



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

**Acciones de comunicación para la construcción de una  
cultura en innovación y emprendimiento en la Universidad  
de Piura: propuesta a partir de los objetivos del centro Hub  
UDEP**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de  
Licenciado en Comunicación

**María Violeta Gonzáles Rafael**

Revisor:  
Dr. Fernando Huamán Flores

Piura, diciembre de 2022

NOMBRE DEL TRABAJO

**TSP Gonzales Rafael Violeta\_CORREGID  
OARB\_entregable.pdf**

RECUENTO DE PALABRAS

**11002 Words**

RECUENTO DE PÁGINAS

**60 Pages**

FECHA DE ENTREGA

**Nov 30, 2022 12:35 PM GMT-5**

RECUENTO DE CARACTERES

**65118 Characters**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**2.1MB**

FECHA DEL INFORME

**Nov 30, 2022 12:38 PM GMT-5****● 23% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

## **Dedicatoria**

A mis padres, Juan y Violeta, por su esfuerzo en brindarme una educación de calidad acompañada de un ejemplo en valores y ética a lo largo de toda la vida. A mis hermanas, Rosa y Victoria, por su apoyo constante y por siempre encontrar la forma de estar presentes a pesar de la distancia. A Joaquín, quien llegó en el momento indicado y que representa unión familiar y motivación para trabajar en ser cada día mejor. A mis tíos, primos y sobrinos, por su sincera alegría ante cada logro familiar.

Un especial agradecimiento a Mirtha Gonzáles, pieza fundamental en mi carrera universitaria, que, aunque ya no me acompaña de forma presencial, siempre motivó este logro profesional. Finalmente, agradecer a los amigos incondicionales y compañeros de trabajo que me acompañaron en el proceso, sin sus palabras de aliento esto tampoco sería posible.





## Resumen

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene el objetivo de proponer acciones de comunicación para la construcción de una cultura en innovación y emprendimiento entre los estudiantes de pregrado de la Universidad de Piura y su centro Hub UDEP. El centro, anteriormente una incubadora de negocios, a través del proceso de crecimiento en el que se encuentra, busca relacionarse de forma más cercana con los actores UDEP: estudiantes, docentes y personal administrativo.

A través de entrevistas a los colaboradores de Hub UDEP, se identificaron atributos que se consideran ya se transmiten y atributos con los que se cuenta pero que aún no se dan a conocer: impacto y oportunidades de colaboración a nivel interno, accesibilidad al centro, ecosistemas de innovación y emprendimiento, tipos de innovación, sostenibilidad y desarrollo social. Sumado a ello, se identificó que, como parte de las mallas curriculares de los programas académicos de la universidad, en su mayoría no se vienen desarrollando temas vinculados a iniciativas de negocio e innovación.

En ese sentido, y tomando como público objetivo para este estudio a los alumnos de pregrado de la institución, se realizó un sondeo entre los estudiantes de todas las facultades del campus Piura para medir la percepción de cultura en innovación y emprendimiento dentro de la universidad. Así, se halló que un 52,9% del alumnado espera desempeñarse a corto plazo fundador (emprendedor) trabajando en su propia empresa y en líneas generales se muestra predisposición a iniciar un negocio propio. Sin embargo, como parte del mismo estudio, al consultar por su conocimiento en el proceso de emprender, los estudiantes en su mayoría reconocieron conocer poco sobre el tema.

Frente a ello, y apoyándose en la existencia de una Ruta Emprendedora, serie de iniciativas de Hub UDEP enfocadas en alumnos UDEP; el presente documento plantea un plan de comunicación denominado “Emprendedores UDEP” que tiene el objetivo de acercar el ecosistema de innovación y emprendimiento a los estudiantes a través de un proceso de generación de conocimiento y de acciones offline y online que permitan el acercamiento de los alumnos al desarrollo de iniciativas de negocio innovadoras.



## Tabla de contenido

Introducción .....	13
Capítulo 1 Aspectos generales .....	15
1.1 Sobre la Universidad de Piura .....	15
1.2 Historia y situación actual de Hub UDEP .....	17
1.2.1. Telefónica Open Future .....	17
1.2.2. Innóvate Perú .....	18
1.2.3. WISE Latin America .....	18
1.2.4. Programa Babson Collaborative .....	18
1.2.5. Programa Koica .....	19
1.2.6. Proyecto DER Piura .....	19
1.2.7. Innova UDEP .....	20
1.2.8. PAD – Red de Inversionistas Ángeles .....	20
1.3 Relacionamiento entre el centro y la universidad .....	22
Capítulo 2 Sobre el emprendimiento en las universidades .....	25
2.1 Ecosistema de innovación y emprendimiento .....	25
2.2 Cultura emprendedora .....	26
2.3 Innovación y emprendimiento dentro de la universidad .....	26
Capítulo 3 Actores y problemática en el campo de la comunicación .....	29
3.1 Problemática .....	29
3.2 Encuestas .....	30
Capítulo 4 Estrategia de comunicación .....	35
4.1 Análisis FODA de Hub UDEP .....	35
4.2 Objetivos .....	36
4.3 Grupos de interés involucrados .....	36
4.4 Eje central de la estrategia .....	37
Capítulo 5 Plan de acción .....	39
5.1 Generación de conocimiento .....	39
5.1.1. Trabajo de sensibilización con autoridades, facultades y centros UDEP .....	39
5.1.2. Canales digitales de la Ruta Emprendedora .....	39
5.2 Acercamiento e relacionamiento con el centro .....	42
5.2.1. Boletín Emprende UDEP .....	42

5.2.2. Relacionamiento con el centro.....	44
Conclusiones .....	45
Lista de referencias.....	47
Apéndices .....	49
Informe de desempeño profesional.....	49
Percepción de marca de Hub UDEP de acuerdo a sus colaboradores .....	55
Cuestionario sobre cultura en innovación y emprendimiento entre los alumnos de la Universidad de Piura .....	56



## Lista de tablas

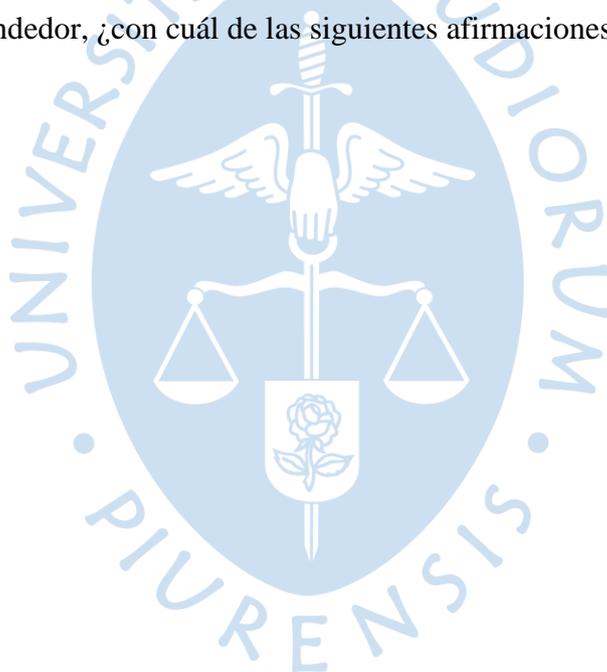
Tabla 1 Asignaturas vinculadas a Innovación y Emprendimiento .....	22
Tabla 2 Aspectos formativos de la educación universitaria de cara al emprendimiento .....	23
Tabla 3 Ruta Emprendedora UDEP .....	24
Tabla 4 Centros de Innovación o emprendimiento - Top 10 universidades peruanas .....	27
Tabla 5 Percepción de Hub UDEP de acuerdo a sus colaboradores .....	30
Tabla 6 Análisis FODA de Hub UDEP .....	35
Tabla 7 Cronograma de actividades .....	42





## Lista de figuras

Figura 1 Organigrama Hub UDEP 2021 .....	21
Figura 2 Organigrama Hub UDEP 2022 .....	21
Figura 3 En relación con la línea de carrera que se espera seguir, a corto plazo usted busca desempeñarse como.....	31
Figura 4 En relación con el emprendimiento, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones? .....	31
Figura 5 En relación con los procesos que debe seguir un emprendedor, qué tanto conoce sobre .....	32
Figura 6 En relación con el entorno universitario .....	33
Figura 7 En relación con las actividades en emprendimiento dentro de la universidad .....	33
Figura 8 ¿De dónde surgió la idea de tener un emprendimiento? .....	34
Figura 9 Como emprendedor, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está de acuerdo? .....	34





## **Introducción**

En los últimos años, el mundo de la innovación y emprendimiento ha crecido de forma exponencial debido a la necesidad del mercado de encontrar soluciones que, haciendo uso de la tecnología, sean rápidamente puestas en marcha, con oportunidades de crecimiento exponencial y con sostenibilidad en el tiempo. A ello se sumó la implementación de la nueva Ley Universitaria N° 30220 (2014) en la que se requería, como requisito para el licenciamiento de las universidades, incluir como servicio una incubadora de empresas como soporte a los proyectos de los estudiantes. Así, a la fecha se estima la existencia de 95 centros de emprendimiento, de acuerdo con el número de universidades licenciadas por SUNEDU, y por lo tanto cada vez más emprendedores universitarios respaldados por sus casas de estudio.

Sin embargo, dicho apoyo al emprendedor no será suficiente si no se le brinda el conocimiento y herramientas necesarias el desarrollo de competencias emprendedoras. Es aquí, cuando el sistema educativo y en específico el universitario juegan un rol muy importante al momento de trabajar en difundir e implementar una cultura emprendedora dentro de las instituciones de educación superior ya que como explican Quispe y otros (2022), las acciones educativas serán el principal medio para que la comunidad universitaria, y el público en general, desarrollen prácticas innovadoras a nivel laboral y social.

Por ello, el presente trabajo profesional destaca el uso de la comunicación para dar a conocer la importancia de desarrollar una mentalidad emprendedora entre los alumnos de la Universidad de Piura, la cual desde el 2017 cuenta con una incubadora de negocios, actualmente centro de innovación y emprendimiento, denominado Hub UDEP y en el que se ha identificado que los estudiantes no tienen mayor acercamiento. Así, y haciendo uso de la oferta dirigida a estudiantes UDEP con la que el centro cuenta, se plantean acciones de comunicación vinculadas a la generación de conocimiento y acercamiento al centro con el objetivo de iniciar una cultura de innovación y emprendimiento dentro de la Universidad de Piura.



## Capítulo 1 Aspectos generales

### 1.1 Sobre la Universidad de Piura

La Universidad de Piura, institución educativa privada de enseñanza superior sin fines de lucro, fue fundada el 7 de abril de 1969 por iniciativa de San Josemaría Escrivá de Balaguer en la ciudad de Piura bajo un modelo educativo que, de acuerdo a su ideario, entiende la investigación y la transmisión de las ciencias y las humanidades, la formación personalizada, así como las tareas de responsabilidad social, como un servicio al desarrollo pleno de la persona humana y de la sociedad, integrándose en una perspectiva trascendente (Universidad de Piura, 2022).

A partir de agosto de 1979, la institución inicia su presencia en la ciudad de Lima a través de la fundación del PAD – Escuela de Dirección y desde el año 2003 amplía su oferta académica a través del Campus Lima. De acuerdo con su web institucional (2022), la universidad fundamenta su trabajo en cuatro ejes principales: docencia, formación integral, investigación y responsabilidad social.

- **Ubicación:** la Universidad de Piura cuenta con sedes en Piura y Lima. El campus Piura se encuentra ubicado en la Av. Ramón Mugica 131, Urb. San Eduardo y en Lima, la sede se ubica en la Calle Mártir José Olaya 162, Miraflores; además, en el distrito de Santiago de Surco, se sitúa el PAD – Escuela de Dirección.
- **Actividad:** siguiendo su ideario, la Universidad de Piura procura constituirse en una comunidad viva de investigación, contribuir al bien común y promover la dignidad de la persona humana, por medio de la investigación científica, docencia, difusión cultural y actividades de responsabilidad social, que incluyen la extensión y atención sanitaria (Ideario UDEP, 2017).
- **Misión:** contribuir al bien común y promover la dignidad de la persona humana, a través de la formación integral de los miembros que integran su comunidad y fundamentado en una concepción cristiana del hombre y del mundo.
- **Visión:** llegar a ser un referente de excelencia en la educación superior, por medio de la investigación científica de vanguardia, la pedagogía innovadora y la formación de personas que se distingan por su competencia profesional, su compromiso ético y su calidad humana.

Bajo el lema “mejores personas, mejores profesionales”, en el ideario de la institución se destacan los principios que rigen la vida académica de la universidad: la promoción de la investigación, entendida como la capacidad de esforzarse y comprometerse en la búsqueda y

servicio de la verdad. Un alto nivel de calidad académica, que estimule los hábitos de estudio e investigación y garantice la adecuada preparación del estudiante. La interdisciplinariedad dentro de cada centro y en el conjunto de ellos, como partes de un todo integrado para el logro de los fines de la universidad (Universidad de Piura, 2022).

En el marco del 50 aniversario de la institución el rector de la Universidad de Piura, Antonio Abruña (2019), destacó: “Los frutos de estas cinco décadas se reflejan en el trabajo bien hecho de los egresados, en numerosos proyectos aplicados, en la internacionalización, la innovación y transformación tecnológicas; en la formación de nuestros profesores y en muchos otros aspectos. También, en el crecimiento físico y de infraestructura; en nuestros Campus en Piura y Lima y en el PAD–Escuela de Dirección, donde se sigue ofreciendo una formación integral, con una base humanística que consolida nuestra identidad como universidad de inspiración cristiana” (Memoria Anual, 2019).

Su más reciente anuario (2021), detalla que en la actualidad la institución brinda servicios académicos a cerca de 9500 estudiantes de pregrado y a más de 2700 alumnos de posgrado a través de cursos de extensión y del PAD - Escuela de Alta Dirección (Memoria Anual UDEP, 2021).

Dicho crecimiento ha hecho que la Universidad de Piura se ubique, de manera consistente, en los diversos rankings de universidades peruanas. Así, y de acuerdo con su blog oficial (2022), la universidad ingresó al ranking mundial QS 2023, consultora británica especializada en educación. Este ranking considera la reputación académica, proporción docente/estudiante, red de colaboración internacional, tasa de empleabilidad, entre otros criterios (UDEP Hoy, 2022).

Es en el 2014, que como parte de la implementación de la nueva Ley Universitaria N° 30220 y la creación de la Superintendencia Nacional de Educación Universitaria (Sunedu), la Universidad de Piura dedicó recursos para acceder al licenciamiento institucional entre los que se requería incluir como servicio una incubadora de empresas como soporte a los proyectos de los estudiantes (El Peruano, 2014).

Así, en febrero del 2017, se inauguró la incubadora de negocios Hub UDEP con el propósito de ser el soporte y nexo de los emprendedores en el norte del Perú. En ese entonces, la iniciativa se creó con el objetivo de conectar, incubar e impulsar emprendimientos tecnológicos enfocados en los sectores de agroindustria, pesca, biodiversidad y servicios; con alto potencial innovador y comercial.

Al respecto, Sergio Balarezo (2017), exrector de la UDEP, refirió en ese momento que los países que han logrado un mayor desarrollo son los que han elaborado su propia tecnología.

“Los jóvenes piuranos tienen la capacidad, el conocimiento y las ideas para hacerlo. Con Hub UDEP facilitaremos que estas ideas se plasmen en la creación de nuevos negocios, que generen dinamismo en la economía” (UDEP Hoy, 2017).

## **1.2 Historia y situación actual de Hub UDEP**

El Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Piura es el área responsable de la gestión de la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en la Universidad de Piura, coordinando acciones en la comunidad universitaria, diseñando estrategias, promoviendo políticas y gestionando el financiamiento para el desarrollo de la I+D+i. En el apartado web del vicerrectorado (2022), se enlistan los objetivos del área:

1. Impulsar la investigación a través de políticas que resalten las temáticas y su organización para una mejor gestión.
2. Incentivar, coordinar y consolidar la investigación en la comunidad universitaria, con la finalidad de garantizar su calidad y concordancia con la misión y metas de la Universidad.
3. Diseñar estrategias y promover políticas de apoyo para fortalecer la investigación de los docentes y los alumnos de pregrado y posgrado.
4. Gestionar medios de financiamiento para el desarrollo de la investigación en la universidad.
5. Promover el desarrollo de los centros de investigación en humanidades, en ciencias y en tecnología.
6. Fomentar la cultura de emprendimiento en la comunidad universitaria y en la sociedad.
7. Fomentar la difusión de los resultados de investigación en excelencia.
8. Facilitar redes de articulación con otras universidades nacionales y extranjeras, con las empresas y el estado.

Como parte del objetivo 6, a partir de su lanzamiento, Hub UDEP trabajaría en fomentar una cultura de emprendimiento a nivel interno y externo. Es así como, sumado al apoyo brindado por la Universidad de Piura, el crecimiento de la incubadora de negocios fue impulsado a través de diversos convenios descritos a continuación:

### **1.2.1 Telefónica Open Future**

En junio del 2017, se suma a la red *crowdworking* en alianza con Telefónica Open Future y IDB Lab bajo el objetivo de descentralizar el impulso a emprendedores del norte del país. A través de la iniciativa, tres generaciones de emprendedores se vieron beneficiados de un espacio físico de trabajo, servicios de formación, diagnóstico y asesorías personalizadas para

mejorar sus proyectos; y acceso a contenidos y herramientas de apoyo, así como acompañamiento permanente.

Al cierre del proyecto, en septiembre del 2020, el portafolio de *startups* estaba conformado por 39 emprendimientos con un 73% de ratio de supervivencia al año de iniciada, 70 empleos generados y 20 mentores para incubadoras piuranas. Los aprendizajes del proyecto en mención fueron plasmados en la publicación “Emprendimientos tecnológicos peruanos: Descentralizando el impacto social” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID LAB, 2021).

### **1.2.2 Innóvate Perú**

En septiembre del 2017, a través de fondos concursables, Hub UDEP accedió al proyecto “Fortalecimiento de incubadoras de Innóvate” del Ministerio de Producción a través del cual se logró crear y capacitar a una red de mentores, contar con capital humano y tecnológico para el crecimiento de la incubadora y establecer la colaboración con entidades del ecosistema, como universidades, gobierno, la empresa privada e inversionistas.

El trabajo con Innóvate Perú se vio fortalecido por el hecho de pertenecer a la red de incubadoras de la entidad, ello permite que, aun en la actualidad, Hub UDEP brinde preparación y acompañamiento técnico y administrativo a los emprendimientos que postulan a los diversos fondos concursables como lo son Startup Perú, a nivel nacional, y Startup Plug, programa de aterrizaje a startups extranjeras interesadas en abrir operaciones en Perú. Este factor permite que, dependiendo del número de emprendimientos respaldados, Hub UDEP genere sostenibilidad año a año.

### **1.2.3 WISE Latin America**

Programa de mujeres emprendedoras en áreas *STEM* (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas por sus siglas en inglés). Surge en el 2018 en Argentina gracias a la alianza del Banco Interamericano de Desarrollo y el IAE Business School de la Universidad Austral. El programa WISE se desarrolla a nivel regional, y en alianza con diversas instituciones, en países como Perú, Colombia, Ecuador y más recientemente en Chile y República Dominicana.

Hasta el momento, más de 800 peruanas han accedido a la generación del conocimiento, capacitaciones presenciales y virtuales, contacto con una red de mentores, alianzas con *stakeholders*, acceso a plataformas tecnológicas, concursos y programas de inmersión; con el objetivo de fortalecer el ecosistema emprendedor para una mayor integración de la mujer, como creadora de proyectos innovadores y de impacto, en áreas *STEM* (Hub UDEP, 2022).

### **1.2.4 Programa Babson Collaborative**

Junto a la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, la Universidad de Piura se une a la red de instituciones educativas que busca construir y desarrollar la educación en

emprendimiento para la mejora de cada entorno. Integrada por más de 30 universidades alrededor del mundo, junto a la red Babson se ha logrado implementar:

- Babson Collaborative Student Network, red de estudiantes de universidades que pertenecen a Babson Collaborative.
- Seminario internacional de Docencia en Emprendimiento e Innovación (con la participación de ponentes de universidades internacionales que pertenecen a la red.
- Global Student Challenge: concurso internacional de propuestas de emprendimiento alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Programas para alumnos – Ruta de Emprendedores UDEP: Startup UDEP, Demo Day UDEP, Laboratorio de Ideas, Club de Emprendedores y el UDEP Entrepreneurship Bootcamp (Zapata, 2021).

### **1.2.5 Programa Koica**

En el marco del convenio entre la Universidad de Piura, la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (Koica) y la Universidad Inha de Corea se desarrolla el proyecto “Fortalecimiento del emprendimiento innovador basado en TIC” en donde nueve universidades peruanas, tres de Lima, tres del sur y tres del norte, para integrar una red de innovación y emprendimiento que permita elevar la competitividad de estas regiones a través de capacitaciones, programas de acompañamiento, infraestructura y personal especializado.

Así, al 2021 Hub UDEP impulsó más de 200 emprendimientos a través de sus programas de incubación y mentorías, impactó en más de 700 mujeres en Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas y benefició a cerca de 3000 alumnos UDEP a través de talleres y concursos de emprendimiento (UDEP Hoy, 2021)

Es a partir del 2022 que la Dirección de Innovación, área encargada de potenciar la relación UDEP con el sector productivo, regional, nacional e internacional con el fin de contribuir a la transferencia tecnológica y del conocimiento generado a la sociedad del mismo Vicerrectorado de Investigación; y Hub UDEP se unifican al detectar que juntos podrían captar nuevos segmentos de mercado e incrementar una posición competitiva dentro del mercado al englobar innovación, emprendimiento e investigación bajo una misma dirección. De esta forma surge el Centro de Innovación y Emprendimiento Hub UDEP al que se suman tres áreas en específico:

### **1.2.6 Proyecto DER Piura**

El proyecto “Dinamización del Ecosistema regional de Investigación, Innovación y Emprendimiento de Piura” es una iniciativa que busca obtener un plan de

desarrollo y activar ecosistemas de I+D+i a través de la financiación de proyectos orientados a la acción colectiva, generación de confianza y planificación estratégica en la región.

Al cierre del proyecto, el DER Piura propuso 33 proyectos, de ellos se priorizaron cinco subproyectos con los que se busca dinamizar los sectores productivos de Piura: Hub biotecnológico de Piura; rutas de valorización tecnológica para escalar productos del laboratorio al mercado; Catacaos, primer distrito de turismo innovador, sostenible y vivencial; InnoSpaces Piura Innovadora; y el programa de transformación digital para gestores de TI y alfabetización digital para pymes.

### 1.2.7 *Innova UDEP*

Oficina encargada de buscar y fomentar el impacto de la Universidad de Piura en el entorno empresarial y ofrecer soluciones integrales a través de los centros de investigación de la universidad.

En adelante, el área será denominada Oficina de Transferencia Tecnológica como responsable de elevar la competitividad de la región a nuevas tecnologías, capacitaciones, infraestructura y personal especializado en diferentes sectores productivos.

### 1.2.8 *PAD – Red de Inversionistas Ángeles*

Iniciativa que conecta empresas de alto potencial de crecimiento con inversionistas dispuestos a invertir parte de su capital y redes de contactos para apoyar a los emprendedores a lograr sus objetivos de negocios. Si bien la red surge en la Escuela de Alta Dirección del PAD, a través de su dirección se aprueba que Hub UDEP pueda guiarla para su reactivación y sostenibilidad.

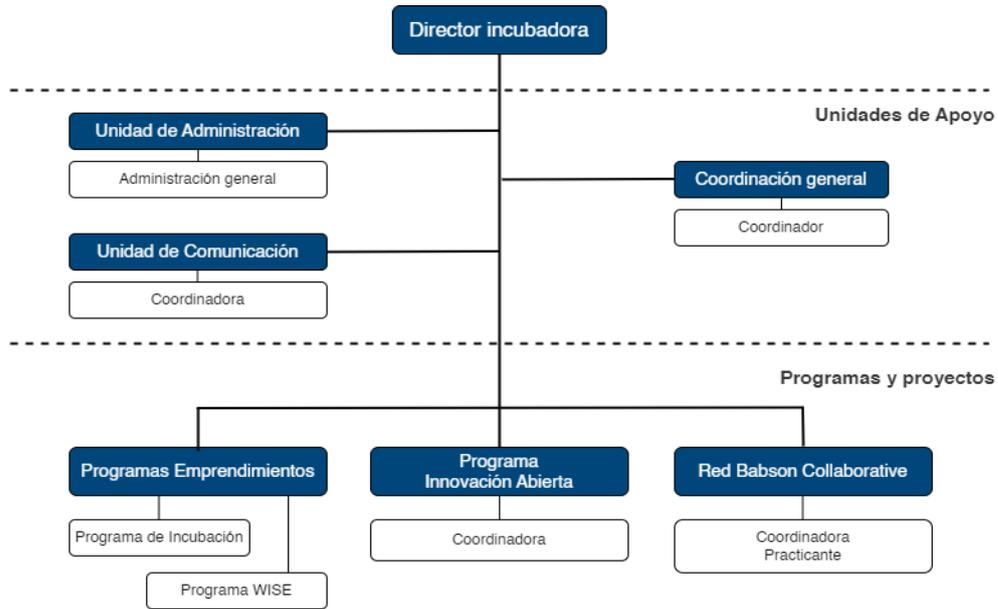
En línea con su crecimiento, las actividades del centro se apoyan en nuevos términos:

- **Misión:** impulsar y brindar soporte al ecosistema de innovación, emprendimiento y tecnología en la región Piura y así aportar a la competitividad y el desarrollo del país.
- **Visión:** buscar ser reconocidos como el principal impulsor del ecosistema de la región norte a través de la implementación de proyectos que aporten valor a la sociedad.
- **Valores:** trabajo colaborativo, excelencia y ética.

Las siguientes figuras muestran el cambio de Hub UDEP del 2021 al 2022 en donde se pasa de contar con 9 colaboradores a trabajar con 15 personas:

**Figura 1**

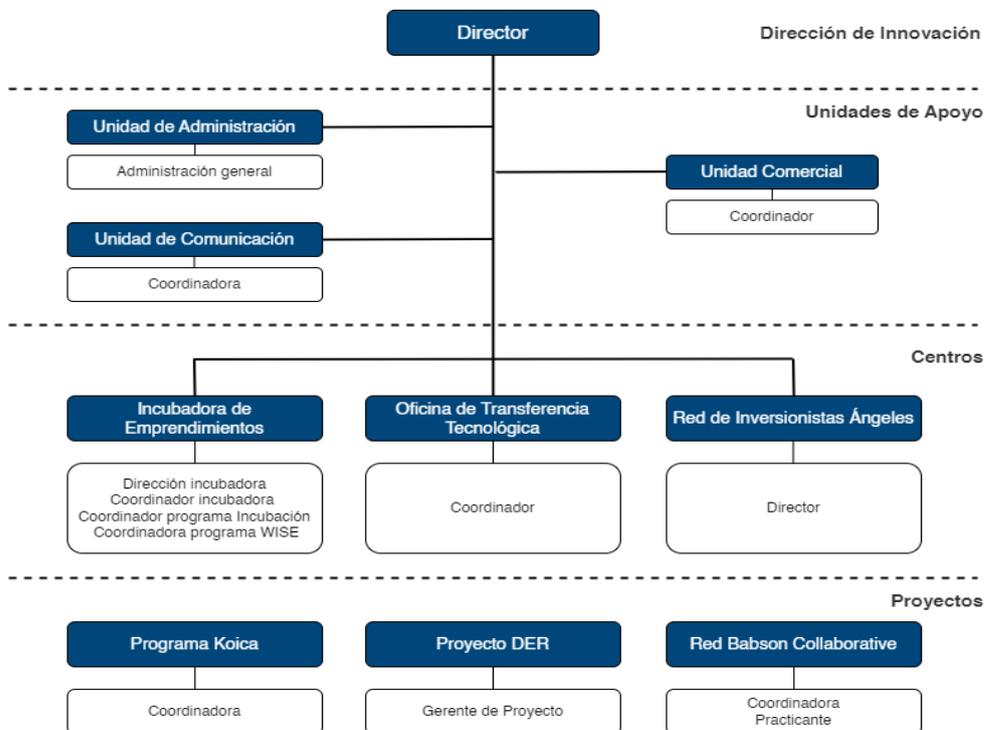
*Organigrama Hub UDEP 2021*



*Nota. Elaboración propia a partir de información proporcionada por el Centro Hub UDEP*

**Figura 2**

*Organigrama Hub UDEP 2022*



*Nota. Elaboración propia a partir de información proporcionada por el Centro Hub UDEP*

### 1.3 Relacionamiento entre el centro y la universidad

Hub UDEP, desde sus inicios y en gran parte gracias a las alianzas generadas, creció de manera exponencial hacia el público externo al posicionarse como la primera incubadora de emprendimientos del norte del país, factor relevante en la búsqueda de la descentralización del ecosistema emprendedor en instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo y Fundación Telefónica. Sin embargo, el aprendizaje obtenido y aplicado en diferentes generaciones de emprendedores a nivel nacional ha menguado el posicionamiento que el centro ha podido generar dentro de su propia casa de estudios. Al respecto, Carlos Rodrich, actual director del centro destaca la importancia de articular con las facultades, docentes, investigadores y comunidad UDEP en general.

En relación con ello, se analizaron las mallas curriculares de cada programa académico de las 7 facultades de la Universidad de Piura con el objetivo de encontrar materias en donde la innovación y el emprendimiento abarquen de forma transversal la asignatura. Se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Filtrar asignaturas de formación humanística como historia, lengua, filosofía, teología, entre otros.
- Profundizar en las asignaturas con denominaciones vinculadas al área de interés: emprendimiento, gestión, innovación, administración y proyectos.
- Frente a las materias antes mencionadas, se corroboró que, como parte de su syllabus, la estrategia de enseñanza de la asignatura esté orientada al emprendimiento e innovación.
- De forma excepcional, y debido a su directa vinculación, se incluyeron las asignaturas extracurriculares del programa de Administración de Empresas al estudio.

El análisis realizado dio como resultado que, como parte de sus 25 programas académicos, la UDEP cuenta con 7 materias que abordan la innovación y emprendimiento de forma sustancial:

**Tabla 1**

*Asignaturas vinculadas a Innovación y Emprendimiento – Universidad de Piura*

Curso	Abreviatura	Programa Académico
Emprendimiento en Servicios	SPN	Administración de Servicios
Gestión de la innovación	ADGI	AEX - ADM
Innovación Empresarial	ADIE	AEX - ADM

Gestión de Empresas de Comunicación	GEC	Comunicación
Iniciativa Empresarial	IEM	Ingeniería Industrial
Proyectos	PYT	Ingeniería Industrial
Administración	ADM	Ingeniería Industrial

---

*Nota.* Elaboración propia a partir de información hallada en el apartado web de cada facultad

Con relación al emprendimiento y la educación universitaria, Guevara Gómez y otros (2022) resaltan la directa vinculación entre la formación académica y el desarrollo de modelos de negocio ya que, a través de la primera, se genera el conocimiento necesario para el desarrollo de innovación y crecimiento empresarial (Guevara et al, 2022). Al respecto, los mismos proponen algunos aspectos formativos, tanto a nivel cognitivo como actitudinal, en los que la educación universitaria debe enfocarse cara al emprendimiento y que servirán como guía de ruta para la estrategia de comunicación a plantear en adelante:

**Tabla 2**

*Aspectos formativos de la educación universitaria de cara al emprendimiento*

Formación cognitiva	Formación actitudinal
Innovación	Creatividad
Administración Empresarial	Flexibilidad
Gestión de patentes	Resiliencia
Liderazgo organizacional	Adaptabilidad
Toma de decisiones	Autoconfianza
Comunicación organizacional	Autoeficiencia

---

*Nota.* Emprendimiento y educación universitaria: una relación necesaria (2022)

En este punto, es importante destacar que como parte de las actividades desarrolladas en alianza con la red Babson Collaborative, mencionadas previamente, el centro Hub UDEP ha logrado desarrollar una Ruta Emprendedora en la que se han implementado programas dirigidos exclusivamente a los alumnos de pregrado UDEP y que se detalla a continuación:

**Tabla 3***Ruta Emprendedora UDEP*

Programa	Descripción
Entrepreneurship Bootcamp	Programa intensivo de entrenamiento para la obtención de conocimientos necesarios para el desarrollo de un negocio.
Laboratorio de Ideas	Asesorías integrales a cargo del equipo Hub UDEP y de docentes invitados para el desarrollo y crecimiento de ideas de negocio.
Club de Emprendedores	Espacio en donde los alumnos comparten experiencias, reciben capacitaciones adicionales y potencian sus emprendimientos.
Feria de Emprendimientos	Actividad desarrollada periódicamente para dar visibilidad a las iniciativas de negocio y a la vez generarles ingresos en espacios controlados dentro del campus.
Demo Day UDEP	Captación de proyectos vinculados a emprendimiento y desarrollados en diferentes asignaturas para potenciarlos y prepararlos para el concurso Startup UDEP.
Startup UDEP	Concurso en donde los equipos más destacados del Demo Day UDEP compitan entre ellas y acceden a programas de incubación y oportunidades de crecimiento por parte del centro.

*Nota.* Elaboración propia a partir de información proporcionada por Hub UDEP

## Capítulo 2 Sobre el emprendimiento en las universidades

### 2.1 Ecosistema de innovación y emprendimiento

En este punto es importante definir qué es el emprendimiento y la innovación y por qué es importante el impulso de su cultura dentro de la Universidad de Piura tomando en cuenta que, como parte de su Plan Estratégico 2020-2025, la universidad busca ser un referente de excelencia en la educación superior, a través de la investigación científica de vanguardia, la pedagogía innovadora y la formación de personas que se distingan por su competencia profesional, su liderazgo para la transformación social, su compromiso ético y su calidad humana (Plan Estratégico Institucional, 2020).

El concepto de emprendedor es de origen francés y fue usado, por primera vez, en el siglo XVIII por Richard Cantillon para describir al agente que asume riesgos en el mercado para combinar factores productivos y ofrecer un nuevo producto. Sin embargo, con el paso del tiempo y el crecimiento acelerado del ecosistema; el fenómeno del emprendimiento ha pasado a entenderse como “la combinación entre la actitud y la capacidad de la persona, que le permiten llevar a cabo nuevos proyectos de cualquier índole, generalmente creativo. Se puede decir que el emprendimiento es la acción de convertir una idea (abstracta) en algo concreto (real)” (Sanabria Rangel et al., 2015).

Respecto a la innovación, el Global Entrepreneurship Monitor (2022) menciona que la innovación suele “relacionarse a la introducción de nuevos productos o servicios o el uso de nuevas tecnologías o procesos”, así las iniciativas de negocio pueden inclinarse entre uno u otro dependiendo del conocimiento y financiamiento con el que se cuente (GEM, 2022, p. 51).

Una vez clarificados los conceptos de emprendimiento e innovación, es importante tener en cuenta que el Perú tiene características en específico de acuerdo con el estudio “Perú: el país más empresario del mundo” de Arellano (2021):

- Debido a la poca tecnología e innovación, el Perú viene descendiendo lugares en los rankings mundiales de adopción y disponibilidad de tecnologías. Actualmente nos encontramos en el penúltimo lugar entre los países de renta media de América Latina de acuerdo con el Global Competitiveness Index.
- La problemática no se centraría en generar mayores inversiones ya que cada año se gasta más en tecnología, pero se obtiene menos resultados vinculados a la generación de patentes, innovaciones e inventos. En realidad, lo que falta son conocimientos técnicos y actitud hacia la tecnología; y poca colaboración entre universidades y empresas.

## 2.2 Cultura emprendedora

Como parte de la definición de cultura emprendedora, suele surgir la pregunta: ¿un emprendedor nace o se hace? Para Hidalgo Proaño (2014):

Es necesario establecer que el espíritu emprendedor, el desarrollo de valores de cultura de emprendimiento, pueden ser el resultado de un proceso de aprendizaje metódico mediante la incorporación de conocimientos, desarrollo de habilidad y valores que potencian los rasgos aptitudinales y favorecen actitudes que focalizan la voluntad de poder lograr lo que se desea, [...] en otras palabras, los emprendedores pueden adquirir destrezas y habilidades durante el proceso de formación académica (p. 49).

Teniendo en cuenta el contexto previamente mencionado, el informe del Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018/2019 (2020) destaca algunas condiciones favorables para el emprendimiento en el país:

- 53,1% de los emprendimientos en etapa temprana son motivados con el fin de aprovechar oportunidades del mercado para generar ingresos.
- 49,8% de emprendedores en etapa temprana tienen menos de 34 años.
- 65,7% consideran que en el Perú el emprendimiento es una buena elección de carrera.
- 62,4% consideran que un emprendimiento exitoso es una fuente de estatus y prestigio.

Asimismo, como parte de los factores que potencian el ecosistema emprendedor se encuentran: el apoyo de la sociedad al emprendimiento, el acceso a infraestructura física y la educación emprendedora a nivel superior, tanto técnica como universitaria, siguen jugando un rol preponderante, al igual que en años anteriores. (Serida et al., 2020).

En este punto, y alineando la importancia de la comunicación en la difusión de la cultura emprendedora, De Lucas Osorio (2013) destaca que los medios, gracias a su rapidez, transmisión de contenidos y segmentación de públicos; permite crear espacios favorables para la difusión de una cultura emprendedora entre las personas.

## 2.3 Innovación y emprendimiento dentro de la universidad

En relación a las universidades, para Sanabria y otros (2015) las instituciones de educación superior se consideran importantes porque favorecen el emprendimiento al afectar factores como: la formación, el enriquecimiento de la vocación emprendedora, el ir más allá de los cursos de formación administrativa, el encontrar el equilibrio entre los intereses y las vocaciones de los estudiantes y las oportunidades y los recursos existentes, y en verificar la compatibilidad de las iniciativas con los intereses de la comunidad.

Si bien al 2022, el Perú escaló cinco posiciones, situándose en el puesto 65 de 132 economías, en el Índice Global de Innovación; el estudio recomienda brindar especial atención

a infraestructuras y producción de conocimientos y tecnologías y cómo esto se traduce en logros económicos y sociales. Esta idea es reforzada por Kantis (2020) en donde señala que el sistema educativo, en particular el nivel universitario, tiene un rol clave en la formación y el desarrollo de capacidades y vocaciones emprendedoras, además de las familias y experiencias profesionales; debido a que es una fase formativa en donde los alumnos van forjando sus intereses y redes de contactos.

Al respecto, y para brindar un mejor panorama del ecosistema de innovación y emprendimiento en las educaciones de institución superior, se resume la existencia de centros de innovación y emprendimiento a nivel nacional, tomando como punto de referencia al más reciente ranking mundial QS 2023 en donde están incluidas las 10 universidades peruanas más destacadas:

**Tabla 4**

*Centros de Innovación o emprendimiento – Top 10 universidades peruanas*

Universidad	Centro	Servicios
Pontificia Universidad Católica del Perú	Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de Capacitación</li> <li>• Servicios Empresariales</li> <li>• Cultura Emprendedora e Innovación</li> <li>• Relaciones Nacionales e Internacionales</li> </ul>
Universidad Peruana Cayetano Heredia	Bioincuba	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preincubación</li> <li>• Incubación</li> <li>• Preaceleración</li> <li>• Softlanding</li> </ul>
Universidad Nacional Mayor de San Marcos	1551 - incubadora de empresas innovadoras de la UNMSM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendedores</li> <li>• Corporativo</li> </ul>
Universidad del Pacífico	Emprende UP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación</li> <li>• Innovación</li> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Inspira Mujer</li> </ul>
Universidad de Lima	InnovaUL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento de cultura emprendedora</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría especializada</li> </ul>
Universidad Nacional Agraria la Molina	Incubagraria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación y asesoría especializada</li> </ul>
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	StartUPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación abierta</li> <li>• Incubadora de negocios</li> <li>• Innovation Lab</li> <li>• Laboratorio de fabricación digital</li> <li>• Innovation festival</li> </ul>
Universidad de Piura	Hub UDEP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de preincubación, incubación y preaceleración.</li> <li>• Programa WISE Perú</li> <li>• Transferencia Tecnológica e Innovación Abierta</li> <li>• Ruta Emprendedora UDEP</li> <li>• Red de Inversionistas Ángeles</li> </ul>
Universidad ESAN	Innova ESAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de Incubación</li> </ul>
Universidad San Ignacio de Loyola	USIL Ventures	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USIL Ventures Academy</li> <li>• USIL Ventures Startups</li> <li>• USIL Ventures Consulting</li> </ul>

*Nota.* Elaboración propia en base a información web de cada centro

La recopilación mostrada, da a conocer el positivo desarrollo del ecosistema en i+E dentro de las instituciones de educación superior, en donde se muestra la existencia de centros de innovación o emprendimiento con diversos servicios por ofrecer. Sin embargo, también es resaltante que tan solo la Universidad de Piura sea la única opción a nivel descentralizado dentro del listado, reforzando así la importancia de desarrollar una cultura de innovación y emprendimiento a nivel regional y en específico, hacia la comunidad UDEP como actores importantes para el continuo desarrollo del ecosistema y como difusores del mismo.

## **Capítulo 3 Actores y problemática en el campo de la comunicación**

### **3.1 Problemática**

#### **Problemática central**

Los alumnos, docentes y colaboradores UDEP que no están directamente vinculados al ecosistema de innovación y emprendimiento desconocen la labor del centro y el valor que llega a aportar a la universidad a pesar de que se difunden convocatorias y resultados obtenidos por Hub UDEP a través de los canales internos y externos de la Universidad de Piura.

Con relación al tema, Carlos Arrunátegui, responsable de Hub UDEP por parte de la Dirección de Comunicación de la Universidad de Piura, menciona que quizás los alumnos no conocen del todo los recursos que tienen a la mano por lo que es importante trabajar junto a otros centros, como la oficina de innovación educativa, para crear comunidad, cultura de innovación y así avanzar de forma conjunta en proceso que ello demande.

#### **Problemas secundarios**

A pesar de que Hub UDEP tiene cinco años de funcionamiento, no existe un estudio que refleje de forma directa la percepción que la comunidad UDEP tiene sobre la oficina. Los estudios desarrollados hasta el momento han estado vinculados a resultados de proyectos culminados y apuntan al impacto generado por los mismos. Con el objetivo de desarrollar una cultura de innovación y emprendimiento, es importante conocer la percepción de estas áreas por parte de los alumnos y alinearlos al desarrollo de una estrategia de comunicación efectiva como centro perteneciente a una institución de educación superior.

En segundo lugar, es importante que Hub UDEP pueda interrelacionarse con las diversas facultades y oficinas de la universidad y estas puedan conocer cómo la oficina puede aportar a su oferta académica. Desde la perspectiva de Guerrero (2018), en la actualidad las universidades atraviesan procesos de transformación importantes que suponen procesos de adaptación en donde la innovación es pieza clave para seguir siendo competitivo.

Al respecto, los colaboradores del centro mencionados previamente en el organigrama Hub UDEP 2022; a través de una serie de entrevistas dieron a conocer que perciben que la marca cuenta con atributos más posicionados que otros y que podrían reforzarse cara a la oferta de valor que se aporta a la Universidad de Piura:

**Tabla 5***Percepción de Hub UDEP de acuerdo a sus colaboradores*

Percepción tangible	Percepción poco tangible
Emprendimiento (tradicional y no tradicional)	Flexibilidad (terminología, tecnología)
Colaboración (a nivel externo)	Colaboración (a nivel interno)
Crecimiento y oportunidades	Ecosistema de Innovación y Emprendimiento
Futuro	Tipos de innovación
Comunidad (por programas y proyectos)	Apertura, accesibilidad, simplicidad
Solidez, confianza, reputación asociada a UDEP	Investigación
Cocreación	Sostenibilidad y desarrollo social
Pionero a nivel norte	Impacto a nivel interno

*Nota.* Elaboración propia a partir de información recopilada en las entrevistas realizadas.

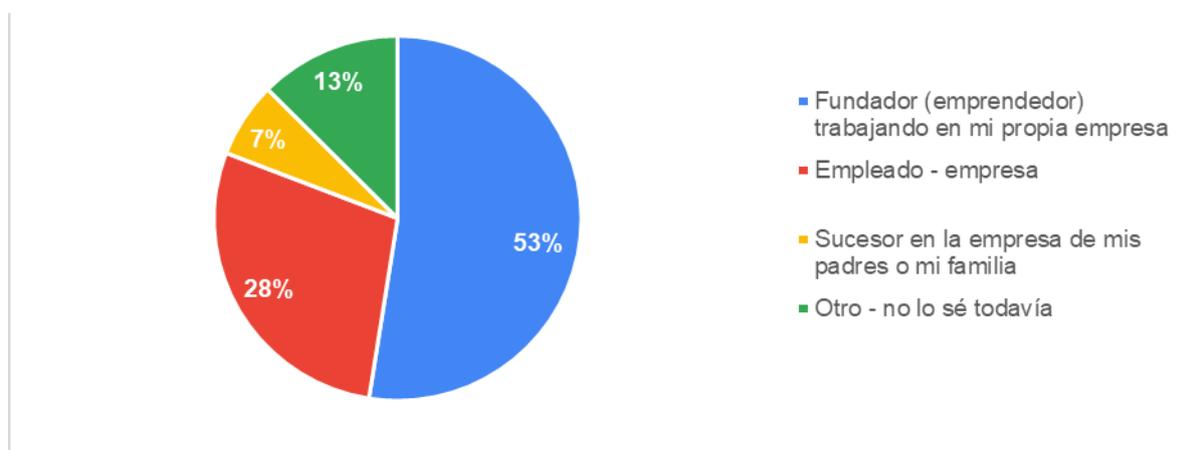
En tercer lugar, si bien Hub UDEP cuenta con una Ruta Emprendedora, dirigida en específico a emprendedores universitarios UDEP, está el reto de que la comunidad universitaria llegue a comprender, a través del desarrollo de una cultura de innovación y emprendimiento, que el centro apunta al impulso de iniciativas en donde prime el aporte de valor a la sociedad a través del uso de nuevas tecnologías.

### **3.2 Encuestas**

Ante lo expuesto, se realizó un cuestionario de 14 preguntas aplicadas a los alumnos de los 7 programas académicos de pregrado UDEP con el objetivo de conocer su percepción en relación con la cultura en innovación y emprendimiento dentro de la UDEP. A continuación, se revelará los resultados del sondeo realizado a 120 estudiantes:

### Figura 3

En relación con la línea de carrera que se espera seguir, a corto plazo usted busca desempeñarse como:

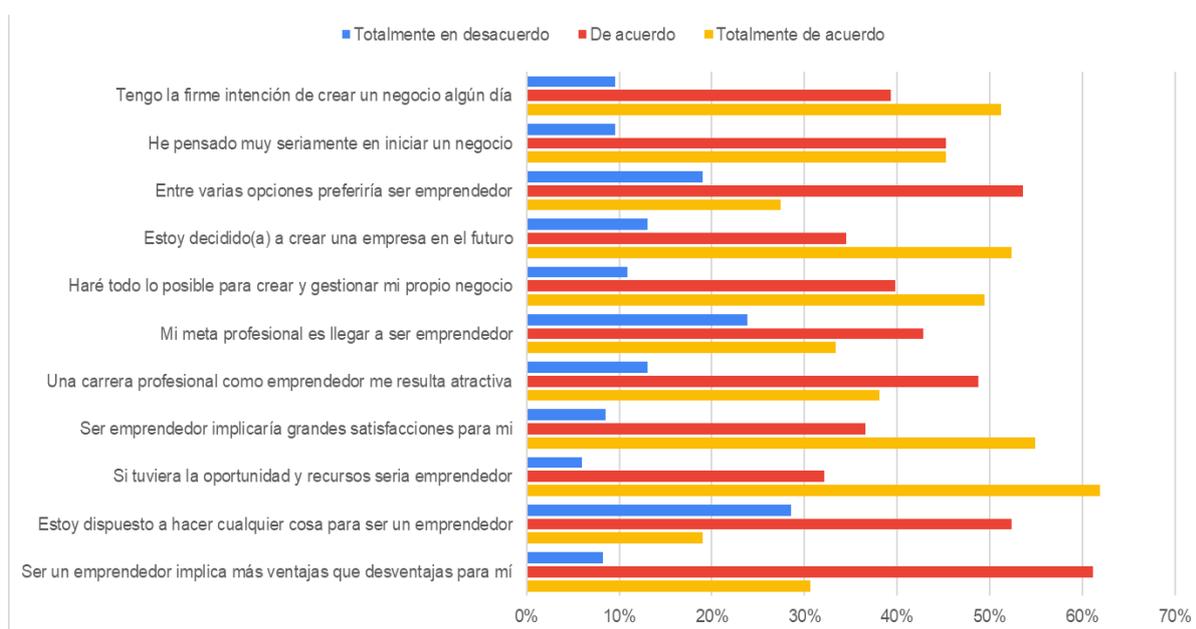


Nota. Elaboración propia

Un 53% de los alumnos encuestados espera desempeñarse a corto plazo como fundador (emprendedor) trabajando en su propia empresa, un 28% trabajaría como empleado de una empresa y un 7% se proyecta a ser sucesor de empresas familiares.

### Figura 4

En relación con el emprendimiento, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?



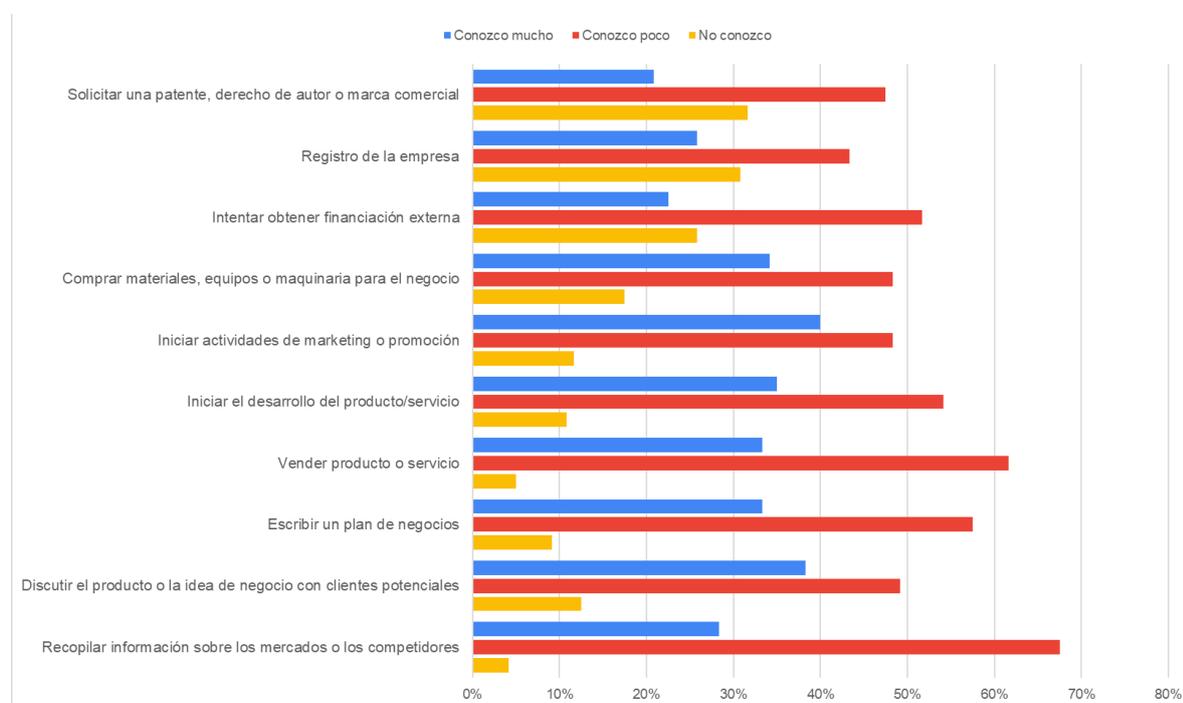
Nota. Elaboración propia

En relación con el emprendimiento, los alumnos muestran disposición a iniciar su propio negocio y se resalta que un 62% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en emprender si es que tuviera la oportunidad y los recursos para hacerlo. Otro aspecto para

destacar es que un 61% del alumnado se muestra de acuerdo en que emprender implica más ventajas que desventajas y un 54% está de acuerdo con que preferiría ser emprendedor entre varias opciones.

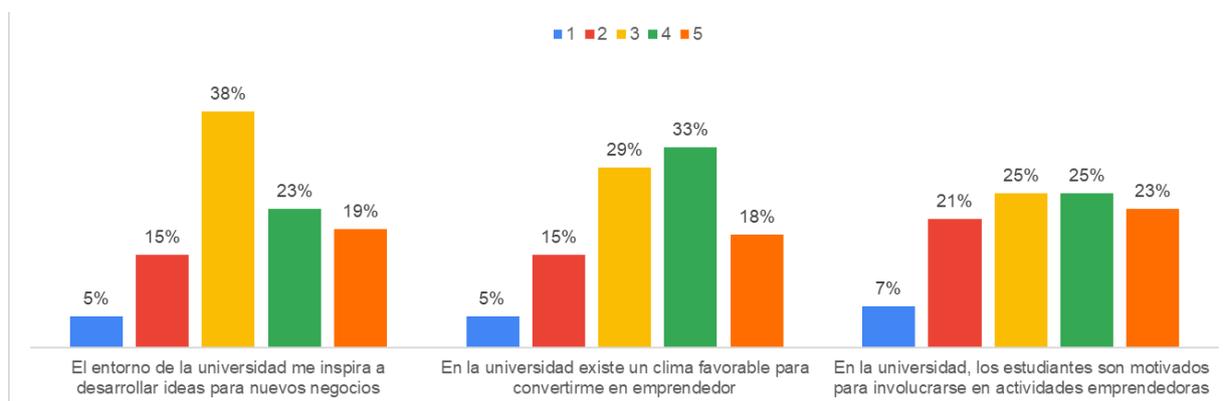
### Figura 5

*En relación con los procesos que debe seguir un emprendedor, qué tanto conoce sobre:*

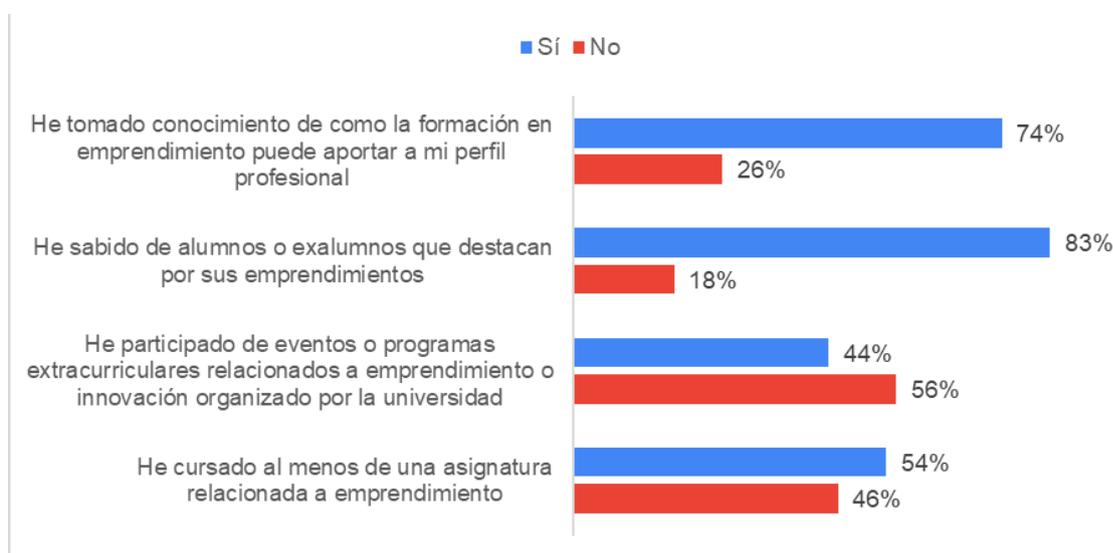


*Nota.* Elaboración propia

Sin embargo, al consultar por su conocimiento en el proceso de emprender, los estudiantes muestran conocer poco sobre el proceso de emprender: en relación con recopilar información sobre los mercados o competidores, un 68% conoce poco sobre el tema. De la misma forma, un 62% conoce poco sobre como vender un producto o servicio. De lo que sí se tiene mucho conocimiento es sobre actividades de marketing o promoción (40%) y sobre discutir ideas de negocio con clientes potenciales (38%).

**Figura 6***En relación con el entorno universitario**Nota.* Elaboración propia

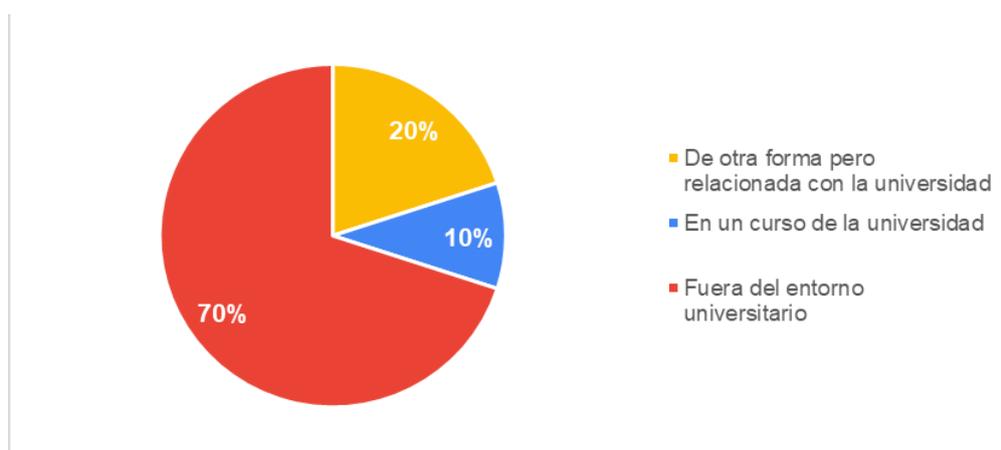
Ahora, en relación con el entorno universitario, los alumnos no se muestran ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la institución los inspire a desarrollar ideas para nuevos negocios (38%). En contraste, tienden a estar de acuerdo con que existe un clima favorable para convertirse en emprendedor (51%) a la par que son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras (48%).

**Figura 7***En relación con las actividades en emprendimiento dentro de la universidad**Nota.* Elaboración propia

En cuanto a las actividades en emprendimiento dentro de la universidad, resalta el hecho de que un 56% de los estudiantes menciona nunca haber participado de eventos o programas extracurriculares en i+E dentro de la universidad. Sin embargo, es positivo conocer que un 83% conoce de alumnos o exalumnos que destacan por sus emprendimientos y un 74% conoce cómo la formación en emprendimiento pueda aportar a su perfil profesional.

### Figura 8

*¿De dónde surgió la idea de tener un emprendimiento?*

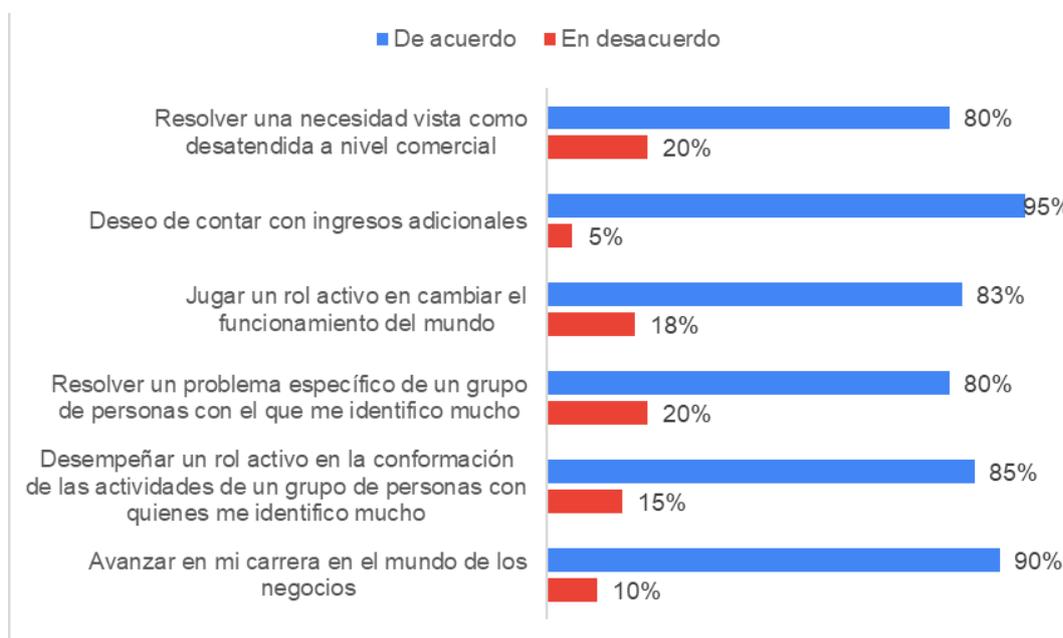


*Nota.* Elaboración propia

Como información adicional, se supo que de los encuestados tan solo el 33% ha desarrollado o formado parte de un emprendimiento y que, de este grupo, en su mayoría (70%) la idea de negocio surgió fuera del entorno universitario.

### Figura 9

*Como emprendedor, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está de acuerdo?*



*Nota.* Elaboración propia

En relación con la motivación de emprender, predomina la intención de ir avanzando en el mundo de los negocios (90%) y un deseo de contar con ingresos adicionales (95%) más que resolver un problema, necesidad (80%) o jugar un rol activo en cambiar el funcionamiento del mundo (80%).

## Capítulo 4 Estrategia de comunicación

En el presente capítulo, y en relación con el sondeo aplicado previamente, se desarrollarán los objetivos, estrategias y mensajes clave que conformarán la propuesta de comunicación vinculadas a la difusión de una cultura en innovación y emprendimiento dentro de la Universidad de Piura. Sandoval (2021) enfatiza que en los sistemas de innovación no solo se deben identificar las actividades y los recursos con los que se cuenta, sino que se deben implementar estrategias y modelos eficaces de comunicación que puedan influir en la integración de diferentes grupos de interés para así generar espacios de colaboración y evitar fraccionamientos institucionales dentro de estos sistemas.

### 4.1 Análisis FODA de Hub UDEP

Como punto de partida, se determinaron las ventajas y desventajas con las que el centro cuenta para el desarrollo de la propuesta de comunicación dirigida a estudiantes universitarios UDEP:

**Tabla 6**

*Análisis FODA de Hub UDEP*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia del equipo que integra el centro de Innovación.</li><li>• Buen relacionamiento con aliados, mentores, entre otros.</li><li>• Coordinación constante entre DIRCOM y el centro.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa diferenciación entre emprendimiento tradicional y de tipo innovador entre los universitarios.</li><li>• Mediano relacionamiento con facultades y áreas de proyectos para el desarrollo de iniciativas en conjunto.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Marca UDEP y HUB UDEP posicionada a nivel regional y nacional.</li><li>• Redefinición de estrategia de comunicación partir de su crecimiento.</li><li>• Respaldo del Vicerrectorado de investigación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lento crecimiento de los ecosistemas de innovación a nivel regional.</li><li>• Inestabilidad (social, económica, política)</li></ul>

*Nota.* Elaboración propia a partir de información compartida por Hub UDEP

## 4.2 Objetivos

### Objetivo principal:

- Aportar desde el ámbito de la comunicación a la construcción de una cultura de innovación y emprendimiento entre los alumnos de pregrado de la Universidad de Piura.

### Objetivos secundarios:

- Generar compromiso por parte de los docentes en el fomento de una cultura emprendedora a través de los programas académicos y actividades extracurriculares.
- Desarrollar plataformas y contenidos para difundir las acciones del nuevo centro Hub UDEP en la comunidad universitaria.

## 4.3 Grupos de interés involucrados

Como se ha mencionado previamente, el relacionamiento y crecimiento de Hub UDEP, antes como incubadora y ahora como centro, se ha dado de forma externa al desarrollar alianzas con diversas instituciones y al brindar servicios a terceros con el objetivo de generar sostenibilidad. Este último factor, la prestación de servicios y el desarrollo de proyectos, ha permitido que las facultades de Ingeniería y de Ciencias Económicas y Empresariales, por su misma naturaleza, tengan mayor relacionamiento con el centro a comparación de otras facultades. Sin embargo, la razón de ser del centro, como soporte a los proyectos de los estudiantes, y el retorno a la presencialidad hacen necesario retomar la vinculación con actores UDEP descritos a continuación:

### a) Direcciones de estudio:

Será esencial realizar un trabajo de sensibilización en las facultades UDEP con el objetivo de transmitir la existencia del centro y de la Ruta Emprendedora, el trabajo logrado hasta el momento, las alianzas estratégicas con las que se cuenta, casos de éxito de egresados de cada facultad, dar a conocer las actividades a realizar en adelante con los estudiantes y evaluar potenciales oportunidades de trabajo conjunto.

### b) Centros UDEP:

Oficinas como Admisión UDEP, Vida Universitaria, el Centro de Desarrollo de Carrera y Alumni UDEP serán clave para potenciar la oferta de la Universidad de Piura, generar interrelacionamiento entre el *core* de estas áreas y la oferta de Hub UDEP: concursos de emprendimiento, actividades extracurriculares durante el semestre o el periodo vacacional, seminarios sobre habilidades en emprendedurismo y la asesoría e impulso que le puede dar a iniciativas de egresados UDEP respectivamente.

**c) Dirección de Comunicación**

La Dirección de comunicación, como centro dependiente del Rectorado y responsable de proyectar el quehacer diario de la Universidad de Piura, a públicos internos y externos de acuerdo con los lineamientos institucionales, será pieza clave para coordinar, desarrollar y visibilizar las acciones a proponer.

**d) Alumnos UDEP:**

Si bien los alumnos UDEP son el público principal del presente trabajo, es importante destacar la importancia del involucramiento que debe darse entre autoridades, facultades y centros UDEP para el logro de las acciones a desarrollar.

En adelante, la estrategia propuesta estará enfocada en alumnos de pregrado UDEP de 17 a 25 años que conozcan poco o nada del mundo de la innovación y emprendimiento; en la misma línea, a nivel digital se hará uso de los canales ganados previamente por la Ruta Emprendedora de Hub UDEP a través de los que se desarrollará contenido exclusivo para el público universitario. Sumado a ello, se implementarán actividades *offline* que generen mayor relacionamiento entre los alumnos y el centro.

**4.4 Eje central de la estrategia**

Difundir mensajes clave a través de diversos canales y formatos que giren alrededor del concepto “Emprendedores UDEP: potencia tu talento desde la universidad”. Tomando en cuenta que los estudiantes tienen interés en emprender y saben lo que esto aporta a su perfil profesional; será importante dar a conocer el concepto de cómo la innovación podría aportar a sus ideas de negocio, cuál es el proceso por seguir para emprender de forma sostenible y cómo estos modelos empresariales pueden llegar a aportar valor a la sociedad apoyándose del Centro de Innovación y Emprendimiento con el que cuenta la Universidad de Piura desde el 2017.

De este modo, el concepto expuesto permitirá la generación de conocimiento necesaria para que los estudiantes tengan presente que pueden complementar los conocimientos adquiridos en la universidad con habilidades interpersonales y así generar impacto dentro y fuera de las aulas.



## **Capítulo 5 Plan de acción**

Siguiendo un proceso en el que primero se brinde conocimiento y luego se logre acercamiento e interacción hacia el centro, a continuación, se detalla la propuesta de comunicación a implementar:

### **5.1 Generación de conocimiento**

#### **5.1.1. Trabajo de sensibilización con autoridades, facultades y centros UDEP**

Previo al acercamiento con los alumnos, será importante concretar reuniones con las autoridades, facultades y centros UDEP para dar a conocer el crecimiento de Hub UDEP y cómo el área puede aportar a la oferta de la universidad.

Por ello, se propone reuniones de sensibilización con los responsables de las diversas áreas durante el primer bimestre del 2023, época en donde diversas facultades implementarán su nueva malla curricular y en el que podría darse la apertura para explorar oportunidades de trabajo en conjunto. En este punto será importante complementar la presentación del centro con ejemplos de emprendimientos de tipo innovador alineado a cada actor para lograr mayor entendimiento y acercamiento.

Por ejemplo, al reunirse con la facultad de Comunicación, Derecho, Humanidades y Educación; será importante compartir casos de éxito de emprendedores egresados de la carrera o de forma similar dar a conocer *startups* del mismo rubro que vienen destacando a nivel Latinoamérica. Bajo esta premisa, las acciones a desarrollar con los alumnos contarán con el respaldo, o mínimo conocimiento, de los actores en mención.

#### **5.1.2. Canales digitales de la Ruta Emprendedora**

La Ruta Emprendedora de Hub UDEP abarca el concurso Startup UDEP, la presentación de proyectos Demo Day UDEP, las asesorías del Laboratorio de Ideas, el programa intensivo UDEP Entrepreneurship Bootcamp y en específico la iniciativa del Club de Emprendedores. La misma, pesar de que cuenta con una línea gráfica diseñada para un público más juvenil, no ha tenido actividad destacada por lo que en adelante las redes sociales de la Ruta contarán con un calendario de contenidos que ayude a generar mayor acercamiento con los alumnos al aportar conocimiento sobre diversas áreas, compartir casos de éxito de emprendedores UDEP, oportunidades en innovación y emprendimiento y dando a conocer la oferta que el centro tiene para los alumnos UDEP:

### a) Generación de conocimiento



#### Copy: ¿Qué es una startup? 🤔

¿Has oído de Manzana Verde 🍏, Delivery Go 🚚 o Agros Perú 🌱? Estos emprendimientos de tipo innovador, además de ser iniciativas de egresados UDEP, son el mejor ejemplo de cómo una idea puede impactar de diversas formas. La identificación de necesidades y las soluciones creativas en tecnología son los principales componentes de una startup. ¡Compártenos tu idea disruptiva en los comentarios y anímate a ser el próximo #EmprendedorUDEP en destacar!

### b) Casos de éxito



**Copy: ¡Atención @FcomUDEP!** ¿Sabías que Omar Zuñiga (🎓 2014) forma parte del equipo @AlivviaSalud, emprendimiento enfocado en la salud ocupacional 💡? Omar se encarga de asegurar que la experiencia del usuario sea A1. ¡Interesante forma de usar sus

conocimientos de comunicador para el desarrollo de un negocio! Y tú, ¿cómo te imaginas dentro de una startup?

### c) Oportunidades

UNIVERSIDAD DE PIURA | START FELLOWSHIP | HUBUDEP

WEBINAR INFORMATIVO

**¿CÓMO LLEVAR MI STARTUP A SUIZA?**

INVITADO

**JAVIER BARREDA**  
BECARIO START FELLOWSHIP PROGRAM - SUIZA

**03 OCT** | **JUEVES**  
🕒 7:00 p.m.  
📍 Via Zoom

EXCLUSIVO PARA ESTUDIANTES UDEP

**Copy: ¿Eres estudiante UDEP, tienes una startup y quieres llevarla a Suiza? 🚀**

Únete y escucha a Max Bieri, Head of Partnership de START Global y en donde compartirá su experiencia en el programa de becas y pasantía START Fellowship - Suiza, dirigido a estudiantes universitarios con startups en desarrollo temprano o MVP. ¡Se el próximo #EmprendedorUDEP en internacionalizarse!

📅 **Fecha: Jueves 03 de noviembre** | 🕒 **Hora: 07:00 pm**

### d) Oferta del centro

UNIVERSIDAD DE PIURA | HUBUDEP

CICLO DE WEBINARS

**CLAVES PARA UN EMPRENDIMIENTO EXITOSO**

INVITADOS | 🗣️ Vía Zoom

**TEAM BUILDING - MAR 7 DIC | 7:00 P.M.**  
• Ponente: Mariángel Paolini

**MARKETING DIGITAL - MIÉ 8 DIC | 7:00 P.M.**  
• Ponente: Briguit Reinaldo

**FINANZAS - JUE 9 DIC | 7:00 P.M.**  
• Ponente: Alfredo Cardoso

📱 @emprendedores.udep

**Copy: ¡Aprende todo lo necesario para ser el próximo #EmprendedorUDEP!**

Participa del ciclo de webinar que Hub UDEP tiene para ti y aprende sobre desarrollo de equipos, marketing digital y finanzas para emprendedores de la mano de nuestros

#EspecialistasHubUDEP!  Inscríbete en el link de nuestro perfil

Si bien el material presentado previamente está enfocado en redes sociales alineadas al público universitario, como Instagram, el contenido de las actividades desarrolladas será adaptado al formato Tik Tok y Reels con el objetivo de generar acercamiento de forma interactiva con los estudiantes.

## 5.2 Acercamiento e relacionamiento con el centro

La generación de conocimiento brindada a los alumnos, especialmente desarrollada durante el primer semestre del año, permitirá que el acercamiento e interacción hacia el centro se desarrolle con mayor efectividad. Las acciones mapeadas para esta segunda etapa de la estrategia son:

### 5.2.1 Boletín *Emprende UDEP*

Con el objetivo de reforzar la generación de conocimiento, se propone el desarrollo del boletín *Emprende UDEP* en donde se compartirán las actividades realizadas por el centro en su zona principal, sin dejar de difundir novedades vinculadas a la innovación y emprendimiento desarrolladas por la universidad en general y publicadas en el blog de esta.

En la parte lateral del boletín se incluye casos de éxito de emprendedores universitarios para darles visibilidad y a la vez motivar a los estudiantes a desarrollar ideas de negocio. De igual manera, se incluyen oportunidades como convocatorias, concursos y becas alineadas al desarrollo de una formación y crecimiento emprendedor.

Cabe destacar que el material estaría ubicado en las pizarras de cada facultad y vitrinas que rodean el campus de la institución al ser puntos de encuentro entre los alumnos.

En resumen, el boletín tendrá la siguiente estructura:

- **Encabezado:** Boletín Emprendedores UDEP, el boletín universitario que te da a conocer las últimas novedades en innovación y emprendimiento para que potencies tu talento dentro y fuera de la UDEP.
- **Sección 1:** novedades Hub UDEP
- **Sección 2:** innovación y Emprendimiento UDEP
- **Lateral 1:** emprendedores UDEP – Casos de éxito
- **Lateral 2:** oportunidades para alumnos: becas, convocatorias y concursos
- **Código QR:** para que los estudiantes conozcan más novedades a través de la suscripción al boletín y a la par se pueda ir captando público de interés.

MARZO DE 2023 | NÚMERO 1

# BOLETÍN EMPREENDEDORES UDEP

El boletín universitario que te da a conocer las últimas novedades en innovación y emprendimiento para que potencies tu talento dentro y fuera de la UDEP.


**HUBUDEP**


## CURSO DE EMPRENDIMIENTO CON AUSTRALIA CONCLUYE CON ÉXITO

El programa internacional virtual desarrollado por el Centro Hub UDEP logró potenciar las habilidades interdisciplinarias de los alumnos para transformar una idea en un negocio viable. El curso impulsó las habilidades interdisciplinarias de los alumnos UDEP utilizando estrategias de enseñanza innovadoras enfocadas en el trabajo en equipo. [Conoce más.](#)

### Los emprendedores de moda deben adaptarse al mercado peruano para tener éxito.

Conversatorio FCOM



### Gestores culturales dialogan sobre las oportunidades de emprendimientos en Piura

Conversatorio HGC

**¡ÚNETE AL BOLETÍN EMPRENDE UDEP!**

Recibe novedades semanalmente

Forma parte de la Red de Emprendedores UDEP



### EMPREENDEDOR UDEP JORGE ESPINOZA - CCEEE



#### PIRHUA FOODS

Productos naturales que fomentan el trabajo directo con los productores de la región Piura

### OPORTUNIDADES



#### Jóvenes Emprendedoras Tech

Proyecto diseñado para jóvenes de 16 a 19 años

Cierre de inscripciones:  
Sábado 12 de noviembre

Cinco encuentros virtuales sincrónicos

| CONOCE MÁS DE HUB UDEP: [WWW.HUB.UDEP.PE/](http://WWW.HUB.UDEP.PE/)

| REDES SOCIALES: [f](#) [@](#) [in](#) [t](#) [v](#)

*Nota.* Elaboración propia

### 5.2.2 Relacionamiento con el centro

Como parte de las actividades *offline* centradas en generar acercamiento a Hub UDEP, se mapean fechas clave, vinculadas a la vida universitaria, en las que el centro podría participar activamente: inicio de clases del periodo académico 2023-I y 2023-II, bienvenida al año académico, ferias Open UDEP, ferias de Vida Universitaria y Olimpiadas Ramón Mugica.

De igual manera, será importante desarrollar un programa de formación a comunicadores en innovación y emprendimiento con el objetivo de formar a futuros profesionales para que, al momento de egresar, puedan desempeñarse en el tema.

Vinculado a la Ruta Emprendedora mencionada anteriormente (tabla 3), se desarrollará el siguiente número de actividades:

- 1 Entrepreneurship Bootcamp previo al inicio del periodo 2023-II para potenciar la enseñanza del emprendimiento en corto tiempo
- 2 ediciones del Laboratorio de Ideas para brindar asesorías a lo largo del 2023
- 1 Club de Emprendedores posterior a cada fin de exámenes parciales para que los alumnos interesados postulen y lleguen a compartir experiencias y recibir capacitaciones.
- 4 Ferias de Emprendimiento divididas a lo largo de todo el año con el objetivo de generar directa visibilidad a los integrantes del Club de Emprendedores.
- 2 Demo Day UDEP posterior al fin de exámenes finales que abarque las iniciativas estudiantes desarrolladas en asignaturas vinculadas a la innovación y el emprendimiento.
- 1 concurso Startup UDEP, a fin de año, en donde los alumnos más destacados de los Demo Day UDEP, Entrepreneurship Bootcamp y Club de Emprendedores accedan a programas más avanzados de Hub UDEP.

**Tabla 7**

*Cronograma de actividades*

	<i>Ene</i>	<i>Feb</i>	<i>Mar</i>	<i>Abr</i>	<i>May</i>	<i>Jun</i>	<i>Jul</i>	<i>Ago</i>	<i>Set</i>	<i>Oct</i>	<i>Nov</i>	<i>Dic</i>
<i>Sensibilización interna</i>												
<i>Contenido Digital</i>												
<i>Entrepreneurship Bootcamp</i>												
<i>Laboratorio de Ideas</i>												
<i>Club de Emprendedores</i>												
<i>Feria de Emprendimientos</i>												
<i>Demo Day UDEP</i>												
<i>Startup UDEP</i>												

Nota. Elaboración propia

## Conclusiones

**Primera.** La Universidad de Piura, a través de los lineamientos y oferta educativa que la caracterizan, y la que se suma su centro Hub UDEP; tiene un gran potencial de lograr desarrollar, promover e inculcar una cultura de innovación y emprendimiento entre sus estudiantes. Los cuáles demostraron, a través de la realización del sondeo de este estudio, tener la intención de emprender en un futuro cercano, aunque en paralelo se encontrara que conocen poco del proceso de emprender.

**Segunda.** La implementación del presente trabajo, en la que se propone el desarrollo de contenido digital centrado en la generación del conocimiento y acercamiento al centro a través de la Ruta Emprendedora UDEP, requiere del involucramiento de los colaboradores de Hub UDEP, docentes y centros para llegar a concretar el objetivo de generar una cultura en innovación y emprendimiento a través de las reuniones de sensibilización propuestas y el boletín a desarrollar para dar a conocer que la universidad se viene involucrando de forma tangible en el ámbito de la innovación y el emprendimiento.

**Tercera.** Las competencias emprendedoras que se buscan generar a través de la cultura en innovación y emprendimiento, no se deben desarrollar únicamente dentro o fuera del aula, ambos factores deberán complementarse para lograr que los alumnos cuenten con los conocimientos y herramientas necesarios para desarrollar modelos de negocio que generen valor en la sociedad tal como se propone en el apartado de generación de conocimiento del presente trabajo, en donde además de involucrarlos con el tema, se les brinda ejemplos claros de egresados UDEP que vienen generando un impacto positivo dentro y fuera de la región.

**Cuarta.** Es importante que el Centro de Innovación y Emprendimiento Hub UDEP, cuya razón de ser se basa en brindar soporte a los alumnos de su casa de estudios, aproveche el proceso de crecimiento que viene atravesando para lograr conectar y desarrollar iniciativas más cercanas a los estudiantes, facultades y autoridades de la Universidad de Piura.



## Lista de referencias

- Arellano, R. (2020). Perú: el país más empresario del mundo. [https://www.arellano.pe/wp-content/uploads/2021/05/Peru-El-pais-mas-empresario-del-mundo\\_Rolando-Arellano.pdf](https://www.arellano.pe/wp-content/uploads/2021/05/Peru-El-pais-mas-empresario-del-mundo_Rolando-Arellano.pdf)
- BID Lab. (2021). Emprendimientos tecnológicos peruanos: Descentralizando el impacto social. <https://doi.org/10.18235/0003240>
- de Lucas Osorio, J. (2013). La comunicación en el empoderamiento de la cultura emprendedora. Revista de Comunicación de la SEECI, 30, pp. 1–33. <https://doi.org/10.15198/seeci.2013.30.1-33>
- El Peruano. (2022). El Perú sube 5 posiciones en el Índice Global de Innovación 2022 [Comunicado de prensa]. <https://www.onuperu.org/el-peru-sube-5-posiciones-en-el-indice-global-de-innovacion-2022/>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption. GEM, London.
- Guerrero Pulido, J. F., (2018). Planeación organizacional universitaria: inclusión estratégica de los espacios educativos tecnológicos. Visión Gerencial, (2), pp. 177-194.
- Guevara Gómez, H., Carlos Ramos, J. A., Jamanca Gonzales, N. y Gomero Mancesidor, J. (2022). Emprendimiento y educación universitaria: una relación necesaria. Revista Venezolana de Gerencia, pp. 767–780. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34297>
- Hidalgo Proaño, L. F. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. Alternativas, 15(1), pp. 46–50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599803>
- Historia - UDEP. (s. f.). UDEP. <https://www.udep.edu.pe/sobre-udep/historia/>
- HUB UDEP celebra su cuarto aniversario - UDEP Hoy. (2021). UDEP Hoy. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2021/02/hub-udep-4-anos-desarrollando-emprendimiento-en-pais/>
- Hub UDEP – centro de innovación y emprendimiento. (2022). Hub UDEP – Centro de Innovación y Emprendimiento. <https://hub.udep.pe/>
- Ideario - UDEP. (2017). UDEP. <https://www.udep.edu.pe/sobre-udep/ideario/>
- Kantis, H. y Angelelli, P. (2020). Emprendimientos de base científico-tecnológica en América Latina: Importancia, desafíos y recomendaciones para el futuro. <https://doi.org/10.18235/0002156>
- La UDEP lanza la incubadora de emprendimientos Hub UDEP - UDEP Hoy. (2017). UDEP Hoy. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2017/02/la-udep-lanza-la-incubadora-de-emprendimientos-hub-udep/>

- Ley universitaria, Ley n.º 30220 (9 de julio de 2014) (Perú). p. 11.  
<https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0021/ley-universitaria-30220.pdf>
- Objetivos del centro - vicerrectorado de investigación. (s. f.). Vicerrectorado de Investigación.  
<https://www.udep.edu.pe/vri/nosotros/objetivos-del-centro/>
- Plan estratégico institucional UDEP 2020-2025. (2020).  
<https://www.udep.edu.pe/transparencia/plan-estrategico-institucional/>
- Quispe, G. M., Delgado, R., Ayaviri, D., y Maldonado, A. I. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII (Especial 6), pp. 297-313
- Sanabria Rangel, P. E., Morales Rubiano, M. E. y Ortiz Riaga, C. (2015). Interacción Universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1), pp. 111–134. <https://doi.org/10.5294/edu.2015.18.1.7>
- Sandoval Morales, VA. (2021). La función de la comunicación en el fortalecimiento de los ecosistemas regionales de innovación: el caso del proyecto de dinamización del ecosistema regional de investigación, innovación y emprendimiento en la región de Piura (Perú). *Universitat Politècnica de València*. <http://hdl.handle.net/10251/172691>
- Serida, Jaime & Alzamora Ruiz, Jessica & Guerrero, Carlos & Borda, Armando & Morales, Oswaldo. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019*. 10.13140/RG.2.2.24030.79687
- UDEP ingresa al ranking mundial de universidades QS 2023 - UDEP Hoy. (2022). UDEP Hoy.  
<https://www.udep.edu.pe/hoy/2022/06/udep-ingresa-al-ranking-mundial-de-universidades-qs-2023/>
- Universidad de Piura. (2019). Memoria anual 2019. <https://www.udep.edu.pe/wp-content/uploads/2020/08/MemoriaAnual2019.pdf>
- Universidad de Piura. (2021). Memoria anual 2021. <https://www.udep.edu.pe/wp-content/uploads/2022/06/Memoria-Anual-2021.pdf>
- Zapata, A. (2021). Diseño e implementación de la Ruta Emprendedora para estudiantes de pregrado en la incubadora de emprendimientos de la Universidad de Piura - Hub UDEP [Trabajo de grado, Universidad de Piura]. Piuhua. <https://hdl.handle.net/11042/5158>

## Apéndices

### Informe de desempeño profesional

#### a) Presentación

Bachiller en Comunicación por la Universidad de Piura. Cuento con más de dos años de experiencia comunicando sobre innovación y emprendimiento a través de diversas plataformas, formatos y eventualidades como convocatorias y concursos. En la misma línea, guardo constante relacionamiento con grupos de interés de Hub UDEP con el objetivo de visibilizar y generar potenciales sinergias con el sector público, privado, universitario y emprendedor. Sumado a ello, y al formar parte de la Universidad de Piura, coordino constantemente con su Dirección de Comunicación para asegurar una correcta comunicación en base a los lineamientos seguidos por la institución y con el objetivo de dar visibilidad a las actividades desarrolladas a través de los canales internos y externos UDEP.

#### b) Desarrollo profesional

Durante el 2017 y 2018 tuve la oportunidad de iniciar mi relacionamiento con la Comunicación Corporativa a través del área de Admisión e Imagen Institucional de la institución educativa Davy College de Cajamarca en donde se desarrollaron estrategias de comunicación para generar un mayor acercamiento con los grupos de interés de la institución: padres de familia y potenciales alumnos a los que posteriormente se les brindó seguimiento y acompañamiento para concretar su proceso de admisión.

Posterior a ello, en el 2019 me desempeñé como practicante del Centro en Investigación y Opinión Pública de la Facultad de Comunicación UDEP en donde, además de reforzar mis aprendizajes en Estadística y Opinión Pública, participé activamente en la presentación del estudio “El comportamiento digital de los escolares piuranos” con el objetivo de dar a conocer los resultados de años de investigación de forma idónea y accesible al público en general.

Es en el 2020, posterior a mi egreso, que inicia mi desempeño profesional en lo que era la incubadora de emprendimientos Hub UDEP y mi vinculación con los ecosistemas de innovación y emprendimiento a nivel nacional. Así, a lo largo de dos años desarrolle estrategias de comunicación para difundir convocatorias, concursos y oportunidades para nuestros diversos públicos objetivos entre los que destacan emprendedores a nivel nacional, mujeres en Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, aliados institucionales y similares. Sumado a ello fue importante encontrar diversas formas para difundir lo obtenido en los canales internos y externos del área. Es en el 2022, que se me brinda la oportunidad de asumir nuevas responsabilidades con el crecimiento de Hub UDEP a un Centro de Innovación y Emprendimiento al que se suman nuevas áreas y objetivos en conjunto.

## c) Certificaciones

CONSTANCIA LABORAL

Por el presente yo, Mgtr. Beatriz Elvira Vegas Chiyón con D.N.I. 02857584, en mi calidad de Administrador General de la Universidad de Piura con R.U.C. No.20172627421, dejo constancia de lo siguiente:

La Srta. Maria Violeta Gonzales Rafael, identificada con DNI N°. 70207815, labora en nuestra institución desde el 09 de marzo del 2022 hasta la fecha, en calidad de Analista Junior de Comunicación en el Área de HUB Innovation de la UNIVERSIDAD DE PIURA.

Se expide la presente constancia en la ciudad de Piura, con fecha 14 de noviembre de 2022, para los fines que el interesado considere convenientes.



Firmado digitalmente por BEATRIZ ELVIRA VEGAS CHIYON  
 Nombre de reconocimiento (DN):  
 email=beatrizvegas@udep.edu.pe,  
 cn=BEATRIZ ELVIRA VEGAS CHIYON,  
 givenName=BEATRIZ ELVIRA, sn=VEGAS  
 CHIYON, serialNumber=DNI:02857584,  
 l=PIURA, ou=PIURA - PIURA,  
 title=ADMINISTRADORA GENERAL,  
 ou=CONSEJO SUPERIOR, ou=Issued by  
 SOFTNET (PE) 2.3.4.97=20172627421,  
 o=UNIVERSIDAD DE PIURA, c=PE  
 Fecha: 2022.11.15 19:44:17 -05'00'

**Beatriz Elvira Vegas Chiyon**  
 Administrador General

BEN-PIU-220-22

Campus **Piura**

(51-73) 284500

Av. Ramón Mugica 131, Urb. San Eduardo

Campus **Lima**

(51-1) 2139600

Calle Mártir José Olaya 162, Miraflores

**GONZALES RAFAEL MARIA VIOLETA**

JR. CRUZ DE PIEDRA NRO. 211 CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

TELÉFONO: -

R.U.C. 10702078151  
**RECIBO POR HONORARIOS ELECTRONICO**  
 Nro: E001- 4

**Recibí de:** UNIVERSIDAD DE PIURA

**Identificado con** RUC **número** 20172627421

**Domiciliado en** AV. RAMON MUGICA NRO. 131 URB. SAN EDUARDO PIURA - PIURA - PIURA

**La suma**

**Por concepto de** ANALÍTICA Y DESARROLLO ESTRATEGIA DE CONTENIDO Y COMUNICACIÓN DE LA INCUBADORA MESES DE ENERO-FEBRERO

**Observación** CONVENIO Nº 670 INNOVATEPERU -IAN 2017

**Inciso A** DEL ARTÍCULO 33 DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA

**Fecha de emisión** 18 de Febrero del 2020

**GONZALES RAFAEL MARIA VIOLETA**

JR. CRUZ DE PIEDRA NRO. 211 CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

TELÉFONO: -

R.U.C. 10702078151  
**RECIBO POR HONORARIOS ELECTRONICO**  
 Nro: E001- 32

**Recibí de:** UNIVERSIDAD DE PIURA

**Identificado con** RUC **número** 20172627421

**Domicilio del Usuario:** AV. RAMON MUGICA NRO. 131 URB. SAN EDUARDO PIURA - PIURA - PIURA

**Forma de Pago:** AL CREDITO

**Domiciliado en** AV. RAMON MUGICA NRO. 131 URB. SAN EDUARDO PIURA - PIURA - PIURA

**La suma de:**

**Por concepto de** ANALÍTICA Y DESARROLLO ESTRATEGIA DE CONTENIDO Y COMUNICACIÓN DE LA INCUBADORA MES DE DICIEMBRE

**Observación** -

**Inciso A** DEL ARTÍCULO 33 DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA

**Fecha de emisión** 02 de Diciembre del 2021



## CARTA DE AGRADECIMIENTO

Por medio del presente documento quiero agradecer a **María Violeta Gonzáles Rafael** por su destacada participación en los proyectos de investigación de públicos realizados en el Centro de Investigación en Opinión Pública (CIOP) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

Entre los meses de febrero y diciembre de 2019 María Violeta Gonzáles colaboró en el levantamiento de información estadística para análisis de contenido, ha diseñado cuestionarios de encuesta y ha sido analista de estudios de opinión pública. De la mano de los profesionales del CIOP, ha sabido llegar a los objetivos de investigación propuestos del centro, ayudando un total de 800 horas.

Destaco de María Violeta su capacidad para el trabajo bajo presión, así como la responsabilidad para las tareas encomendadas. Su personalidad ecuánime se combina con la predisposición al servicio de los demás. Pienso que es una profesional valiosa de quien se espera excelentes frutos en el futuro.

Dr. Fernando Huamán Flores  
Director del CIOP  
Facultad de Comunicación  
Universidad de Piura

Piura, 07 de octubre de 2020



Av. Hoyos Rubio 2684  
Casilla Postal 1  
Cajamarca  
Perú

Telephone : (0051 - 76) 367501  
Facsimile : (0051 - 76) 367502

## CERTIFICADO DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES

Mediante la presente dejamos constancia que la señorita:

**GONZALES RAFAEL, MARIA VIOLETA**

Alumna del VII ciclo de la carrera de Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, realizó sus prácticas Pre Profesionales en la Asociación Educativa Davy – Cajamarca, cumpliendo un total de 264 horas, desde el 08 de enero hasta el 09 de marzo del 2018, desempeñándose en el área de **ADMISIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL**.

Es importante resaltar que durante su permanencia en nuestra institución la practicante demostró un alto sentido de responsabilidad, puntualidad y dedicación a las tareas encomendadas.

Se expide el presente certificado a solicitud de la interesada, para los fines que estime conveniente.

Cajamarca 09 de marzo del 2018

Cathy Hitchin  
**HEADTEACHER**

E-mail : [postmaster@davycollege.edu.pe](mailto:postmaster@davycollege.edu.pe)  
Homepage : <http://www.davycollege.edu.pe>



Av. Hoyos Rubio 2684  
Casilla Postal 1  
Cajamarca  
Perú

Telephone : (0051 - 76) 367501  
Facsimile : (0051 - 76) 367502

## CERTIFICADO DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES

Mediante la presente dejamos constancia que la señorita:

**GONZALES RAFAEL, MARIA VIOLETA**

Alumna del VI ciclo de la carrera de Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, realizó sus prácticas Pre Profesionales en la Asociación Educativa Davy – Cajamarca, cumpliendo un total de 240 horas, desde el 09 de enero hasta el 04 de marzo del 2017, desempeñándose en el área de **ADMISIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL**.

Es importante resaltar que durante su permanencia en nuestra institución la practicante demostró un alto sentido de responsabilidad, puntualidad y dedicación a las tareas encomendadas.

Se expide el presente certificado a solicitud de la interesada, para los fines que estime conveniente.

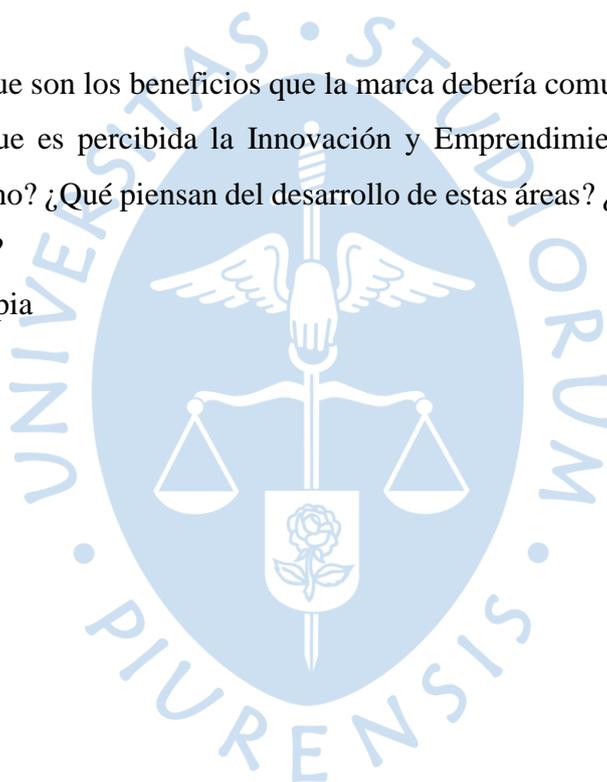
Cajamarca 04 de marzo del 2017

Ian D. Raitt  
**HEADTEACHER**

**Percepción de marca de Hub UDEP de acuerdo a sus colaboradores**

1. Cuando piensas en la marca Innova UDEP/ Hub UDEP, ¿qué es lo primero que te viene a la mente o como las describirían?
2. Ahora, teniendo en cuenta los diferentes públicos con los que trabajamos, cómo crees que ellos perciben a Innova UDEP y Hub UDEP.
3. ¿Cómo se siente con respecto al relanzamiento de la marca Innova UDEP unida a Hub UDEP?
4. ¿Qué palabras usaría para describir esta nueva estructura?
5. Ahora, de forma externa con que palabras quisiera que fuera descrita esta nueva estructura. ¿Qué es lo que quisiera evitar que se use al momento de explicar esta nueva estructura?
6. ¿Cuáles cree que son los beneficios que la marca debería comunicar en adelante?
7. ¿Cómo cree que es percibida la Innovación y Emprendimiento actualmente a nivel interno y externo? ¿Qué piensan del desarrollo de estas áreas? ¿Qué les gusta o disgusta de los mismos?

*Nota.* Elaboración propia



## **Cuestionario sobre cultura en innovación y emprendimiento entre los alumnos de la Universidad de Piura**

1. Género: Femenino, Masculino, Prefiere no decirlo
2. Edad
3. Pertenece a: Campus Piura, Campus Lima
4. Facultad: Ciencias de la Educación, Ciencias Económicas y Empresariales, Comunicación, Derecho, Humanidades, Ingeniería, Medicina Humana
5. Programa académico: Historia y Gestión Cultural, Psicología, Periodismo, Marketing, Audiovisual, Economía Administración de Empresas, Administración de Servicios, Contabilidad y Auditoría, Ingeniería Industrial y de Sistemas, Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánico- Eléctrica, Arquitectura, Ciencias de la Educación - Nivel Inicial, Ciencias de la Educación - Nivel Primaria - Ciencias de la Educación - Nivel Secundaria, Derecho.
6. Ciclo cursado al 2022-II
7. En simultaneo a tu carrera universitaria, ¿has desarrollado o formado parte de un emprendimiento?
  - a) Sí b) No
8. De ser el caso, ¿de dónde surgió la idea de tener un emprendimiento?
  - a) En un curso de la universidad c) De otra forma, pero relacionada con la universidad
  - b) Fuera del entorno universitario
9. Como emprendedor, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está de acuerdo?
  - a) Avanzar en mi carrera en el mundo de los negocios
  - b) Desempeñar un rol activo en la conformación de las actividades de un grupo de personas con quienes me identifiqué mucho
  - c) Resolver un problema específico de un grupo de personas con el que me identifiqué mucho
  - d) Jugar un rol activo en cambiar el funcionamiento del mundo
  - e) Deseo de contar con ingresos adicionales
  - f) Resolver una necesidad vista como desatendida a nivel comercial
10. En relación con la línea de carrera que se espera seguir, a corto plazo usted buscar desempeñarse como:
  - a) Fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa

- b) Empleado – empresa
  - c) Sucesor en la empresa de mis padres o mi familia
  - d) Otro - no lo sé todavía
11. En relación con el emprendimiento, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?
- a) Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí
  - b) Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor
  - c) Si tuviera la oportunidad y recursos sería emprendedor
  - d) Ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mi
  - e) Una carrera profesional como emprendedor me resulta atractiva
  - f) Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor
  - g) Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio
  - h) Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro
  - i) Entre varias opciones preferiría ser emprendedor
  - j) He pensado muy seriamente en iniciar un negocio
  - k) Tengo la firme intención de crear un negocio algún día
12. En relación con los procesos que debe seguir un emprendedor, qué tanto conoce sobre los siguientes aspectos: (Conozco mucho, conozco poco, no conozco)
- a) Recopilar información sobre los mercados o los competidores
  - b) Discutir el producto o la idea de negocio con clientes potenciales
  - c) Escribir un plan de negocios
  - d) Vender producto o servicio
  - e) Iniciar el desarrollo del producto/servicio
  - f) Iniciar actividades de marketing o promoción
  - g) Comprar materiales, equipos o maquinaria para el negocio
  - h) Intentar obtener financiación externa
  - i) Registro de la empresa
  - j) Solicitar una patente, derecho de autor o marca comercial
13. En relación con el entorno universitario, valore las siguientes afirmaciones: (Siendo 1, total desacuerdo y 5 total acuerdo)
- a) El entorno de la universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios
  - b) En la universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor
  - c) En la universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras

14. En relación con las actividades en emprendimiento dentro de la universidad responda sí o no a las siguientes afirmaciones:

- a) He cursado al menos de una asignatura relacionada a emprendimiento
- b) He participado de eventos o programas extracurriculares relacionados a emprendimiento o innovación organizado por la universidad
- c) He sabido de alumnos o exalumnos que destacan por sus emprendimientos
- d) He tomado conocimiento de como la formación en emprendimiento puede aportar a mi perfil profesional

*Nota.* Elaboración propia

