en gastos y operaciones.
- Los sectores menos afectados fueron los relacionados con la agroexportación.
- Los más afectados fueron los relacionados con *marketing* y recursos humanos.

h. Factores críticos de éxito

Se abarcan los siguientes aspectos:

- Todos mencionaron la confianza en su idea, la resistencia al fracaso, el alto nivel de energía y dedicación, y la disposición para aprovechar las oportunidades.
- Más del 60% destacó la importancia de la diferenciación del producto/servicio, la calidad, la innovación continua, la resolución de errores y la atención a las variaciones del

entorno.

- Más del 50% enfatizó el compromiso del dueño/gerente y la importancia de las redes de contactos.

6. Discusión

Los resultados de este estudio ofrecen una visión detallada del espíritu empresarial entre los egresados de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM. A continuación, se interpretan estos hallazgos en el contexto de la literatura existente.

- a. Perfil emprendedor y motivación: El alto porcentaje de egresados (60%) que siempre tuvo la intención de emprender concuerda con lo planteado por Trejo (2015), quien destacó la voluntad constante de iniciar y organizar como una característica fundamental del espíritu emprendedor. Este hallazgo también se alinea con la observación de Chávez et al. (2023) sobre la importancia del emprendimiento como mecanismo de desarrollo social.
- b. Diversidad de sectores empresariales: La variedad de sectores en los que operan los egresados (desde *marketing* hasta agroexportación) refleja la versatilidad de la formación en Gestión Empresarial. Esto se alinea con lo propuesto por Benítez y Riveros (2022), quienes destacaron la importancia de la educación superior en la preparación de los graduados para asumir diversas oportunidades empresariales.
- c. Financiamiento y actitud hacia el riesgo: La preferencia por el autofinanciamiento (60%) y la baja propensión al endeudamiento bancario (10%) contrastan con la característica de «asumir riesgos» que Trejo (2015) atribuyó a los emprendedores. Sin embargo, esto podría interpretarse como una gestión prudente del riesgo financiero,

lo cual es coherente con la formación en gestión empresarial.

- d. Importancia de la experiencia laboral previa: El hecho de que todos los entrevistados tuvieran experiencia laboral previa respalda la idea de Chávez et al. (2023) sobre la importancia del capital humano, que incluye no solo la educación formal sino también la experiencia laboral.
- e. Crecimiento empresarial y adaptabilidad: La variedad de las trayectorias de crecimiento (alto crecimiento inicial, crecimiento lento, crecimiento tras ajustes) demuestra la diversidad de caminos hacia el éxito empresarial. Esto concuerda con la observación de la Cámara de Comercio de Lima (2024) sobre la resiliencia y la adaptabilidad como características clave de los emprendedores peruanos.
- f. Impacto de la formación académica: La unanimidad en reconocer la influencia positiva de la formación académica refuerza lo planteado por Huamaní (2022) sobre la importancia de la educación en ingeniería para fomentar el espíritu empresarial. También, se alinea con la visión de Chávez et al. (2023) sobre el papel crucial de las universidades como plataformas generadoras que impulsan las habilidades emprendedoras.
- g. Resiliencia ante la crisis (pandemia): La capacidad de los egresados para adaptar sus negocios y sobrevivir a la pandemia sin cierres masivos demuestra la resiliencia destacada por la Cámara de Comercio de Lima (2024) como una característica del emprendedor peruano.
- h. Factores críticos de éxito: Los factores mencionados por los egresados, como la confianza en la idea, la resistencia al

fracaso y la disposición para aprovechar oportunidades, se vinculan estrechamente con las características del emprendedor descritas por Puchol (2012), como la determinación, la perseverancia y la visión.

- i. Transformación organizacional: La evolución desde estructuras simples hacia organizaciones más complejas refleja el proceso de crecimiento empresarial y la aplicación práctica de los conocimientos en gestión. Esto respalda la importancia de la formación en gestión empresarial destacada por Huamaní (2022).
- j. Redes y capital social: La importancia atribuida a las redes de contactos y a la colaboración concuerda con la literatura sobre emprendimiento, como señalaron Chávez et al. (2023), quienes destacaron la importancia del capital social en el éxito empresarial.

En conclusión, los resultados de este estudio respaldan en gran medida la literatura existente sobre emprendimiento, al tiempo que ofrecen *insights* específicos sobre el rol de la formación en Ingeniería en Gestión Empresarial en el contexto peruano. Los hallazgos subrayan la importancia de una educación integral que combine conocimientos técnicos, habilidades de gestión y fomento del espíritu emprendedor.

7. Conclusiones

Se concluye lo siguiente:

1. El emprendimiento en los egresados de Gestión es una actividad realizada gracias a la formación recibida, la experiencia profesional dependiente, el aprovechamiento de las oportunidades detectadas y el impulso emprendedor existente en todos los casos.
2. El financiamiento de los emprendimientos tiende a provenir de ahorros personales o

del apoyo de allegados; el endeudamiento de entidades financieras es reducido y en contados casos. Consideran que el costo del dinero ajeno es muy alto; por ello, prefieren una posición prudente. Es decir, hay una actitud conservadora.

3. El crecimiento empresarial ha sido gradual y sostenido para el 70% de los negocios, y solo en el 30% de los casos fue alto durante los primeros años. Todos lo atribuyen a la dedicación, al aprovechamiento de las oportunidades, y a la atención a la cuidada calidad y a las demandas de los clientes.
4. La formación profesional ha sido determinante para la adquisición de mecanismos organizacionales y administrativos en las empresas. Las estructuras funcionales son propias de su conducción empresarial, dados sus conocimientos académicos, los cuales consideran fundamentales para el crecimiento y el **éxito de las empresas**.
5. La carrera de Ingeniería Empresarial, la universidad en general y la diversidad de personalidades e intereses de los colegas con los que han estudiado son considerados puntos de partida, soporte fundamental, fuente de conexiones y oportunidades en la actividad empresarial asumida por los egresados.
6. La pandemia afectó a todos los negocios, pero en menor medida a los vinculados con la exportación de productos agroindustriales. La tecnología y el trabajo virtual fueron usados, más el impacto fue alto en los casos en los que se requería la presencialidad. Sin embargo, ninguna de las empresas cerró o quebró por tal motivo.
7. El éxito del negocio es atribuido a las características personales cultivadas por el empresario a través de la formación profesional, la experiencia y la preparación,

así como el hacer **énfasis en** la atención al cliente y en la calidad del bien o servicio, la atención a las condiciones y oportunidades del entorno, la buena relación con los clientes y los proveedores, la orientación del pensamiento a largo plazo, y el diseño intencionado de estructuras internas sanas y efectivas.

8. Limitaciones del estudio

A pesar de los esfuerzos por realizar una investigación rigurosa y completa, este estudio presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los resultados. Estas se exponen a continuación.

a. Tamaño y selección de la muestra: Se consideran las siguientes:

- La muestra de 38 egresados, aunque significativa para un estudio cualitativo, representa una pequeña fracción del total de egresados de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM.
- El muestreo por conveniencia no probabilístico puede haber introducido sesgos en la selección de los participantes excluyendo perspectivas de egresados menos accesibles o menos exitosos en sus emprendimientos.

b. Sesgo de supervivencia: Se consideran las que siguen:

- Al incluir solo empresas con cinco o más años de existencia, el estudio puede haber omitido información valiosa sobre los desafíos y fracasos de emprendimientos más recientes o de corta duración.
- Esto podría llevar a una sobrerrepresentación de factores de éxito y una subrepresentación de obstáculos y dificultades en el emprendimiento.

- c. Limitaciones geográficas:** Con el 70% de los negocios ubicados en Lima, el estudio puede no reflejar adecuadamente las realidades y desafíos de emprender en otras regiones del Perú.
- d. Sesgo de autorreporte:** Se considera que la información recopilada se basa en las percepciones y recuerdos de los participantes, lo que puede estar sujeto a sesgos de memoria o deseabilidad social.
- e. Enfoque cualitativo:** Se considera que, aunque el enfoque cualitativo proporciona una rica comprensión de las experiencias individuales, limita la capacidad de generalizar los hallazgos a toda la población de egresados emprendedores.
- f. Período de estudio limitado:** Se considera que las entrevistas se realizaron en un período específico (marzo a abril de 2024), lo que proporciona una visión transversal en lugar de longitudinal del fenómeno del emprendimiento.
- g. Falta de grupo de comparación:** El estudio no incluyó un grupo de comparación de egresados que no han emprendido, lo que limita la capacidad de atribuir ciertas características o experiencias exclusivamente a los emprendedores.
- h. Enfoque en un solo programa académico:** Al centrarse únicamente en los egresados de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM, el estudio no permite comparaciones con egresados de otros programas o universidades.
- i. Limitaciones en la exploración de fracasos:** El estudio puede no haber profundizado lo suficiente en las experiencias de fracaso o los obstáculos significativos superados por los emprendedores.
- j. Posible sesgo del investigador:** A pesar de

los esfuerzos por mantener la objetividad, la interpretación de los datos cualitativos puede haber sido influenciada por las perspectivas y expectativas del equipo de investigación.

- k. Limitaciones en la validación externa:** Aunque se realizó una verificación por parte de los participantes, no se realizó una validación extensiva de los hallazgos con expertos externos o una muestra más amplia de egresados.
 - l. Contexto temporal específico:** El estudio se realizó en un contexto de pospandemia, lo que puede haber influido en las percepciones y experiencias reportadas por los participantes.
- Estas limitaciones no disminuyen necesariamente el valor de los hallazgos, pero proporcionan un marco importante para su interpretación y aplicación. Futuros estudios podrían abordar estas limitaciones para proporcionar una comprensión más completa y generalizable del fenómeno del emprendimiento entre los egresados universitarios en el Perú.

9. Recomendaciones para futuras investigaciones

Sobre la base de los hallazgos y las limitaciones de este estudio, se proponen las siguientes recomendaciones para futuras investigaciones en el campo del emprendimiento entre egresados universitarios:

- Estudio longitudinal: Al respecto, se propone lo siguiente:
 - Realizar un estudio de seguimiento a largo plazo de los egresados, desde su graduación hasta varios años después, para comprender mejor la evolución de sus trayectorias empresariales.
 - Esto permitiría identificar factores que influyen en diferentes etapas del proceso emprendedor.

- **Análisis comparativo:** Se sugiere lo siguiente:
 - Comparar las experiencias emprendedoras de egresados de Ingeniería en Gestión Empresarial con las de egresados de otros programas de la UNALM y de otras universidades.
 - Investigar las diferencias en tasas de emprendimiento, éxito y desafíos entre diferentes carreras y universidades.
- **Estudio cuantitativo a gran escala:** Se requiere lo siguiente:
 - Llevar a cabo una encuesta cuantitativa a gran escala entre todos los egresados de la carrera para obtener datos estadísticamente significativos sobre tasas de emprendimiento, factores de éxito y obstáculos.
 - Esto complementaría los hallazgos cualitativos de este estudio y permitiría generalizaciones más amplias.
- **Investigación sobre fracasos empresariales:** Se propone lo que sigue:
 - Realizar un estudio específico sobre los egresados cuyos emprendimientos no tuvieron éxito o se vieron obligados a cerrar.
 - Analizar los factores que contribuyeron al fracaso y las lecciones aprendidas.
- **Impacto de la formación en emprendimiento:** Es necesario lo siguiente:
 - Evaluar el impacto específico de los cursos y las actividades relacionadas con el emprendimiento en la UNALM.
 - Investigar cómo se podría mejorar el currículo para fomentar aún más el espíritu empresarial.
- **Estudio de ecosistemas emprendedores:** Es pertinente lo que sigue:
 - Analizar el papel de los ecosistemas emprendedores locales y regionales en el éxito de los egresados emprendedores.
 - Investigar cómo la universidad podría mejorar su integración con estos ecosistemas.
- **Investigación sobre emprendimiento social:** Se necesita lo siguiente:
 - Explorar las iniciativas de emprendimiento social entre los egresados y su impacto en la comunidad.
 - Analizar cómo la formación en Ingeniería en Gestión Empresarial contribuye al desarrollo de emprendimientos socialmente responsables.
- **Estudio de género en el emprendimiento:** Es pertinente lo que sigue:
 - Investigar las diferencias de género en las experiencias emprendedoras de los egresados.
 - Analizar los desafíos específicos que enfrentan las mujeres emprendedoras y las estrategias para superarlos.
- **Análisis del impacto tecnológico:** Se sugiere lo siguiente:
 - Estudiar cómo los egresados están incorporando tecnologías emergentes en sus emprendimientos.
 - Investigar el papel de la innovación tecnológica en el éxito empresarial de los egresados.
- **Investigación sobre internacionalización:** Es pertinente lo que sigue:
 - Analizar las estrategias de internacionalización de los emprendimientos de los egresados.
 - Estudiar cómo la formación universitaria prepara a los estudiantes para los desafíos de los mercados globales.
- **Estudio sobre resiliencia empresarial:** Se propone lo siguiente:
 - Profundizar en los factores que contribuyen a la resiliencia de los emprendimientos, especialmente en tiempos de crisis como la pandemia de la COVID-19.
 - Investigar las estrategias de adaptación

y pivoteo utilizadas por los egresados emprendedores.

- **Análisis de redes y capital social:** Es pertinente lo que sigue:
 - Realizar un estudio de redes sociales para comprender cómo los egresados utilizan y desarrollan sus conexiones profesionales.
 - Investigar el papel de las redes alumni en el apoyo al emprendimiento.
- **Estudio sobre financiamiento:** Al respecto, se propone lo que sigue:
 - Profundizar en las estrategias de financiamiento utilizadas por los egresados emprendedores.
 - Investigar el acceso y el uso de diferentes fuentes de capital, incluyendo capital de riesgo, ángeles inversores y *crowdfunding*.
- **Investigación sobre el impacto económico:** Se necesita lo siguiente:
 - Cuantificar el impacto económico de los emprendimientos de los egresados en términos de creación de empleo, ingresos generados y contribución al PIB.

Estas recomendaciones buscan ampliar y profundizar el conocimiento sobre el emprendimiento entre los egresados universitarios abordando las limitaciones del estudio actual y explorando nuevas áreas de interés. La implementación de estas investigaciones podría proporcionar *insights* valiosos para mejorar la formación en emprendimiento y apoyar el desarrollo empresarial en el Perú.

Rol del autor

MÑ: Conceptualización, Investigación, Escritura-Preparación del borrador original, Redacción-revisión y edición.

Fuentes de financiamiento

Esta investigación no recibió ninguna

subvención específica de ninguna agencia de financiación, sector gubernamental ni comercial o sin fines de lucro.

Aspectos éticos / legales:

El autor declara no haber incurrido en aspectos antiéticos ni haber omitido normas legales.

ORCID y correo electrónico

Maria Inés Núñez Gorriti	ming@lamolina.edu.pe
--------------------------	----------------------

Referencias

- Benítez, D., & Riveros, S. (2022). El potencial emprendedor en los egresados universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1868-1889. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868
- Cámara de Comercio de Lima. (2024). *Memoria institucional 2023–2024*. Cámara de Comercio de Lima. <https://www.camaralima.org.pe/wp-content/uploads/2024/04/MEMORIA-ANUAL-2023-2024-WEB-FINAL.pdf>
- Carrasco, A. (2024, 16 de abril). Día Mundial del Emprendimiento 2024: ¿Por qué el Perú es considerado un país de emprendedores? *La Cámara*. <https://lacamara.pe/dia-mundial-del-emprendimiento-2024-por-que-el-peru-es-considerado-un-pais-de-emprendedores/>
- Chávez, K. J., Alderete, J. J., Rosas-Prado, C., & Urbina, M. (2023). Emprendimiento peruano: Factores e intervenciones que facilitan su desarrollo. *Revista De Ciencias Sociales*, 29(2), 483-495.
- Huamani, G. (2022). *Espíritu empresarial de los estudiantes de Ingeniería en Universidades Públicas de región Lima de Perú-modelo CREARIE*. Universidad Nacional de Ingeniería [Archivo en PDF]. <https://www.researchgate.net/>

[publication/366641914_ESPIRITU_EMPRESARIAL_DE_LOS_ESTUDIANTES_DE_INGENIERIA_EN_UNIVERSIDADES_PUBLICAS_DE_REGION_LIMA_DE_PERU-MODELO_CREARIE](#)

- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2024). *Demografía Empresarial en el Perú. II Trimestre de 2024*. https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_jit24.pdf
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Puchol, L. (2012). *El libro del emprendedor: Cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*. Ediciones Díaz de Santos.
- Tipiana Valentino, K. (2021). *Percepción del empleador en el mercado laboral sobre las características del egresado de Ingeniería en Gestión Empresarial de la UNALM* [Tesis de grado, Universidad Nacional Agraria La Molina]. Repositorio UNALM. <https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/5125>
- Trejo López, E. (2015). *Perfil psicosocial de la persona emprendedora* [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. Repositorio Institucional de la Universidad de Valladolid.