



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE LA
COMUNICACIÓN

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

**ANALIZAR LA PARTICIPACIÓN DE INCUBADORAS UNIVERSITARIAS
AREQUIPEÑAS EN CONCURSOS DE INCUBACIÓN NACIONALES E
INTERNACIONALES, 2019 – 2021**

Brad Anthony Rondón Chirinos

Asesora:

Stephanie Cris Cheneaux Márquez

Se opta por el Título Profesional de
Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Arequipa – Perú
2024

DETERMINAR EL TIPO DE EMPRENDIMIENTOS INCUBADOS EN INCUBADORAS DE UNIVERSIDADES AREQUIPEÑAS GANADORES EN CONCURSOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2019 – 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.researchgate.net Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ulasalle.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	docplayer.es Fuente de Internet	1%
5	seer.ufrgs.br Fuente de Internet	<1%
6	www.scielo.org.pe Fuente de Internet	<1%
7	mail.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
10	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
11	www.scielo.org.co Fuente de Internet	<1 %
12	gestiondelcapitalintelectualucv.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
13	asociacionafide.com Fuente de Internet	<1 %
14	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Barcelona School of Management Trabajo del estudiante	<1 %
16	www.repositorio.usac.edu.gt Fuente de Internet	<1 %
17	www.revistaespacios.com Fuente de Internet	<1 %
18	www.tdx.cat Fuente de Internet	<1 %
19	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %

20	moam.info Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	<1 %
23	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
25	sicreesinnovas.com Fuente de Internet	<1 %
26	Submitted to Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac Trabajo del estudiante	<1 %
27	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	tesis.ipn.mx Fuente de Internet	<1 %
29	zagan.unizar.es Fuente de Internet	<1 %
30	prezi.com Fuente de Internet	<1 %

31	repositorio.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
33	Submitted to Universidad de Salamanca Trabajo del estudiante	<1 %
34	biblioteca-parlamentoandino.janium.net Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
37	docplayer.info Fuente de Internet	<1 %
38	www.mvsnoticias.com.mx Fuente de Internet	<1 %
39	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
40	www.authorstream.com Fuente de Internet	<1 %
41	Submitted to Submitted on 1692656722149 Trabajo del estudiante	<1 %

42	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
43	doczz.net Fuente de Internet	<1 %
44	fr.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
45	gaceta.diputados.gob.mx Fuente de Internet	<1 %
46	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
47	journal.ciex.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
48	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
49	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
50	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	revistas.unac.edu.co Fuente de Internet	<1 %
52	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
53	congresos.ucr.ac.cr Fuente de Internet	<1 %

54	edoc.pub Fuente de Internet	<1 %
55	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
56	transportesynegocios.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
57	wiki2.org Fuente de Internet	<1 %
58	www.hipath.siemens.com.ar Fuente de Internet	<1 %
59	www.lacomunicaciondigital.com Fuente de Internet	<1 %
60	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
61	www.uam.mx Fuente de Internet	<1 %
62	Submitted to Submitted on 1690770302116 Trabajo del estudiante	<1 %
63	Submitted to University of Puerto Rico- Mayaguez Trabajo del estudiante	<1 %
64	dspace.uvaq.edu.mx:8080 Fuente de Internet	<1 %
65	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %

<1 %

66

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

67

fundatics.org

Fuente de Internet

<1 %

68

investigaciones.usc.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

69

mrtb.com.uy

Fuente de Internet

<1 %

70

repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

71

repositorio.espe.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

72

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

73

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

74

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

75

vdocuments.es

Fuente de Internet

<1 %

76

www.grafiati.com

Fuente de Internet

<1 %

77

www.pinterest.com

Fuente de Internet

<1 %

78

digi.usac.edu.gt

Fuente de Internet

<1 %

79

www.scielo.org.bo

Fuente de Internet

<1 %

80

tesis.ucsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada en su totalidad a Dios y a mi querida familia,

Sandra, Marco y Johanna quienes me apoyaron y alentaron en este arduo pero reconfortante proceso. Esto es por y para ustedes enteramente.

Gracias a ellos hoy en día soy el profesional con el cual soñaba en convertirme de niño y espero cumplir con las expectativas que Dios y la ley me demanden.

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer en su totalidad a mis colegas laborales, a mis verdaderos amigos cercanos y a mis docentes universitarios quienes fueron las personas que también me motivaron en la elaboración de la presente tesis y junto conmigo colaboraron con mi formación profesional.

También agradezco a Mari por ser la persona que creyó en mí desde un principio y me demostró su apoyo incondicional, amor recíproco y cariño verdadero a lo largo de este proceso.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS.....	2
RESUMEN	6
ABSTRACT	8
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA APLICADA	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	10
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	12
<i>Objetivo general</i>	12
<i>Objetivos específicos</i>	13
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
<i>Problema general</i>	13
<i>Problemas específicos</i>	13
<i>Operacionalización de la variable</i>	13
JUSTIFICACIÓN.....	14
<i>Justificación practica</i>	14
<i>Justificación metodológica</i>	14
CAPITULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
ANTECEDENTES	15
<i>Antecedentes internacionales</i>	15
<i>Antecedentes nacionales</i>	17
<i>Antecedentes locales</i>	19
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
<i>Emprendimiento</i>	21
<i>Potencial emprendedor</i>	23
<i>Incubadoras de negocios/empresas</i>	25
<i>Características de las incubadoras</i>	28
<i>Modelos de incubación de empresas</i>	35
<i>Vinculación: incubadoras – universidades</i>	42
CAPITULO III: MÉTODO	44
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	44
UNIDAD DE ESTUDIO	44
<i>Población</i>	44
<i>Muestra</i>	45
TÉCNICAS/INSTRUMENTOS/EQUIPOS/RECURSOS	45
<i>Instrumentos</i>	45
<i>Validación</i>	46
<i>Equipos y recursos</i>	46
PROCEDIMIENTO.....	47
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
RESULTADOS	49
DISCUSIÓN.....	59
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS	70
APÉNDICES/ANEXOS.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	27
Tabla 2	46
Tabla 3	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N.º 1	49
Figura N.º 2	51
Figura N.º 3	52
Figura N.º 4	53
Figura N.º 5	54
Figura N.º 6	55
Figura N.º 7	56
Figura N.º 8	57
Figura N.º 9	80
Figura N.º 10	80
Figura N.º 11	81
Figura N.º 12	81
Figura N.º 13	82
Figura N.º 14	82
Figura N.º 15	83
Figura N.º 16	83
Figura N.º 17	84
Figura N.º 18	84
Figura N.º 19	85
Figura N.º 20	85
Figura N.º 21	86
Figura N.º 22	86
Figura N.º 23	87
Figura N.º 24	87
Figura N.º 25	88
Figura N.º 26	88
Figura N.º 27	89
Figura N.º 28	89
Figura N.º 29	90
Figura N.º 30	90
Figura N.º 31	91
Figura N.º 32	91

Resumen

El propósito de la presente investigación es analizar la participación de las incubadoras universitarias arequipeñas en concursos de incubación a nivel nacional e internacional con el fin de desarrollar cual fue el número total de emprendimientos incubados ganadores, en que concursos participaron, cuales fueron los tipos de emprendimientos, los rubros de emprendimientos y las etapas de incubación donde obtuvieron el premio.

La investigación es relevante ya que mediante el instrumento diseñado posibilita su aplicación en diferentes incubadoras que lo requieran para cuantificar el total de proyectos incubados, los concursos nacionales o internacionales en los cuales participaron y pudieron obtener premios, también clasificar a los proyectos según su tipo de emprendimiento, el rubro de emprendimiento y la etapa de incubación.

Se logró esta investigación mediante la implementación de una encuesta diseñada para el trabajo la cual ayudaron a obtener resultados de los objetivos previamente planteados donde incubadoras analizadas brindar información para el posterior análisis, así mismo se aplicaron entrevistas hacia los encargados de las incubadoras para ampliar la información obtenida.

Durante los años; 2019, 2020 y 2021 se tiene que para la incubadora “A” se tuvo un total de 151 proyectos ganadores en concursos nacionales y de fondos privados, la incubadora “B” tuvo un total de 32 proyectos presentados a concursos nacionales y finalmente la incubadora “C” no presento datos ya que en los años sujeto a análisis no contaban con información.

A su vez las incubadoras “A” y “B” tuvieron presencia tanto de emprendimientos de servicio como de productos tangibles que se desarrollaron en su mayoría en distintos rubros (alimenticio, tecnología, automotriz, etc.), también entre las incubadoras “A” y “B” se nota la presencia de las tres etapas de incubación (pre – incubación, incubación y post – incubación).

Finalmente, para la incubadora “C” no presento información acerca de los objetivos específicos.

Se concluyó de la investigación que en la ciudad de Arequipa existen incubadoras universitarias mejor gestionadas para motivar a los emprendimientos a que logren incubarse y ganar diferentes concursos nacionales e internacionales de incubación, pero a su vez también se demuestra que existen incubadoras que no suelen trabajar activamente con sus emprendimientos generando un rechazo al iniciar un negocio. También que, el tipo de emprendimiento ya sea productos o servicios genera bastante acogida en la ciudad de Arequipa sin importar el rubro donde se desarrolla.

Palabras clave: tipos de emprendimientos, incubadoras universitarias, rubro de emprendimientos, etapas de incubación y emprendimientos incubados.

Abstract

The purpose of this research is to analyze the participation of Arequipa university incubators in incubation contests at a national and international level in order to develop the total number of winning incubated ventures, in which contests they participated, and what were the types of ventures, the business areas and the incubation stages where they won the award.

The research is relevant since through the designed instrument it allows its application in different incubators that require it to quantify the total number of incubated projects, the national or international competitions in which they participated and were able to obtain prizes, and also classify the projects according to their type of entrepreneurship, the entrepreneurship category and the incubation stage

This research was achieved through the implementation of a survey designed for the work which helped to obtain results of the previously stated objectives where the incubators analyzed provided information for the subsequent analysis, likewise interviews were applied to those in charge of the incubators to expand the information obtained.

In 2019, 2020 and 2021, incubator “A” had a total of 151 winning projects in national and privately funded competitions, incubator “B” had a total of 32 projects submitted to national competitions and finally incubator “C” did not present data since in the years subject to analysis they did not have information.

In turn, incubators “A” and “B” had the presence of both service ventures and tangible products that were mostly developed in different areas (food, technology, automotive, etc.), also among incubators “A” and “B” shows the presence of the three stages of incubation (pre-incubation, incubation and post-incubation). Finally, for incubator “C” I do not present information about the specific objectives.

It was concluded from the research that in the city of Arequipa there are better managed university incubators to motivate businesses to achieve incubation and win different national and international incubation contests, but at the same time it is also shown that there are incubators that do not usually work actively. with their ventures generating rejection when starting a business. Also, the type of entrepreneurship, whether products or services, generates a lot of acceptance in the city of Arequipa regardless of the sector where it is developed.

Key words: types of ventures, university incubators, category of ventures, incubation stages and incubated ventures.

CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA APLICADA

Planteamiento del Problema de la Investigación Científica

El emprendimiento es una actividad que determina el crecimiento de un país, influye directamente con la economía del mismo y también es una fuerza que impulsa la reestructuración y descentralización económica (Vargas Valdiviezo, et al. 2020), pero, es necesario conocer de donde provienen los emprendimientos o incluso si las grandes corporaciones multinacionales empezaron como un simple negocio de garaje.

Son cuestionamientos o dudas que los expertos en el tema pueden responder con facilidad, incluso añadiendo términos técnicos y demostrando que el emprendimiento más que un hecho practico es toda una ciencia que tiene una gran historia y análisis detrás del mismo. El emprendimiento es una antigua actividad que en un plazo concreto puede decidir sobre el desarrollo económico de cualquier país.

Cuando una sociedad tiene la necesidad de transformarse para lograr mejores condiciones de vida y presentar nuevas propuestas en un estado participativo, es cuando adquiere sentido y valor una propuesta de emprendimiento (Duarte & Ruiz Tibana , 2009).

Según Marulanda y Morales (2016) para la creación de un emprendimiento deben confluir tres factores: las motivaciones (aspiraciones), sus competencias (habilidades, know-how, recursos financieros, logísticos) y el ambiente (entorno). La mayoría de emprendedores que desean iniciar su negocio carecen de algunos de los factores nombrados, es por ese motivo que las incubadoras de negocios se crearon con el fin de brindar apoyo al emprendedor, preferentemente estudiantes o recién egresados de universidades, tanto en su etapa inicial del proyecto, así como también un emprendimiento maduro.

El principal beneficio de las incubadoras de negocio recae en el hecho de que incrementa la probabilidad de éxito al recibir asistencia práctica y diversos servicios de

soporte técnico y empresarial durante los primeros años de operación, que generalmente suelen ser los tres (03) primeros años (Bonilla et al., 2008)

De esta manera es que los negocios ya sean solo ideas o algunos ligeramente consolidados como empresas por los jóvenes universitarios logran de alguna forma sobrevivir en la economía arequipeña y en el mejor de los casos crecer y ser conocido por la comunidad arequipeña.

En Arequipa existen y confluyen un gran número de universidades e institutos donde los jóvenes pueden asistir a formarse profesionalmente, pero solo algunas universidades con la más grande infraestructura y/o con mayor antigüedad poseen programas de incubación o incubadoras de negocios implementadas con mentores de amplia experiencia para asesorar las ideas o proyectos de los estudiantes.

A su vez, también poseen equipamiento necesario para gestionar programas de planificación de recursos empresariales, así como para formular la planeación de la empresa y algunos proyectos incubados que al día de hoy pueden ser vistos en la ciudad de Arequipa como grandes negocios.

Es importante mencionar cuales son las incubadoras presentes a nivel nacional que se encuentran asociadas a la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas (PERUINCUBA)

Apéndice N°1.

De las incubadoras de PERUINCUBA se utilizarán únicamente tres (03), las cuales son: incubadora “A”, incubadora “B” e incubadora “C”, se solicitó la anonimidad de las incubadoras por parte de sus encargados, es por ese motivo que solo se definen por letras.

La decisión de utilizar estas tres es debido a que son incubadoras que se encuentran en la región de Arequipa facilitando la búsqueda y recopilación de la información, también son en cierto grado accesibles a brindar la información objeto de estudio y tratándose de las universidades con mayor infraestructura y recorrido localizadas en la región de Arequipa.

Los emprendimientos incubados se han visto afectados negativamente por la pandemia (Diario Gestión, 2020) que impidió el desarrollo constante de los emprendimientos y de las incubadoras, a su vez potencio algunos emprendimientos de servicios (Diario Gestión, 2021) como los delivery y productos y/o servicios de tecnología.

Esto a su vez, mediante el instrumento diseñado se podría generar conocimiento del entorno emprendedor en Arequipa (mayormente en incubadoras) brindando indicadores como el número de emprendimientos ganadores en concursos, los concursos donde los emprendimientos lograron ganar (si son nacionales o internacionales), el tipo de emprendimiento (productos o servicios), también en que rubro se desarrolló el proyecto y en que etapa de incubación se logró ganar con el fin de obtener datos para la mejora y crecimiento de las incubadoras.

Por lo mencionado se plantea como problema de investigación el conocer el nivel de las incubadoras universitarias de negocios y el resultado de estas en competencias en un periodo de transición de la pandemia más sobresalientes en Arequipa, determinando la cantidad de proyectos ganadores, los concursos de participación, el tipo de proyectos incubados, el rubro de proyectos incubados y la etapa de incubación para de esa manera brindar un análisis de la data obtenida, esto con el fin de que las incubadoras que participan dentro de la investigación puedan interpretar los datos para implementar mejoras en sus incubadoras.

Objetivo General y Específicos

Objetivo general

Analizar la participación de incubadoras universitarias arequipeñas en concursos de incubación nacionales e internacionales entre el 2019 hasta el 2021.

Objetivos específicos

- Determinar el número de emprendimientos incubados ganadores.
- Determinar el/los concursos en los que participaron.
- Determinar el tipo de emprendimiento utilizado.
- Determinar los rubros de desarrollo del emprendimiento.
- Determinar en qué etapa de incubación lograron el premio.

Formulación del Problema

Problema general

El problema se define de la siguiente manera: ¿Cuál es la participación de las incubadoras universitarias arequipeñas en concursos de incubación nacionales e internacionales entre los años 2019 y 2021?

Problemas específicos

- ¿Cuál es el número de emprendimientos incubados ganadores?
- ¿Cuáles son los concursos en los cuales participaron?
- ¿Cuáles son los tipos de emprendimiento ganadores?
- ¿Cuáles son los rubros de desarrollo del emprendimiento ganadores?
- ¿Cuál fue la etapa de incubación en la que lograron el premio?

Operacionalización de la variable

Variable	Dimensiones	Indicadores
Emprendimientos incubados	Números de proyectos	Número total de proyectos ganadores
	Concurso de participación	Cantidad de participaciones
	Tipos de emprendimiento	Cantidad de productos o servicios
	Rubros de emprendimiento	Cantidad de proyectos por rubro
	Etapas de incubación	Cantidad de proyectos por etapa

Justificación

Justificación práctica

La presente investigación sirve para evaluar el desempeño de las incubadoras de negocios universitarias como medio impulsador de los proyectos, ideas de negocio o emprendimientos que se desarrollan en el ámbito universitario y buscan empezar o mejorar gracias a las incubadoras. Gracias a esta evaluación es posible conocer la participación de dichas incubadoras universitarias en concursos de incubación determinando la cantidad, los concursos, el tipo de emprendimiento, el rubro de emprendimiento y la etapa de incubación para que las incubadoras puedan aplicar estrategias de mejora (según sea el caso) para sus futuros emprendimientos incubados.

Justificación metodológica

Esta investigación es importante gracias al nuevo instrumento diseñado con el fin de medir los indicadores como: cantidad de proyectos ganadores totales, cantidad de participaciones por concurso, cantidad de emprendimientos de productos o servicios, cantidad de emprendimientos por rubro y cantidad de proyectos por etapa de incubación, esto para los tres (03) años y para las tres (03) incubadoras sujeto de análisis.

También podría brindar un aporte a investigaciones futuras ya que antes no se ha estudiado o se tiene información sobre un análisis de la cantidad de proyectos ganadores en concursos de incubación dando pase a futuras investigaciones que puedan indagar las razones directas o aproximadas dando respuesta a las razones de aquellos números obtenidos o alguna otra investigación donde se ofrezcan mejoras para la incubación con los datos obtenidos.

CAPITULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes

Antecedentes internacionales

Según García Martínez (2014), en su investigación realizada en León, México “El entorno universitario en la transferencia de conocimientos a través de incubadoras de empresas”.

Se pretende presentar una conceptualización para que de alguna manera se puedan analizar los diferentes esfuerzos que las universidades realizan en materia de la comercialización de la investigación y su uso en un caso específico. La forma de realizar esta investigación para realizar el análisis empírico se basó principalmente en el estudio del caso para que de esta manera se pueda obtener un conocimiento concreto, contextual y a profundidad sobre algún tópico en específico. Los instrumentos aplicados fueron entrevistas al personal de las incubadoras y una encuesta realizada a los emprendedores para conocer las opiniones de ambos lados. Entre los principales hallazgos de la investigación se demuestra que el Instituto Tecnológico de Estudios de Monterrey (ITESSM) ha inclinado sus políticas y estructuras organizacionales hacia la comercialización de la investigación y esto se demuestra gracias al número de patentes solicitadas en las áreas emergentes. También que los resultados obtenidos en la creación de empresas basadas en investigación se encuentran bastante alejadas de los casos que en un ámbito internacional han inspirado esas estructuras dentro de la universidad.

Este trabajo genera un aporte moderado a la presente investigación ya que solo brinda de forma general una conceptualización de cómo es que las universidades pueden impulsar la comercialización de la investigación en casos específicos como por ejemplo en las incubadoras de negocios.

Como se muestra por Peña Ramírez, et al. (2019), en su investigación publicada en Porto Alegre, Brasil “Incubadoras de Negocios en Red: Capital Intelectual de Incubadoras de Negocios de Latinoamérica y la Relación con su Éxito”.

En esta investigación se quiere realizar un análisis del capital intelectual de incubadoras de empresas a nivel latinoamericano, y de alguna manera cuales son los efectos de distintas técnicas con respecto al éxito de una incubadora de empresas basados netamente en un modelo de capital intelectual con la visión de incubadora en red. Para lograrlo los autores han trabajado con el modelo Intellectus, este modelo presenta una propuesta sistémica, abierta, dinámica, flexible e innovadora de medición de los activos intangibles ocultos en los estados contables que la empresa posee (Bueno, 2003). Se trata de una investigación descriptiva y explicativa con recopilación de datos mediante el instrumento de cuestionarios hacia gerentes de 39 incubadoras de distintos países de Latinoamérica como son: Paraguay, México, Bolivia, Chile, Argentina, Perú y Uruguay; y para complementar la información se consideraron las respuestas de 59 colaboradores de las mismas incubadoras y como parte de la investigación se optó por un enfoque cuantitativo mediante pruebas estadísticas para probar las hipótesis planteadas. Como principal colofón las evidencias demuestran que los siguientes factores: alianzas públicas o privadas, rotación de empleados, ventas en el extranjero, número de incubados, total de ventas y alianzas nacionales e internacionales influyen de una manera totalmente positiva en el éxito de una incubadora y como recomendación nos dicen que para futuras investigaciones se debería tomar en cuenta el capital estructural y también el capital humano.

El aporte que brinda esta investigación al presente trabajo no es más que afianzar la idea de que las incubadoras de negocios si aportan sustancialmente al éxito de los negocios que se encuentran en incubación, para este caso en específico se aplicó el modelo Intellectus

que si garantiza el aporte sistémico y dinámico de medición de activos de las empresas en incubación.

Antecedentes nacionales

En el trabajo de tesis realizado en la ciudad de Lima por Vela Velásquez (2011) titulado como “Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana”.

Se pretende plantear un modelo para la creación de incubadoras de negocios en la realidad peruana, esto debido a que el conocimiento ya aportado demuestra que este proceso debe ser adaptado a la realidad particular de cada región. Para lograrlo el autor utiliza el modelo de Bolton o “Paradigma Empresarial” el cual provee un marco de trabajo para las incubadoras de empresas e indica que el cambio de paradigma de la empresa siempre trae como consecuencia una serie de disciplinas positivas. Se implementaron cinco (05) etapas para la aplicación de este paradigma las cuales son: el nuevo proceso empresarial, el módulo de inicio de la empresa, el módulo de desarrollo de la empresa, la infraestructura de apoyo y el medio ambiente de operación; Nos enfrentamos a una investigación de tipo experimental y descriptiva en la cual el autor realiza o propone este modelo de creación de incubadoras para ser aplicada en la realidad peruana. Entre las principales conclusiones que rescatamos de esta investigación es que la incubación de negocios se consolida como una herramienta probada para crear puestos de trabajo, iniciar nuevas empresas y fortalecer la transferencia de tecnología, también en relación al modelo se concluye que funciona iniciando por el enfoque transmitido al personal y plasmado en las herramientas, a nivel conceptual se han desarrollado diferentes formatos que facilitan el trabajo, a nivel estratégico se tiene cuatro (04) formatos: determinación de la institución, identificación de infraestructura, definición estratégica y el análisis del medio ambiente y finalmente a nivel operativo se tiene tres (03) formatos: definición de etapas, definición de resultados y definición de los servicios; estas

tres últimas se aplican para cada etapa. Y por último el autor recomienda que al implementar incubadoras de empresas en el Perú primero se entrene al equipo que llevara la conceptualización de las mismas con el modelo propuesto.

Esta investigación aporta en el presente trabajo ya que se pretende plantear la creación de un modelo de incubadora ajustado a la realidad peruana tomando en cuenta las incubadoras ya existentes que la mayoría son propiedad de instituciones universitarias aplicando el modelo de Bolton el cual potencia las capacidades de la incubación de proyectos proyectados a ganar concursos nacionales o internacionales.

En el trabajo realizado por Lloja R, et al. (2021), en la ciudad de Puno que tiene por nombre “Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios”.

Esta investigación tiene como objetivo determinar los factores de mayor predominancia en la intención emprendedora. Fue realizada con el enfoque cuantitativo, presentando un diseño no experimental de tipo descriptivo. Se aplico a las universidades de la ciudad de Tarapoto con un total de 297 estudiantes. Y el método de aplicación fue mediante encuestas virtuales provenientes de la plataforma Google Forms, se utilizó un instrumento validado por diferentes expertos y se comprobó su fiabilidad gracias al alpha de cronbach. Al realizar el análisis de las encuestas se demuestra que el factor del capital humano se encuentra posicionado en un nivel alto (68%) y el factor recursos a un nivel medio (54%), pero estos son los más predominantes para fomentar la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. Como conclusión se puede observar la gran predominancia del factor personal hacia la intención emprendedora de los universitarios, de igual manera tanto las habilidades de negocio, la actitud y las capacidades de identificar, planificar, implementar y convertir problemas en oportunidades son factores esenciales para tener emprendedores exitosos.

Este trabajo tiene un impacto directo en la investigación ya que muestra ciertos factores que determinan la intención emprendedora en jóvenes universitarios y guarda una relación total con el concepto de emprendimientos e incubadoras de negocios en Universidades y el impacto que estas pueden tener en sus proyectos incubados.

Antecedentes locales

En la tesis elaborada por Urquizo Zúñiga (2022) titulada como “Intención emprendedora de los Estudiantes de los Últimos Años de la Universidad La Salle, Arequipa 2020”.

En este trabajo para la obtención de licenciatura se tuvo el objetivo de determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de los últimos cuatro (04) semestres de la Universidad La Salle Arequipa en el año 2020 – I y a su vez determinar las dimensiones de la intención emprendedora. Para lograr esta investigación se aplicó un cuestionario específicamente diseñado, probado y validado para el estudio de la intención emprendedora llamado como cuestionario de intención emprendedora que presentó una fiabilidad de 0.975 en el alfa de cronbach y fue basado en el marco de la teoría del comportamiento planificado, como la pandemia COVID 2019 se encontraba presente en ese momento fue necesario aplicarlo de manera virtual obteniendo una muestra de 86 cuestionarios resueltos donde lastimosamente la carrera de ingeniería de software quedó fuera de evaluación por solo tener una (01) respuesta. Como resultado se demostró que el 72% de los estudiantes que participaron presentaron un alto nivel de intención emprendedora, siendo (dentro de esta) la actitud emprendedora la dimensión con mayor preponderancia con un 76%; Al realizarse la prueba de chi cuadrado para las variables género y carrera profesional con el nivel de intención emprendedora, no se demostró una relación estadísticamente significativa. Por otra parte, el 49% de los estudiantes con un alto nivel de intención emprendedora básicamente pertenecían al último año de la carrera de administración y negocios internacionales, a su vez

también el 79% de mujeres presento un alto nivel de intención y únicamente el 9% de ellas un nivel bajo a diferencia del 65% de hombres con un nivel alto de intención y un 14% de estos mismos con un nivel bajo de intención emprendedora. Esto solo demuestra que las mujeres son más probables a emprender en la Universidad La Salle Arequipa. El autor recomienda para investigaciones futuras un modelo longitudinal para comprobar si efectivamente los estudiantes que mostraron un alto nivel de intención emprendedora verdaderamente llegaron a emprender y también incluir otras universidades u otras escuelas (posgrado) para generar una mejor contrastación a la hora de realizar el análisis.

Esta tesis brinda un gran valor a la presente investigación demostrando que los jóvenes universitarios desean o tienen la intención de emprender pese a no tener la ayuda necesaria ya que en el año que fue elaborada la tesis la Universidad nombrada no poseía una incubadora de negocios, pero se valora la intención de los jóvenes por realizar emprendimientos pese a no tener los recursos necesarios.

En el trabajo presentado por Midolo Ramos, et al. (2021) titulado como “Capacidad emprendedora en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa – 2019”.

El objetivo concreto de este trabajo es conocer el nivel de capacidad emprendedora, compararlos con los resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a nivel Perú y determinar la discriminación por sexo entre los estudiantes de la carrera de administración de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Se aplico un enfoque descriptivo, observacional y transversal contando con una muestra de 236 estudiantes, la temporalidad está determinada en el periodo 2019, para la recolección de la información y de los datos se utilizó un cuestionario con 20 ítems y para procesarlos estadísticamente fue necesario el uso del SPSS – AMOS (V25). Como principales resultados se obtuvieron que el 53% de los estudiantes presentan un nivel moderado de capacidad emprendedora, esto demuestra un resultado similar comparativamente hablando con el GEM a nivel Perú (40%), también, que

la variabilidad de la capacidad emprendedora es igual para estudiantes de ambos sexos. Como colofón podemos decir que existe una relación estadísticamente significativa de la capacidad emprendedora en la Universidad Nacional de San Agustín localizada en Arequipa.

En esta investigación también se demuestra la capacidad emprendedora de los jóvenes en otra universidad local de Arequipa, lo cual brinda un gran aporte a la investigación nuevamente afirmando la idea de que los jóvenes desean emprender y para lograr este medio la incubadora de negocios es un gran estimulante y promueve la generación de ideas para postulaciones a concursos que brindan un capital semilla o un capital extra para expandir los proyectos.

Fundamentación Teórica

Emprendimiento

Para empezar a hablar de incubadoras de negocio primero se debe comentar sobre lo que es el emprendimiento como tal, según Vargas y Utterman (2020), el emprendimiento despierta un notable interés mundial y su análisis en los aspectos sociales, culturales y económicos son discutidos en diferentes agendas, foros y ponencias. Todo esto se debe a que el emprendimiento demuestra una gran capacidad para impulsar el desarrollo económico y los procesos de innovación de los países. A su vez, los emprendimientos son vitales ya que con sus actividades de producción e inversión impactan en el crecimiento de la economía y su presencia está relacionado al nivel de desarrollo económico de los países.

El emprendimiento como lo conocemos tiene dos tipos de sectores: servicios y productos propiamente dichos. En el primer caso se trata de un negocio que genera ingresos brindando servicios en transporte, electricidad, mantenimiento, etc. En vez de vender algún producto tangible y para el segundo caso se trata de un negocio que como su nombre lo dice se enfoca en vender productos físicos de todo tipo y clase desarrollados en una empresa.

También el emprendimiento se trata de identificar oportunidades/necesidades que la gente necesita para de alguna manera crear un nuevo proceso/servicio o producto que cubra esas oportunidades/necesidades, esto a su vez es importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía próxima a impulsarse y además se identifica como el motor del crecimiento económico y una actividad determinante para la descentralización y reestructuración económica de cualquier país.

El emprendimiento en el Perú es una actividad económica que ha adquirido fuerza en Latinoamérica, las últimas estadísticas demuestran un 39,70% de emprendimientos generados (GEM, 2018) lo cual es un 16,02% más que el promedio global latinoamericano situando al Perú en el puesto 3 de 9 países, esto demuestra que emprender en el Perú es una gran alternativa para las personas que desean generar un trabajo para ellos mismos y a la vez (a futuro) generar empleo para las demás personas y aportar al PBI peruano. Gracias a la geografía tan diversa que presenta el territorio nacional los emprendimientos así sean productos o servicios brindan una gran oportunidad de inversión y aporte a la economía nacional.

Pero, una vez que se logró emprender, el negocio se mantiene a flote y cada año hay un crecimiento moderado surgen distintas interrogantes: ¿cómo se puede hacer para crecer más?, ¿cómo convertirme en un negocio líder?, etc. Estas interrogantes son absueltas por la Revista Forbes México (2019) que nos demuestra que la personalización y segmentación de los públicos y sus necesidades, la apertura hacia mercados más versátiles y modernos, digitalización de la banca, democratización de las herramientas tecnológicas, entre otras son solo algunas opciones para expandir, potenciar y evolucionar el negocio. Lo que el editor intenta decirnos es que las empresas necesitan mostrar un nuevo rostro, una cara de la empresa más dinámica e interconectada.

También nos enseña que las principales razones por las cuales un negocio no se convierte en líder o no genera un mayor crecimiento sino por el contrario procede al declive es la falta de digitalización y actualización, falta de procesos de análisis, ausencia de indicadores de medición suficientes, carencia de visión estratégica o uno de los peores errores el cual es el desconocimiento de las dinámicas internas o del mercado. Para combatir estas situaciones es vital poseer información, conocimiento y aprendizaje constante, estas son las claves para tener un negocio o empresa lo suficientemente preparado para enfrentarse a un mercado que cambia cada semana. Con estas estrategias se puede estar preparado para solventar los desafíos contemporáneos, también crear, desarrollar y aprovechar las herramientas estratégicas y digitales de la actualidad, pero, nunca descuidando los recursos materiales, financieros y humanos de forma sencilla y efectiva.

Potencial emprendedor

Antes de desarrollar el tema del “potencial” es bueno identificar a que hace referencia el termino emprendedor, es aquel que cambia los recursos de una zona de bajo rendimiento por otra de alta productividad y rendimiento mayor (Suárez Zaizar, s.f.). Esto se traduce en que si ponemos una computadora en manos de alguien que conoce sobre las mismas va a sacar más provecho de la computadora que alguien que no es especialista.

Lo que en verdad motiva a un emprendedor es la necesidad de logro que básicamente es realizar lo que se propone, pero también existe la necesidad de poder transmitiendo una motivación intrínseca por emprender y generar ingresos. Se trata más de una necesidad más que un deseo.

De cierta manera, de cierta manera sería bueno hondar un poco más en el tema e identificar que motiva a una persona a liberar su potencial emprendedor. El fomento del emprendimiento requiere de manera indirecta un estudio de motivaciones (propias o del contexto local) que las personas utilizan para emprender los cuales pueden ser: aspectos

culturales, educativos, económicos y también el fomento del emprendimiento (por parte del gobierno o empresas privadas) y de cierta manera las capacidades emprendedoras de la población.

Existen también factores endógenos y exógenos que motivan el potencial emprendedor, sobre los primeros hacen referencia a las aspiraciones personales o motivaciones positivas (la necesidad de logro) que demuestra básicamente un deseo de superación y progreso que lleva a las personas a realizar más fuerza por algo que desean lograr, estos factores pueden ser: pasión, creatividad, liderazgo, audacia, innovación, intuición, empuje, etc.

Sobre los factores exógenos es algo más difícil de controlar por uno mismo porque estos factores hacen referencia a los derechos de propiedad, legislación mercantil, creencias culturales, ideas, etc. Es decir, el entorno institucional en cada país es determinante para un emprendedor, sabemos que un país con menores restricciones y que brinda más ayuda a los emprendedores presenta mayores oportunidades para los mismos a diferencia de un país que presenta una economía cerrada o un apoyo muy bajo hacia los emprendedores lo cual restringe el deseo del potencial emprendedor o simplemente lo encarcela privando al emprendedor (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016).

Si continuamos hablando del potencial emprendedor este se encuentra sumamente relacionado con determinadas cualidades personales (como ya lo nombramos anteriormente), pero en el texto de Bernal y Cárdenas (2017) se nos muestra que se crearon cinco (05) dimensiones para el potencial emprendedor las cuales son: autonomía, innovación, tolerancia al riesgo, proactividad y competitividad. Pero a su vez también nos muestran que no todo procede directamente de la persona, se deben crear programas sobre emprendimiento que estén netamente ligados a los colegios y también a las universidades, para el primer caso simplemente implementar sesiones que motiven a los estudiantes a generar un pequeño

emprendimiento como pueden ser venta de algún producto básico o incluso algún servicio como lavado de carros; mediante esas simples cosas y la asesoría mínima de algún docente pueden impulsar su espíritu emprendedor. Para el caso de los universitarios esta lo que conocemos como las incubadoras de negocios y el tema el cual queremos desarrollar a más profundidad.

Incubadoras de negocios/empresas

Para entrar de lleno en el mundo de las incubadoras de negocios se debe definir que es una incubadora como tal, según Peña-Vinces, et al. (2010), se entiende como incubadora de negocios a la entidad que acompaña a personas emprendedoras en la creación, impulso y consolidación de empresas preponderantemente innovadoras. Pero que implicaciones tienen las incubadoras de negocios, en términos “sencillos” se debe brindar apoyos de capacitación en la elaboración de un plan de negocio y brindar ambientes propicios para potenciar el desarrollo empresarial esto también requiere de relaciones con instituciones públicas y privadas.

Todo lo anteriormente descrito tiene la función de disminuir los riesgos y obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores en su esfuerzo por crear nuevas empresas y hacia los emprendimientos en su esfuerzo de sobrevivir en una economía tan variable y sintetizando todo buscan incentivar e incrementar el interés de los estudiantes y personas para desarrollar ideas potencialmente productivas, que generen una rentabilidad en el tiempo y brindar a los futuros emprendedores todos los recursos necesarios para iniciar una empresa.

Si hablamos de las incubadoras de negocios pues se presentan de diferentes formas, pero las más comunes son las privadas y las públicas, la mayoría de las incubadoras privadas suelen ser las pertenecientes a universidades e instituciones privadas que se desenvuelven en este ambiente y las públicas se encuentran más relacionadas hacia los gobiernos. Enfocando

el punto central en las universidades, estas juegan un papel central en el desarrollo de las incubadoras.

Principales concursos

Nacionalmente hablando, existen los siguientes concursos promovidos por el programa Pro Innóvate y su división Startup Perú, los concursos son los siguientes:

Tabla 1*Concursos dedicados a nuevos proyectos e incubadoras de negocios*

Concurso	Descripción	Cofinanciamiento	Participantes
Emprendimientos Innovadores	Se da un capital semilla y acompañamiento técnico a startups con al menos un producto viable que esté relacionado con la sostenibilidad ambiental.	Hasta S/ 60,000	Personas naturales o empresas jóvenes
Emprendimientos Dinámicos	Se da un capital semilla y acompañamiento técnico a startups con un producto con ventas que esté relacionado con la sostenibilidad ambiental.	Hasta S/ 140,000	Empresas jóvenes
Startup Perú Plug 3G	Se brinda financiamiento y acompañamiento para la instalación de startups extranjeras en etapa de escalamiento.	Hasta US\$ 38,000	Startups extranjeras
Fortalecimiento de Incubadoras y Aceleradoras de Negocios	Se busca fortalecer las capacidades técnicas, de gestión y de sostenibilidad financiera, esto con el propósito de brindar acompañamiento y servicios especializados a startups.	Hasta S/ 642,900	Entidades especializadas en incubación y/o aceleración
Fortalecimiento de Redes de Inversionistas Ángeles	Se busca fortalecer la operación, servicios y gestión con el objetivo de proveer de alternativas de acceso a conocimiento y financiamiento a emprendedores.	Hasta S/ 642,900	Redes de inversionistas ángeles

Extraído de Ministerio de la Producción – ProInnovate (2023)

Características de las incubadoras

Las incubadoras de empresas para funcionar como deben contienen una serie de características que Peña-Vinces et al. (2010) nombran en su investigación y que de alguna manera sirven para la implementación de una incubadora de negocios que desee funcionar de manera correcta, las características son las siguientes:

Etapas de incubación. Esta característica es determinante e incluso es una de las primeras situaciones a tener en cuenta, ya que, si bien una incubadora puede optar por las 3 etapas, otras solo utilizan dos o una dependiendo de sus recursos y del tipo de enfoque que quieran brindar a los proyectos incubados. Las etapas según Rodríguez (2013) son las siguientes.

- **Pre – incubación:** Es la etapa en la cual ingresan los proyectos previamente evaluados y es donde se encuentran las actividades próximas a realizarse para desarrollar la idea de negocio hasta que se convierta en un buen plan de negocio. En este punto los incubados tienen acceso a todas las facilidades para realizar un buen trabajo y a su vez se realizan actividades de formación como capacitaciones para mejorar sus capacidades ya adquiridas. Todo lo anterior nombrado sin la ayuda de una incubadora de negocios no podría ser posible.
- **Incubación:** Con el plan de negocios aprobado se empiezan a recibir las ayudas técnicas, habilidades y consolidación de la nueva empresa utilizando todos los recursos que ofrece la incubadora escogida, esta etapa tiene una duración máxima de tres (03) años. En este periodo se intenta que la nueva empresa pueda crecer y ser capaz de sobrevivir y por consecuente alcanzar el éxito empresarial consolidándose en el tiempo. En el primer año “aceleración del plan de negocio” es donde el emprendedor se instala en la incubadora y utiliza los recursos proporcionados por un costo bastante reducido, en este primer año el proyecto

recibe coaching, mentoring y seguimiento; También el emprendedor tiene que buscar financiación para la empresa y dar inicio a la comercialización del producto o servicio ofrecido. Los siguientes dos años son simplemente para que la empresa siga funcionando y se mantenga a flote, pero se les brinda dos opciones a los emprendedores: puede quedarse en las instalaciones de la incubadora o retirarse a otro lugar. Los emprendedores suelen escoger la primera opción ya que el ambiente interno de emprendimiento en una incubadora permite generar sinergias y disponer de una red de contactos.

- **Post – incubación:** Cuando finaliza la incubación, la empresa está consolidada en el mercado local o nacional y genera una buena rentabilidad, es momento de que siga su paso en la vida empresarial de manera autónoma y sin disponer de los servicios que prestaba la incubadora. En esta fase se puede considerar la expansión de la empresa hacia los mercados internacionales y para suerte de las empresas las incubadoras poseen estrategias que comparten para facilitar la salida hacia nuevos mercados.

Gestión administrativa. Se trata de todos los procesos que comprenden la actividad administrativa dentro de la incubadora, empieza con un plan estratégico en el cual se mencionan la misión, visión, objetivos, políticas, metas y estrategias que la incubadora ofrece hacia los proyectos que acudan a ella.

También tenemos la estructuración de procesos de agrupación, la cual detalla la forma de concentrar empresas según sus rubros de negocio, actividades económicas y la locación geográfica de las mismas.

Un punto importante también es la presentación de su manual, es decir la elaboración de un texto en donde los startups puedan consultar el funcionamiento de la misma en todas sus etapas de incubación.

Como todo buen negocio también necesita del uso de medios masivos para la promoción de la misma, en el caso de las incubadoras pertenecientes a universidades la publicidad es de carácter interno con los propios estudiantes de la casa de estudio y con una promoción mínima hacia los mismos.

Realizar un estudio de mercado (más que todo para las incubadoras privadas) también es un paso vital en la implementación de las mismas para de alguna manera conocer qué tipo de proyectos o emprendedores serían más probables de acceder a los servicios de la incubadora.

La implementación de actividades variadas también es una buena forma de brindar un valor agregado hacia una incubadora, los programas de referidos, seminarios y talleres, ponencias, entre otros.

Buscar una fidelización por medio de un grupo/club de empresarios tanto los nuevos como los antiguos para que “todos aprendan de todos” es una buena forma de brindar ayuda interna en las incubadoras ya que comparten sus experiencias y mejoran los errores de las otras.

Y finalmente las publicaciones sobre los proyectos que han salido adelante son una buena forma de demostrar el compromiso de la incubadora con las ideas de las personas que acuden a ellas.

Gestión financiera. Esta característica se divide en dos, los socios y los clientes. Para los socios se tienen los siguientes indicadores:

Se presentan acuerdos con instituciones académicas, voluntarios que ayudan con las operaciones de la incubadora, recepción de donaciones (pre – incubación), adquisición de fondos de empresas auspiciadoras, el apoyo del gobierno nacional o local, aportes de las propias empresas que lograron culminar la incubación exitosamente y finalmente acuerdos de investigación para agregar valor a la incubadora.

Para el caso de los clientes se presentan los siguientes indicadores: inversionistas ángeles, grupos de inversionistas de empresas públicas y privadas, programas de subsidios, capital semilla, fondos internos de capital y los socios corporativos. Los clientes están más enfocados a entidades que pueden colaborar económicamente con el desarrollo de la incubadora en cuestión.

Gestión del talento humano. Comprende los procesos relacionados con el capital humano dentro de la incubadora, se empieza designando o consignando un director que usualmente suele ser el fundador de la incubadora, este se encarga de brindar capacitación oportuna y continua a los demás miembros directivos y los administrativos de las diferentes áreas.

Un punto vital es la presencia de gerentes expertos o grandes gestores de empresas que puedan apoyar en los procesos de los proyectos incubados, también una serie de apoyo de voluntarios expertos y profesionales relativos al área o rubro del negocio.

Se necesita realizar de la misma manera una evaluación continua de la gerencia de los incubados, es decir, que los directos de los startups también ingresen a evaluación para conocer y mejorar los procesos y decisiones que ellos mismos toman en sus emprendimientos, de esa manera se evita el margen de error y permite un mejor y rápido desarrollo del emprendimiento.

La creación e implementación de un manual de funciones (MOF) tanto para la incubadora de negocios como para los proyectos incubados, de esa manera se puede conocer todas las áreas y sus funciones a cumplir por cada una.

Y por último la contratación de personal multifacético y voluntarios de carácter general como pueden ser estudiantes (mentores), comunidades de emprendimiento e industriales que presenten experiencia en asesoría de negocios.

Infraestructuras. Esta característica hace referencia a las áreas comunes de la incubadora en donde se desenvuelven los incubados, pero, a su vez también requiere de diferentes áreas de producción como laboratorios donde los proyectos pueden generar su máximo potencial.

Es necesario implementar también áreas de almacenamiento para los startups que tengan una producción delimitada en números o incluso también para el almacenamiento de la materia prima. También implementar la incubadora con los servicios de comunicaciones y redes inalámbricas que también presenten una seguridad y sistemas eléctricos para resguardar los proyectos próximos a crecer.

Antes de implementar la incubadora se debe analizar donde estará ubicada, gestionar una ubicación estratégica para los stakeholders, potenciales clientes y público interesado en la utilización de los servicios de la incubadora.

Al final también se debe gestionar la configuración del espacio para que los proyectos en proceso de incubación tengan un lugar cómodo donde crecer la empresa y también evitar conflictos entre los emprendedores en el uso de los bienes de la incubadora.

Modelo de incubación. En esta sección existen variados puntos a tomar en cuenta, pero en esta ocasión solo consideraremos los más importantes que son.

Es necesario la utilización de un portafolio de servicios que se puedan ofrecer hacia los incubados, a su vez la implementación de procesos de coaching que sirvan para mentalizar a los nuevos emprendedores en cómo organizar los procesos técnicos y también al capital humano.

Otros puntos importantes a tomar en cuenta son la implementación de los laboratorios, centros de trabajo colaborativo y un valioso centro de ayuda en donde los incubados pueden solucionar sus dudas y preguntas con la asesoría de los gerentes y voluntarios. Generar un centro de recursos legales también es necesario ya que desde esta área se analizarán el tema

de las patentes, contratos de trabajo, permisos laborales, entre otros que se puedan generar para los emprendimientos incubados en el momento.

Brindar el asesoramiento para el desarrollo de la comercialización de los incubados en el caso que no puedan mejorar sus ventas o la prestación de servicios. Pero también se necesita un equipo especializado en la selección de los emprendimientos próximos a incubarse, tal vez aplicando una suerte de cuadro de selección con diferentes criterios a tomar en cuenta para los emprendimientos postulantes.

Determinar los tiempos de incubación son vitales porque una vez que el emprendimiento postula se debe analizar en que etapa se encuentra (pre-incubación, incubación, post-incubación y aceleración) gracias a esto se puede determinar o fijar un plazo de incubación y este punto también va de la mano con la implementación de un sistema seguro de seguimiento y monitoreo basado en metas y logros que se apliquen a las empresas incubadas y con cumplimiento de plazos fijos.

Finalmente, uno de los puntos vitales en esta característica es la implementación y aplicación de programas que permitan la internacionalización de las empresas incubadas en la etapa de post-incubación o aceleración y a su vez la gestión de recursos para lograr esta internacionalización y globalización de los incubados.

Las redes (networking). Se sabe que las relaciones interinstitucionales son hoy por hoy vitales para cualquier empresa sea privada o pública, es por ese motivo que las incubadoras de negocio deben presentar diferentes vínculos con universidades e instituciones que puedan aportar valor en los proyectos incubados.

También la presencia de una red de mentores, una red de especialistas, una red de proveedores es importante ya que gracias a estas redes se puede brindar valor a los diferentes proyectos incubados según sea el rubro que se necesite.

Finalizando el buscar asociarse con empresas industriales y organizaciones industriales que brinden diferentes ponencias o charlas que los incubados puedan utilizar de referencia para aplicarlo en sus emprendimientos y mejorarlos según sus necesidades. Generar eventos de promoción también es una gran forma de exponer a los proyectos para que el público los conozca y mejoren sus ventas, organizar ferias es una buena opción para cumplir con esta característica.

Evaluación del desempeño. Para esta característica tenemos diferentes indicadores como las mediciones de las acciones del incubado que demuestran el avance o estancamiento del proyecto en incubación. Esto se encuentra ligado con la implementación de un sistema de gestión que permita recolectar la información en forma de estadísticas para el posterior análisis.

Para los incubados con acciones más grandes de mercado es bueno el análisis de la información anual para una evaluación de sus clientes ya conocidos y los nuevos que puedan adquirir según las indicaciones de los expertos. También la evaluación a las empresas que se incuban es altamente recomendable, semestralmente es un buen tiempo para realizar estas evaluaciones y poder analizar los cambios y mejoras realizados por las empresas incubadas.

Un indicador final a aplicar puede ser la adquisición de una base de datos nacional de expertos como instrumento de evaluación de las ideas de negocio, se sabe que la información hoy en día cuesta dinero, pero, la adquisición de esta base de datos permite a la incubadora de negocios tener una guía de los expertos consultores de empresas del país que pueden aportar un valor enorme a los proyectos incubados.

Modelos de incubación de empresas

Con la teoría comentada anteriormente sobre las incubadoras de negocio se puede comentar sobre los diferentes modelos de incubadoras que existen en el mundo o en diferentes países donde el tema de la incubación es desarrollado ampliamente tanto por las empresas privadas como públicas. Las siguientes incubadoras que fueron escogidas por Alba Ortuño (2015). Destacan a nivel mundial y en el presente trabajo se comentará sobre sus modelos de incubación y que características les genera el éxito para la incubadora y para los proyectos incubados.

1. Modelo WAYRA. Se trata de una incubadora/aceleradora de negocios netamente de base tecnológica que pertenece a la empresa Telefónica. Wayra actúa como un socio estratégico que amplía a los emprendimientos acelerando y mejorando su negocio.

Dentro de Wayra existen cinco (05) iniciativas:

- Wayra: Corporate Venture Capital (CVC): Son un capital de riesgo corporativo la cual invierte en startups que demuestran la capacidad de crear un negocio con Telefónica y están listas para expandirse globalmente. Se ofrece acceso a la red de Telefónica de más de 350 millones de clientes para que estas empresas puedan ofrecer sus servicios y productos y de esa forma generar un beneficio para ambas partes.
- Wayra Hubs: A la actualidad cuentan con siete (07) hubs en Latinoamérica y Europa brindando servicio a nueve (09) países con el objetivo concreto de apoyar y acompañar a los emprendedores a internacionalizarse. Wayra invierte en startups que demuestran la capacidad de trabajar con Telefónica brindando un valor agregado a sus clientes. De momento cuentan con 442 startups en su cartera.
- Wayra X: Se trata de un hub netamente digital que se encarga de invertir en startups fuera de lo común enfocadas en mercados masivos business to consumer

(B2C) que tienen enfoque en el 5G, e-learning, smart-home, entretenimiento, movilidad, el trabajo en el futuro, entre otras.

- **Wayra Builder:** Gracias a esta iniciativa la tecnología, el talento e incluso las patentes que son propiedad de Telefónica sirven para crear startups propios desde cero que puedan dar soluciones a las necesidades de los clientes. Para lograr esto se realiza una coinversión con diferentes entidades y también se toma en cuenta el talento externo. Al final el resultado son startups 100% digitales que a pesar de haber nacido en Telefónica funcionan de forma independiente.
- **Wayra Perks:** Mediante esta plataforma se brinda ayuda a los emprendedores y start-ups de Wayra, la ayuda es mediante beneficios y créditos que representan un gran ahorro para la Startup que recién inicia.

Este modelo de incubación es bastante bueno y eficiente, primero porque tiene cinco (05) diferentes divisiones que brindan apoyo a los emprendimientos o startups según sus necesidades y requerimiento sin perder la esencia de la incubación como tal y segundo porque al tratarse de Telefónica (una compañía de telefonía de alcance global) los proyectos incubados o en incubación al terminar su proceso o incluso durante el proceso están listos para atender las necesidades de clientes de toda parte del mundo (Telefónica Open Innovation , 2022).

2. Modelo Start-Up Chile. Este programa fue instaurado por el Gobierno Chileno con el apoyo de InnovaChile (Gerencia de Innovación) y también la Corporación de Fomento de la Producción de Chile (CORFO). Su financiamiento es netamente del Ministerio de Economía, Ministerio de Relaciones Internacionales, Ministerio del Interior y diversas entidades privadas nacionales e internacionales. Su principal objetivo es el de atraer emprendimientos extranjeros se instalen en Chile y gracias a esto el país se pueda

convertir en una plataforma para los mismos. A la actualidad cuentan con tres (03) programas que son los siguientes:

- **Build:** Se concentran en emprendimientos en fase inicial con una idea validada y con un prototipo ya probado en público, utilizan cuatro (04) meses de pre-aceleración para hacer crecer tu emprendimiento exponencialmente y brindan un financiamiento de hasta US\$12.500 y posteriormente de unos US\$6.000 si quieres seguir desarrollando tu proyecto.
- **Ignite:** En este programa se buscan los mejores startups sin importar el rubro ni el país, debe contar con un producto 100% funcional, validación temprana y que tenga menos de tres (03) años de desarrollo. En este programa se te brinda crecimiento exponencial mediante sesiones de directorio, academia y conexiones con diversos inversionistas. Se brinda un financiamiento de hasta US\$31.000 y la posibilidad de acceder a una extensión de otros US\$31.000 para seguir desarrollando el negocio.
- **Growth:** Para este programa se buscan empresas consolidadas en algún mercado que busquen escalar sus negocios desde Chile. Durante los 8 meses del programa se te brindara asesoramiento y conexiones con inversionistas y corporativos del rubro. Se brinda un financiamiento de hasta US\$100.000 para internacionalizar tu negocio.

El modelo de incubación proporcionado por Start-Up Chile es singular ya que surge como iniciativa del gobierno y gracias a ello cuenta con un mayor respaldo. Su modelo de incubación (que abarca las tres etapas anteriormente nombradas) brinda a los startups infraestructura, financiamiento, asesorías, redes de contactos, entre otras. Incluso un plus enorme que poseen es el hecho que al brindar el financiamiento los empresarios no deben vender acciones de su empresa, sino que mantienen el 100% de sus acciones por las

cantidades de dinero ya nombradas que fácilmente son recuperadas por el rápido crecimiento de los proyectos. Otro punto importante es que aceptan a cualquier startup del planeta lo cual no lo limita a una región y al aceptar diversas empresas de diferentes lados del mundo mejora la economía del país que acoge a los incubados. (START-UP CHILE DE CORFO, 2023).

3. Modelo Y-Combinator. Incubadora fundada en el 2005 por un ciudadano

estadounidense que deseaba renovar el concepto de incubación, su incubadora se centra en el emprendedor más que en el proyecto. Básicamente el modelo de incubación invierte poco dinero entre varios proyectos que trabajan de manera intensa por tres meses, lo más importante para ellos es fortalecer sus recursos humanos con estrategias y herramientas de crecimiento de habilidades de negocio hasta un día en específico donde los proyectos son mostrados a ciertos inversionistas. Posteriormente a ese evento la incubadora sigue apoyando al proyecto todo el tiempo que lo requiera.

Dentro de sus productos presentan los siguientes:

- La incubación como tal de los proyectos donde se brinda un bajo financiamiento, pero se fortalece las aptitudes de los emprendedores para que puedan ser aplicadas dentro del negocio.
- Brindan ayuda a empresas ya consolidadas, con un crecimiento de mínimo 3 años, en este producto igual brindan el financiamiento que es bajo, pero potencian las aptitudes de los emprendedores y sus productos o servicios para ser más atractivos al mercado y mejorar las ventas.
- Poseen y brindan todo un directorio de empresas grandes y consolidadas asociadas a la incubadora y también de proyectos incubados para el uso de los emprendedores que participan en alguno de los programas.

- A su vez tienen un apartado de empleos que ofrecen los startups hacia las personas interesadas y público general lo cual es valioso ya que desde muy jóvenes generan empleo y les permite también aportar a su crecimiento.
- Y finalmente tienen un programa enfocado a colegios donde estudiantes que demuestren un potencial emprendedor se presentan para ser inculcados desde pequeños con los hábitos del emprendimiento y la negociación.

Este modelo de incubadora funciona bien dentro del país de origen y en algunos otros extranjeros, brinda financiamiento a los incubados según lo que requieran que no suele ser mucho (US\$20,000.00 aproximadamente), pero su principal fuerte es que se enfocan en capacitar al emprendedor para poder afrontar las dificultades que se presenten con el desarrollo del proyecto y puedan tomar sabias decisiones. Un punto negativo es que no brindan infraestructura en sus instalaciones ya que la mayoría de sus emprendimientos pueden ser desarrollados desde casa o netamente online. (Y-Combinator, 2022).

4. Modelo Start-up Brasil. Se trata de una iniciativa del Gobierno Federal creada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Comunicaciones (MCTIC) y gestionada por Softex. Se asocia con diferentes aceleradoras de negocios para apoyar a startups basadas en tecnología.

Su modelo de incubación solo presenta un programa que presenta dos ediciones al año, en cada edición se presentan hasta dos convocatorias públicas, en una convocatoria puedes presentarte para calificar y habilitar aceleradoras y otra convocatoria para seleccionar startups. El proceso es el siguiente:

- **Calificación de aceleradores:** Se lanza una convocatoria únicamente para las aceleradoras que serán socias del programa y por consecuente responsables del proceso de aceleración de startups calificadas. La aceleración es una etapa de carácter rápido donde se busca desarrollar un producto o servicio que sea aceptado

por el mercado, todo esto con el apoyo de mentores, inversionistas y profesionales de negocios y tecnología.

- **Selección de startups:** Luego de la selección de las aceleradoras se procede a la selección de startups tanto nacionales como internacionales. Esta fase realiza dos veces al año, es decir, una vez cada semestre.
- **Aceleración:** Esta etapa es de un periodo máximo 12 meses y el financiamiento haciende hasta un aproximado de US\$39,000.00 en becas de investigación y desarrollo (I+D), además de la participación en una serie de eventos y actividades que son promovidas por el programa con el fin de relacionar a clientes e inversores. También las nuevas empresas reciben financiamiento de las aceleradoras, también el uso de la infraestructura de las mismas, tutoría y capacitación a cambio de un porcentaje de acciones de las empresas.

El modelo de investigación que presenta Start-Up Brasil es más enfocados en startups ya desarrolladas en el mercado, es decir, con mínimo un año de funcionamiento, esto debido a que solo reclutan aceleradoras de negocios las cuales solo se enfocan en colaborar con el crecimiento de la empresa, sin embargo es agradable la idea de que inviertan tanto a nivel nacional como internacional y que su apoyo sea tanto económico brindando una buena cantidad de financiamiento más el financiamiento de las aceleradoras, pero a su vez también trabajan intensamente en los empresarios con capacitaciones, seminarios, entre otros (Start-Up Brasil, 2023).

5. Modelo “Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT)”. Es una incubadora propiedad del Instituto Politécnico Nacional de México y su principal función es promover y estimular la creación de empresas de alto impacto. Dentro de sus funciones se trata de proveer las condiciones necesarias hacia los emprendimientos para

el desarrollo de nuevas empresas netamente de base tecnológica. Ellos presentan un modelo en tres pasos que son los siguientes:

- **Descubrimiento:** La incubadora analiza las tendencias tecnológicas y el perfil emprendedor de los interesados ya que a raíz de ese análisis se puede plantear una hipótesis de negocio, esto únicamente quiere decir si el proyecto será viable o no.
- **Validación:** Se realiza el diseño del modelo de negocio a ser aplicado por los interesados y se re valida el producto o servicio próximo a ofrecerse. También en esta etapa se realiza un test del producto mínimo viable utilizando focus groups u ofreciéndolo a un mercado reducido.
- **Ejecución:** Se desarrolla el plan de negocios y se aplica paulatinamente y finalmente se procede a lanzar el startup que puede buscar ayuda extra en las incubadoras de negocio del mercado.

Este modelo presenta un esquema peculiar, ya que no es como las incubadoras anteriormente nombradas sino que funciona más como un creador de proyectos para posteriormente lanzar la startup, la propuesta es excelente ya que brindan el asesoramiento y la infraestructura desde el inicio de todo (la idea de negocio) y luego hacen realidad la startup, el único punto negativo es que su labor no excede de ese punto, ya es responsabilidad de la startup conseguir alguna incubadora que pueda ayudar más o simplemente seguir ellos sin ningún asesoramiento para la empresa como tal y también que solo se enfoca en empresas de carácter tecnológico. (Instituto Politécnico Superior, 2023).

Vinculación: incubadoras – universidades

Es bueno comentar la importancia de las universidades para las incubadoras de negocios ya sean propiedad de la misma universidad o alguna externa a estas. La Ley Universitaria, Artículo 52, Diario Oficial el Peruano, 09 de julio del 2014, (Perú) expresa lo siguiente:

La universidad, como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución.

Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial de parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los quipos e instalaciones.

Las universidades son instituciones críticas en el proceso emprendedor de los jóvenes antes, durante y después de la vida universitaria, estas instituciones deberían dedicarse a impulsar el espíritu emprendedor de los jóvenes mediante el uso de las incubadoras de negocio.

Sugerir o implementar una incubadora de negocios en las universidades según Guerra et al. (2015) sirve para motivar proyectos emprendedores en la comunidad universitaria, como todo proyecto tiene sus ventajas y desventajas, pero, la finalidad de las mismas es ayudar a la creación y crecimiento de empresas jóvenes brindándoles el apoyo y material necesario en servicios financieros y técnicos. Se ha comprobado que las incubadoras de empresa creadas y aplicadas en universidades a la larga han logrado unificar la relación entre empresas e instituciones, a su vez han generado modelos de desarrollo urbano – industrial, también han establecido diversas redes de apoyo e intercambio de productos y servicios, suelen aprovechar subsidios gubernamentales y programas estatales, generan asociaciones

con organismos privados así como públicos y finalmente han consolidado empresas para generar empleo en diferentes áreas de la comunidad.

La vinculación directa entre las universidades y las incubadoras es brindar la capacitación y asesoría a los estudiantes universitarios en emprendimiento y emprendedurismo, también tocan temas como es el servicio social y las practicas pre y profesionales que permiten expandir sus habilidades y centralizar sus conocimientos aprendidos en el aula. Visto de la manera más eficiente se trata de que al culminar sus estudios puedan continuar con una empresa en crecimiento o crear una nueva con la ayuda de la incubadora, la cual cultiva sus ideas y las hace crecer brindándoles lo más importante como son los contactos y la infraestructura para desarrollar sus actividades en lo que crece y puede expandirse a un lugar propio (Barragán, s.f.)

CAPITULO III: MÉTODO

Tipo de Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo porque según Hernández et al. (2022) se recolectan y se analizan datos para esclarecer, en este caso, problemas de investigación que se plantearon previamente, tiene una confianza bastante numérica para de alguna manera establecer con exactitud las respuestas a las cuestiones planteadas.

A su vez presenta un alcance descriptivo ya que se recolectan datos de la variable de estudio y se miden, en el presente estudio se observa, se describe y se trata de fundamentar los problemas planteados. (Hernández et al. 2022).

También se trata de una investigación no experimental debido a que no se está generando ninguna situación controlada, sino que más bien se observan situaciones o variables ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación para analizarlos posteriormente. (Hernández et al. 2022)

Y finalmente como expresa Hernández et al. (2022) nos enfrentamos a una investigación longitudinal ya que se analizan diferentes variables (cantidad de proyectos, tipo de proyectos, rubro de proyectos y etapa de incubación) a lo largo de tres periodos de tiempo diferentes (años 2019, 2020 y 2021) con el fin de recopilar datos y analizarlos posteriormente.

Unidad de Estudio

Población

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones según Hernández et al. (2022). En esta investigación la población estaría delimitada por las doce (12) instituciones que poseen sus incubadoras de negocio y se encuentran registradas en la Asociación Peruana de Incubadoras de Negocios (ver Apéndice N°1) la cual abarca todo el territorio peruano (nivel nacional).

Muestra

Se sabe que la muestra es, en términos simples, un subgrupo de la población (Hernández et al. 2022) que para esta investigación se utilizó la técnica por conveniencia y a su vez por el alcance de la información, las cuales son total son tres: incubadora “A”, incubadora “B” e incubadora “C”, que se tomaron como muestra por ser consideradas por el autor como, las de más grande infraestructura académica y/o con mayor antigüedad y renombre.

Técnicas/Instrumentos/Equipos/Recursos

Instrumentos

Uno de los principales instrumentos a utilizarse es la encuesta en la cual se identificarán los objetivos que las incubadoras deben responder únicamente en cantidades para el posterior análisis.

También se utilizó la entrevista para la recopilación de información de carácter verbal y textual de las incubadoras nombradas investigando en sus respectivos apartados web o incluso la búsqueda de los mismos presencialmente.

El formato del instrumento se puede visualizar en el instrumento 1 (**Apéndice N°2**) el cual se compone de los siguientes criterios: incubadora a analizar, año donde los proyectos ganaron algún concurso, cantidad de proyectos ganadores en ese año, cantidad de proyectos ganadores por concurso, cantidad de proyectos ganadores por tipo de emprendimiento, cantidad de proyectos ganadores por rubro de emprendimiento y cantidad de proyectos ganadores por etapa de incubación. Todos los criterios únicamente serán llenados con datos numéricos y textuales.

Validación

La validación del instrumento es el grado en que un instrumento mide lo que debe medir y también implica cierto grado de confiabilidad que se trata de la congruencia con el cual un instrumento puede medir la variable (López Fernández, et al. 2022).

Para la siguiente investigación se utilizará a un (01) experto proveniente de la incubadora de negocios de la Universidad La Salle (PARMENIA) y también a un (01) experto que fue mentor en la incubadora de negocios de la Universidad Nacional de San Agustín (JAKU) seleccionados basados en su amplia experiencia laborando dentro de incubadoras de negocio en la ciudad de Arequipa, en la tabla 2 podemos ver la relación de expertos.

Tabla 2

Relación de expertos que realizaron la validación

Cantidad	Nombres completos	Grado académico	Vinculación del Tema
1	Medardo Delgado Paredes	Ingeniero de Sistemas	Mentor de proyectos incubadora JAKU
2	Stephanie Cris Cheneaux Márquez	Licenciada en Ingeniería Comercial	Encargada de la Incubadora PARMENIA

Elaboración propia.

A su vez en el Apéndice N.º 3 se muestra la validación del instrumento que fue verificado por los expertos ya nombrados anteriormente y se encuentra listo para ser aplicado en esta investigación.

Equipos y recursos

El uso constante de una computadora para la redacción de la investigación, conexión activa a internet, uso de los programas de Office y finalmente pero no menos importante que el autor va a sumir los gastos que se generen de manera directa o indirecta en el transcurso de la investigación.

Procedimiento

Se empezó por identificar el problema en cuestión para posteriormente plantearlo dando como resultado: Analizar la participación de incubadoras universitarias arequipeñas en concursos de incubación nacionales e internacionales desde el 2019 al 2021.

Luego se planteó el objetivo general que es básicamente el problema de investigación y los objetivos específicos posteriores los cuales serán de ayuda para brindar las explicaciones necesarias después del análisis realizado con los datos obtenidos.

También se realizó la revisión de la información obtenida y también la información que se fue indagando según el desarrollo de la investigación, más que todo basados en antecedentes tanto internacionales, nacionales y locales para finalmente elaborar la fundamentación teórica que comprende los siguientes puntos: emprendimiento, potencial emprendedor, incubadoras de negocios/empresas, modelos de incubación de empresas y vinculación: incubadoras – universidades.

Una vez con la información troncal realizada se empezó con definir la metodología de la investigación la cual resulto en un enfoque cuantitativo. También se delimito la población dando como resultado doce (12) incubadoras de negocio pertenecientes a universidades a nivel nacional y bueno yendo a lo específico se delimito la muestra en la cual solo fueron tres (03) provenientes de las universidades más antiguas que tienen una incubadora de negocios en la ciudad de Arequipa.

En el momento de definir el instrumento por la cantidad de objetivos específicos a evaluar fue necesario la elaboración de una encuesta mediante un medio virtual para ser entregada a las tres (03) incubadoras elegidas y que puedan responderla llenando únicamente cantidades numéricas que es lo que se pide de las mismas. Tomo bastante tiempo la respuesta y aceptación por parte de las incubadoras para el envío de la información, incluso se tuvieron que generar algunas reuniones con el fin de especificar lo que se quería realizar con estos

datos, en general, la recolección de los datos que se presentan en la investigación fue en cierto grado laboriosa.

Con la elaboración de la encuesta en el programa Microsoft Excel se envió a las incubadoras la encuesta junto con una carta de presentación y explicación sobre lo que busco con esta investigación y se esperó a la respuesta de las mismas para luego recolectar los datos obtenidos y elaborar gráficos que permitan el análisis de la información cuantitativa.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

Se procede a presentar los resultados obtenidos luego de procesar la información numérica gracias al instrumento aplicado en las incubadoras “A”, “B” y “C” que en la actualidad funcionan en la ciudad de Arequipa. Para mostrar la información se presentará el análisis mediante figuras donde se resumen los datos obtenidos más destacados del mismo.

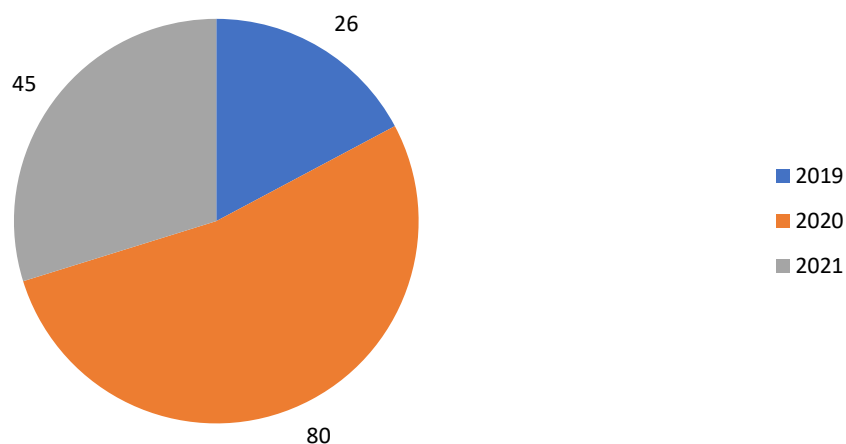
Para mayor detalle revisar **Apéndices N.º 6 – 14.**

Incubadora “A”

A continuación, se va a presentar los resultados del análisis que se realizó a la incubadora “A”, se consideraron los números totales para el análisis de este:

Figura N.º 1

Cantidad de proyectos ganadores que participaron en concursos de emprendimiento



Nota: Figura elaborada en base a las figuras 13, 17, 21 (Apéndice N.º 6,7 y 8)

Para la incubadora “A” de un total de 26 proyectos, ideas de negocio o emprendimientos que se presentaron para el año 2019 se obtuvo 9 proyectos que se presentaron y ganaron en el concurso nacional de Emprendimientos Innovadores de

ProInnovate y para complementar el total tenemos 17 proyectos que ganaron fondos de inversión privada.

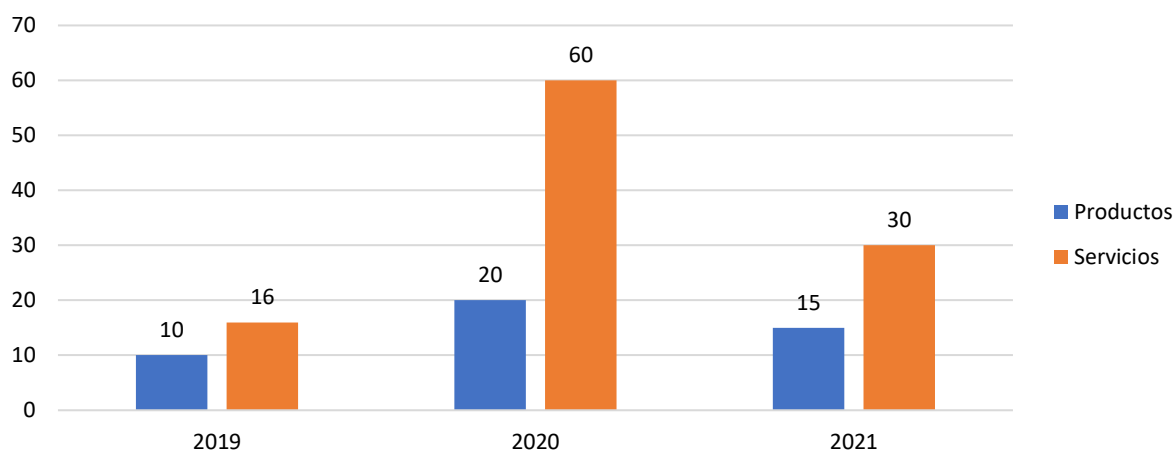
En el año 2020 se tiene un total global de 80 proyectos que se presentaron y ganaron en fondos privados, de esto podemos deducir que durante el 2020 con la llegada de la pandemia COVID – 19, los concursos nacionales de emprendimientos se vieron afectados, por lo que se vieron en la situación de participar en concursos de fondos privados donde estos se presentaron y ganaron.

Finalmente, en el año 2021 de un total global de 45 proyectos al igual que en el año 2020 los 45 proyectos se presentaron y ganaron los fondos privados, realizando un análisis subjetivo de la situación en este año también la pandemia COVID – 19 si bien ya se encontraba en cierta manera bajo control no estaba del todo declarada como una endemia y es por ese motivo que los concursos nacionales de ProInnovate aún no tenían el auge, la financiación y la promoción que tenían hasta el año 2019.

En resumen, el grafico nos muestra que en el año 2020 hubo 80 proyectos ganadores de concursos fomentados por fondos privados siendo este mismo año el más representativo, seguido del año 2021 con 45 proyectos ganadores igualmente de concursos promovidos por fondos privados y finalmente en el año 2019 tenemos a 17 proyectos ganadores de concursos de fondos privados.

Figura N. ° 2

Cantidad de proyectos ganadores según el tipo de proyecto



Se puede identificar claramente el tipo de emprendimiento (producto o servicio) de los proyectos ganadores, para el año 2019 son unos resultados ligeramente bajos como únicamente 10 productos y 16 servicios.

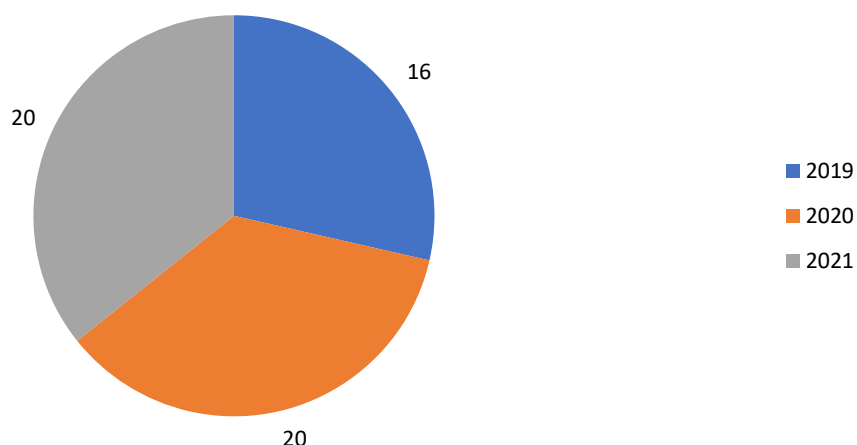
Para el año 2020 tenemos un incremento a 20 proyectos relacionados a productos y un incremento exponencial en los servicios contando hasta 60 de los mismos como ganadores de concursos en fondos privados.

Finalmente tenemos el año 2021 donde los proyectos que son de productos se mantienen en el rango común entre 10 – 20 con un total de 15 y los servicios si se disminuyeron significativamente a un total de 30 servicios que ganaron fondos de inversión privados para poder seguir con sus proyectos.

En resumen, se tiene que los servicios demuestran una fuerte posición frente a los productos teniendo que el año 2020 existieron 60 proyectos enfocados a servicios ganadores, seguido de 30 servicios en el año 2021 y finalmente pero no menos importante en el año 2019 se tienen 16 servicios. Los productos solo serán nombrados en orden de importancia debido a que no son lo más representativo del gráfico en cuestión, 20 productos en el año 2020, 15 productos en el año 2021 y 10 productos en el año 2019.

Figura N. ° 3

Cantidad de proyectos ganadores por rubro de proyecto



Nota: Para los tres años destaca el rubro “otros”, lastimosamente la incubadora “A” no brindó el detalle de que comprende el rubro “otros”.

Se puede observar que en el año 2019 tenemos proyectos en el rubro industrial, automotriz y otros, el rubro “otros” fue el más destacado con 16 proyectos ganadores en concursos de fondos privados.

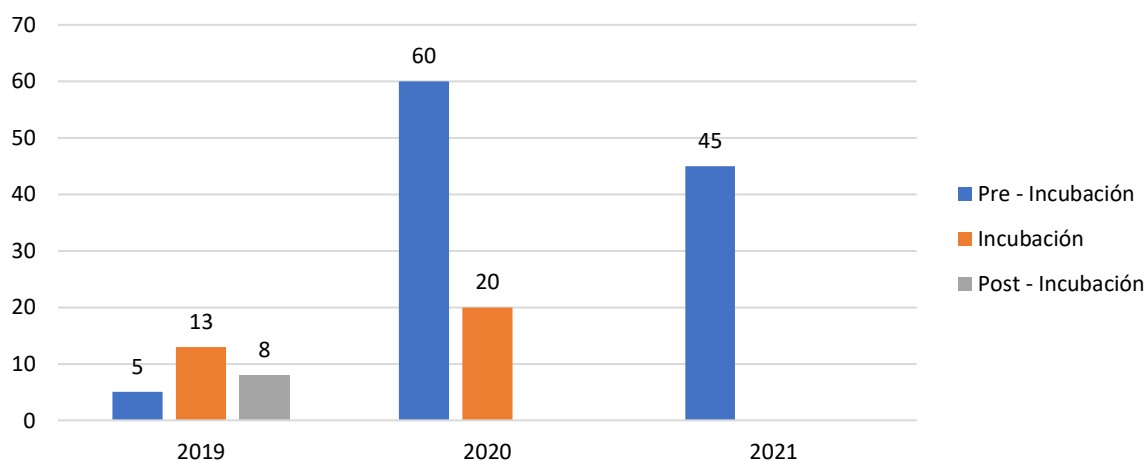
En el año 2020 se observan datos más variados (ver apéndice N. ° 6, figura 19) teniendo proyectos en los rubros: textil, alimenticio, turístico, industrial, automotriz y otros. Destacamos de esta información el rubro alimenticio con 20 proyectos ganadores y el rubro “otros” también presenta 20 proyectos ganadores siendo este año uno de los más activos del presente análisis.

Como último tenemos el año 2021 donde también se muestra una data variada donde se tiene presente los siguientes rubros: textil, alimenticio, turístico, industrial, automotriz y otros. Y de estos datos podemos destacar el rubro “otros” con 20 proyectos presentados y ganadores, pero, también en cierto grado podemos destacar el rubro “alimenticio” con 15 proyectos ganadores en este año.

Resumiendo, en la figura se tiene principalmente que el rubro ganador de los proyectos se encuentra en “otros” siendo los años 2020 y 2021 los más representativos con 20 proyectos para ambos años, finalmente solo sigue el año 2019 con 16 proyectos ganadores muy cercanos a los otros años objetos de análisis.

Figura N. ° 4

Cantidad de proyectos que ganaron concursos según etapa de incubación



En el año 2029 tenemos 13 proyectos que destacan en la etapa incubación, pero también se tienen proyectos en la etapa pre – incubación y post – incubación con 5 y 8 proyectos respectivamente los cuales lograron ganar los concursos de fondos privados.

Para el año 2020 se presenta un número elevado de proyectos en la etapa de pre – incubación llegando hasta 60 proyectos presentados, pero también se refleja en la etapa de incubación unos 20 proyectos que se presentaron para concursar en los fondos de inversión privada.

Finalmente, tenemos el año 2021 donde absolutamente todos los proyectos pertenecen a la etapa de pre – incubación correspondientemente y simplemente nos informa que existieron ideas de negocio universitaria que buscaban ayuda en la incubadora “A”.

En resumen, de esta figura se tiene una data bastante buena en el año 2020 con 60 proyectos que se encontraban en la etapa de pre – incubación al lograr ganar los concursos,

seguido del año 2021 con 45 proyectos en la misma etapa y finalmente en el año 2019 solo se tuvieron 5 proyectos en la etapa de pre – incubación.

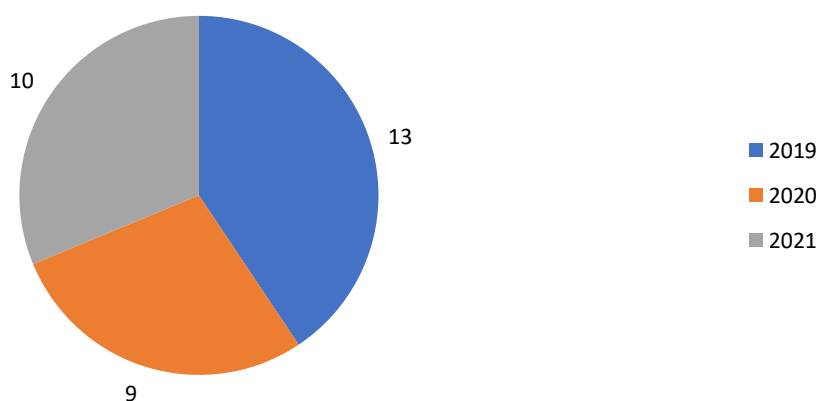
Es de hacerse notar que la incubadora “A” si logro ganar concursos por su buena gestión durante los años nombrados, también que su modelo de incubación permite el desarrollo de diferentes emprendimientos y posee información amplia sobre los diferentes rubros de negocio, pero lo más importante es el compromiso con sus incubados.

Incubadora “B”

Los resultados de la incubadora “B” se presentarán a continuación, pero antes es bueno aclarar que los datos brindados por esta incubadora no son de proyectos ganadores sino se trata de proyectos presentados producto de las convocatorias de la misma incubadora previas al licenciamiento por parte de ProInnovate Perú.

Figura N. ° 5

Cantidad de proyectos presentados a concursos de emprendimiento



Nota: Al tratarse únicamente de convocatorias solo se tiene los totales globales de las mismas.

Para el año 2019 tenemos un total global de 13 proyectos presentados a las convocatorias de la incubadora.

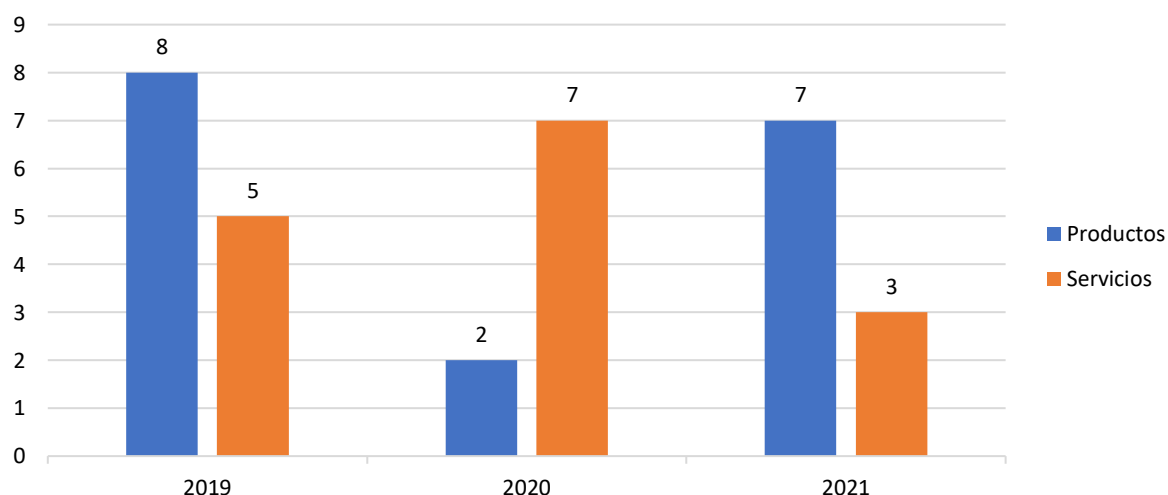
Consecuentemente para el año 2020 se tiene un total global de 9 proyectos presentados a las convocatorias de incubación.

Y finalmente para el último año sujeto de análisis que es el 2021 se tiene un total global de 10 proyectos que decidieron presentarse a la convocatoria abierta de la incubadora.

En resumen, se tiene que el 2019 demostró superioridad con 13 proyectos presentados a convocatorias para concursos de incubación seguido del año 2021 con 10 proyectos y finalmente el año 2020 con 10 presentaciones a convocatorias de emprendimiento.

Figura N. ° 6

Cantidad de proyectos presentados según el tipo de proyecto



En cuestión del tipo de proyectos presentados a las convocatorias se tiene que para el año 2019 se tuvieron 8 proyectos relacionados con productos y 5 relacionados con servicios.

A su vez, para el año 2020 tenemos que los servicios destacan con un total de 7 y únicamente 2 productos se presentaron.

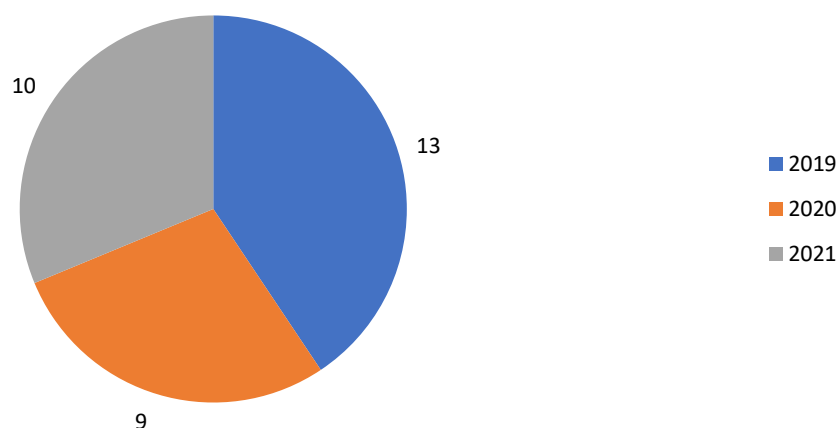
Para el último año nuevamente se destacan los productos siendo 7 presentados y los servicios con un total de únicamente 3.

Como resumen de la figura se observa que los productos tanto del año 2019 como del año 2021 muestran una superioridad con 8 y 7 productos respectivamente, pero en el año 2020 únicamente hubo 2 proyectos presentados como productos. Para los servicios se tiene

que en el año 2019 se tuvo 5 servicios, en el año 2020 se muestran 7 servicios y finalmente en el año 2021 únicamente 3 servicios

Figura N. ° 7

Cantidad de proyectos presentados por rubro de proyecto



En cuestión del rubro de los proyectos presentados tenemos que para el año 2019 se presentó un solo proyecto al rubro alimenticio y los otros 12 (siendo la mayoría) pertenecen al rubro tecnológico.

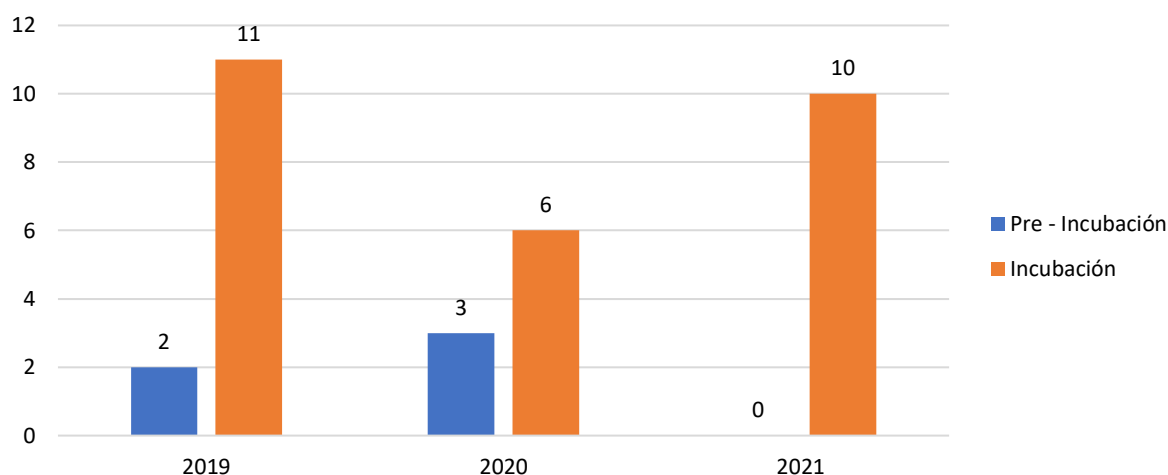
En el siguiente año 2020 tenemos que los 9 proyectos presentados hacia las convocatorias de la incubadora son parte del rubro tecnológico en su totalidad.

Y finalmente en el año 2021 se muestra la existencia de 2 proyectos dedicados hacia el rubro alimenticio, pero, de todas maneras, destaca el rubro tecnológico con 8 proyectos presentados en su haber.

Resumiendo, la figura se tiene que el rubro más destacado es el tecnológico con una fuerte presencia de 12 proyectos en el año 2019, seguido del año 2020 con 9 proyectos y finalmente pero no menos importante el año 2021 con 8 proyectos dedicados al rubro tecnológico propiamente dicho.

Figura N. ° 8

Cantidad de proyectos presentados a concursos según etapa de incubación



Nota: No se presenta la etapa de post – incubación debido a que ninguno de los proyectos se encontró en esa etapa.

En el año 2019 observamos únicamente 2 proyectos que se presentaron en una etapa de pre – incubación y un número significativo de proyectos en la etapa de incubación con un total de 11.

Siguiendo en el año 2020 únicamente se presentó un proyecto más en la etapa de pre – incubación haciendo un total de 3 y a su vez se ve reducido también la presencia de proyectos en la etapa de incubación.

Finalmente, en el año 2021 se tiene una cifra elevada pero únicamente en los proyectos presentados para la incubación siendo un total de 10.

En resumen, se tiene una fuerte presencia de proyectos presentados en la etapa de incubación, específicamente 11 proyectos en el año 2019, 6 proyectos en el año 2020 y finalmente 10 proyectos presentados a convocatorias en el año 2021.

Incubadora “C”

Para los resultados obtenidos para la incubadora “C”, es importante aclarar que los siguientes datos no difieren de ser únicamente ceros o nulos ya que al pedir la información se comentó que por la pandemia y por temas administrativos dentro de la incubadora no se tuvieron proyectos presentados ni ganadores para los años sujeto de análisis, fue hasta el año 2022 que se reactivó la incubadora para presentar a proyectos en concursos de innovación de ProInnovate Perú, se mantuvo esta incubadora para conocer la realidad que se tiene en alguna de estas en sus tipos, rubros y etapas, que no generan información para los posteriores análisis de mejora interna en las instituciones. Sin otro particular se explicará a continuación la información de la incubadora “C”:

Se aprecia luego del análisis que no existe evidencia alguna de proyectos presentados ni para convocatorias de emprendimiento, ni tampoco para presentación a concursos para los tres años de análisis 2019, 2020 y 2021.

Como se sabe los tipos de emprendimiento son productos y servicios, para el caso concreto de la incubadora “C” no se tiene evidencia alguna de proyectos presentados o ganadores que sean productos o servicios para los tres años sujeto de análisis.

De todos los rubros de emprendimiento no hay data consignada para ninguno ya que no existen proyectos presentados o ganadores para los tres años de análisis.

Finalmente tenemos la etapa de incubación de los proyectos que al igual que en los otros casos presentados no se tiene información por parte de la incubadora “C”, es porque no hay evidencia de proyectos presentados o proyectos ganadores que aplicaron a esta incubadora en cuestión.

Discusión

Las incubadoras de negocio son una parte vital para las crecientes economías que están emergiendo de los países tercermundistas, son el impulso necesario para la creación de empresas que en un futuro podrán ofrecer puestos de trabajo en la ciudad donde se encuentran y de esa manera impulsar la economía.

Para lograr este fin las incubadoras de negocios ayudan a las nuevas empresas o ideas de negocio que se están formando para que puedan mejorar o iniciar sus operaciones con el fin de lograr el éxito en su rubro buscando que el emprendedor en potencia sepa hacia donde se dirige y pueda lograr sus metas. Poniéndolo en forma de analogía es como los padres que ayudan a sus hijos a caminar, correr, andar en bici, etc. (Guzmán, 2017).

Incubadora “A”

Como se puede apreciar en los resultados obtenidos fruto de la investigación realizada es que la incubadora “A” si hizo posible la postulación y presentación de sus proyectos incubados hacia fondos privados de los cuales se obtienen buenos números de proyectos ganadores de los mismos. Para el año 2019 se tienen 26 proyectos ganadores, para el año 2020 se tiene un total de 80 proyectos y finalmente en el año 2021 un total de 45 proyectos ganadores de concursos de fondos de inversión privados que juntando los tres años de análisis se obtiene un total global de 151 proyectos.

De los siguientes números se puede deducir que en el año 2019 se tiene un bajo número de proyectos incubados (17,22%) posiblemente por el desconocimiento de los jóvenes de las posibilidades que el estado ofrece para emprender como los concursos de ProInnovate o fondos privados, también puede ser la falta de presencia de la incubadora “A” en su Universidad de origen lo cual resta motivación a los jóvenes por emprender o iniciar sus propios negocios. De estos 26 proyectos se destaca que en su mayoría sean servicios más que productos, esto puede ser debido a que los servicios pueden constituir una fuente

importante de divisas y contribuir a la expansión económica general (Organización Mundial del Comercio, s.f.). Otro punto a resaltar es que los proyectos se desarrollaron en un rubro poco común (la incubadora “A” no brindó la información exacta del rubro) que al parecer les ayudó a ganar los concursos de fondos privados y finalmente pero no menos importante es bueno destacar la etapa de incubación de los proyectos que en este caso el más representativo fue la etapa de incubación que puede ser debido a que los proyectos en su mayoría al ser servicios no necesitaban una pre – incubación como tal o simplemente ya se encontraban ligeramente consolidados e ingresaron a la etapa de incubación al ganar los concursos.

En el año 2020 el número se incrementó un 35,76% con un total de 80 proyectos en incubación (52,98%), de esta data podemos deducir o incluso asegurar que la pandemia COVID – 19 fue una gran influencia para el abrupto crecimiento de los proyectos incubados, que, de igual manera fueron presentados a fondos privados de inversión y lograron ganar el apoyo económico. La Cámara de Comercio de Lima (2021), manifiesta que se crearon más de 235.000 empresas durante el año 2020. Para este caso la mayoría de los proyectos también se tratan de servicios lo cual guarda relación con lo antes mencionado como lo es la pandemia COVID – 19 ya que nadie podía salir de sus hogares los servicios a domicilio fueron una gran opción de emprendimiento y de inversión lo cual se corrobora con las cifras de mismo año donde se conoce que el servicio de delivery tuvo un alza del 250% según lo que se comenta en el diario Gestión (Redacción Gestión, 2021). Siguiendo con el tipo de rubro se destacan dos principales que son el rubro alimenticio que va de la mano con todo lo ya explicado fruto de la pandemia y también tenemos el rubro “otros” donde como se nombró anteriormente no se tiene el dato exacto. Finalmente, la mayoría de proyectos incubados y presentados pertenecen a la etapa de pre – incubación lo cual es entendible debido a que las asesorías realizadas por la incubadora fueron netamente virtuales y la mayoría de proyectos fueron

iniciados por los jóvenes universitarios viendo el potencial de inversión y retorno de los servicios de comida y delivery que se acrecentaban junto con la pandemia.

Como ultimo tenemos al año 2021 con un total de 45 proyectos (29,80%) presentados y ganadores de los fondos de inversión privados, en comparación con el año anterior se aprecia una disminución de un 23,18% que podría ser debido a la liberación paulatina por parte de nuestro gobierno de las personas, restaurantes, áreas libres, zonas verdes, entre otros, es decir, cuando la pandemia COVID – 19 se estaba reduciendo a una endemia. Como en los años posteriores se aprecia que siguen predominando los proyectos que se rigen al tema de los servicios y si hablamos de los rubros tenemos que los más destacados son alimenticio, turístico, industrial y el rubro otros, lo cual demuestra una relación con la pandemia ya que gracias a eliminar las restricciones del gobierno es que los restaurantes, las empresas de turismo y también las empresas industriales nuevamente podían entrar en funcionamiento y realizar sus actividades con normalidad. Finalmente es bueno destacar que todos los 45 proyectos de este año ganaron los concursos de fondos privados en la etapa de pre – incubación, esto debido a que en esta etapa se consolidan las acciones deliberadas que básicamente se caracterizan por dirigir la mayoría de las actividades de los emprendedores, hacia el incremento de valor de idea de negocio y al desarrollo del perfil empresarial que buscan (Hulett R. & Pérez P., 2002).

Incubadora “B”

Para esta incubadora existe un detalle específico que se debe tomar en cuenta, los números presentados en las figuras son fruto únicamente de las convocatorias que la incubadora realizó en los años sujeto de análisis más no son proyectos ganadores.

Se puede apreciar que en el año 2019 se tuvieron 13 proyectos presentados a las convocatorias, seguido del año 2020 con únicamente 9 proyectos presentados y finalmente en el año 2021 solo se incrementó en 1, siendo 10 proyectos en total. Juntando los tres años

tenemos la suma de 32 proyectos que se presentaron a las convocatorias de emprendimiento. Viendo los presentes datos de una forma objetiva es en realidad es un bajo número de emprendimientos, si solo tomamos el año 2020 y nos enfocamos en el artículo elaborado por González-López, et al. Identificamos que la pandemia COVID – 19 ha impactado de forma sustancial en la actividad emprendedora a nivel mundial, lo cual simplemente ha disminuido la percepción de la población sobre la existencia de oportunidades para empezar con una empresa.

Teniendo la descripción global de los datos podemos deducir que en el año 2019 (siendo el año más resaltante) los 13 proyectos se presentaron a las convocatorias externas o como la incubadora lo denomina como “otros”, si hablamos estadísticamente estos 13 proyectos representan el 40,63% del total de proyectos global lo cual es buen número si se toma en cuenta los antecedentes de la incubadora.

Hablando del tipo de proyectos predominan los emprendimientos que se desarrollan con productos lo cual puede estar sujeto al hecho de que en ese año se vivía una fuerte influencia de los países extranjeros en los cuales las importaciones de productos con precios económicos estuvieron de auge.

Comentando sobre los rubros de emprendimiento predominan los productos relacionados con la tecnología, como se comentó anteriormente puede estar sujeto a las importaciones de los productos baratos en este caso tecnológicos accesibles a los segmentos C y D de personas. También se presenta el rubro alimenticio como producto siendo tal vez la idea de emprendimiento el simple hecho de elaborar comida y venderla.

Finalmente, en la etapa de incubación se ve que destaca la etapa de Incubación esto quiere decir que la mayoría de productos presentados ya se encontraban desarrollados más no se lograban las ventas que los empresarios esperaban y era labor del equipo técnico acompañar al emprendedor en responder a la demanda que presentaba el mercado mediante el diseño de diversas estrategias (Boveda et al., 2015), tal vez la presentación hacia la

convocatoria para adquirir fondos era un medio para impulsar el proyecto. También se tiene un proyecto en la etapa de pre – incubación el cual de igual manera se presentó a las convocatorias para adquirir fondos y de esa manera potenciar el proyecto junto a la ayuda de la incubadora.

Continuando en el año 2020, de igual manera las 9 convocatorias hacia concursos simplemente se encuentran en “otros” representando un 28,13% del total global. Vemos una reducción del 12.50% con respecto al año 2019 y podemos interpretar que esta reducción es causada por la poca presencia de la incubadora en cuestión de motivación, acompañamiento, seguimiento y la pandemia en la cual se desenvolvían.

En relación al tipo de emprendimiento se aprecia una gran diferencia con el año 2019, predominan los proyectos que se dedicaron a servicios y al igual que en la incubadora “A” esto es causado por la pandemia COVID – 19 donde todos los emprendimientos de servicios tuvieron un gran auge por la necesidad.

Hablando del rubro de los servicios presentados pues se ve que son de rubro tecnológico en su totalidad y esto puede ser debido a las innumerables páginas o aplicaciones de servicios de delivery que se ofertaron durante todo este año 2020 comprobable gracias al reporte “Impacto de las plataformas digitales en la economía peruana” producto del Instituto Peruano de Economía (2023) donde se muestra que las páginas y aplicaciones de delivery sumaron S/1,421 millones lo cual representa el 0.25% del Producto Bruto Interno (PBI) de nuestro país.

Finalmente, las etapas de incubación que han destacado fueron la de Incubación y Pre – Incubación ya que pudieron tratarse de proyectos como una simple idea de negocio y que al postularse a la convocatoria querían hacerlo realidad y también había proyectos ya tangibles y materializados que simplemente necesitaban una inyección de capital para poder crecer.

En el año 2021 también se nota la presencia de 10 proyectos que se presentaron a convocatorias de la incubadora, esto representa el 31,25% del total y se identifica un crecimiento del 3,12% con respecto al año anterior.

Los proyectos que se presentaron destacan más por ser productos más que servicios y esto puede estar sujeto a la disminución paulatina de la pandemia donde ya se permitía o se daba mayor libertad para realizar trabajos presenciales u ofrecer productos importados a precios accesibles, en noviembre 2021 se registró un valor importado de US\$ 4,492 millones en productos lo cual refleja un crecimiento del 26.8% con respecto al 2020 y con respecto a noviembre 2019 un 31.9% (ComexPerú, 2022).

En cuestión del rubro donde se desempeñaron estos productos se observa que la mayoría pertenece al rubro tecnológico y una pequeña cantidad (dos para ser exactos) se dedicaron al rubro alimenticio. Recordemos que gracias a la disminución de la pandemia fue posible la apertura de nuevos mercados tecnológicos y también de cierta manera los rubros alimenticios físicos también pudieron recuperar su auge.

Finalmente se encontraron a los proyectos en la etapa de incubación, esto refleja la intensión de los proyectos por potenciar sus emprendimientos que ya operaban comercialmente, pero necesitaban una inyección de capital, según lo comunicado por la incubadora los 32 proyectos presentados en los tres años no pudieron ganar ningún concurso público o privado.

Incubadora “C”

Finalmente, se tienen los datos de la última incubadora los cuales pese a no ofrecer una data si contribuyen al aporte de la presente investigación (en la identificación de problemas o debilidades) ya que en los tres años sujeto de análisis los números fueron únicamente ceros y la explicación que la propia incubadora brindo frente a estos resultados fue que en el 2019 no hubieron proyectos que se presentaron o incluso no habían proyectos

en incubación y esto es comprobable gracias a la propia página web de la incubadora donde los últimos tres concursos fueron llevados a cabo entre octubre y noviembre del año 2018.

Para el año 2020 hubo proyectos que se presentaron (no se brindó el detalle de cuantos exactamente), pero, con la creciente pandemia COVID – 19 el gobierno como tal decidió cambiar los fondos destinados para el emprendimiento hacia la construcción o implementación de puestos de salud para tratar los casos COVID.

Y con respecto al último año sujeto de análisis 2021, hubo ciertos proyectos que se presentaron más no lograron ser incubados o incluso presentados hacia concursos de incubación por el desinterés de los propios estudiantes y que aún la pandemia poco a poco se está culminando, esto generó un cierto temor en los estudiantes que no querían arriesgar el dinero que podían invertir en sus propios proyectos debido a que si lo necesitaban con urgencia.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Como colofón los emprendimientos incubados en incubadoras de negocios ganadores de concursos nacionales o internacionales por lo menos para el caso de la incubadora “A” nos muestran un fuerte compromiso de esta incubadora por impulsar los proyectos incubados en la misma y de esa manera lograr ganar concursos de incubación. Para el caso de las otras dos incubadoras si bien no han ganado concursos como tal, la incubadora “B” también muestra un fuerte compromiso con sus emprendimientos incubados para de alguna manera verlos crecer en un futuro próximo y la incubadora “C” muestra la nula capacidad de recolección de datos internos de sus emprendimientos incubados para el análisis y mejora de la misma.

También podemos asegurar según la data obtenida que el número de emprendimientos incubados ganadores (solo aplicable para la incubadora “A”) entre los tres años es de 151 proyectos que se presentaron a concursos a nivel nacional y lograron ganar tanto en concursos del estado como también fondos privados, lo cual refleja un buen número de emprendimientos que a la actualidad pueden estar operando en el mercado arequipeño. También que la incubadora “B” tuvo un total de 32 proyectos presentados hacia los concursos de incubación que lastimosamente no pudieron generar un premio en los diversos concursos de incubación nacionales e internacionales.

A su vez también podemos concluir que los concursos en los cuales participaron en concursos nacionales tanto públicos como privados, pero siendo los concursos de fondos privados los más destacados para el caso de la incubadora “A” que fue la única incubadora que incubo proyectos que lograron ganar fondos. A su vez la incubadora “B” se presentó a los diferentes concursos no logrando conseguir ninguna victoria con sus proyectos. Cabe resaltar que los proyectos incubados no participaron en ningún concurso a nivel internacional.

Es seguro comentar que los tipos de emprendimientos incubados en incubadoras de negocios que fueron ganadores de concursos a nivel nacional o internacional recae entre productos y servicios, siendo los emprendimientos de servicios los más significativos durante los años 2020 y 2021 que calzan con el confinamiento de la pandemia por COVID – 19 que azoto al país.

Explicando los rubros de los proyectos ganadores de los concursos fueron bastante variados teniendo los siguientes rubros: industrial, automotriz, textil, alimenticio, turístico y otros. Esto representa la facilidad con la cual la incubadora “A” puede acoger, incubar e impulsar proyectos de diferentes rubros con el fin de ganar concursos y finalmente afianzar el crecimiento de la empresa, emprendimiento o proyecto en potencia. Pero también es bueno identificar que la incubadora “B” presenta números prometedores para los rubros de carácter alimenticio y el rubro tecnológico en su mayoría.

Tomando en cuenta las etapas de incubación donde estos proyectos lograron ganar los concursos también son variadas identificando que pre – incubación e incubación fueron las más resaltantes entre las dos incubadoras donde pudimos recolectar datos, pero también hubo proyectos ganadores en la etapa de post – incubación. Esto simplemente es muestra de la capacidad de las incubadoras para gestionar sus modelos de incubación no solo en etapas tempranas del emprendimiento sino lograr de alguna manera mejorar proyectos ya consolidados en el mercado mediante sus diferentes estrategias de incubación.

Finalmente, es bueno detallar de la incubadora “A” que los proyectos fueron presentados al concurso de Proyectos Innovadores de ProInnovate Perú, en el cual el cofinanciamiento es de S/60,000.00 como capital semilla y como un incentivo a la incubadora que presento el proyecto se le brinda S/7,000.00 para el acompañamiento del mismo proyecto. También hubo proyectos ganadores de fondos privados, esto quiere decir que empresas privadas realizaron también concursos de emprendimiento y los proyectos

ganadores reciben de igual manera un capital semilla o un financiamiento directamente de la empresa auspiciadora, entre otras facilidades que ofrecen como mentorías, uso de instalaciones, entre otras.

Esto no hace más que impulsar el deseo universitario por forjar jóvenes que tengan una idea de negocio, que deseen emprender, que quieran mejorar sus emprendimientos o simplemente deseen acelerar sus negocios aportando a la economía de la región o del país creando empleo, aportando con impuestos y finalmente logrando el desarrollo del país. Pero todo esto únicamente puede empezar con la motivación de las instituciones universitarias hacia los jóvenes actuales.

Recomendaciones

También es bueno elegir incubadoras que muestren una data de proyectos ganadores más amplia para poder ser comparados entre si según las incubadoras analizadas y también en diferentes periodos de tiempo, esa podría ser una nueva investigación con cualidades que llamen la atención para identificar las tendencias de tipo de proyectos, rubros de proyecto y concursos a los que participan resultando en una investigación que demuestre tanto el potencial emprendedor en la ciudad de Arequipa gracias a la ayuda de las incubadoras de negocio de las instituciones universitarias como también proyectar que negocios podrían funcionar y mantenerse a lo largo de las años según la coyuntura y necesidades de la ciudad.

También es recomendable que las incubadoras universitarias mejoren sus procesos de incubación, es decir, en caso no tuvieran un modelo de incubación pueden adoptar los propuestos en esta investigación o alguno nuevo que funcione y conlleve a resultados positivos para los proyectos incubados y posteriormente puedan resultar ganadores en concursos de incubación.

Otro punto a resaltar es que las incubadoras por lo general no deberían dejar de innovar en sus procesos ya sea de mentores o incluso de infraestructura, esta puede ser de

cierta manera alguna dificultad por la cual las incubadoras “B” y “C” no han podido ganar concursos o incluso tener proyectos en incubación.

A su vez, en nuestro territorio nacional es de gran importancia que las incubadoras de negocios ya sea universitarias o privadas estén registradas en la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas y también licenciadas por ProInnovate Perú ya que esta entidad es la encargada de desarrollar los concursos que se nombraron anteriormente para proyectos e incubadoras de negocios.

Como última recomendación se sugiere que se implemente, se mejore y se optimice constantemente la recolección de información sobre los diferentes proyectos incubados según sus características propias para con ello realizar un mejor seguimiento y mejoras en pro de los emprendimientos identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la propia incubadora y de esa manera mejorar sus procesos internos con el fin de lograr resultados más óptimos.

Referencias

- Alba Ortuño, C. (2015). Modelo de Incubación de Empresas: Una Propuesta. *PERSPECTIVAS*, 65-90.
- Arce Cueva, C. H. (2019). *Referencias del impacto de un programa de educación emprendedora en Cajamarca. El Caso del Programa de Formación de Jóvenes Emprendedores en Cajamarca*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arias López, K. J., & Terrones Huansi, J. W. (2018). *Emprendimiento de los Estudiantes de una Universidad Privada y una Universidad Pública de la ciudad de Trujillo*. Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Barragán, A. (s.f.). *Pymrang*. Obtenido de <https://www.pymrang.com/emprender/645-el-papel-de-las-incubadoras-en-las-universidades>
- Bernal Guerrero, A., & Cárdenas Gutiérrez, A. (2017). Evaluación del Potencial Emprendedor en Escolares. Una Investigación Longitudinal. *Educación XXI*, 73-94.
- Bonilla Monzón, M., Tamayo Rodríguez, J., Pérez Gonzáles, E., & Sánchez Martínez, D. (2008). *La importancia del Desarrollo de las Incubadoras para el Impulso y Crecimiento de las MPYMES*. Ciudad de México.
- Bóveda Q., J. E., Oviedo, A., & Yakusik S., A. L. (2015). *Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas*. Paraguay: Incuna.
- Boveda Q., J., Oviedo, A., & Yakusik S., A. (2015). *Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas*. PRODUCTIVA.
- Bueno, E. (12 de Noviembre de 2003). *Madrid más*. Obtenido de <http://www.madrimasd.org/modelo-intellectus-medicion-gestion-capital-intelectual#:~:text=El%20modelo%20Intellectus%20se%20enmarca,o%20controla%20en%20un%20momento>
- Cámara de Comercio de Lima. (22 de Marzo de 2021). *La Cámara*. Obtenido de <https://lacamara.pe/en-el-2020-se-crearon-mas-de-235-000-empresas-en-el-peru/>
- Canales García, R. A., Román Sánchez, Y. G., & Obando Aldana, W. (2017). *Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. Entreciencias*.
- Castro, J. (02 de Junio de 2022). *CORPONET*. Obtenido de <https://blog.corponet.com/empresas-de-servicios-sus-caracteristicas-y-retos#subt1>
- ComexPerú. (07 de Enero de 2022). *Sociedad del Comercio Exterior del Perú*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/importaciones-superan-niveles-previos-a-la-pandemia>
- Condori Gonzáles, A. T., & Rosales López, P. P. (2018). El emprendimiento y la potencialidad de los alumnos de la Universidad Mayor de San Marcos. *Industrial Data*, 91-100.
- Congreso de la República. (2022). *Diario Oficial el Peruano*. Obtenido de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0021/ley-universitaria-30220.pdf>
- Duarte Cueva, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 46-56.
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 326-331.
- Esteban Nieto, N. T. (2018). *Tipos de Investigación*. Lima: Universidad Santo Domingo de Guzman.
- Forbes Advertorial. (11 de diciembre de 2019). *Forbes México*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/emprender-como-ser-un-negocio-lider/>

- Gago Torres, F. A. (2017). *Relación entre el valor de marca de Uber y la reputación corporativa generada en los jóvenes del Centro de Emprendimiento INITEC*. Lima: Universidad César Vallejo.
- García Martínez, J. (2014). El entorno universitario como factor en la transferencia de conocimientos a través de incubadoras de empresas. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 227-244.
- García-García, V. D. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1221-1236.
- González - López, M., & Pérez - López, M. (2022). RELACIÓN ENTRE RESILIENCIA, AUTOEFICACIA E INTENCIÓN EMPRENDEDORA: PAPEL MODERADOR DEL CONTEXTO DEL CORONAVIRUS. En B. R. Hernández - Sánchez, G. M. Cardella, & J. C. Sánchez - García, *Miradas sobre el emprendimiento ante la crisis del coronavirus* (págs. 154 - 159). Dykinson, S.L.
- Guerra Triviño, O. L., Hernández Castillo, D., & Triviño Ibarra, C. G. (2015). Incubadora de empresas; ¿vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Universidad y Sociedad*, 110-114.
- Guzmán, C. (07 de Marzo de 2017). *PQS*. Obtenido de <https://pqs.pe/emprendimiento/porque-son-importantes-las-incubadoras-de-negocios/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2022). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: INTERAMERICANA EDITORES.
- Hulett R., M., & Pérez P., L. (2002). *Revista Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a02v23n03/02230312.html>
- Instituto Politécnico Superior. (2023). *Dirección de Incubación de Empresas Tecnológicas*. Obtenido de <https://www.ipn.mx/diet/>
- Jiménez Eguizábal, A., Palmero Cámara, C., & Luis Rico, M. I. (2013). De los tiempos educativos a los tiempos sociales. Educación y emprendimiento en el uso de tiempo de los jóvenes de la Unión Europea. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 423-432.
- León Mendoza, J. C. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 429-439.
- Lloja Rengifo, H., Chugnas Malimba, E., Tello Fasanando, Z., & Cruz Tarrillo, J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *COMUNI@CCIÓN: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 269-281.
- López Fernández, R., Avello Martínez, R., Palmero Urquiza, D. E., Sánchez Gálvez, S., & Quintana Álvarez, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Revista Cuabana de Medicina Militar*, 441-450.
- Manrique, G., Fuentes, V., Gallardo, C., & Soria, F. (2023). *Impacto de las plataformas digitales en la economía peruana*. Lima: Sociedad de Comercio Exterior del Perú.
- Marulanda Montoya, J. A., Correa Calle, G., & Mejía Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Escuela de Administración de Negocios*, 153-168.
- Marulanda Valencia, F., & Morales Gualdrón, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 12-28.
- Midolo Ramos, W. R., Cornejo Condori, Y. M., & Ayala Cochón, F. F. (2021). Capacidad emprendedora en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa - 2019. *Revista Venezolana de Gerencia*, 261-275.

- Mora Pacheco, P. F., Aguirre Quezada, J. C., Álava Atiencie, N. G., & Cordero López, J. F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Economía y Política*.
- Muñiz, M. (2019). Tres elementos clave para emprender. *Woman's week*, 1-3.
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). OMC. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/cbt_course_s/a1s1p1_s.htm#:~:text=Los%20servicios%20son%20un%20insumo,%2C%20comunicaciones%2C%20educaci%C3%B3n%20o%20salud.
- Paytan Riveros, C. S. (2012). *El emprendimiento como forma de vida en Huancayo*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Peña Ramirez, C., Arias Mora, B., Serafim da Silva, S., & Gonçalves do Amaral, M. (2019). Incubadoras de Negocios en Red: Capital Intelectual de Incubadoras de Negocios de Latinoamérica y la Relación con su Éxito. *Revista Eletrônica de Administração*, 96-118.
- Peña Ramírez, C., Garcés Rodríguez, G., & Serafim da Silva, S. (2020). Los emprendedores zombis: emprendimiento en etapa inicial que no crea empresa en el contexto latinoamericano. *Estudios Gerenciales*, 351-363.
- Peña-Vinces, J. C., Bravo, S., Álvarez, F., & Pineda, D. A. (2010). Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de casos. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 14-29.
- PERU INCUBA. (14 de junio de 2022). *PERU INCUBA*. Obtenido de <https://www.peruincuba.net/>
- Pineda Márquez, K., Urrego Montañez, K., Martínez Cárdenas, A., & García Carvajal, S. (2011). Perspectivas de la incubación de empresas en Colombia: un estudio exploratorio en las principales ciudades del país. *Libre Empresa*, 157-174.
- RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- Redacción Gestión. (09 de Febrero de 2021). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/servicio-de-delivery-en-peru-crecio-250-durante-la-pandemia-nndc-noticia/>
- Redactor Rock Content. (08 de junio de 2020). *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>
- Rodríguez Fortuny, C. (2013). *Las Incubadoras de Empresas*. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Salas Ocampo, D. (3 de Diciembre de 2019). *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>
- Sifuentes Aceijas, L. (2011). *Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el caso del CIDE de la PUCP en el 2011*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Start-Up Brasil. (2023). *START UP brasil*. Obtenido de <https://www.startupbrasil.org.br/>
- START-UP CHILE DE CORFO. (2023). *Start-UP Chile*. Obtenido de <https://startupchile.org/>
- Suárez Zaizar, S. (s.f.). *Decisión de Empresario*. Obtenido de <https://www.decisiondeempresario.com/el-potencial-emprendedor/>
- Telefónica Open Innovation . (2022). *Wayra*. Obtenido de <https://www.wayra.com/what-is-wayra>
- Uiz Tibana, M., & Duarte, T. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 326-331.
- Urquiza Zúñiga, D. (2020). *Intención emprendedora en los estudiantes de los últimos años de la Universidad La Salle, Arequipa 2020*. Arequipa: Universidad La Salle.

- Uzquiano Mondragón, K. L. (2017). *Programa “Formando jóvenes” para fortalecer el emprendimiento en estudiantes de Primero de secundaria de la I.E. Fe y Alegría 43, 2016*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Vargas Valdivieso, M. A., & Utterman Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 709-717.
- Vela Velásquez, J. C. (2011). *Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana*. Lima: PUCP.
- Y-Combinator. (2022). *Y-COMBINATOR*. Obtenido de <https://www.ycombinator.com/>

Apéndices/Anexos

Apéndice N°1

Tabla 2

Incubadoras registradas en PERUINCUBA

Nombre de la Incubadora	Procedencia de la Incubadora
KAMAN	Universidad Católica San Pablo (UCSP)
INNOVA	Universidad ESAN
NEXUM	Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)
JAKU	Universidad Nacional de San Agustín (UNSA)
Emprende UP	Universidad del Pacifico
HUB UDEP	Universidad de Piura (UDEP)
INNICIA	Universidad Católica de Santa María (UCSM)
Bioincuba	Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH)
INICTEL - UNI	Universidad Nacional de Ingeniería (UNI)
1551 Incubadora de Empresas Innovadoras	Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Wichay UC	Universidad Continental (UC)
Emprendimiento e Incubación	Instituto Continental (IC)

Extraído de PERUINCUBA (2022)

Apéndice N°2

Instrumento

Encuesta virtual desarrollada en Microsoft Excel

INCUBADORA	AÑO	NÚMERO DE PROYECTOS GANADORES	CONCURSO QUE PARTICIPARON	
			Cantidad de participaciones ganadoras en los diferentes concursos	
	2019		<input type="checkbox"/>	Emprendimientos Innovadores, proyectos viables relacionados a la sostenibilidad ambiental.
			<input type="checkbox"/>	Emprendimientos Dinámicos, servicio o producto comercializado con sostenibilidad ambiental.
			<input type="checkbox"/>	Startup Perú Plug 3G, acompañamiento de startups extranjeras en etapa de escalamiento.
			<input type="checkbox"/>	Incubadoras y Aceleradoras de Negocios, incubadoras que necesitan financiamiento pueden presentarse.
			<input type="checkbox"/>	Redes de Inversionistas Ángeles, inversionistas que desean inyectar capital a los proyectos.
			<input type="checkbox"/>	Otros:
	2020		<input type="checkbox"/>	Emprendimientos Innovadores, proyectos viables relacionados a la sostenibilidad ambiental.
			<input type="checkbox"/>	Emprendimientos Dinámicos, servicio o producto comercializado con sostenibilidad ambiental.
			<input type="checkbox"/>	Startup Perú Plug 3G, acompañamiento de startups extranjeras en etapa de escalamiento.
			<input type="checkbox"/>	Incubadoras y Aceleradoras de Negocios, incubadoras que necesitan financiamiento pueden presentarse.
			<input type="checkbox"/>	Redes de Inversionistas Ángeles, inversionistas que desean inyectar capital a los proyectos.
			<input type="checkbox"/>	Otros:
	2021		<input type="checkbox"/>	Emprendimientos Innovadores, proyectos viables relacionados a la sostenibilidad ambiental.
			<input type="checkbox"/>	Emprendimientos Dinámicos, servicio o producto comercializado con sostenibilidad ambiental.
			<input type="checkbox"/>	Startup Perú Plug 3G, acompañamiento de startups extranjeras en etapa de escalamiento.
			<input type="checkbox"/>	Incubadoras y Aceleradoras de Negocios, incubadoras que necesitan financiamiento pueden presentarse.
			<input type="checkbox"/>	Redes de Inversionistas Ángeles, inversionistas que desean inyectar capital a los proyectos.
			<input type="checkbox"/>	Otros:

TIPO DE EMPRENDIMIENTO	RUBRO DE EMPRENDIMIENTO	ETAPA DE INCUBACIÓN
Cantidad de emprendimientos ganadores	Cantidad de rubros ganadores	Cantidad de proyectos ganadores en cierta etapa de incubación
<input type="checkbox"/> Productos <input type="checkbox"/> Servicios Total: 0	<input type="checkbox"/> Textil <input type="checkbox"/> Calzado <input type="checkbox"/> Alimenticio <input type="checkbox"/> Turístico <input type="checkbox"/> Industrial <input type="checkbox"/> Automotriz <input type="checkbox"/> Sistemas <input type="checkbox"/> Otros Total: 0	<input type="checkbox"/> Pre - incubación <input type="checkbox"/> Incubación <input type="checkbox"/> Post - incubación <input type="checkbox"/> Aceleración Total: 0
Cantidad de emprendimientos ganadores	Cantidad de rubros ganadores	Cantidad de proyectos ganadores en cierta etapa de incubación
<input type="checkbox"/> Productos <input type="checkbox"/> Servicios Total: 0	<input type="checkbox"/> Textil <input type="checkbox"/> Calzado <input type="checkbox"/> Alimenticio <input type="checkbox"/> Turístico <input type="checkbox"/> Industrial <input type="checkbox"/> Automotriz <input type="checkbox"/> Sistemas <input type="checkbox"/> Otros Total: 0	<input type="checkbox"/> Pre - incubación <input type="checkbox"/> Incubación <input type="checkbox"/> Post - incubación <input type="checkbox"/> Aceleración Total: 0
Cantidad de emprendimientos ganadores	Cantidad de rubros ganadores	Cantidad de proyectos ganadores en cierta etapa de incubación
<input type="checkbox"/> Productos <input type="checkbox"/> Servicios Total: 0	<input type="checkbox"/> Textil <input type="checkbox"/> Calzado <input type="checkbox"/> Alimenticio <input type="checkbox"/> Turístico <input type="checkbox"/> Industrial <input type="checkbox"/> Automotriz <input type="checkbox"/> Sistemas <input type="checkbox"/> Otros Total: 0	<input type="checkbox"/> Pre - incubación <input type="checkbox"/> Incubación <input type="checkbox"/> Post - incubación <input type="checkbox"/> Aceleración Total: 0

Apéndice N°3

Validación del instrumento

Validación realizada por los expertos en el tema – Ing. Medardo Delgado Paredes.

VARIABLE	N.º	INDICADOR	CRITERIOS A EVALUAR						SUGERENCIA
			RELEVANCIA		PERTINENCIA		CLARIDAD		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Incubadora	1	Incubadora de procedencia: <i>Se pide seleccionar a que incubadora se realizaron las preguntas de investigación.</i>	X		X		X		
Año	2	Año en el que gano/ganaron el/los proyecto/proyectos: <i>Seleccionar el año en que los proyectos lograron ganar alguno de los concursos.</i>		X	X		X		
Nro. de proyectos	3	Cuantos proyectos ganaron en ese año: <i>Colocar el número de proyectos ganadores en el año seleccionado por la incubadora.</i>	X		X		X		
Concursos	4	En que concursos participaron: <i>Consignar la cantidad de proyectos por incubadora que han ganado en los diversos concursos de incubación.</i>	X		X		X		
Tipo	5	Tipo de emprendimiento: <i>Se identificará la cantidad de proyectos ganadores que se desarrollan como productos o servicios.</i>	X		X		X		
Rubro	6	Determinar el rubro incubado: <i>Se identificará el número de rubros ganadores de los concursos.</i>	X		X		X		
Etapas	7	Identificar la etapa de incubación: <i>Delimitar la cantidad de proyectos ganadores en cierta etapa de incubación.</i>	X		X		X		

Fuente: Elaboración propia

Calificación de Validación

Instrumento Aplicable	X	Instrumento No Aplicable	
-----------------------	----------	--------------------------	--

Juez validador: Ing. Medardo Delgado Paredes

Especialidad del validador: Ingeniero de Sistemas, Mentor de emprendimientos en la incubadora JAKU UNSA.



Ing. Medardo Delgado Paredes

Fecha: 28/02/202

Validación del instrumento

Validación realizada por los expertos en el tema – Ing. Stephanie Cheneaux Márquez.

VARIABLE	N.º	INDICADOR	CRITERIOS A EVALUAR						SUGERENCIA
			RELEVANCIA		PERTINENCIA		CLARIDAD		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Incubadora	1	Incubadora de procedencia: <i>Se pide seleccionar a que incubadora se realizarán las preguntas de investigación.</i>	X		X		X		
Año	2	Año en el que gano/ganaron el/los proyecto/proyectos: <i>Seleccionar el año en que los proyectos lograron ganar alguno de los concursos.</i>	X		X		X		
Nro. de proyectos	3	Cuantos proyectos ganaron en ese año: <i>Colocar el número de proyectos ganadores en el año seleccionado por la incubadora.</i>	X		X		X		
Concursos	4	En que concursos participaron: <i>Consignar la cantidad de proyectos por incubadora que han ganado en los diversos concursos de incubación.</i>	X		X		X		
Tipo	5	Tipo de emprendimiento: <i>Se identificará la cantidad de proyectos ganadores que se desarrollan como productos o servicios.</i>	X		X		X		
Rubro	6	Determinar el rubro incubado: <i>Se identificará el número de rubros ganadores de los concursos.</i>	X		X		X		
Etapas	7	Identificar la etapa de incubación: <i>Delimitar la cantidad de proyectos ganadores en cierta etapa de incubación.</i>	X		X		X		

Fuente: Elaboración propia

Calificación de Validación

Instrumento Aplicable	X	Instrumento No Aplicable	
-----------------------	----------	--------------------------	--

Juez validador: Ing. Stephanie Cheneaux Márquez

Especialidad del validador: Ingeniera Comercial, Encargada de la Incubadora PARMENIA



Ing. Stephanie Cheneaux Márquez

Fecha: 28/02/202

Apéndice N°4

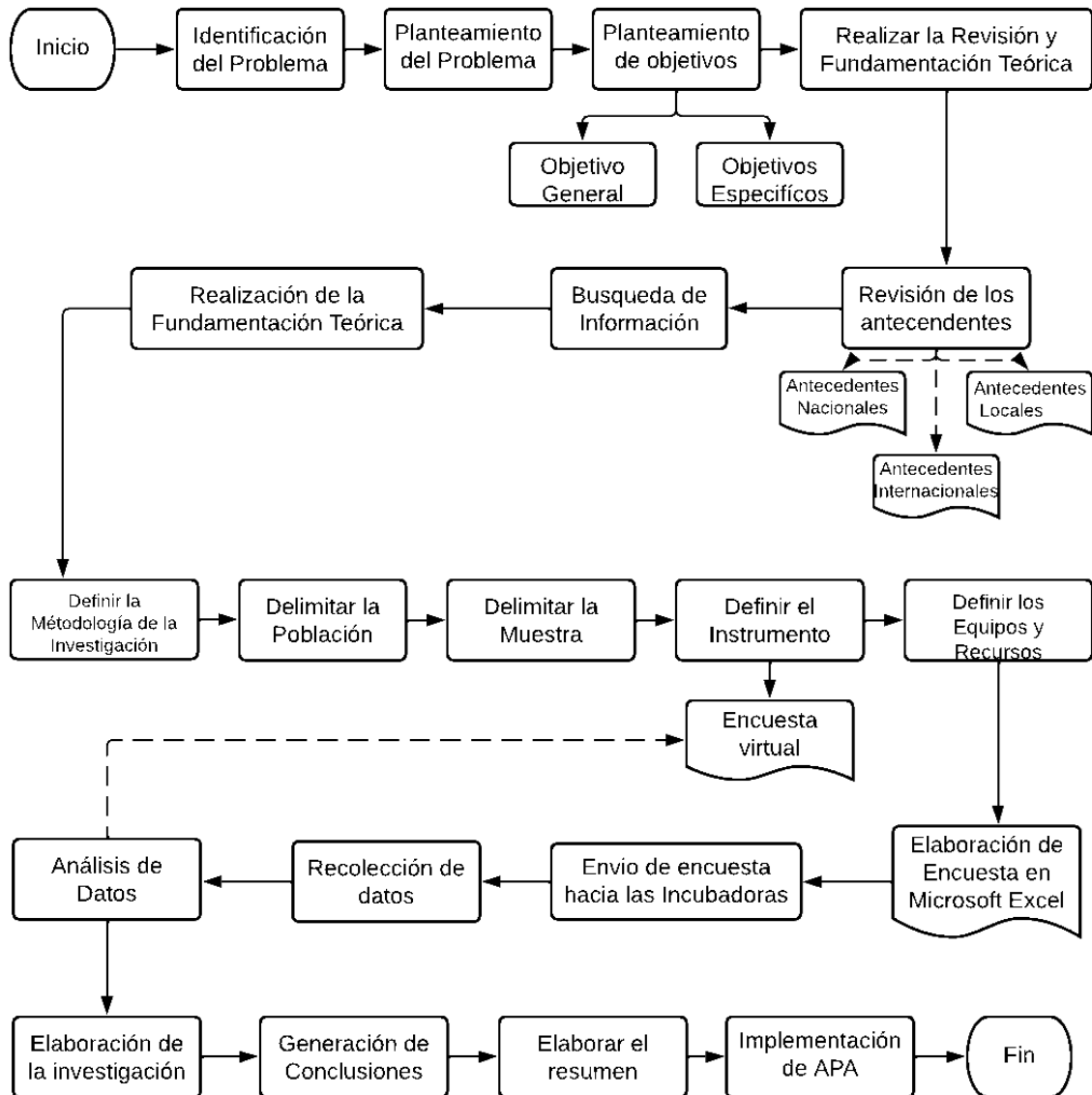
Matriz de Consistencia

Título: Analizar la participación de incubadoras universitarias arequipeñas en concursos de incubación nacionales e internacionales, 2019 – 2021.

Problemas	Objetivos	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema General	Objetivo General			
¿Cuáles son los tipos de emprendimientos incubados en incubadoras de negocios fueron ganadores de concursos a nivel nacional e internacional entre los años 2019 y 2021?	Determinar el tipo de emprendimientos incubados en incubadoras de universidades arequipeñas ganadores en concursos a nivel nacional e internacional entre el 2019 hasta el 2021	Incubadoras	Nombre de la Incubadora	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enfoque:</i> cuantitativo • <i>Tipo:</i> científica básica • <i>Alcance:</i> descriptivo • <i>Diseño:</i> no experimental • <i>Población:</i> 12 instituciones con incubadora • <i>Muestra:</i> 3 universidades Arequipeñas • <i>Instrumento:</i> fichas de observación documental • <i>Forma de análisis:</i> análisis
		Año	2019, 2020 y 2021	
		Número de Proyectos	Número total de proyectos ganadores	
		Concurso de Participación	Cantidad de participaciones	
Problemas específicos o secundarios	Objetivos específicos o secundarios			
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el número de emprendimientos incubados ganadores? • ¿Cuáles son los concursos en los que participaron? • ¿Cuál es la incubadora de procedencia? • ¿Cuáles son los rubros de desarrollo del emprendimiento? • ¿Cuál fue la etapa de desarrollo en la que lograron el premio? 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el número de emprendimientos incubados ganadores. • Determinar el/los concursos en los que participaron. • Determinar la incubadora de procedencia. • Determinar los rubros de desarrollo del emprendimiento. • Determinar en qué etapa de desarrollo lograron el premio. 	Tipos de Emprendimiento	Cantidad de productos o servicios	
		Rubros de Emprendimiento	Cantidad de proyectos por rubro	
		Etapa de Incubación	Cantidad de proyectos por etapa	

Apéndice N°5

Flujograma del Procedimiento



Apéndice N°6

Figuras provenientes de la Incubadora A – Año 2019

Figura N. ° 9

Concurso de participación de los proyectos presentados a la Incubadora A

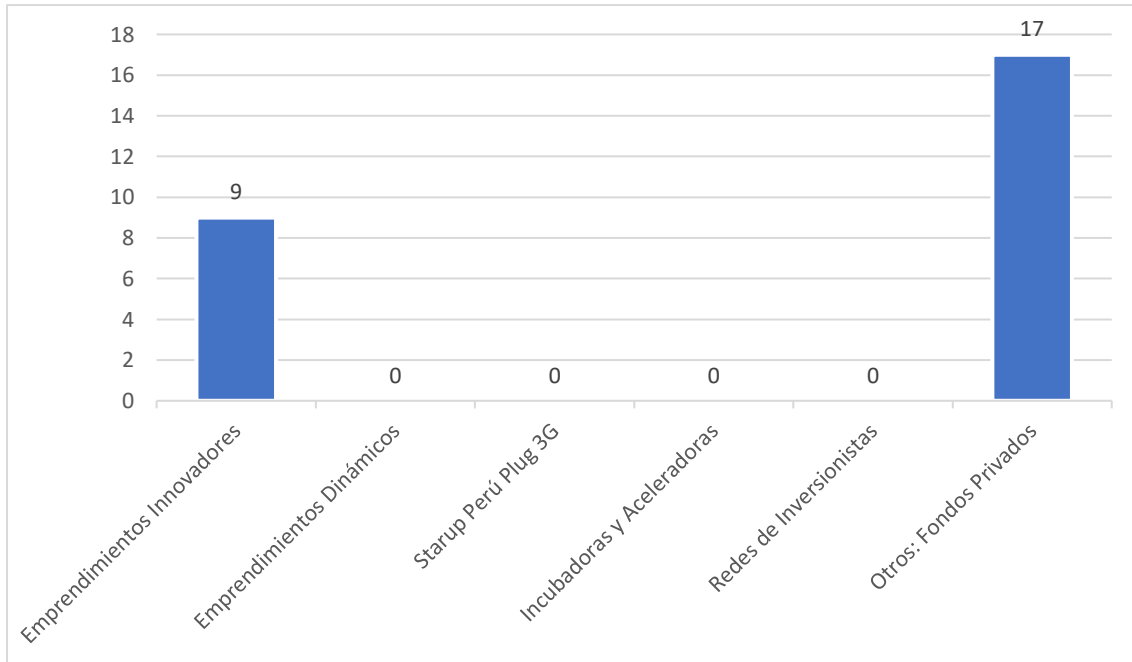


Figura N. ° 10

Tipo de emprendimiento presentado por los proyectos ganadores en la Incubadora A

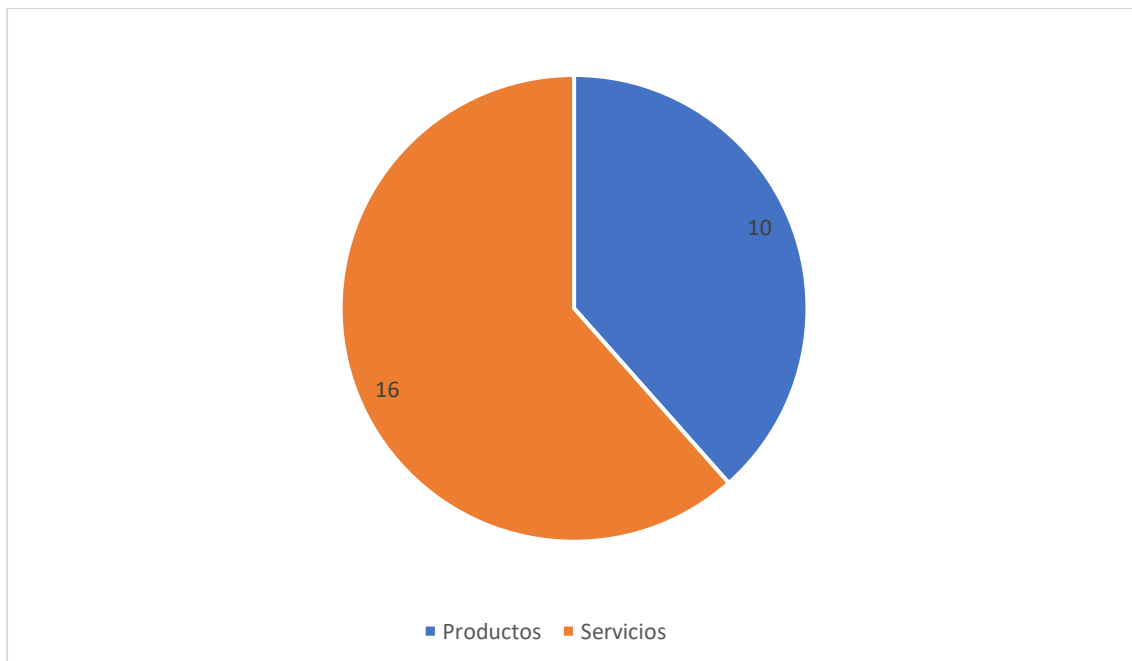


Figura N. ° 11

Rubro de emprendimiento presentado por los proyectos ganadores de la Incubadora

A

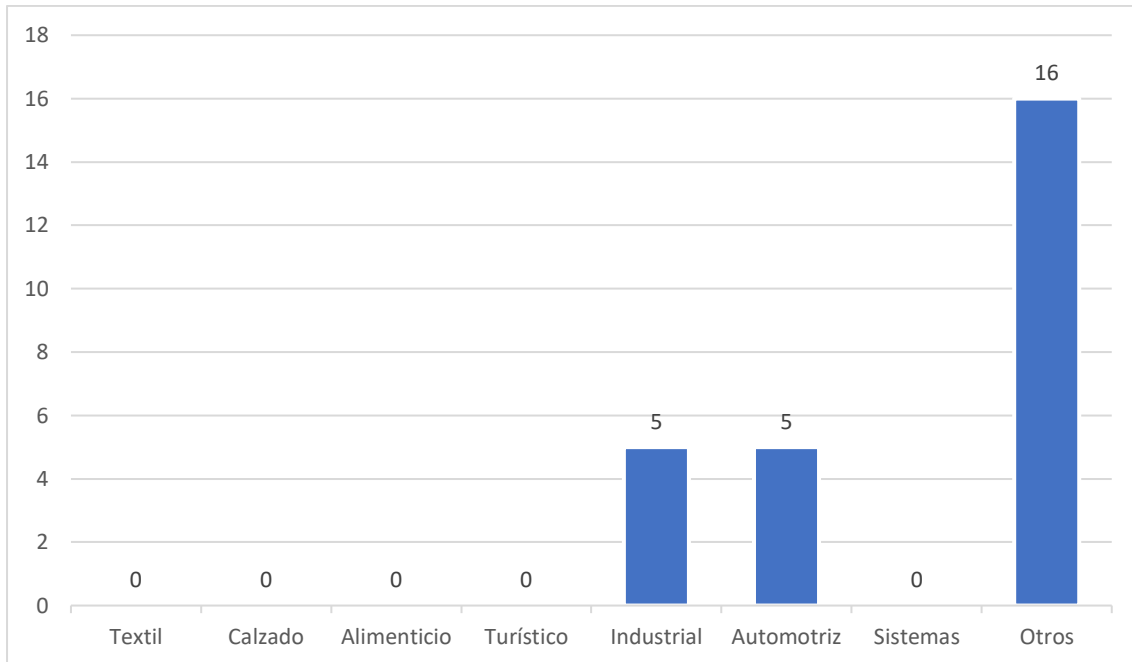
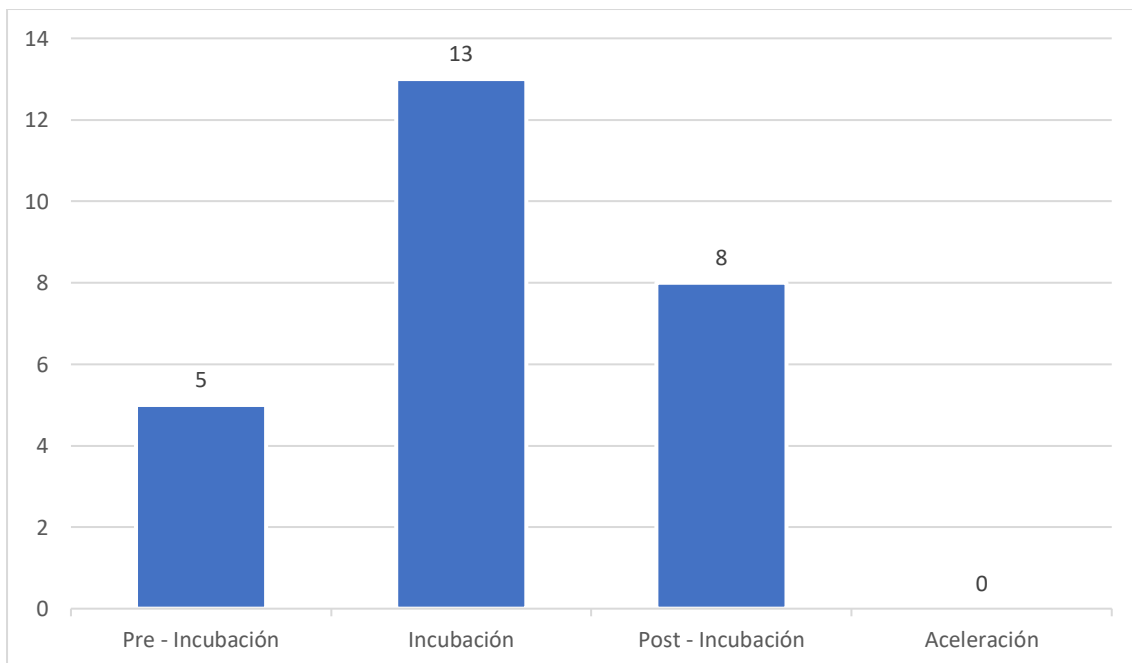


Figura N. ° 12

Etapa de incubación donde los proyectos lograron obtener el premio para la Incubadora A



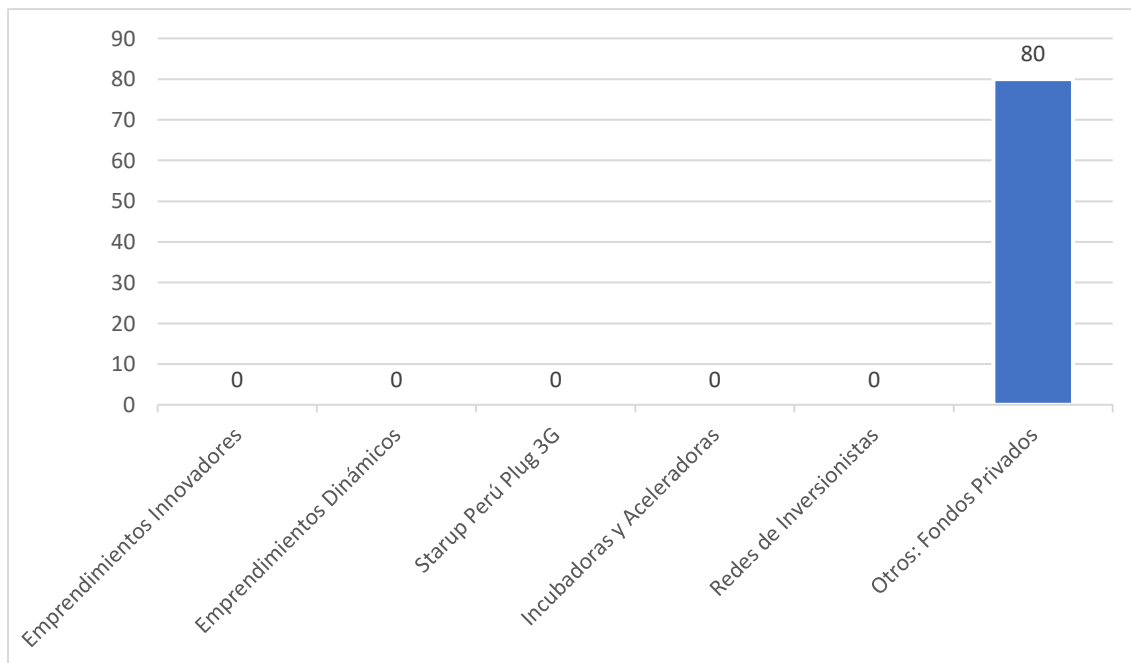
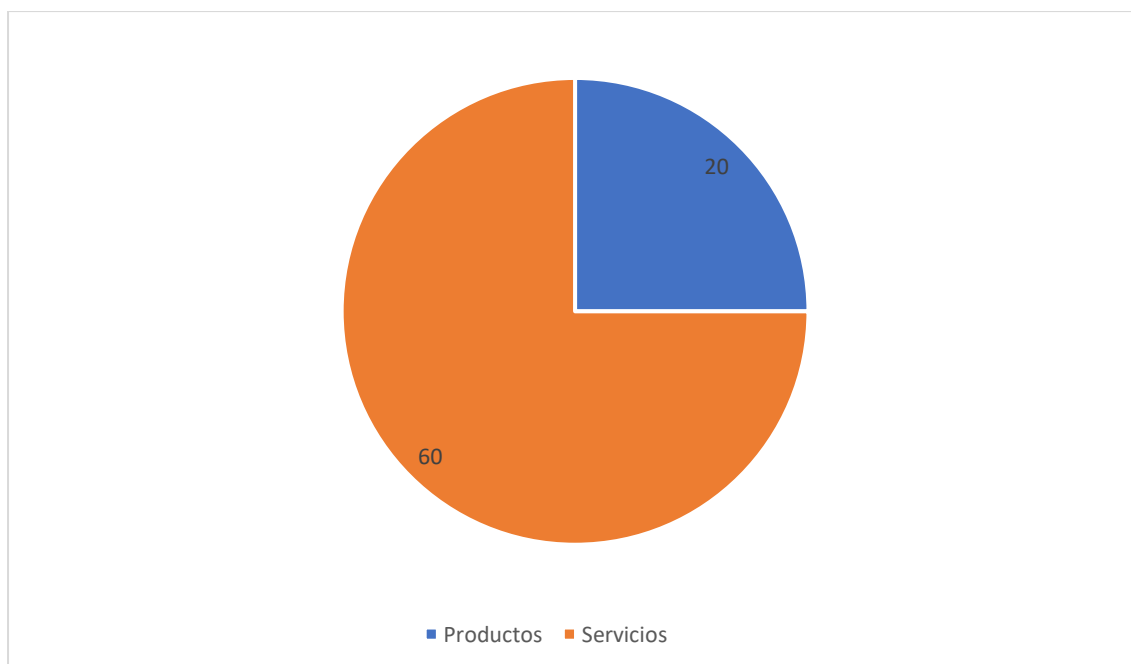
Apéndice N°7**Figuras provenientes de la Incubadora A – Año 2020***Figura N. ° 13**Concurso de participación de los proyectos presentados a la Incubadora A**Figura N. ° 14**Tipo de emprendimiento presentado por los proyectos ganadores en la Incubadora A*

Figura N. ° 15

Rubro de emprendimiento presentado por los proyectos ganadores de la Incubadora

A

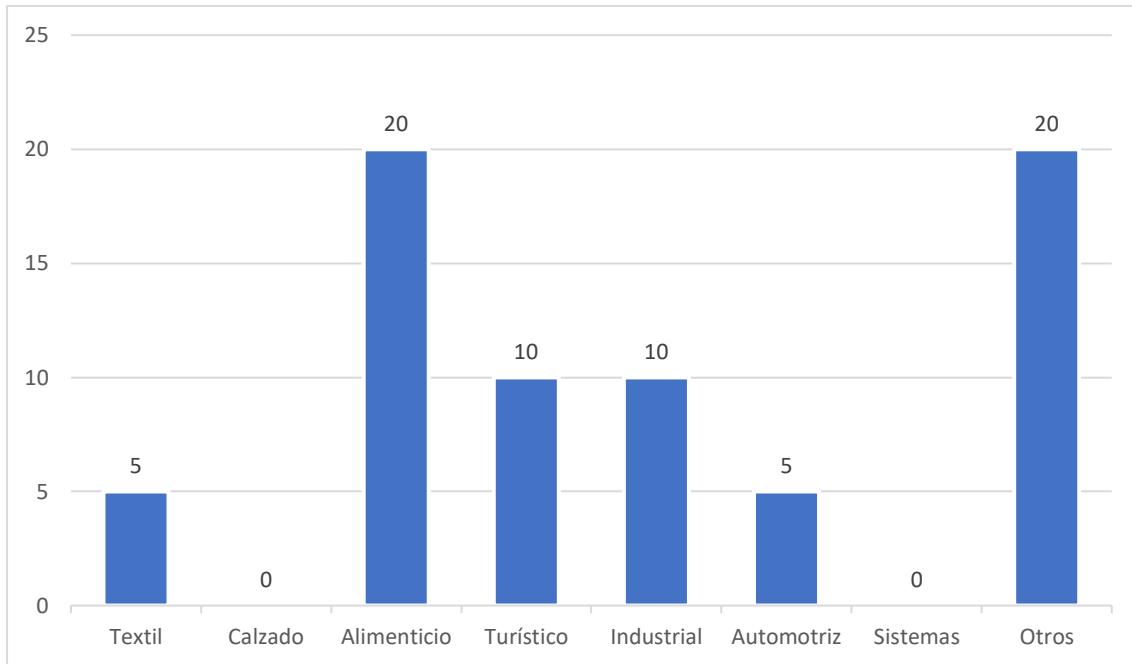
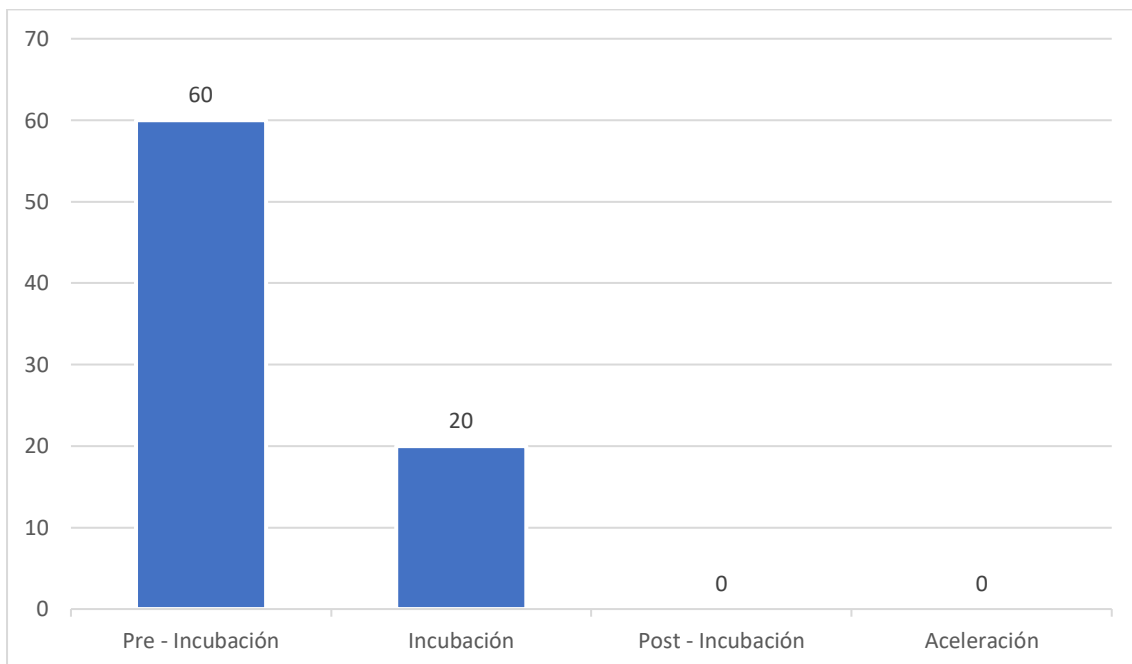


Figura N. ° 16

Etapa de incubación donde los proyectos lograron obtener el premio para la Incubadora A



Apéndice N°8

Figuras provenientes de la Incubadora A – Año 2021

Figura N. ° 17

Concurso de participación de los proyectos presentados a la Incubadora A

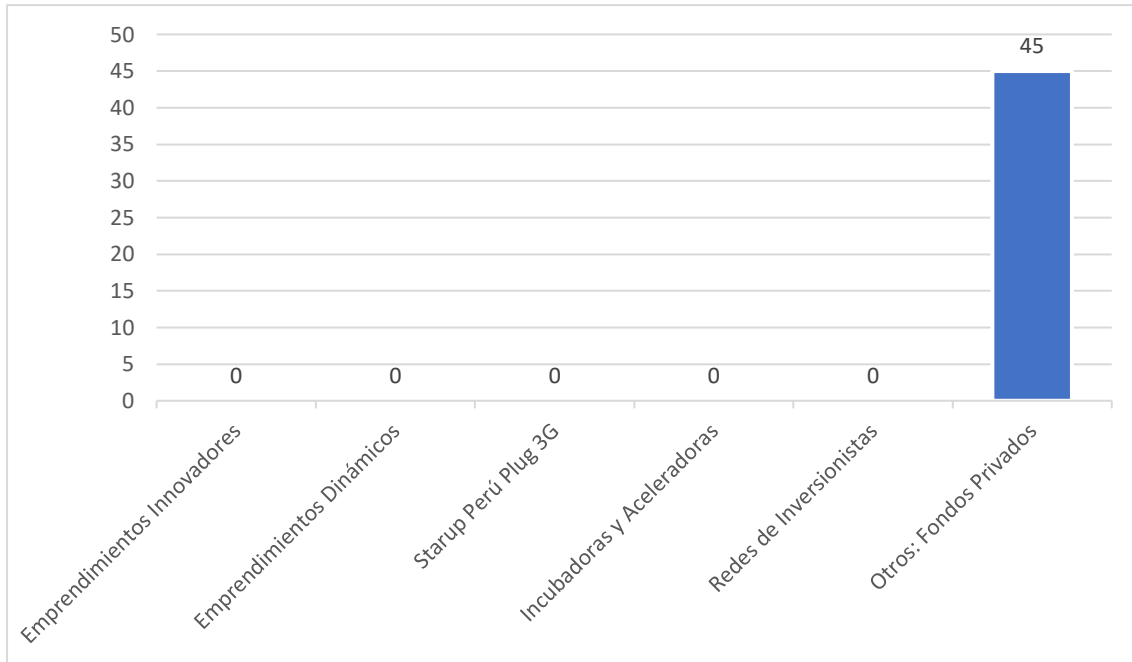


Figura N. ° 18

Tipo de emprendimiento presentado por los proyectos ganadores en la Incubadora A

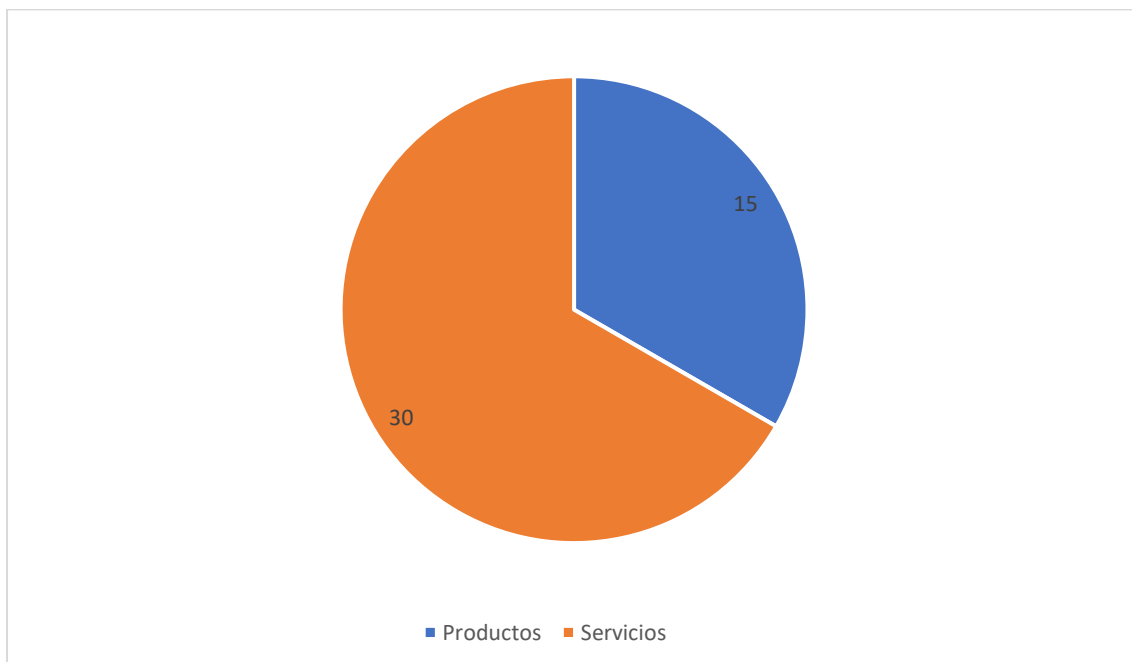


Figura N. ° 19

Rubro de emprendimiento presentado por los proyectos ganadores de la Incubadora

A

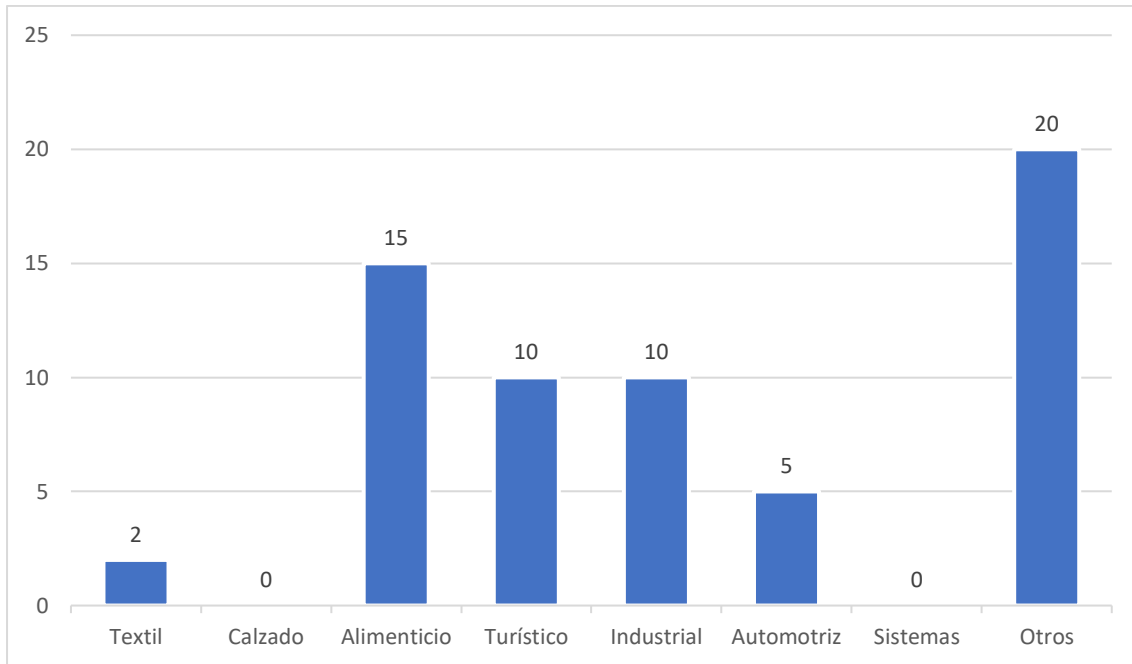
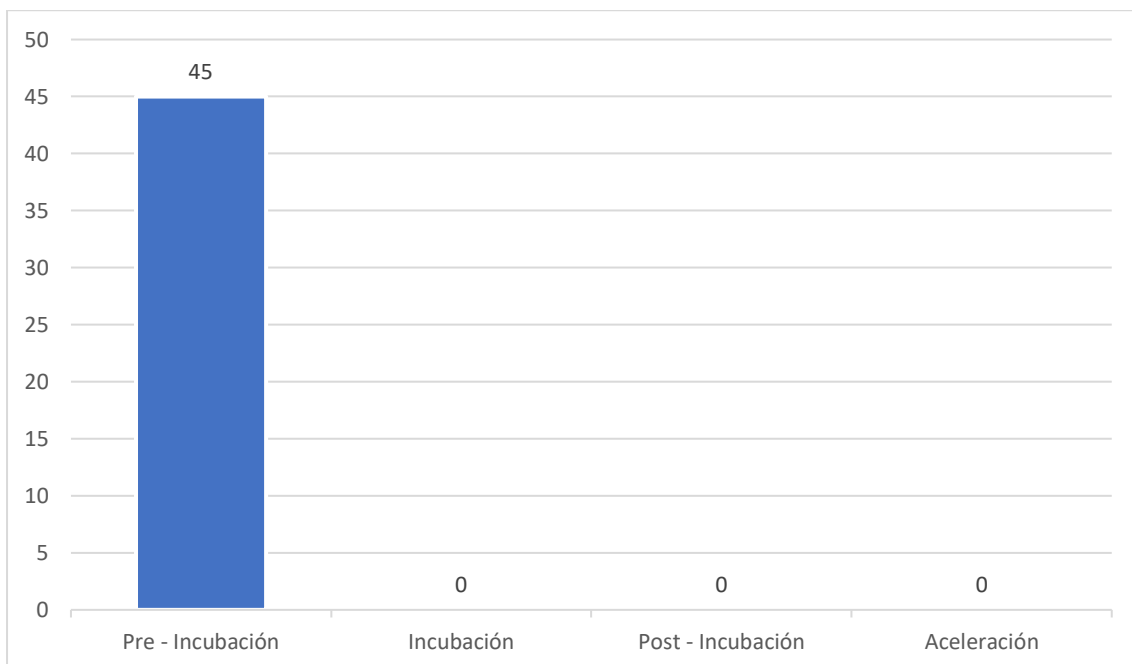


Figura N. ° 20

Etapa de incubación donde los proyectos lograron obtener el premio para la Incubadora A



Apéndice N°9

Figuras provenientes de la Incubadora B – Año 2019

Figura N. ° 21

Convocatorias de concursos promovidos por la Incubadora B

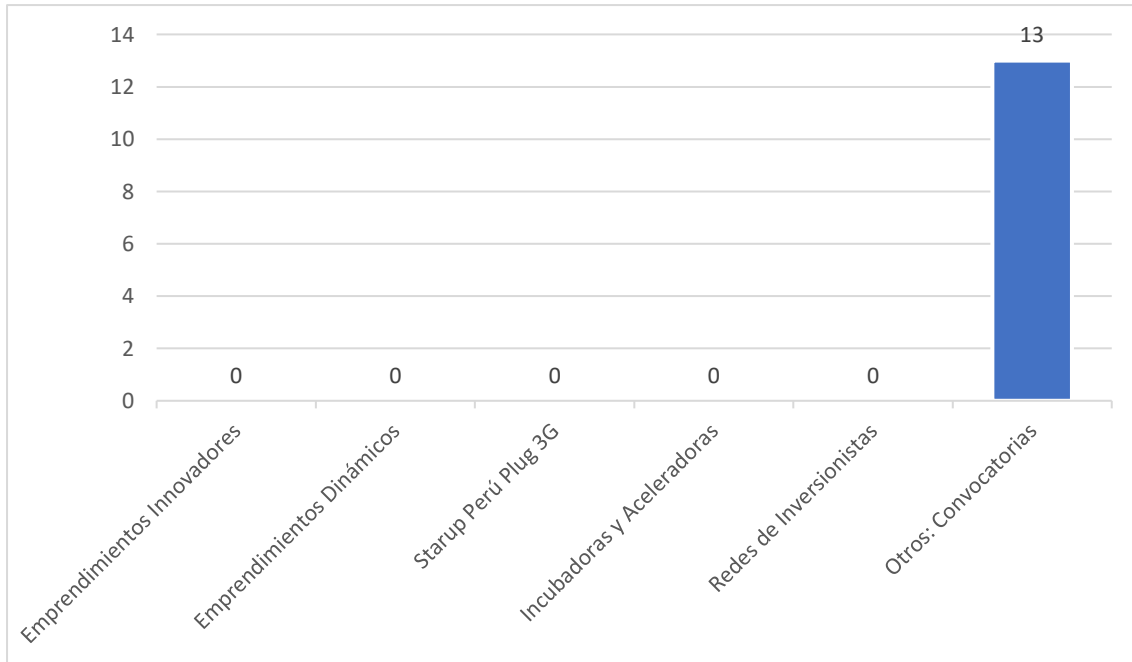


Figura N. ° 22

Tipo de emprendimiento presentados en las convocatorias de la Incubadora B

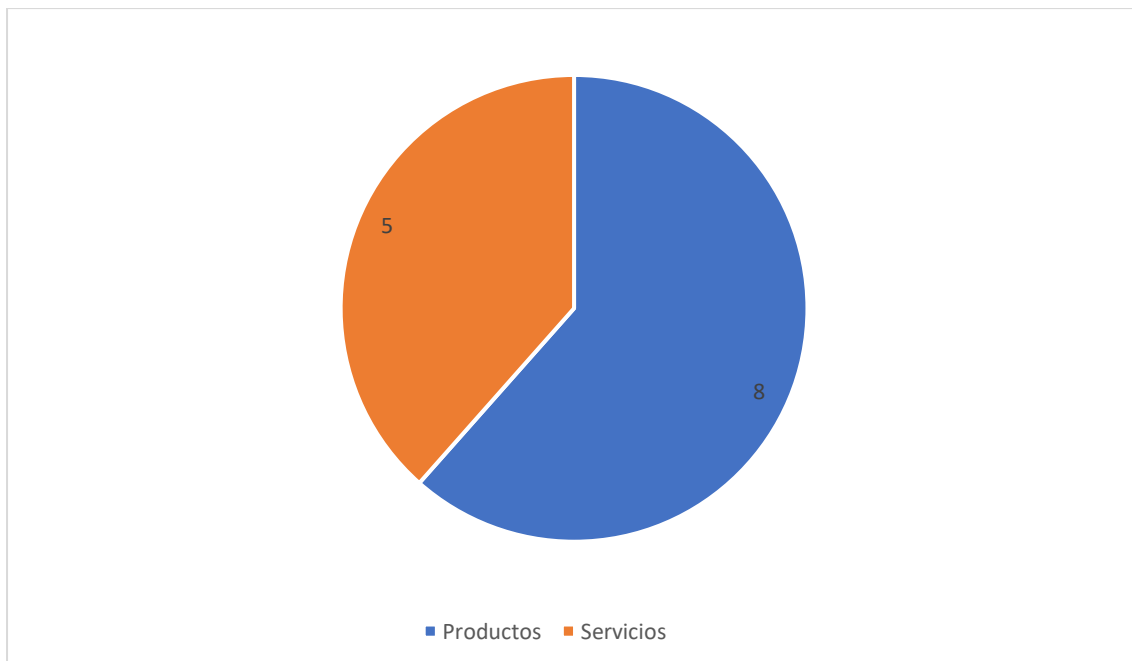


Figura N. ° 23

Rubro de emprendimiento presentados en las convocatorias de la Incubadora B

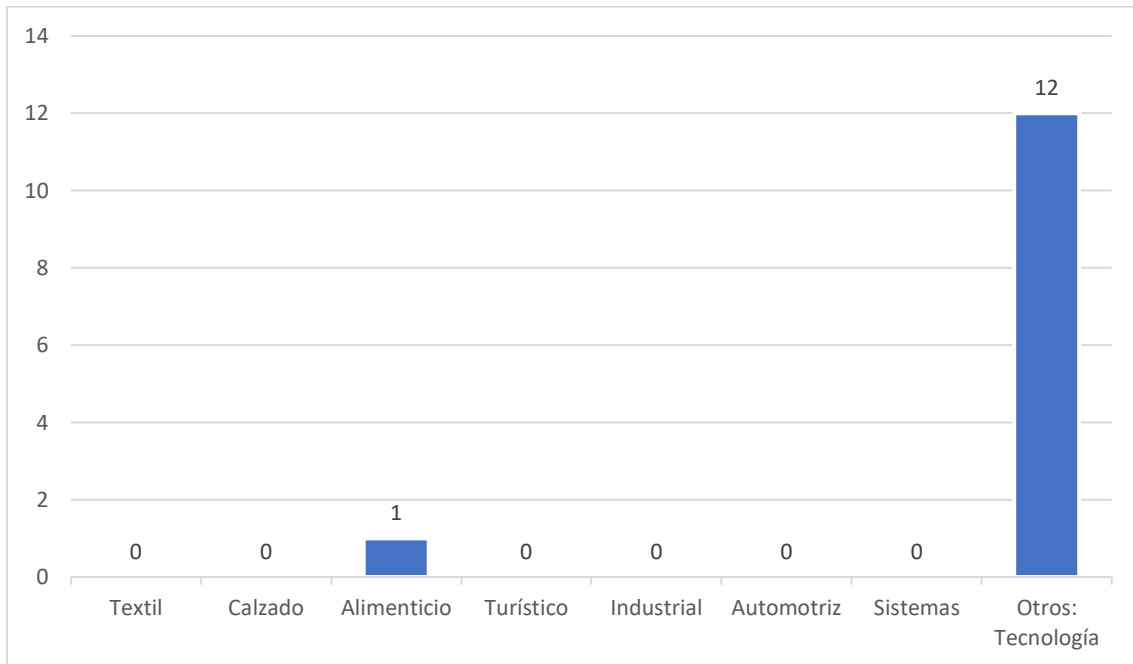
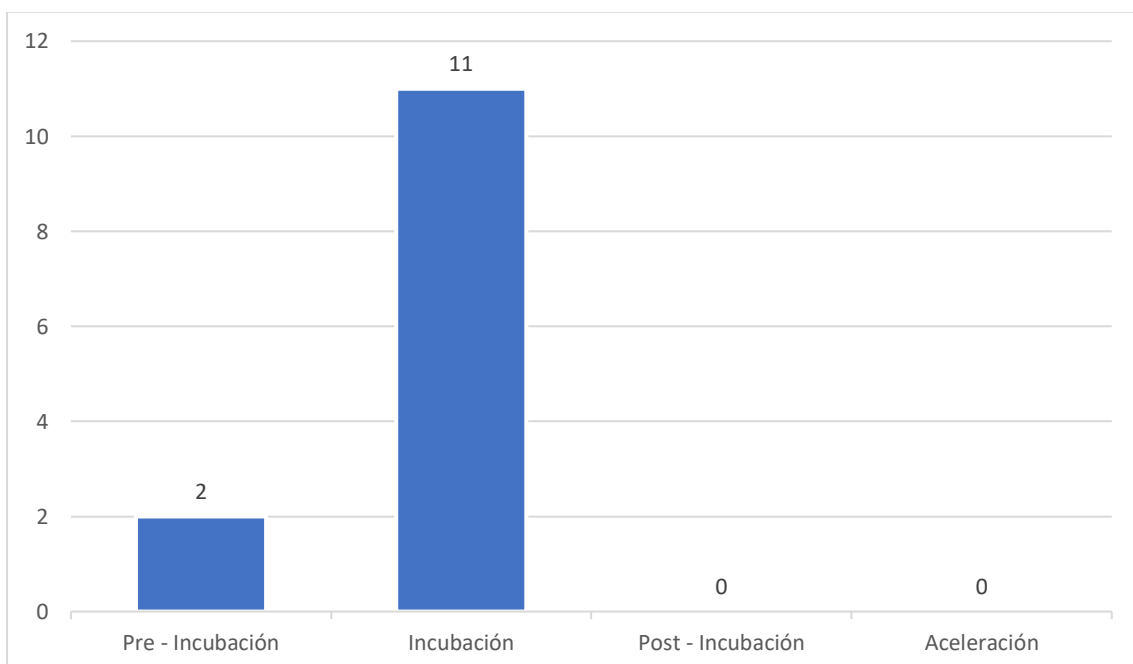


Figura N. ° 24

Etapas de incubación de los proyectos presentados en las convocatorias de la Incubadora B



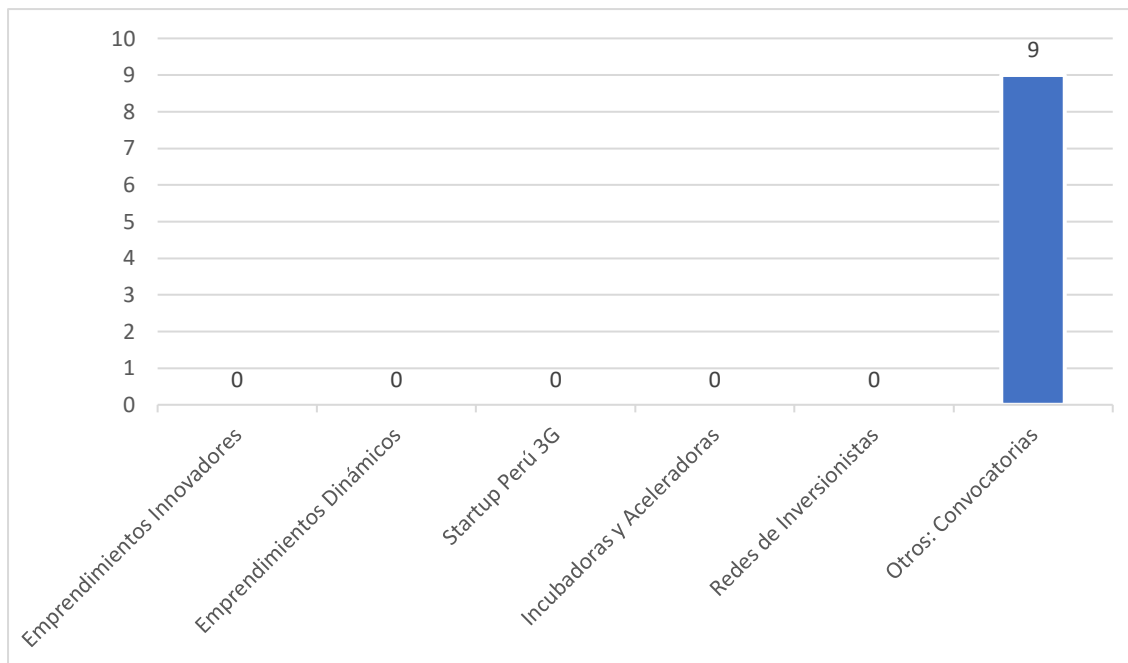
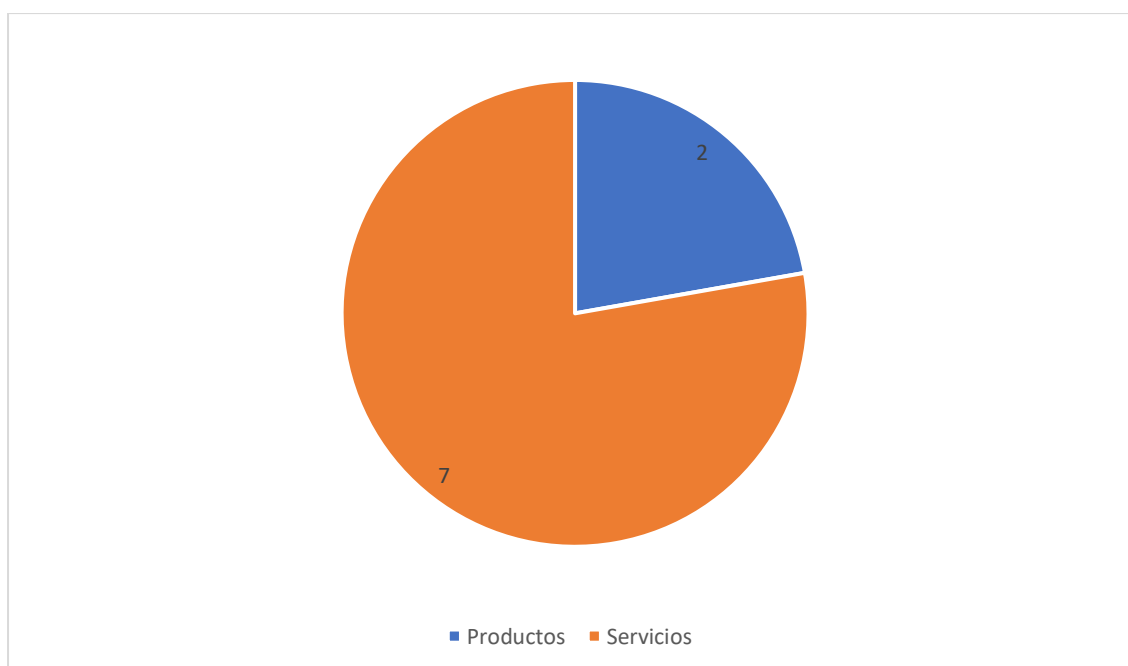
Apéndice N°10**Figuras provenientes de la Incubadora B – Año 2020***Figura N. ° 25**Convocatorias de concursos promovidos por la Incubadora B**Figura N. ° 26**Tipo de emprendimiento presentados en las convocatorias de la Incubadora B*

Figura N. ° 27

Rubro de emprendimiento presentados en las convocatorias de la Incubadora B

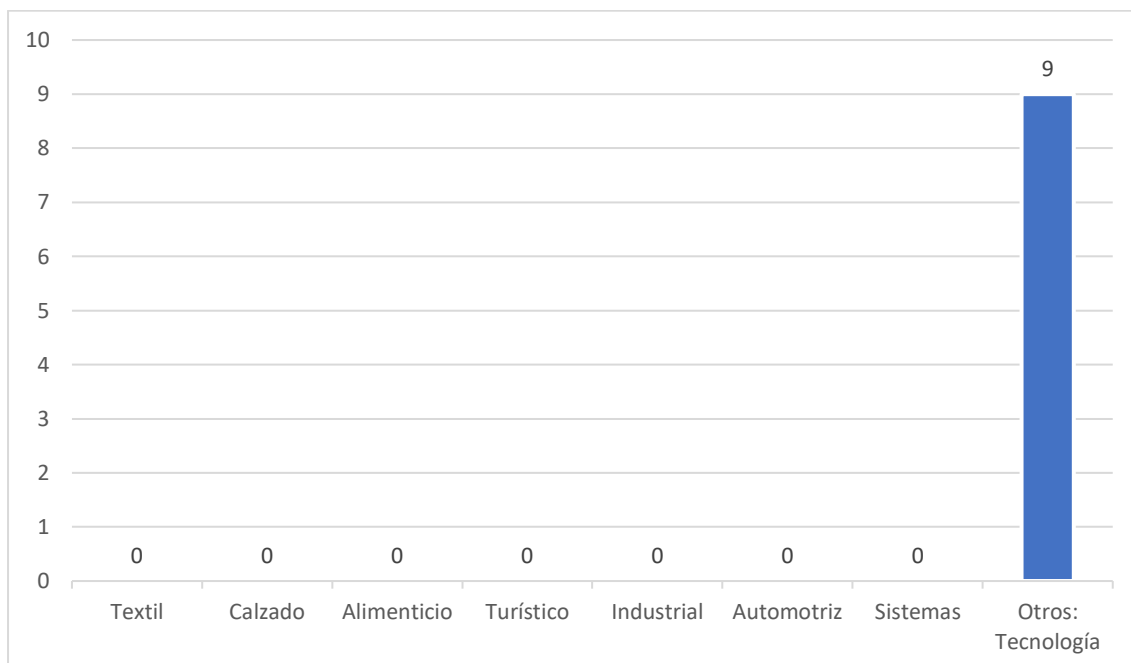
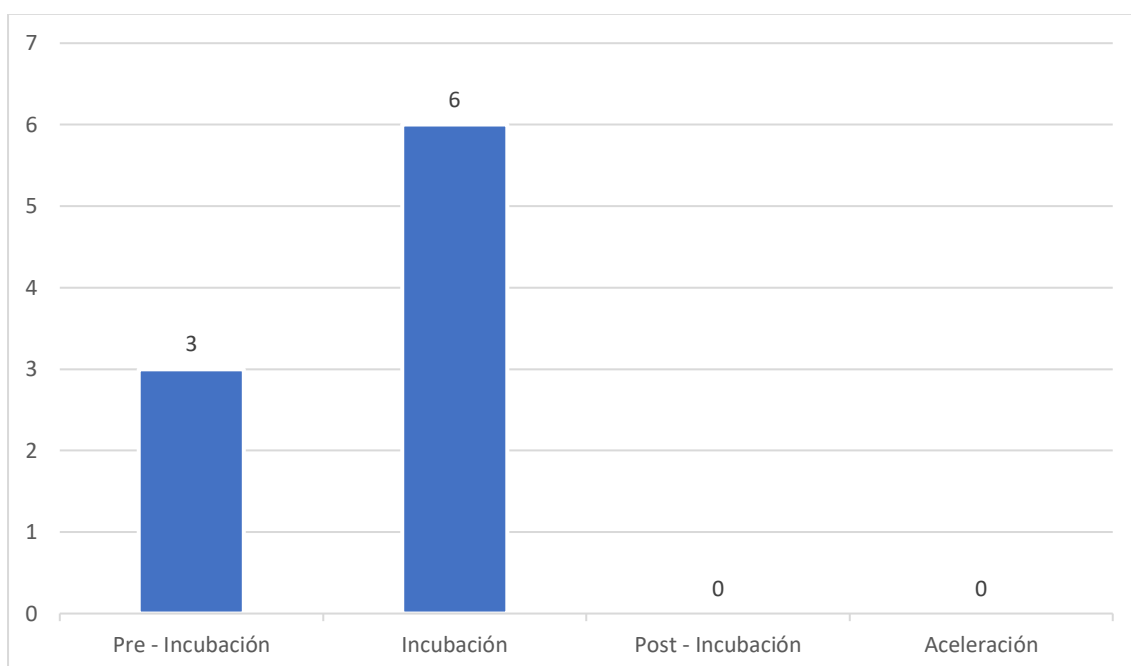
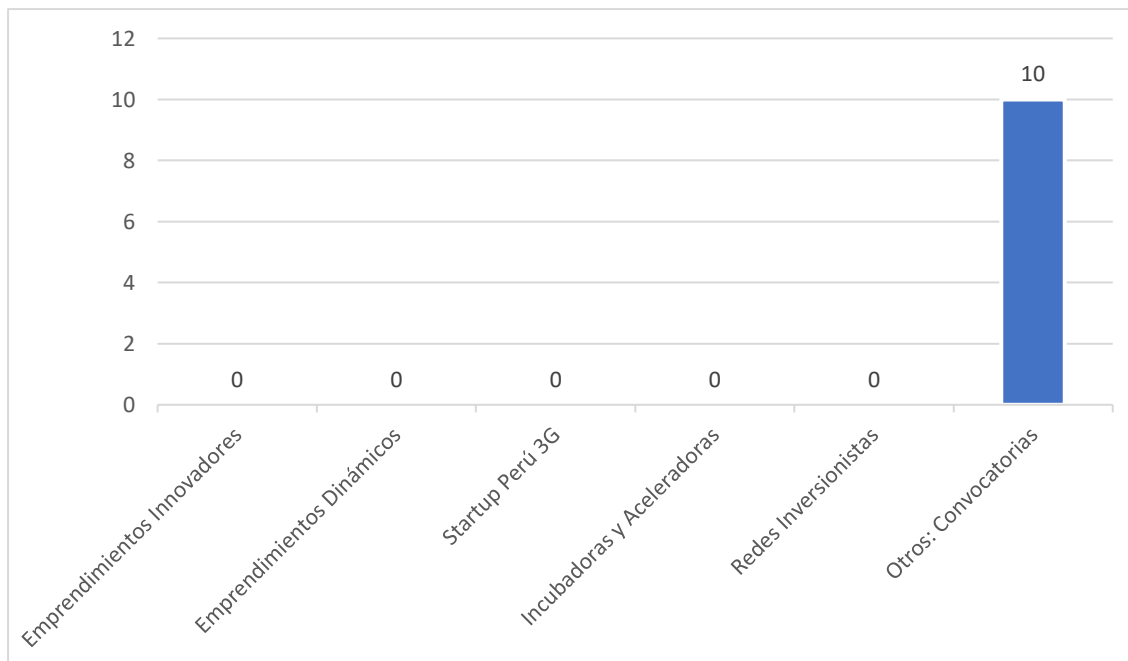
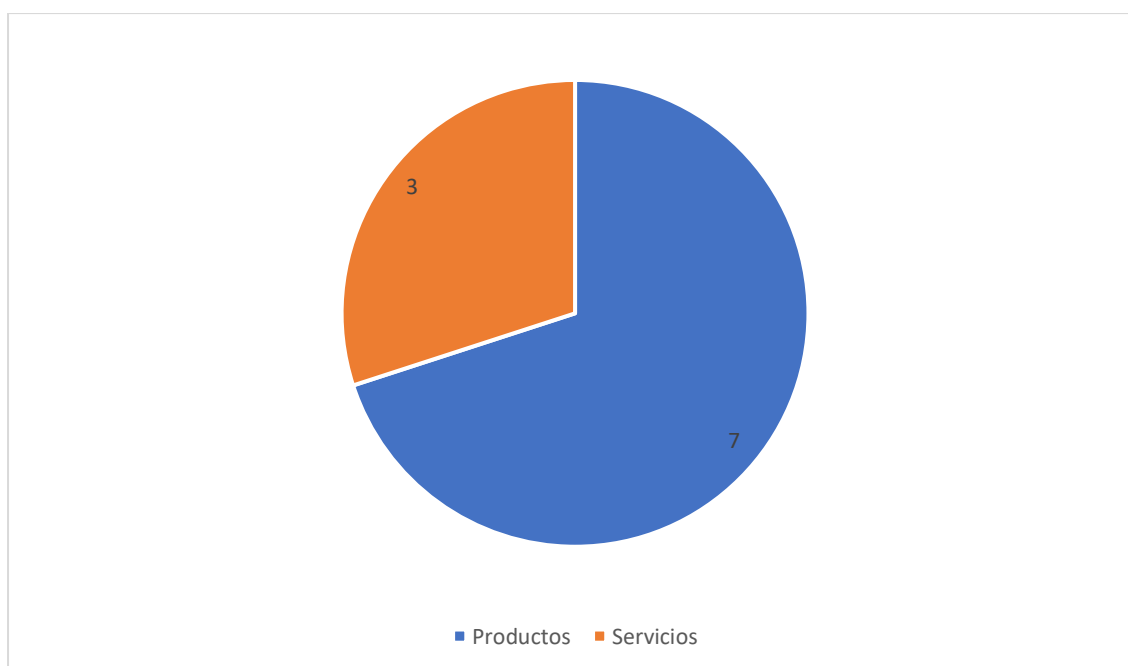
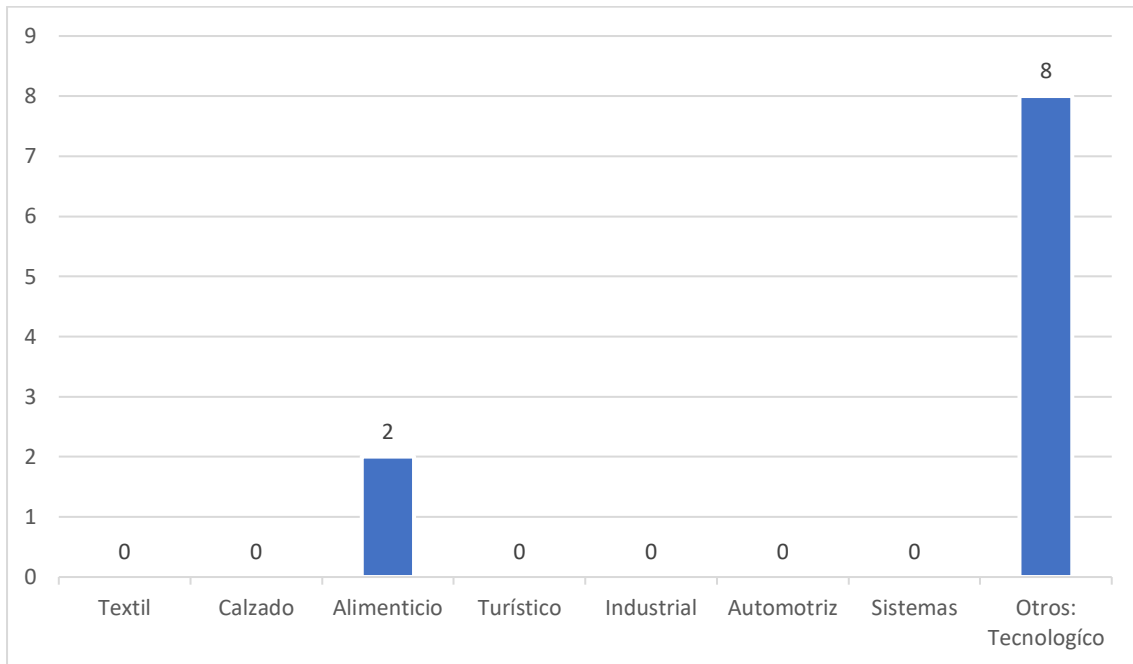


Figura N. ° 28

Etapa de incubación de los proyectos presentados en las convocatorias de la Incubadora B



Apéndice N°11**Figuras provenientes de la Incubadora B – Año 2021***Figura N. ° 29**Convocatorias de concursos promovidos por la Incubadora B**Figura N. ° 30**Tipo de emprendimiento presentados en las convocatorias de la Incubadora B*

*Figura N. ° 31**Rubro de emprendimiento presentados en las convocatorias de la Incubadora B**Figura N. ° 32**Etapas de incubación de los proyectos presentados en las convocatorias de la Incubadora B*