

EL EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNED DE COSTA RICA

STELLA STRADI GRANADOS

Centro de Planificación y Programación Institucional
Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica
sstradi@uned.ac.cr

RESUMEN

En el 2015, se aplicó un cuestionario a estudiantes universitarios avanzados de la Escuela de Ciencias de la Administración de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (ECA-Uned), quienes matricularon en el primer semestre del citado año su Trabajo Final de Graduación de Administración de Empresas. El objetivo del estudio era determinar el interés estudiantil por emprender un negocio propio, el perfil, percepción y expectativas del estudiantado. La investigación es de carácter exploratorio e incorpora elementos de estadística descriptiva a una población específica, por lo que los resultados son extrapolables únicamente a la población estudiada. El tamaño de la muestra utilizada fue de 65 entrevistados. Con este estudio se conoce que una amplia proporción de los entrevistados tendría motivación por emprender un negocio propio. Los participantes diferencian sus áreas de interés de acuerdo con rangos de edad, así como factores motivacionales característicos en sujetos emprendedores, que se complementan con otros atributos del estudiante en términos de formación y conocimientos técnicos disponibles que pueden aumentar el potencial emprendedor, junto con la importancia de contar con contenidos prácticos en la carrera que promuevan la formación de microempresarios. El estudio sugiere que sería recomendable adicionar a la Uned un carácter de universidad empresarial que genere acciones propositivas como el asesoramiento técnico, el enriquecimiento de los

planes de estudio y sobre todo el valorar a profundidad los beneficios de contar con una incubadora de negocios con su propio modelo adaptado a la educación a distancia.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDEDURISMO, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN UNIVERSITARIA, CREACIÓN DE PYMES.

ABSTRACT

In 2015, a questionnaire was administered to advanced college students of the Business Administration School of the State Distance University of Costa Rica (ECA-Uned) who enrolled in the first semester of that year its final graduation Project. The aim of the study was to determine student interest in undertaking a business and the profile, perception and expectations of the students. The research is exploratory and incorporates elements of descriptive statistics to a specific population, so the results can only be extrapolated to the studied population. The sample size used was 65 interviewees. Thanks to this study it is known that a large proportion of respondents would be motivated to start their own business. The participants differentiate their areas of interest according to age ranges and characteristic motivational factors in entrepreneurs subjects, complemented with other attributes of the student in terms of training and technical knowledge available that can increase the entrepreneurial potential, along with the importance of practical contents in the career to promote the formation of micro entrepreneurs. The study suggest that it would be advisable to add to the Uned an entrepreneurial nature that generates proactive actions such as

technical advice, enriching the curricula and above all, to assess in depth the benefits of having a business incubator with its own model shown adapted to distance education.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION, UNIVERSITY EDUCATION, MICROENTERPRISES.

INTRODUCCIÓN

La investigación efectuada se relaciona con el campo del emprendedurismo y busca identificar los intereses de estudiantes potencialmente emprendedores.

El emprendedor es aquella persona que, motivada por una serie de intereses, decide iniciar el proyecto de crear una nueva empresa: en el entorno universitario puede visualizarse principalmente al estudiante emprendedor o al profesor emprendedor; ambos hacen uso de los recursos de conocimiento que la universidad transfiere a la sociedad y que esta utiliza de una manera eficiente para generar oportunidades de nuevos negocios.

A diferencia de otras formas de transmitir el conocimiento que tiene la universidad, los procesos de emprendedurismo e incubación de negocios son un indicador de la eficacia de la formación universitaria cuya finalidad es formar entes promotores de cambio social y ser impulsores de desarrollo. Esto amplía la visión de una universidad tradicional centrada en la docencia y la investigación al concepto de una universidad moderna (Monge, Briones y García, 2012). De hecho, estos autores señalan que en otros países hay artículos que hacen referencia a los comportamientos de los emprendedores, pero que no presentan información en profundidad sobre el perfil de estos, aspecto que sí se aborda en la investigación realizada, la cual es de carácter innovador en la educación universitaria en el ámbito de la educación a distancia en Costa Rica. Autores como Rueda, Fernández y Herrero (2013)

mencionan al emprendimiento educativo como un campo de estudio insuficientemente explorado, por lo que resulta relevante la contribución al acervo de conocimientos sobre esta área de conocimiento.

Justificación del estudio

A nivel global, el tema del emprendedurismo es relevante para propiciar el desarrollo de las economías, que en el caso de Costa Rica ha presentado niveles de estancamiento reportados en índices como el de competitividad global (del GEDI), donde ocupaba el puesto 61 (Chaves y Fonseca, 2015); y en ese sentido, las universidades son visualizadas como un actor social que puede contribuir a cambiar esta realidad, como potenciadores de las capacidades de los individuos que desean crear sus propios emprendimientos, sean estos tradicionales o de alto contenido innovador.

La forma de potenciar el emprendedurismo en las universidades, incluye modelos donde se les visualiza como referentes a nivel mundial en programas de emprendimiento, redes universitarias especializadas, proyectos e incubadoras de negocios (Vicens y Grullon, 2011).

Se investigó antecedentes para determinar que, a la fecha, la Uned no posee mayor desarrollo en el tema, ni un programa institucional de emprendimiento (Rojas, 2010) ni una incubadora de negocios (Stradi, 2016), por lo que los resultados de este estudio resultan aún más relevantes al ayudar a identificar una población meta potencialmente emprendedora que está interesada en recibir este tipo de servicios profesionales, los cuales derivarían en mayores oportunidades colectivas: nuevos emprendimientos no solo generan empleo y riqueza, sino también conocimiento innovador y aportan al desarrollo socioeconómico de la nación (Crissien, 2006).

Por este papel que juegan las universidades en el entorno globalizado, se hizo relevante hacer una investigación en la Uned para determinar si los estudiantes de su modelo de educación a distancia se visualizaban como emprendedores potenciales y observar las áreas de interés, las limitaciones y los recursos disponibles.

Se prestó especial atención a quienes por su carrera pudiesen tener mayor facilidad para emprender con base en una idea de negocio, como son los estudiantes de administración.

Antecedentes del estudio

En el acuerdo de Consejo de Rectoría de la Uned (2008) se establece el procedimiento para gestión de proyectos por medio de la Fundación de la Uned (Fundepredi) como un mecanismo para canalizar iniciativas de proyectos universitarios (nacionales o internacionales), pero este no llega a establecer en sí un sistema para la gestión integral del emprendedurismo.

En el 2010, el Consejo Universitario emitió un acuerdo (Universidad Estatal a Distancia, 2011a), para transferir a la Comisión de Políticas de Innovación la consulta de un concejal para implementar una incubadora de empresas. Esta acción no se llevó a la práctica, sino que se creó una partida presupuestaria para financiar un Programa de Jóvenes Emprendedores, pero este dejó de operar y se eliminó de la estructura presupuestaria hace varios años.

Poco después, personal del Centro de Investigación y Evaluación Institucional (CIEI) de la Uned publicó los resultados de un estudio de emprendedurismo en personas graduadas de las carreras de grado de la Uned que hubiesen creado microempresas (Rojas, 2010).

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar las características, intereses y expectativas de estudiantes potencialmente emprendedores de la carrera de Administración de Empresas de la Uned, Costa Rica.

OBJETIVOS

Para la realización de esta investigación, se planteó los siguientes objetivos específicos:

1. Diferenciar las características de la población meta de estudiantes potencialmente interesados en esta iniciativa como insumo para la valoración de áreas de trabajo y grupos meta.
2. Identificar las expectativas de los estudiantes interesados en el emprendedurismo para su consideración futura.
3. Brindar recomendaciones para la generación de una iniciativa institucional en materia de emprendimiento estudiantil.

MARCO TEÓRICO

El tema de emprendedurismo es sumamente extenso, por lo que en este caso se procede a brindar una de las definiciones que hay sobre el concepto de emprendedor y a la vez proporcionar aportes conceptuales que permitan contar con los fundamentos para comprender el estudio y sus resultados.

El emprendedor

El estudiante visto como sujeto emprendedor es fuente de interés para realizar investigaciones, por lo que es importante tener una noción de lo que significa ser emprendedor y de consideraciones que se relacionan con el interés en desarrollar emprendimientos.

Sobre el concepto de emprendedor, Schumpeter (citado por Correa, Delgado y Conde, 2010, p. 43) da una definición de emprendedor como aquel que “reforma o revoluciona el patrón de producción al explotar una invención o más comúnmente, para producir un nuevo producto o transformar uno ya existente, actividades responsables de la prosperidad”.

Existen múltiples definiciones de este término, pero en este artículo interesa más ahondar en los factores que puedan motivar este comportamiento. Según Rueda, Fernández y Herrero (2013) el emprendedor está vinculado a un conjunto de creencias y actitudes que guían su intención para derivarse en un comportamiento a favor o en contra del emprendimiento, dependiendo de las particularidades de cada individuo y su entorno.

En forma complementaria, McClelland (citado por Correa, Delgado y Conde, 2010, p. 43) ahonda en las razones que motivan a la persona a convertirse en emprendedor y afirma que la “motivación de logro es el origen del emprendimiento”, de modo que esta impulsa acciones para satisfacer el deseo de generar un negocio con tintes de creatividad en mayor o menor grado.

Según un estudio de Kirkwood y Brown (2001) citado por Marulanda, Montoya y Vélez (2014, pp. 94-96) las razones principales para emprender que tiene una persona “incluían el deseo de independencia, ganar más dinero, satisfacción en el trabajo y el deseo de ser sus propios jefes”. Incluso, esta autora comenta que influyen en la decisión de emprender tanto los factores internos de la persona como aquellos situacionales, de carácter positivo y negativo.

Por otro lado, Leiva (2014) señala que las ideas nacen de la experiencia de los emprendedores y de otros orígenes: experiencias propias en trabajos anteriores o en la universidad, contactos y redes, ferias comerciales, franquicias e Internet.

Independientemente de la motivación que tenga cada emprendedor, la comunidad universitaria promueve el emprendimiento, mediante la realización de por ejemplo ferias de ideas de negocio para presentar proyectos (superada la creencia de que únicamente las escuelas de administración de negocios son promotoras de emprendimientos), algunos de los cuales son premiados al recibir un apoyo adicional de la universidad en centros de incubación de negocios, que pueden pertenecer a escuelas u otras instancias organizativas como por ejemplo un área de transferencia tecnológica (tal es el caso de la Universidad Nacional de Costa Rica) o a un área de investigación (en el caso de la Universidad de Costa Rica).

En el ámbito universitario, se puede encontrar múltiples estudios, tales como el efectuado por Romo, Quevedo y Herrera (2013), que analiza los esfuerzos realizados en algunas universidades, en este caso las mexicanas, sobre los programas de emprendedurismo. En Costa Rica también se destacan esfuerzos en ese sentido, tales como los que menciona Arroyo (2008).

Competencias del emprendedor

La universidad debe desarrollar nuevas competencias para promover el emprendedurismo y la innovación. En este sentido, las competencias de un emprendedor, aunque variadas, están bien distinguidas y han sido expuestas por numerosos autores, tales como las señaladas por Ugalde (2014, p. 58): compromiso con la calidad, creatividad, capacidad de trabajar duro, flexibilidad y experiencia en el negocio.

Gimmon y Levie (citados por Ugalde, 2014, p. 46) presentan doce factores de emprendedurismo asociados con el éxito empresarial, mientras que Correa, Delgado y Conde (2010, p. 40) identifican veinte principales competencias emprendedoras, “siendo riesgos calculados, iniciativa,

autonomía e innovación/creatividad las que ocupan los primeros lugares”.

Por su parte, Mora (2010) hace una lista de elementos entre emprendedores tradicionales y el emprendedor exitoso, para identificar diferencias. El emprendedor también es visualizado por Ribeiro (citado por Rojas, 2010) como un ente con capacidades desarrolladas producto de factores del entorno o bien de factores personales como los siguientes: adaptabilidad, orientación a objetivos y capacidad para aprender.

Como se evidencia, algunos de los factores distintivos mencionados por los autores son requisitos básicos de los estudiantes exitosos de un modelo de educación a distancia, específicamente en lo relacionado con las competencias de gestión educativa estudiantil (Calvo y Méndez, 2011).

El concepto de innovación también está muy relacionado con el emprendedurismo, porque son los emprendedores los que generan las iniciativas de innovación, utilizando sus capacidades y las aprendidas en redes de cooperación técnicas. Por tanto, el ser innovador es también una competencia deseada en un emprendedor.

Una de las principales limitaciones al emprendimiento es la falta de recursos económicos como capital semilla o de inversionistas interesados en la iniciativa (Ortín, Salas, Trujillo y Vendrell, 2007), por lo que son sumamente relevantes las ayudas económicas públicas a la innovación. Tal como señala Vila, Ferro y Guisado (2010), en países como España se ha demostrado que la mayor parte de empresas ayudadas con fondos públicos (94%) fueron empresas innovadoras.

Aporte de la universidad al emprendedurismo

El papel de la universidad ha evolucionado a lo largo del tiempo y pasa de ser tradicional a moderno: promueve el emprendimiento y la

empresarialidad (Monge, Briones y García, 2015); debe ser un contribuyente del crecimiento económico, la movilidad social, la innovación tecnológica y la empleabilidad (University of Oxford, 2013).

En la teoría neoclásica no había espacio para la universidad dentro del proceso económico porque se ignoraban las innovaciones provenientes de sectores que tradicionalmente no promovían la empresarialidad (Rikap, 2012), como lo es la propia universidad. Posteriormente, se llega a la teoría evolucionista, concepción en la cual las universidades son identificadas como actores de un sistema productivo, promovido en Costa Rica por ministerios y denominado Sistema Nacional de Innovación, que busca la producción, difusión y uso del conocimiento mediante la investigación aplicada al entorno socioeconómico.

En los sistemas modernos, se valora la participación activa por parte de las universidades en los citados procesos, apartándose de concepciones arcaicas y dogmáticas, tal como lo presentan Morales, Pineda y Ávila (2012, p. 371):

En América Latina las limitaciones se encuentran principalmente en aspectos culturales, caracterizados por las discusiones que deben tener las universidades frente a la participación en actividades colaborativas direccionadas al mercado... también la inexperiencia en el manejo de la propiedad intelectual, los aspectos burocráticos de los Estados, los escasos recursos tecnológicos y la poca demanda de estos ha restringido el involucramiento de las universidades, empresas y otras organizaciones en innovaciones colaborativas.

Las políticas nacionales apoyan a las universidades como promotoras de ideas para generar no solo capital humano sino también nuevas empresas (Etzkowitz et al., 2000), como gestores de acción local y regional (Versino, 2000) según

el modelo de triple hélice dado por Etzkowitz y Leydesdorff, que las concibe como "...un creador de conocimiento, que juega un papel primordial entre la relación empresa y Gobierno; y como estos se desarrollan para crear innovación en las organizaciones como fuente de creación del conocimiento" (Chang, 2010, p. 86).

METODOLOGÍA

La investigación utilizó un diseño no experimental descriptivo, ya que esta "busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis" (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), con la respectiva definición de variables y subvariables, en función del objetivo de realizar una consulta a sesenta y cinco estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Uned que se encuentran prácticamente finalizando sus estudios y están matriculados en el curso Trabajo Final de Graduación (TFG a nivel de licenciatura) en el primer semestre de 2015, en alguno de los siete énfasis que ofrece la Escuela de Ciencias de la Administración de la Uned Costa Rica.

El paradigma de este estudio es cuantitativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) y utiliza técnicas de estadística descriptiva simple: la distribución de frecuencias y la representación gráfica de datos. Se seleccionó esta metodología porque permite explorar las variables de estudio determinísticas preseleccionadas en una población.

Para la recolección de información (fuente primaria), se validó en consulta con expertos (Stradi, 2016) un cuestionario de veinte preguntas y posteriormente se aplicó por vía telefónica, lo que ofrece varias bondades, como indica la teoría (Hernández, Fernández y Baptista, 2014): alta tasa de respuesta, bajo costo, rapidez al administrar el cuestionario y funciona bien para cuestionarios no tan extensos.

Las dimensiones de análisis del estudio son: perfil socioeconómico, perfil estudiantil, conocimiento del tema, expectativas y recursos disponibles, presentadas según un plan de análisis (Stradi, 2016).

Para el cuestionario aplicado a estudiantes se usó preguntas mayormente cerradas y semiabiertas (16) y también las abiertas (4). De las preguntas que no son abiertas, la mayoría corresponden a aquellas de selección multicotómica (9). Las preguntas se redactan en forma breve y sencilla, como lo recomiendan Hueso y Cascant (2012). El cuestionario considera el nivel educativo del entrevistado, que es universitario, por lo que utiliza un lenguaje formal.

La unidad de muestreo estuvo constituida por un grupo de estudiantes a nivel de Trabajo Final de Graduación en el primer ciclo del 2016. El tamaño de la muestra fue calculada con la fórmula estadística para poblaciones finitas, acorde con los parámetros de error de estimación del 5% y de nivel de confianza del 95% (Indemer, 2014). El listado de muestreo fue elaborado con base en información oficial proporcionada por la universidad.

RESULTADOS

Se inicia con el conocimiento del perfil del estudiante para poder ubicarlo en su entorno situacional y posteriormente se analiza los resultados sobre la percepción que el entrevistado posee con respecto a la satisfacción de la formación recibida en temas puntuales atinentes al estudio y sobre conocimientos generales de leyes promotoras, fuentes de financiamiento e incubación de emprendimientos. Finalmente, interesa conocer las expectativas que el estudiante tiene con respecto a su deseo de emprender, las líneas de emprendimiento y la factibilidad de hacerlo en el corto plazo.

Seguidamente, se presenta los principales resultados obtenidos, que se agrupan por temas del perfil, percepción y expectativas del estudiante potencialmente emprendedor.

Perfil del estudiante

Para conocer el perfil estudiantil, se estudió las siguientes variables: socioeconómicas, edad, experiencia laboral, sector donde labora, percepción sobre la preparación universitaria recibida y existencia de conocimiento técnico adicional disponible.

Acorde con el perfil del estudiantado de la Uned, la mayor proporción de los estudiantes de la muestra seleccionada (71%) pertenecen al género femenino y el 89,5% tiene una edad comprendida entre 20 y 39 años.

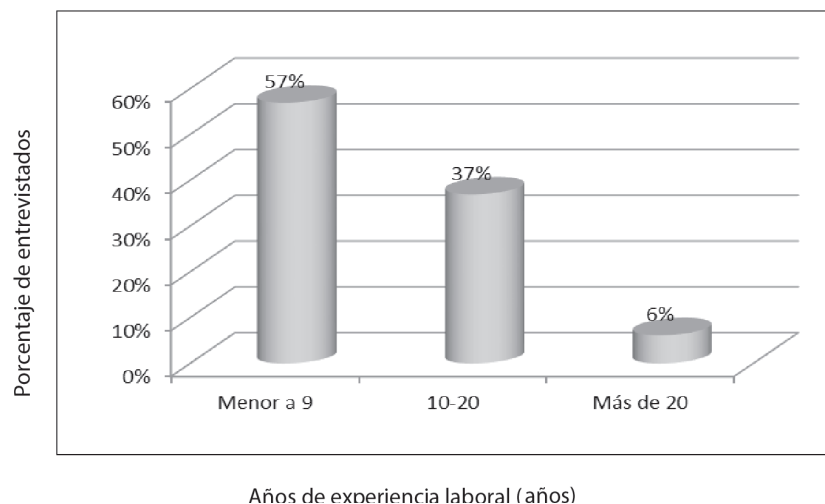
Más del 50% de los entrevistados (58%) tienen uno o más dependientes, factor que podría incidir en la actitud hacia el emprendimiento para solventar necesidades familiares.

El nivel de ingresos de la mayoría de los entrevistados (54%) oscila entre €361 000 y €960 000, lo cual coincide con la condición remunerativa de asalariado no profesional a la que pertenece este grupo.

Del total de entrevistados, un 10,8% no laboraba al momento de la encuesta, pero sí han tenido experiencia laboral previa. Del grupo que laboraba, el 57% de los entrevistados tiene 9 años o menos de laborar, el 37% tiene entre 10 y 20 años de trabajar y un 6% tiene más de 20 años de laborar, lo cual se detalla en la figura 1.

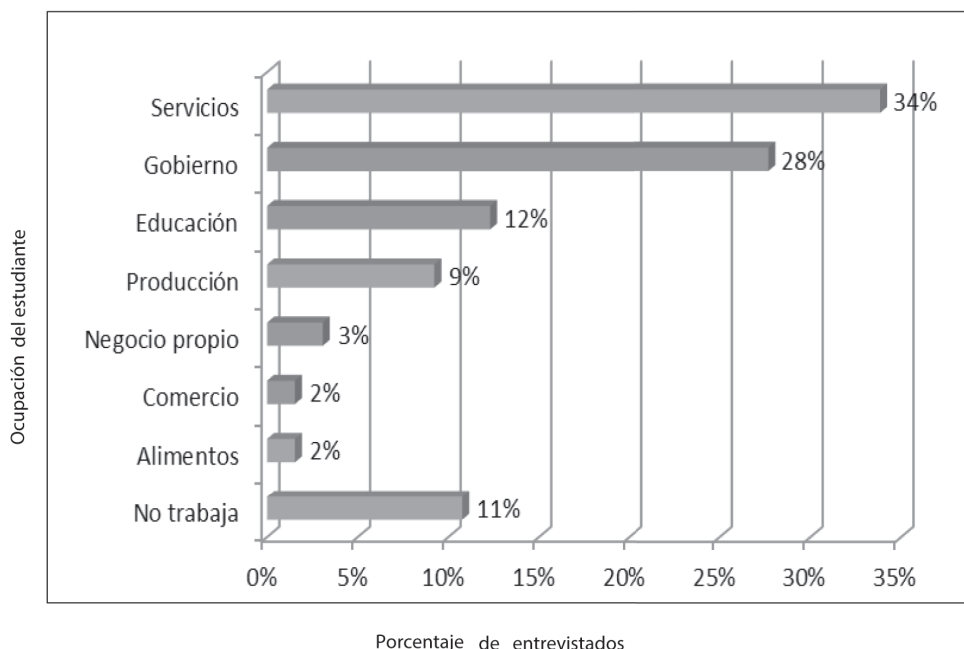
En la figura 1 se puede evidenciar que un 43% de los entrevistados tiene 10 años o más de experiencia laboral, lo que se debe a que la población de la Uned por lo general estudia y trabaja. Parte de esa experiencia laboral es la que ha proporcionado las redes de contactos y conocimientos técnicos para poder emprender un negocio a los estudiantes que ya lo han hecho. La experiencia laboral previa es un factor muy relevante, pues, conforme indica Leiva, en el sector pymes el

FIGURA 1
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DE LOS ENTREVISTADOS SEGÚN EXPERIENCIA LABORAL DEL ESTUDIANTE



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 2
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DE LOS ENTREVISTADOS SEGÚN OCUPACIÓN Y SECTOR LABORAL



Fuente: Elaboración propia.

67,9% de los empresarios tenían trabajo fijo previo a crear su empresa (Brenes y Govaere, 2012).

Aparte de la formación recibida de la Uned, el 55% de los entrevistados tiene conocimientos técnicos que pueden ser útiles con fines emprendedores. Estos conocimientos los han adquirido en el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), en el colegio vocacional, en otra universidad, como parte de su experiencia laboral o bien de la experiencia empresarial familiar. En el caso de las mipymes en Costa Rica, se indica que un "73% de las empresas creadas son de hombres, en 55% de los casos con educación universitaria" (Brenes y Govaere, 2012, p. 3).

El sector que cuenta con un mayor porcentaje de empleados (34%) labora en servicios, aspecto que incide en los casos que señalan a este sector

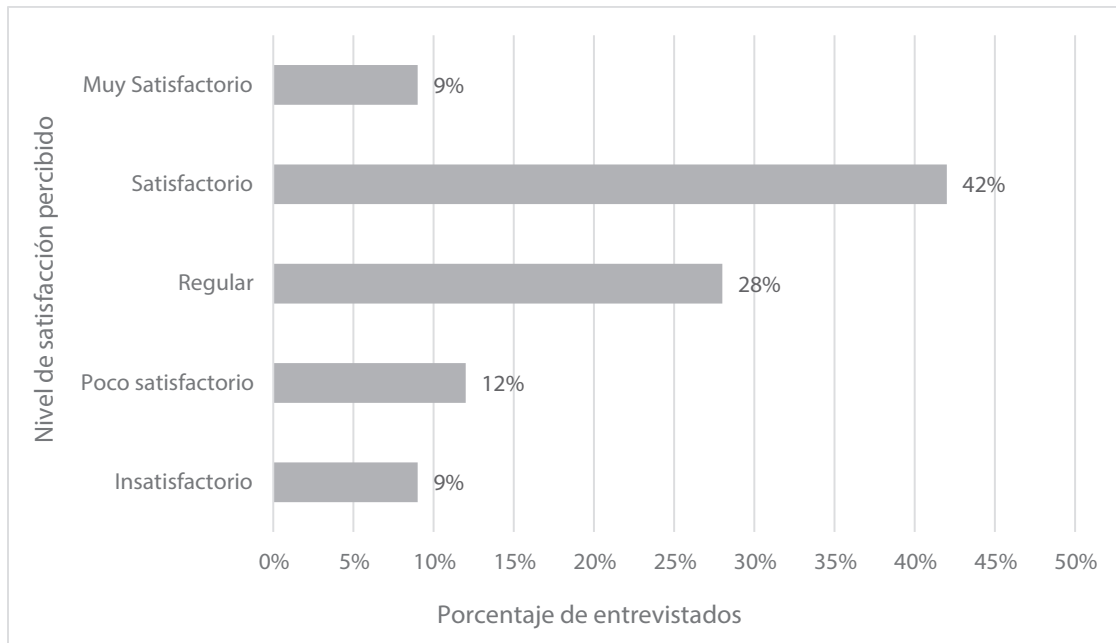
como tema de interés para un futuro emprendimiento. Un 28% presta colaboración en el sector gubernamental, siendo estos dos sectores los que cuentan con un mayor número de estudiantes entrevistados (véase la figura 2).

Percepción del estudiante

Se investigó sobre la percepción del nivel de satisfacción de los estudiantes con respecto a la preparación que han recibido en la carrera en la Escuela de Ciencias de la Administración (ECA), específicamente sobre temas que fomentan el emprendimiento de los estudiantes, como son la innovación y el emprendedurismo.

Los resultados muestran que un 28% de los encuestados dice tener un nivel regular de satisfacción y un 51% dice estar satisfecho o muy

FIGURA 3
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DE LOS ENTREVISTADOS SEGÚN SATISFACCIÓN SOBRE PREPARACIÓN
RECIBIDA EN TEMAS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO



Fuente: Elaboración propia.

satisfecho. Por el contrario, un 21% está insatisfecho o poco satisfecho, lo que brinda una oportunidad de mejora en este sentido (que debería ser incluida en un plan institucional), y solo un 9% se encuentra muy satisfecho con la formación recibida en el tema (véase la figura 3).

Al ahondar en las causas que los estudiantes le atribuyen a esta insatisfacción, el 31% de los entrevistados indica que los contenidos de la carrera promueven ser asalariado en vez de ser empresario y además que son muy teóricos (con escasa práctica).

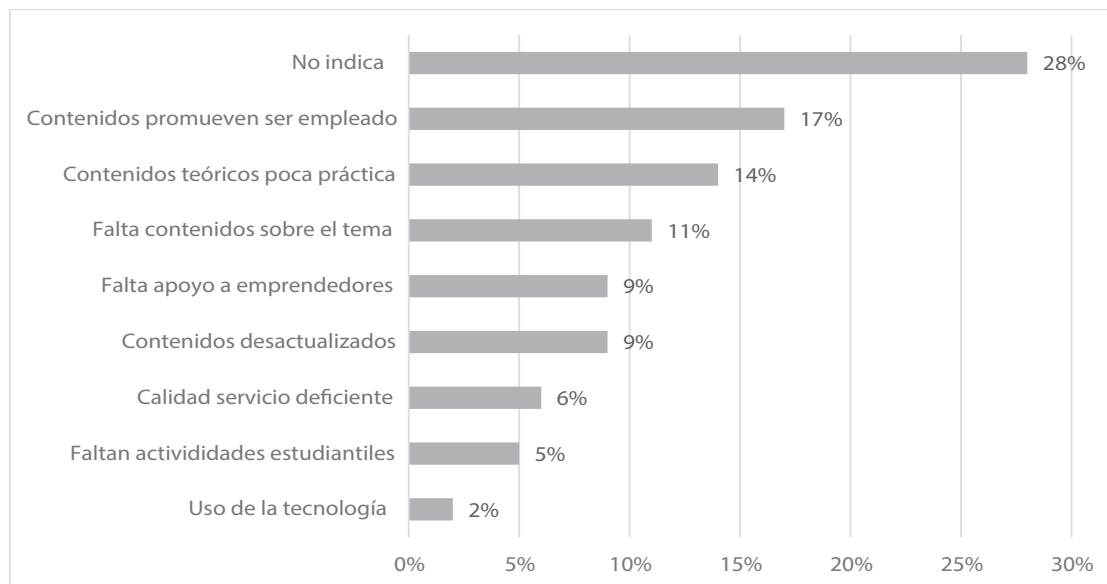
Con respecto a esto, se puede mencionar que en otras universidades se ha detectado esta misma problemática y que, tal como menciona Hidalgo (2013), a nivel país existe un error en el sistema educativo, que promueve el conformismo, ya

que solo dos de cada diez ticos aspira a ser empresario y además el Gobierno no colabora, pues existe un camino burocrático para abrir un negocio, lo que hace de Costa Rica un país con exceso de tramitología (ubicado en el puesto 128 entre 185 economías en cuanto a las facilidades que brinda para poder abrir un negocio).

Este problema hace necesario promover la educación orientada al emprendedurismo, desde diversos niveles educacionales y que esté inserta en la estrategia de educación nacional (Comunidad Europea, 2009).

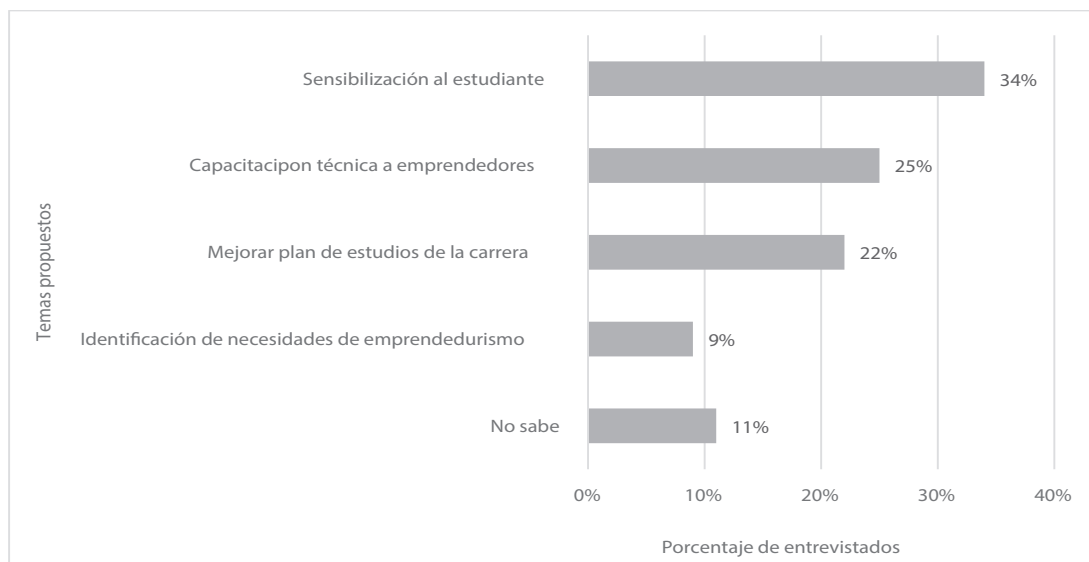
Otra causa de insatisfacción que fue mencionada (11% de los entrevistados) es la falta de contenidos de estudio más específicos sobre el tema de innovación y emprendedurismo a nivel de la carrera y que les permitieran mayor detalle en

FIGURA 4
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DE LOS ENTREVISTADOS SEGÚN CAUSAS DE INSATISFACCIÓN CON RESPECTO A LA FORMACIÓN EN TEMAS DE INNOVACIÓN Y EMPREDEDURISMO



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 5
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN TEMAS PROPUESTOS PARA PROMOVER EL EMPREDEDURISMO EN LA UNED



Fuente: Elaboración propia

la formación como potenciales emprendedores (véase la figura 4).

El estudio de Rojas (2010) sobre egresados de la Uned, menciona la necesidad de formación universitaria en emprendedurismo como uno de los requerimientos planteados para el desarrollo de las empresas en la etapa inicial y concluye que es necesario que la universidad incorpore un programa de emprendedurismo.

Este resultado es de alta relevancia para ser considerado e incluir acciones correctivas y proactivas en los planes de mejora institucional con el fin de poder brindar una oferta académica más acorde con lo esperado por la población meta, con las tendencias de mercado y con la realidad país.

Como parte del estudio, se consultó a los estudiantes para que expresaran su opinión con respecto a las prioridades que deben ser consideradas en la Uned al promover un programa de emprendedurismo (ver figura 5).

Como principales medidas, los encuestados (34%) visualizaron como prioritario que la universidad lleve a cabo acciones de sensibilización universitaria para desarrollar el interés y entusiasmo por los temas de emprendedurismo. De hecho, en junio del 2016, la ECA realizó una jornada emprendedora denominada "Generando espacios para ideas emprendedoras de la población estudiantil", con el fin de que los estudiantes de la escuela tuviesen la oportunidad de presentar sus iniciativas, que involucran proyectos de diversos sectores como el de productos: alimentarios, textiles, macrobióticos, entre otros.

Un 25% de los encuestados piensa que es indispensable que los estudiantes reciban, por parte de la universidad, la capacitación técnica que les permita llevar a la práctica los conceptos de crear un negocio propio. Una forma propuesta de hacerlo es fortalecer los planes de estudio en temas específicos, lo cual fue mencionado por un 22% de los encuestados.

Un 9% de los encuestados considera que para iniciar un programa de emprendimiento en la Uned, la institución debe identificar las necesidades de emprendedurismo estudiantil. Mientras que un 11% de los encuestados manifestó no tener respuesta para esta pregunta por falta de conocimientos.

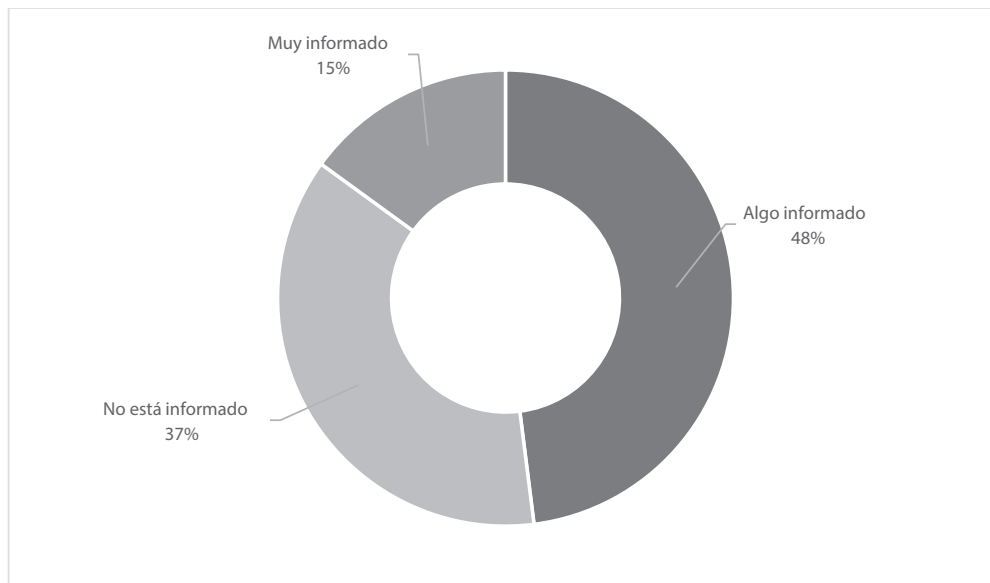
La universidad, como ente generador y transmisor de conocimientos, puede aportar de manera sustantiva a la formación de recurso humano emprendedor. De hecho, en la universidad moderna (Yasuf y Nabeshima, 2007), se aborda el concepto de universidad empresarial como ente accionante de desarrollo en el modelo de triple hélice (universidad-Gobierno-empresa) que promueva la generación de nuevas empresas.

Al respecto, en el estudio realizado en el 2010 por Rojas (p. 99) se menciona que: "la universidad no constituyó un espacio importante para la generación de ideas de negocios, aunque en la actualidad se puede observar mayores acciones para apoyar el emprendedurismo en la Uned".

En el 2015, las consecuencias de la falta de un programa de emprendedurismo universitario en la Uned se ponen de manifiesto cuando se denota el desconocimiento de aspectos básicos informativos en el estudiantado, como aquellos medidos con este estudio y que abarcaron el determinar la percepción que el estudiante tenía sobre el conocimiento en tres subtemas de análisis: incubación de empresas en universidades públicas del país, leyes que promueven la creación de microempresas y financiamientos disponibles en el mercado para apoyar emprendimientos.

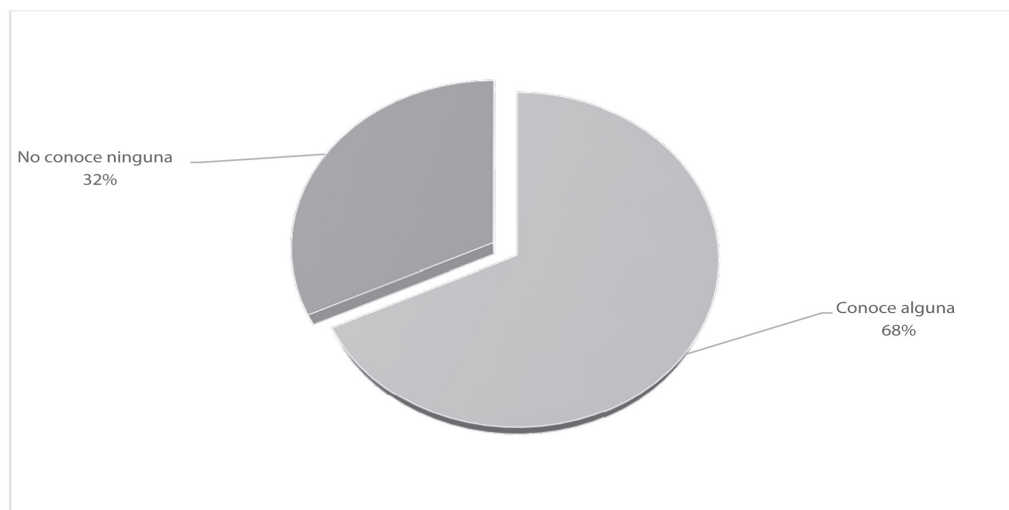
En general, sobre el tema de generar una microempresa propia, un porcentaje significativo de estudiantes considera estar desinformado en cuanto a leyes que promuevan la creación de empresas (37%) y sobre las posibilidades de financiamiento disponibles (32%). Las figuras 6 y 7 ilustran lo dicho.

FIGURA 6
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN CONOCIMIENTO SOBRE LEYES
PROMOTORAS DE EMPRENDIMIENTOS



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 7
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN CONOCIMIENTO DE FUENTES
DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboración propia

Esta situación es preocupante, pues, en un mundo globalizado, la información es muy accesible y no debería ser una limitante, mucho menos para personas formadas en un modelo de educación a distancia que hace uso intensivo de las TIC. Este hallazgo se relaciona con la tendencia a no endeudarse para financiar un negocio y se ilustra con el hecho de que en Costa Rica el 75% de las mipymes utilizaba como fuente de financiamiento sus propios ingresos (Brenes y Govaere, 2012).

De la misma forma, se convierte en limitante al emprendedurismo universitario, la ausencia de una incubadora de negocios y del conocimiento en sí del tema de los alcances reales del tema de incubación de negocios a nivel universitario.

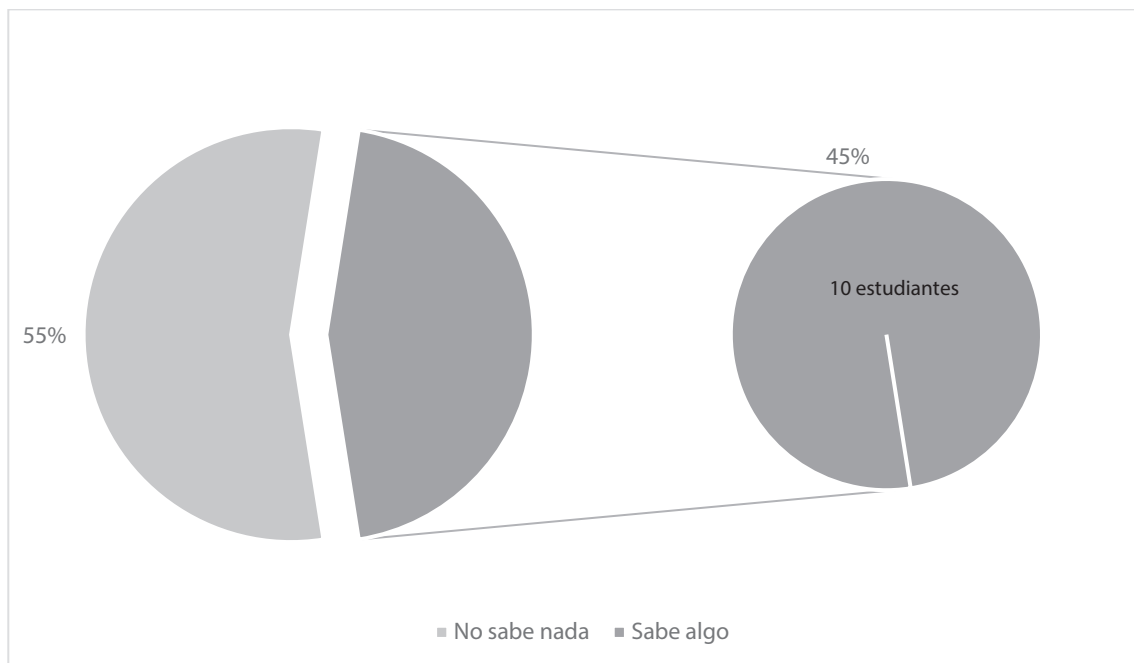
Como dato relevante, se pudo conocer que del total de encuestados, el 55% no tiene conocimiento

del tema de incubación de empresas en universidades públicas de Costa Rica, lo cual quiere decir que prácticamente uno de cada dos estudiantes ignora que las universidades puedan apoyar a los estudiantes emprendedores. De la proporción restante que sí conoce algo del tema, solamente diez encuestados sabían que alguna universidad tenía incubadora, principalmente informados de manera informal por sus amistades, en el trabajo o bien por medios de comunicación masivos (ver detalle en la figura 8).

Identificación de expectativas del estudiante

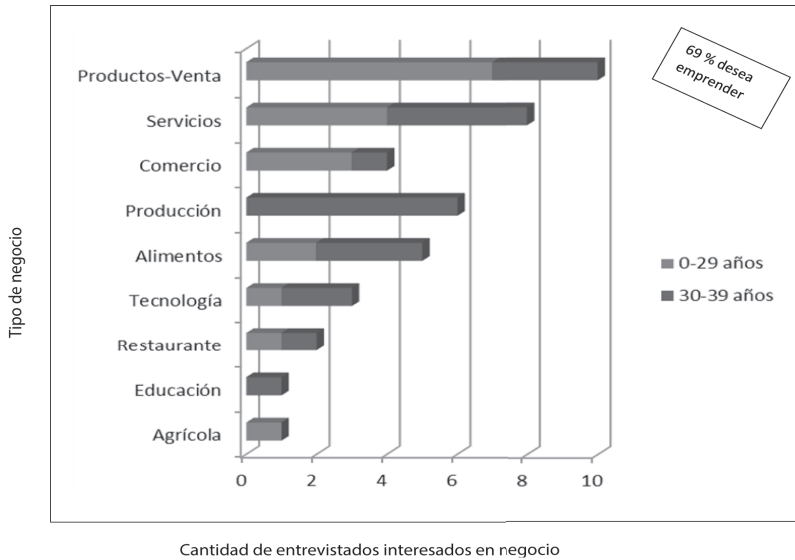
En este apartado, se analiza tanto las expectativas del estudiante con respecto a su interés por

FIGURA 8
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN SU CONOCIMIENTO SOBRE INCUBACIÓN DE EMPRESAS



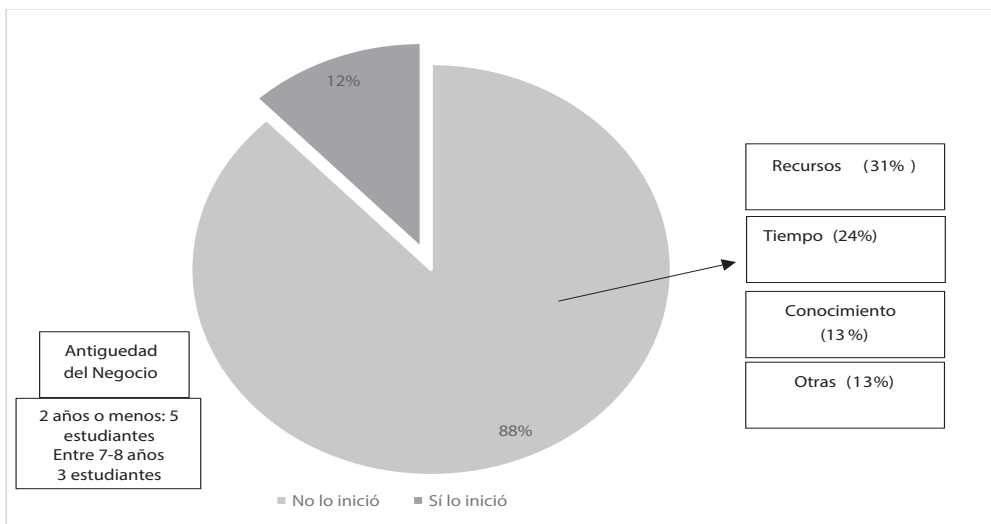
Fuente: Elaboración propia

FIGURA 9
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN CONOCIMIENTO DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 10
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN SITUACIÓN DE INICIO DEL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Elaboración propia

emprender como también la posibilidad de contar con recursos para esta gestión. Un 69% de los entrevistados indica estar interesado en realizar un emprendimiento.

En la figura 9, se puede notar que los estudiantes potencialmente emprendedores que se encuentran en una edad de 18 a 29 años están interesados en emprender en el sector de venta de productos, principalmente. Por otro lado, el grupo de estudiantes con edad entre 30 y 39 años está mayormente interesado en el sector de producción industrial (28,6% de los entrevistados) y en el sector servicios (19%).

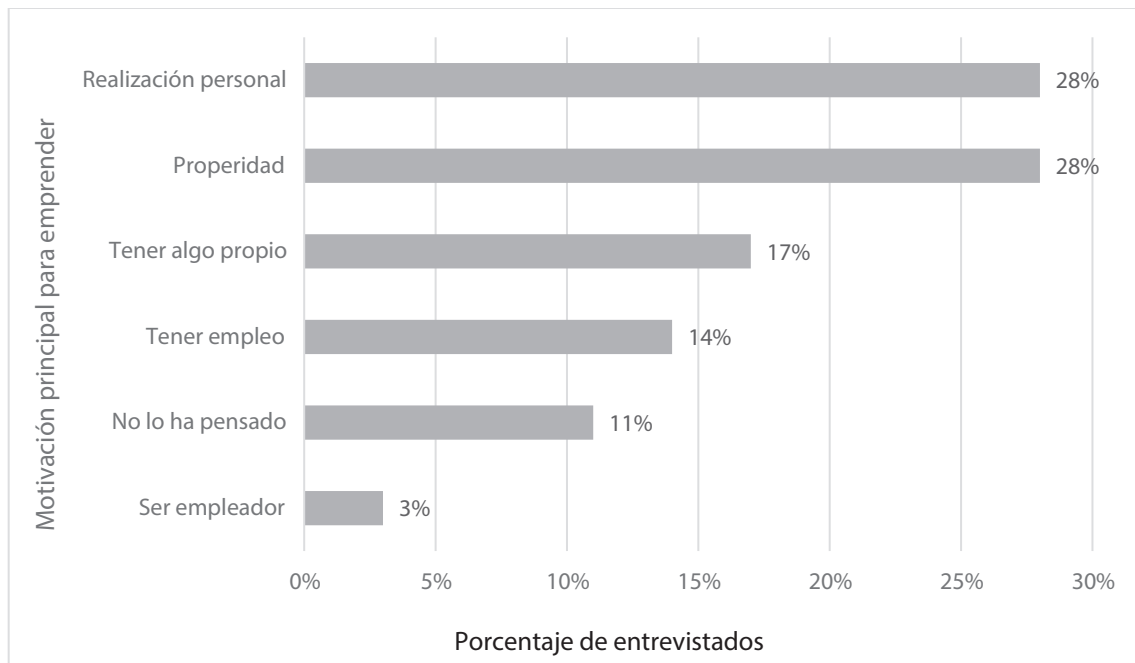
Del total de entrevistados, un 12% indica haber iniciado un negocio propio (ver figura 10); sin embargo la mayoría de ellos tiene dos años o menos de haberlo constituido, lo cual ubica al negocio

en una categoría de riesgo, ya que estudios sobre la tasa de muerte de las microempresas en Costa Rica, reflejan que existe una tasa de mortalidad del 69% en las empresas nuevas diez años después de su creación (Monge y Torres, 2015).

La proporción de estudiantes que no había iniciado aún su negocio propio fue del 88%, por lo que se les consultó las razones de esta demora y se tuvo como principales causas la falta de recursos y de tiempo como variables incidentes. Existe una coincidencia con el estudio de Rojas (2010), que señala como principal dificultad para la creación y puesta en marcha de la empresa, la inversión financiera, además del conocimiento pertinente para lograrlo.

Autores como Ortin et al. (2007) y Monge, Briones y García (2012, p.49) hacen referencia a literatura

FIGURA 11
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN MOTIVACIÓN PRINCIPAL PARA EMPRENDER



Fuente: Elaboración propia

que relaciona la propensión de crear una empresa con la disponibilidad de riqueza por parte del emprendedor en forma oportuna; de hecho, en el estudio empírico sobre las características de las spin-off académicas (Monge, Briones y García, 2012) un 23% de los entrevistados mencionó como principal problema el no contar con los recursos financieros para hacer realidad su emprendimiento. Otros factores como falta de equipos y maquinaria, tecnología inmadura y carencia de recursos humanos capacitados, se consideraron también como problemas para alcanzar el objetivo mencionado. El acceso a los recursos financieros y de asesoramiento son identificados como elementos clave para el posterior desarrollo de la empresa (Ortín et al., 2007).

Al respecto, la universidad, como institución educativa, puede asesorar y contribuir a generar redes de trabajo con emprendedores potenciales (incluyendo los de las spin-off universitarias) instruidos en buscar los canales de financiamiento apropiados para cada proyecto.

Comentado el tema financiero, fue de interés en este estudio conocer las principales motivaciones del estudiante como potencial emprendedor. Se determinó que las dos principales motivaciones expresadas correspondían al deseo de superación personal (28%) y mejorar el nivel económico que se posee (28%). La figura 11 ilustra lo comentado.

De estos resultados, el primero de ellos tiene cierta coincidencia con lo que indica el estudio realizado en Costa Rica por Monge, Briones y García (2012) con respecto a los factores relevantes para la creación de una spin-off académica, en el cual se menciona como los dos principales factores el poner en práctica conocimientos técnicos y el detectar una oportunidad de negocio. El segundo resultado (mejorar el nivel económico) es la segunda prioridad para los estudiantes encuestados, pero es la última para los académicos en Costa Rica, según el citado estudio; esto debido a que los académicos ya tienen un empleo que

satisface sus necesidades básicas y, según la pirámide de necesidades humanas de Maslow citada por Jerome (2013), se encuentran en un nivel superior de satisfacción.

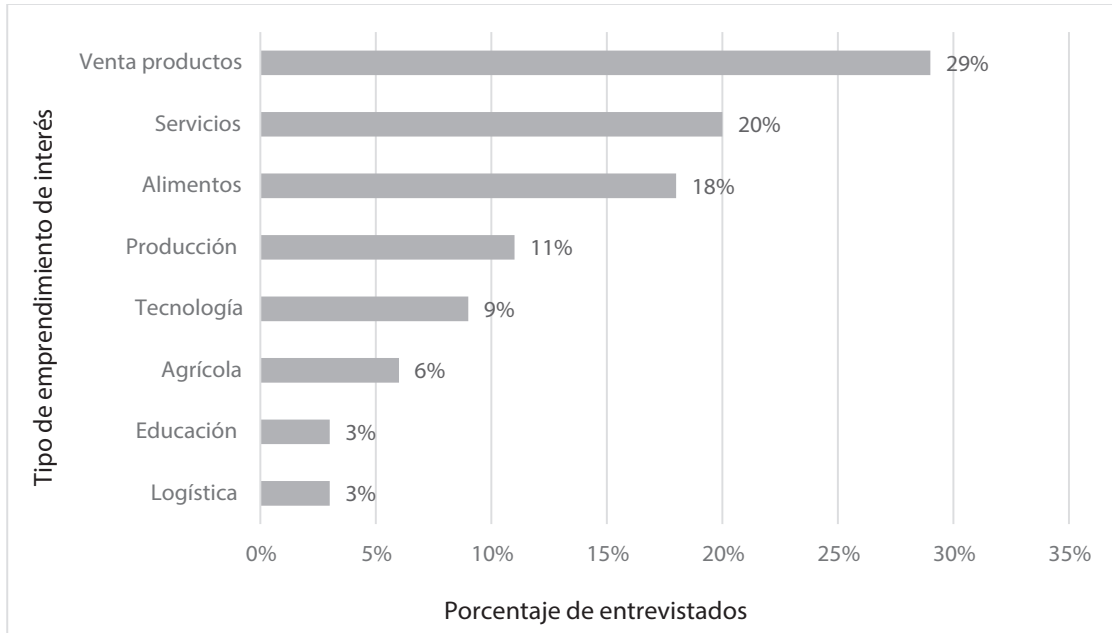
A nivel de la Uned, las tres principales motivaciones del estudiante egresado para emprender, según el estudio realizado por Rojas (2010), fueron el dejar de trabajar como empleado, el poner en práctica sus propias ideas y conocimientos, y el lograr mayores ingresos económicos. La superación personal como motivación es el cuarto factor de los nueve analizados. En comparación con la investigación realizada, se puede notar que hay coincidencia, ya que en los primeros cuatro factores, dos de ellos coinciden con el citado estudio, si bien es cierto no en el mismo orden, pero sí dentro de los principales factores motivacionales.

En forma descendente en la escala comparativa, se determinó que al 17% de los encuestados lo motiva a emprender el visualizar una oportunidad de tener un negocio propio. Una proporción del 14% de los encuestados afirma que su motivación es contar con otra opción de empleo. Solamente uno de los encuestados (3%) quiere ser emprendedor para poder brindar empleo a otras personas (emprendedurismo altruista). Finalmente, el 11% de los encuestados dijo no haber pensado qué lo podría motivar a emprender.

Al complementar la información anterior con la reportada para las pymes (Brenes y Govaere, 2012), se sabe que las principales dos motivaciones para crear una pyme fue primero el deseo de independencia (67,6%), seguido del conocimiento del negocio (64,5%).

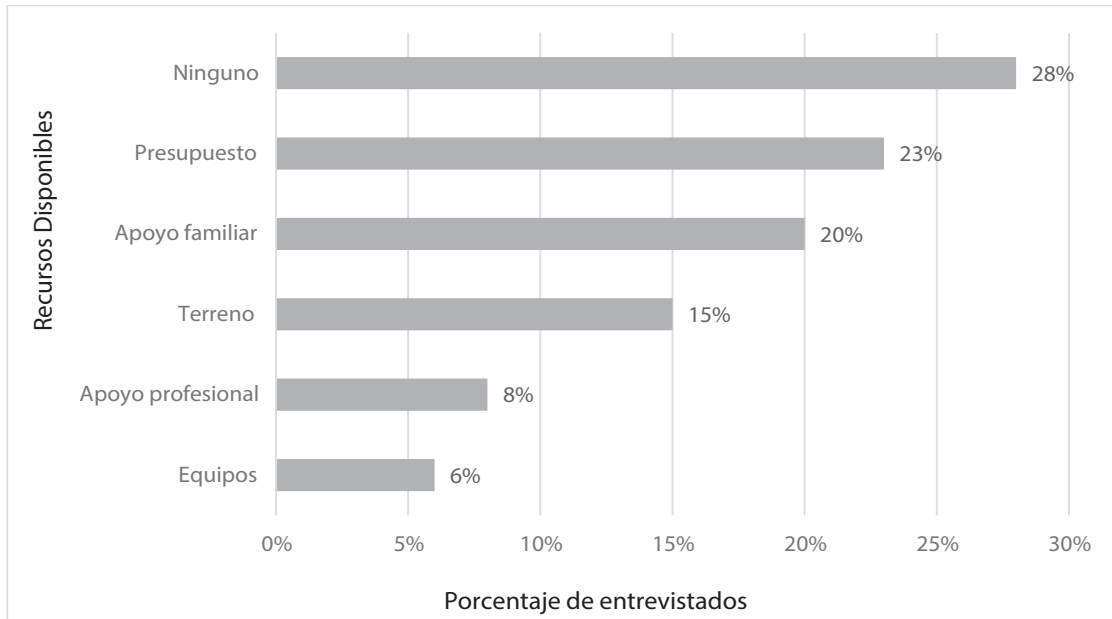
A efectos de realizar un emprendimiento, los estudiantes encuestados indican estar interesados en diversos sectores de la economía y se inclinan por tres negocios en particular: venta y comercialización de productos (29%), venta de servicios (20%) y producción de alimentos (18%); el detalle se presenta en la figura 12.

FIGURA 12
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN SECTOR DE INTERÉS PARA EVENTUAL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 13
DISTRIBUCIÓN RELATIVA DEL ESTUDIANTADO SEGÚN RECURSOS CON LOS QUE CUENTA PARA EMPRENDER



Fuente: Elaboración propia

Al consultar al estudiantado sobre los recursos que tiene disponibles para poder realizar un emprendimiento, un 28% indica no contar con recursos, un 23% tiene presupuesto y un 20% aprovecharía ayuda familiar. Otros recursos, como contar con terrenos, con el apoyo de otros profesionales o con equipos, se manifiestan en un 15%, 8% y 6% de los encuestados, respectivamente, como se presenta en la figura 13.

Al momento de realizar esta investigación, existían estudiantes que contaban con recursos disponibles pero que por falta de un programa de emprendedurismo no tuvieron el apoyo para iniciar un negocio propio. De aquí se deriva la gran relevancia del sustento que pueda brindar a futuro la universidad en los temas de innovación y emprendedurismo, lo cual debe adicionalmente ser trabajado en lo concerniente a la propuesta de mejoras en las políticas públicas de promoción al emprendedor, en especial aquellas de apoyo financiero (Lebendiker, Petry, Herrera y Velásquez, 2012).

En la Uned, la aplicación del concepto de innovación se percibe con casos de estudiantes emprendedores que ya iniciaron su propio negocio. Algunos, como los de la carrera de Ingeniería Informática y Desarrollo de Aplicaciones Web de la Uned (Acontecer Digital, 2013), obtuvieron premios en competencias internacionales y expresan que la formación y el perfil del estudiante autodidacta propio de la Uned, fueron útiles para concretar esta meta.

El estudio revela que existe una población estudiantil significativa interesada en una propuesta de apoyo al emprendedor a corto plazo, lo cual no solamente brindaría beneficios directos al estudiante de educación a distancia de esta universidad, sino que también promovería que la universidad modernice su papel como ente promotor de desarrollo, al igual que lo hacen ya las otras universidades públicas del país.

CONCLUSIÓN

Se concluye con este estudio que existe en la Uned una población estudiantil que se reconoce como potencialmente emprendedora, interesada en los temas de emprendedurismo e innovación, con deseos de plantear su proyecto de idea de negocio, algunos de los cuales cuentan con recursos en términos económicos y de información; pero también se revela que prácticamente uno de cada tres entrevistados carece de estos recursos. El apoyo de la Uned como casa de estudios, es vital para desarrollar competencias que puedan subsanar estas carencias. De hecho, la universidad tiene un papel como ente generador de proyectos de desarrollo socioeconómico que permitan crear nuevas oportunidades empresariales con el consecuente impacto futuro en indicadores macroeconómicos tales como el de nivel de empleo. Para que la universidad lleve a cabo esta función, autores como Monge, Briones y García (2015) señalan que hay aspectos que mejorar dentro de la universidad, como son principalmente la gestión de políticas para el fomento de la transferencia y creación de empresas, nuevos y más flexibles reglamentos, agilización de trámites y acompañamiento empresarial.

El modelo de triple hélice (universidad-Gobierno-empresa) asociado a los emprendimientos promovidos por la universidad como actor social, constituye un requerimiento de un sistema a implementar en la Uned que respondería a las necesidades estudiantiles develadas con esta investigación, con la cual se concluye que existe una aspiración de una gran cantidad de los entrevistados (69%) por emprender un negocio propio, mayormente en las áreas de venta de productos, servicios y alimentos, principalmente motivados por un deseo de superación personal y de incrementar la prosperidad económica.

A nivel nacional e internacional hay múltiples investigaciones que reportan el estudio de los factores motivacionales del emprendedor y se

puede concluir que los factores medidos con esta investigación, han sido también relevantes vistos en otras investigaciones independientemente del orden de prioridad en que puedan ser presentados. En forma complementaria, existen competencias que se desarrollan en los modelos de educación a distancia, tales como la autonomía y la capacidad de trabajo, que también son características de un emprendedor, por lo que los estudiantes de dicho modelo pueden convertirse en emprendedores. En el caso de la Uned, con el grupo encuestado se determinó que una proporción cercana al 43% tiene amplia experiencia laboral (más de diez años), puesto que la mayoría de quienes son estudiantes de la Uned trabajan y estudian a la vez. Más de la mitad de los entrevistados, poseen también conocimientos técnicos adicionales a los adquiridos en esta universidad, factores que, según varios autores, inciden favorablemente en el interés y la capacidad de desarrollar un negocio por parte del emprendedor.

Como resultado del estudio, se concluye que lo que ha limitado el emprendimiento ha sido la disponibilidad de recursos, tiempo y conocimiento (en este orden); este último aspecto muy ligado con la función en la que la universidad podría hacer un aporte más significativo.

A nivel tradicional, la labor que lleva a cabo la universidad de formar capital humano, se ve ampliada por la necesidad del estudiante potencialmente emprendedor de formar empresas con el fin de satisfacer sus necesidades de logro. Es en este contexto que la universidad debe tomar las capacidades propias como organización y las capacidades del estudiante para formar un equipo de trabajo exitoso.

Lo anterior resulta relevante al tomar en consideración que una buena proporción de los entrevistados de la Uned (37%) dice no estar informada de las leyes promotoras de emprendimientos en Costa Rica y una proporción

semejante (32%) no conoce sobre fuentes de financiamiento para emprender.

Nótese que prácticamente uno de cada tres estudiantes tiene desconocimiento en temas básicos de empresarialidad; esto sin considerar el efecto de la regionalización que podría afectar esos valores y la proporción asciende a ser uno de cada dos estudiantes, si se trata de evaluar el conocimiento sobre incubación de negocios, porque ellos desconocen que la universidad podría apoyarlos como emprendedores con una propuesta adaptada a las especificidades del modelo de educación a distancia.

Si bien es cierto los recursos de las universidades públicas son muy limitados, estas organizaciones no están llamadas a cumplir un papel de ente financiador, sino más bien de crear la plataforma de conocimientos necesarios para que el estudiante acceda de manera efectiva a las fuentes de financiamiento del mercado para aquellas ideas de negocios con buen potencial comercial.

La idea sería evitar así que buenas ideas de negocios se desvanezcan o queden bloqueadas por falta de apoyo de la propia casa de estudios, ya que no tendría sentido que al final de cursar una carrera con un modelo de educación a distancia, se tenga que acudir a una incubadora de negocios de una universidad presencial, lo que presenta inconvenientes para el estudiantado que previamente había preseleccionado este tipo de modelos más inclusivos.

De las propuestas sugeridas por los estudiantes, se concluye que es importante el impartir cursos de sensibilización a la comunidad universitaria en temas de emprendedurismo e innovación, así como la incorporación de estos contenidos en los planes de estudio atinentes. Pero más allá de estas buenas prácticas, queda expresada la necesidad del estudiantado potencialmente emprendedor, de contenidos académicos más prácticos y aplicables, de poder encontrar en la universidad el apoyo especializado requerido,

por ejemplo, con un programa de emprendedurismo que genere un cambio positivo hacia la implementación de una universidad más moderna que trascienda el concepto tradicional de formar empleados, al de formar empresarios.

Mediante mecanismos de gestión de proyectos y de incubación de negocios, las universidades públicas han establecido canales para brindar a sus estudiantes un servicio de asesoramiento en materia de emprendedurismo y es indispensable que esta labor continúe de forma activa y se fortalezca debido a los beneficios académicos y socioeconómicos que se derivan de dichas acciones hacia la sociedad.

REFERENCIAS

- Acontecer Digital. (17 de enero de 2013). Estudiante de la Uned gana premio internacional en concurso de videojuegos. Acontecer Digital. Recuperado de: <http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php/a-diario/educacion/1621-estudiante-de-la-uned-gana-premio-internacional-en-concurso-de-videojuegos/>
- Arroyo, I. (2008). La cultura y el proceso de globalización en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista Ciencias Económicas*, 26 (1) 383-395. Recuperado de: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7171/6852>
- Brenes, L. y Govaere, V. (2012). Estado Nacional de las Mipymes. Observatorio de Mipymes. Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica. Recuperado de: <http://omipymes.uned.ac.cr/wp-content/uploads/2013/12/Estado-Nacional-de-las-MIPY-MES-2012.pdf>
- Calvo, X. y Méndez, V. (2011). La mediación pedagógica de un modelo de aprendizaje centrado en el estudiante. Implicaciones en la unidad didáctica impresa, estudiante y profesor, en la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. *Revista Espiga*, 10 (22), 59-76. Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica.
- Chang, H. (enero-junio, 2010). El modelo de triple hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y empresa. *Revista Nacional de Administración*, 1 (1), 85-94.
- Chaves, M., Fonseca, R. (2015). Emprendedurismo en Costa Rica: estancamiento en la transición a la innovación. *Revista Economía y Sociedad*, 20 (48), 1-19. Recuperado de: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/7550/9346>
- Commissione Europea (2009). Imprenditorialità nell'istruzione e nella formazione professionale. Direzione Generale imprese e industria. Recuperado de: http://www.competenzechiave.eu/documenti_pdf/senso_iniziativa_ed_impreditorialit%C3%A0/impreditorialita_nell_istruzione_e_nella_formazione_professionale.pdf
- Correa, Z., Delgado, C. y Conde, Y. (julio-diciembre, 2010). Formación en emprendimiento en estudiantes de Administración de Empresas en la Universidad de Popayan. *Revista Escuela Administración de Negocios*, 71, 40-51.
- Crissien, J. (2006) Espíritu Empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. *Revista EAN*, 57, 103-118. Recuperado de: <http://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/376/369>
- Etzkowitz H, Webster, A., Gebhardt, C. y Cantisano, B. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Elsevier Journals. Research Policy*, 29, 2000, 313-330. Recuperado de: http://mail.tku.edu.tw/113922/Note/Etzkowitz2000_1-s2.0-S0048733399000694-main.pdf
- Gómez, M. (2012). Elementos de estadística descriptiva. (4ª ed.). Costa Rica: Euned.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hidalgo, J.C. (19 de agosto, 2013). Nos enseñan a ser empleados, no empresarios. *El Financiero*. Costa Rica. Recuperado de <http://www.elfinanciero->

cr.com/blogs/por_la_libre/ensenan-empleados-ojala-publicos_7_357634234.html

Hueso, A., y Cascant, J. (2012). Metodologías y técnicas cuantitativas de investigación. Cuadernos Docentes en Proceso de Desarrollo, 1. Recuperado de: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%C3%B3n_6060.pdf?sequence=3/

Indemer. (21 de octubre, 2014). Investigación de mercados. Calcule su muestra. Recuperado de: <http://www.colombiamercadeo.com/documentos-de-aprendizaje/4-documentos-para-aprendizaje/50-calcule-su-muestra-gratuitamente.html/>

Jerome, N. (2013). Application of the Maslow's hierarchy of need theory; impacts and implications on organizational culture, human resource and employee's performance. International Journal of Business and Management Invention. 2(3), 34-35. Recuperado de: [http://www.ijbmi.org/papers/Vol\(2\)3/Version-2/G233945.pdf](http://www.ijbmi.org/papers/Vol(2)3/Version-2/G233945.pdf)

Leiva, J. C. (2014). Los emprendedores y la creación de empresas. Instituto Tecnológico de Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Lebendiker, M., Petry, P., Herrera, R. y Velásquez, L. (2012). Reporte Nacional 2012: La situación del emprendimiento en Costa Rica. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Recuperado de <http://www.parquetec.org/images/biblioteca/gem2012.pdf>

Marulanda, F., Montoya, I. y Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. Cuadernos de Administración. Universidad del Valle, 30 (51). Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a10.pdf>

Monge, M., Briones, J. y García, D. (2012). La creación de Spin-off universitarias: Caso del Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR). Recuperado de: http://www.revistarecreate.net/IMG/pdf/R13.II.LA_CREACION_DE_SPIN-OFF_UNIVERSITARIAS_.pdf/

Monge, M., Briones, J. y García, D. (2015). Emprendedurismo académico en Costa Rica: un estudio sobre las spin-off académicas. Revista Nacional de Administración 6 (1), 133-151. Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

Monge, R. y Torres, F. (2015). The Dynamics of Entrepreneurship in Costa Rica. Interamerican Development Bank (IDB): Discussion Paper. Recuperado de: https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6784/CTI_DP_The_Dynamics_of_Entrepreneurship_in_Costa_Rica.pdf?sequence=1

Mora, R. (11 de marzo, 2010). Determinantes del éxito y crecimiento de pequeñas y medianas nuevas empresas innovadoras. Proyecto de Investigación. Recuperado de: <http://www.tec.ac.cr/sitios/Micerrectoria/viesa/biblioteca/Paginas/default.aspx/>

Morales, E., Pineda, K. y Ávila, K. (2012). Organizaciones innovadoras a partir de la interacción con la universidad: casos exitosos. Revista Estudios Gerenciales, 28, 363-374.

Ortín, A., Salas, V., Trujillo, M.V. y Vendrell, F. (2007). La creación de Spin-off universitarios en España: Características, determinantes y resultados. Revista Economía Industrial. Recuperado de: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/368/79.pdf/>

Rikap, C. (2012). La vinculación de la universidad con el sector productivo. Transferencia tecnológica. Revista Ecos de Economía, 16 (34), 127-149.

Rojas, R. (2010). La creación de MIPYMES por emprendedores de base universitaria de la Uned. Revista Nacional de Administración 1 (2), 87-100. Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

Romo, L., Quevedo, L. y Herrera, L. (2013). Desarrollo de los programas de emprendedores en diferentes instituciones de educación superior. International Review of Business Research Papers, 9 (2), 220-232.

Rueda, I., Fernández, A. y Herrero, A. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito em-

- prendedor en un contexto universitario. *Revista Investigaciones Regionales*, 26, 141-158. Recuperado de: <http://www.aecr.org/images/imagenesArticles/2013/10/7Rueda.pdf>
- Stradi, S. (2016). *Emprendedurismo estudiantil por medio de iniciativas de incubación de empresas en universidades públicas de Costa Rica*. (Tesis de maestría en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia Estratégica). Universidad Estatal a Distancia. San José, Costa Rica.
- Ugalde, N. (2014). The Role of Intellectual Capital and Entrepreneurial Characteristics as Innovation Drivers. *Revista Innovar*, 24 (53), 41-60
- Universidad de Costa Rica (2015). *Agencia AUGÉ-UCR*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica. Recuperado de <http://www.augeucr.com/>
- Universidad Estatal a Distancia. (2008). *Acuerdo de Consejo de Rectoría CR.2008.1038: Aprobación de Lineamientos para Vinculación Uned-Sector Externo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Universidad Estatal a Distancia. (2011a). *Acuerdo de Consejo Universitario CU-2011-056*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Universidad Estatal a Distancia. (2011b). *Plan de Desarrollo Institucional: para el fortalecimiento de la Educación a Distancia*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Universidad Estatal a Distancia. (2015). *Listado de estudiantes por materias de TFG. I semestre 2015*. Registro de base de datos de estudiantes. San José, Costa Rica.
- Universidad Nacional de Costa Rica. (2012). *Programa UNA-Emprendedores UNA-INCUBA*. Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado de <http://www.incuba.una.ac.cr/>
- Universtiy of Oxford (2013). *The Entrepreneurial University: from concepto to action*. Entrepreneurial University Leaders Programme (EULP). Recuperado de: <http://ncee.org.uk/wp-content/uploads/2014/06/From-Concept-To-Action.pdf>
- Versino, M. (2000). *Las incubadoras universitarias de empresas en la Argentina: reflexiones a partir de algunas experiencias recientes*. *Revista Redes*, 17 (15), 151-181.
- Vicens, L., Grullon, S. (2011). *Innovación y emprendimiento: un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/5095>
- Vila, M., Ferro, C. y Guisado, M. (2010). *Innovación, financiación pública y tamaño empresarial*. *Cuadernos de Gestión*. Universidad del País Vasco. España, 10 (1), 75-87.
- Yasuf, S. y Nabeshima, K. (2007). *Cómo promueven las universidades el crecimiento económico*. Colombia: Banco Mundial. Recuperado de <http://documents.worldbank.org/curated/en/111151468103759957/pdf/383330SPANISH0101OFFICIAL0USE0ONLY1.pdf>

Recibido: 19 de marzo de 2016
 Aceptado: 10 de setiembre de 2016