

Propuesta para la creación de un centro de emprendimiento en el Centro Regional Universitario de San Miguelito

Proposal for the creation of an entrepreneurship Center in the Regional University Center of San Miguelito

Irma Zuniga

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y
Contabilidad. Panamá

irma.zuniga-b@up.ac.pa / irma8627@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-4597-607X>

Paul Pedrería

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y
Contabilidad. Panamá

paul.pedreira-r@up.ac.pa / paulpedreira785@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-5257-377X>

Recibido: 25 de junio de 2026

Aceptado: 15 de julio de 2026

DOI <https://doi.org/10.48204/3072-9629.11340>

Resumen

La presente investigación surge como respuesta a la necesidad de fortalecer la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios, especialmente en la carrera de Licenciatura en Mercadeo. A pesar de que muchos estudiantes desarrollan ideas innovadoras durante su formación académica, no existe en la institución un espacio formal que brinde acompañamiento, asesoría o recursos que permitan transformar esas ideas en proyectos viables. El objetivo general de esta investigación es diseñar una propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento en el CRUSAM que contribuya al desarrollo de competencias empresariales, fomente la innovación y promueva la participación activa de los estudiantes en iniciativas productivas y sostenibles. El estudio se fundamenta en un enfoque descriptivo con metodología cuantitativa, empleando encuestas aplicadas a estudiantes de tercer año de Mercadeo, turno matutino. La propuesta plantea el diseño conceptual, estructural y funcional del Centro de Emprendimiento Universitario del CRUSAM (CECRUSAM), con áreas de formación, mentoría, incubación y seguimiento, así como programas de capacitación, asesoramiento y vinculación con el sector productivo. Se concluye que la implementación

de este Centro Universitario, representa una oportunidad significativa para promover el espíritu emprendedor, mejorar la empleabilidad de los egresados y contribuir al desarrollo económico local, consolidando al CRUSAM como una institución comprometida con la innovación, el liderazgo y el emprendimiento universitario.

Palabras clave: Cultura emprendedora, emprendimiento universitario, formación empresarial, innovación.

Abstract

This research titled “Proposal for the Creation of an Entrepreneurship Center at the Regional University Center of San Miguelito (CRUSAM)”, emerges in response to the need to strengthen the entrepreneurial culture among university students, particularly within the Marketing degree program. Although many students develop innovative ideas during their academic training, the institution currently lacks a formal space that offers guidance, mentorship, or resources to help transform those ideas into viable projects.

The main objective of this research is to design a proposal for the creation of an Entrepreneurship Center at CRUSAM that contributes to the development of business competencies, fosters innovation, and promotes active student participation in productive and sustainable initiatives. The study is based on a descriptive approach with a quantitative methodology, using surveys applied to third-year Marketing students in the morning shift.

The proposal outlines the conceptual, structural, and functional design of the CRUSAM University Entrepreneurship Center (CECRUSAM), including areas for training, mentoring, incubation, and follow-up, as well as programs for capacity building, advisory services, and linkage with the productive sector. It is concluded that the implementation of this university center represents a significant opportunity to promote entrepreneurial spirit, improve graduate employability, and contribute to local economic development, positioning CRUSAM as an institution committed to innovation, leadership, and university entrepreneurship.

Keywords: business training, entrepreneurial culture, innovation, university entrepreneurship.

Introducción

En el escenario actual de transformación económica y social, el emprendimiento se ha consolidado como un eje estratégico para el desarrollo sostenible, la generación de empleo y el fortalecimiento de la competitividad de las naciones. En este contexto, las universidades, como centros de producción y difusión del conocimiento, tienen la responsabilidad de promover una cultura emprendedora que impulse la innovación, la autonomía profesional y la creación de valor en sus estudiantes. Por ello, la educación superior no debe limitarse únicamente a la transmisión de conocimientos teóricos, sino que debe fomentar en los futuros profesionales la capacidad de identificar oportunidades, asumir riesgos calculados y desarrollar soluciones que respondan a las necesidades del entorno productivo y social.

El Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM), como extensión académica de la Universidad de Panamá, reúne una comunidad estudiantil con un importante potencial creativo y una diversidad de talentos susceptibles de orientarse hacia la creación de proyectos empresariales innovadores. Sin embargo, a pesar del interés demostrado por los estudiantes, especialmente los de la Licenciatura en Mercadeo, actualmente no existe una estructura institucional que proporcione acompañamiento sistemático para transformar las ideas de negocio en iniciativas sostenibles y viables. La ausencia de asesoría especializada, capacitación continua y recursos adecuados limita el alcance de los proyectos estudiantiles, los cuales, en la mayoría de los casos, permanecen dentro del ámbito académico sin lograr consolidarse como emprendimientos reales.

Ante esta situación, se plantea la propuesta de creación de un Centro de Emprendimiento en el Centro Regional Universitario de San Miguelito, concebido como una estrategia institucional destinada a fortalecer la formación emprendedora, promover la innovación y consolidar un ecosistema académico favorable para el desarrollo de proyectos

empresariales sostenibles. Este Centro de Emprendimiento Universitario busca integrar esfuerzos entre docentes, estudiantes y aliados externos, ofreciendo herramientas teóricas y prácticas orientadas a la incubación de ideas, la gestión de proyectos y la vinculación con los sectores público y privado.

Asimismo, su diseño responde a la necesidad de incorporar al CRUSAM dentro de las tendencias contemporáneas de educación emprendedora, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, particularmente con el Objetivo 8, que promueve el crecimiento económico sostenido e inclusivo, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. De igual manera, la propuesta se fundamenta en modelos de gestión universitaria que reconocen el emprendimiento como una competencia transversal indispensable para la formación integral de los estudiantes.

La investigación se desarrolla mediante un enfoque descriptivo y una metodología cuantitativa, orientada a identificar las percepciones, expectativas y necesidades de los estudiantes respecto a la creación de este centro, utilizando la aplicación de encuestas como principal técnica de recolección de información para sustentar su diseño conceptual, estructural y funcional. Finalmente, esta propuesta no solo busca establecer un espacio físico y académico que impulse el talento emprendedor estudiantil, sino también consolidar una cultura institucional basada en la innovación, la autogestión y el liderazgo, proyectando al CRUSAM como una unidad académica moderna y comprometida con la formación de profesionales capaces de generar un impacto económico, social y cultural positivo en sus comunidades.

En el contexto educativo panameño, el emprendimiento universitario ha cobrado relevancia como un eje estratégico para fortalecer la empleabilidad, la innovación y el desarrollo económico sostenible. Sin embargo, en instituciones públicas, como la Universidad de Panamá, aún se evidencia una limitada infraestructura institucional que permita canalizar de manera efectiva las iniciativas emprendedoras de los estudiantes.

El Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM), al igual que otros Centros Regionales, concentra una población estudiantil con alto potencial creativo y aspiraciones de independencia económica, pero carece de un espacio formal que brinde acompañamiento, formación y recursos para transformar ideas en proyectos productivos. Este vacío se traduce en una débil colaboración entre la teoría impartida en el aula y las experiencias prácticas que estimulen la creación de microempresas o startups empresa nueva y pequeña con un modelo de negocio innovador, escalable y de alto potencial de crecimiento exponencial, universitarias.

Diversas investigaciones en el ámbito nacional confirman esta brecha. Según Herrera y Salgado (2019), los estudiantes panameños presentan una actitud favorable hacia el emprendimiento, pero el principal obstáculo radica en la falta de programas institucionalizados y asesoría continua que los guíen en la ejecución de sus ideas.

En el caso particular de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino del CRUSAM, la situación se torna especialmente significativa. Los estudiantes de tercer año próximos a insertarse en el mercado laboral reconocen la importancia del emprendimiento como vía profesional, pero enfrentan limitaciones de recursos, falta de orientación estratégica y escasas oportunidades para la incubación de proyectos. La mayoría de los jóvenes emprendedores de este centro canalizan sus iniciativas a través de ferias estudiantiles o ventas digitales informales, lo que demuestra una fuerte motivación, pero sin respaldo institucional sostenido.

En consecuencia, la situación actual revela una necesidad urgente de institucionalizar el apoyo al emprendimiento dentro del CRUSAM. La creación de un Centro de Emprendimiento Universitario no solo respondería a una demanda estudiantil creciente, sino que fortalecería la formación integral, potenciaría la empleabilidad y contribuiría al desarrollo sostenible del distrito de San Miguelito.

Por lo tanto, la situación actual se caracteriza por:

- Un aumento en la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios de San Miguelito.
- Una distancia entre la formación teórica que reciben los estudiantes y los mecanismos de apoyo real que les permitan convertir ideas en proyectos productivos.
- En CRUSAM, los estudiantes desarrollan ideas y proyectos, pero carecen de un Centro de Emprendimiento Universitario formal que ofrezca acompañamiento integral, desde mentoría hasta infraestructura y seguimiento personalizados.

Planteamiento del problema

En la actualidad, se observa que un número significativo de estudiantes profesionales enfrenta dificultades al momento de transformar sus ideas innovadoras en proyectos de negocio viable y sostenible. Esta situación se debe, en gran medida, a la falta de conocimiento específicos sobre emprendimiento, escaso acceso a asesoría especializada, limitaciones para identificar fuentes de financiamientos y ausencia de espacios adecuados para el desarrollo de habilidades empresariales.

Por su parte, Pineda, Mendoza y Torres (2022), señalan que los centros de emprendimiento permiten la integración de saberes, recursos y capacidades, generando un ecosistema que potencia las habilidades blandas y técnicas necesarias para enfrentar los desafíos del entorno. En el caso del Centro Regional Universitario de San Miguelito, los estudiantes han manifestado interés en emprender, pero enfrentan barreras como la falta de mentores, acceso a financiamiento y oportunidades para validar sus ideas en un entorno seguro y colaborativo.

En los últimos años, el emprendimiento ha cobrado un rol crucial en la agenda educativa y económica de los países latinoamericanos, dada su capacidad para generar empleo, reducir desigualdades y promover el desarrollo sostenible. Sin embargo, se identifica una debilidad estructural: la falta de un espacio formal y funcional que impulse las ideas de negocio de los estudiantes, los oriente en la gestión de proyectos y les facilite redes de colaboración, esta ausencia limita gravemente el potencial emprendedor de una comunidad estudiantil con alto nivel creativo.

Fomentar el emprendimiento no es solo una apuesta económica, sino también un compromiso con la autonomía personal y la realización vocacional de los jóvenes. Tal como lo destacan Vargas y López (2021), los programas de emprendimiento pueden tener un efecto transformador, especialmente en comunidades vulnerables, al brindar sentido, propósito y herramientas para superar ciclos de pobreza y dependencia.

El Centro De Emprendimiento Universitario debe de ser un apoyo para preparar a nuestros estudiantes, para lo que se van a encontrar a partir del momento en que salgan de la facultad, debemos de mentalizarlos que en la entrada al mundo laboral no se limita a aspirar a ser un asalariado en una empresa, emprender debería ser una primera alternativa de un joven que finaliza sus estudios.

Autores como Quintero, Reyes y Sánchez, citan en su artículo que en la actualidad existe una problemática relacionada con el desempleo en el sector de los egresados universitarios, lo que nos lleva a reflexionar sobre si realmente se está invirtiendo adecuadamente en términos educativos, ya que cada día podemos notar lo difícil que es encontrar una plaza de trabajo para los egresados universitarios.

En consecuencia, la ausencia de un centro de emprendimiento representa una limitación real y urgente que afecta no solo la formación integral de los estudiantes, sino también el desarrollo económico y social del distrito de San Miguelito. Plantear una propuesta para su creación es responder a una necesidad sentida, respaldada por el contexto local,

las tendencias educativas contemporáneas y la demanda de oportunidades justas para todos.

Por lo antes mencionado, se tienen la siguiente pregunta: ¿De qué manera la creación de un centro de emprendimiento en el Centro Regional Universitario de San Miguelito puede fomentar el desarrollo de competencias emprendedoras y la generación de proyectos innovadores y eficientes en los estudiantes de la Licenciatura en Mercadeo?

Justificación

Un Centro de Emprendimiento Universitario constituye una estrategia académica orientada a fomentar el pensamiento creativo, la innovación y la iniciativa empresarial entre los estudiantes universitarios. Su objetivo primordial es ofrecer un entorno estructurado y propicio para el diseño, validación y ejecución de ideas de negocio, acompañando al estudiante desde la concepción del emprendimiento hasta su puesta en marcha, y promoviendo así una cultura emprendedora dentro del ámbito académico.

Este tipo de centro ofrecerá formación especializada, herramientas prácticas, asesoramiento personalizado y el acompañamiento necesario para impulsar proyectos viables. Se enfocará en fortalecer las competencias emprendedoras de los estudiantes.

Además, en contextos vulnerables o con escasas oportunidades económicas, estos centros se convierten en motores de inclusión y transformación social. Rodríguez y Méndez (2023), señalan que el emprendimiento universitario permite a los jóvenes construir proyectos con propósito, que no solo generan ingresos, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible de sus comunidades.

El Centro Regional Universitario de San Miguelito, tiene un historial de estudiantes que desarrollan proyectos durante su carrera y los exhiben en proyecto final, sin embargo, no ha existido un centro dentro de la propia universidad que ayude y oriente a los estudiantes a viabilizar estos proyectos.

Por ello la creación del CECRUSAM tendrá como beneficio los siguientes puntos:

- Fomentar la Innovación y la Creatividad.
- Conexión entre la Teoría y la Práctica.
- Posicionamiento Estratégico de la Institución Educativa.
- Fortalecer el espíritu emprendedor de los estudiantes.

Objetivo General

Diseñar la importancia y las oportunidades que representa la creación de un Centro de Emprendimiento Universitario para los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino del Centro Regional Universitario de San Miguelito.

Objetivos Específicos

- Analizar las oportunidades y fortalezas que poseen los estudiantes para participar activamente en la creación y funcionamiento del centro de emprendimiento.
- Identificar la percepción que tienen los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino, sobre la importancia del emprendimiento en su formación profesional.
- Crear una propuesta dirigida a los estudiantes de la Licenciatura en Mercadeo, orientada al desarrollo de competencias emprendedoras dentro del Centro Regional Universitario de San Miguelito.

Delimitación

La presente investigación se centra en el diseño conceptual y estructural de una propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento Universitario en el Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM), perteneciente a la Universidad de Panamá. La temática aborda los componentes esenciales para la formulación de dicho centro, incluyendo su justificación, objetivos, estructura organizativa, estrategias de formación emprendedora, propuesta y mecanismos de acompañamiento estudiantil.

El estudio se enfoca en analizar las necesidades, percepciones y expectativas de los estudiantes de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino, quienes representan un grupo con alto potencial emprendedor, pero que actualmente carecen de un espacio institucional que promueva la innovación y la aplicación práctica de sus conocimientos en proyectos de negocio.

La investigación no contempla la implementación operativa del Centro de Emprendimiento Universitario, sino el diseño de una propuesta integral, teórica y metodológica, que sirva como base para su futura creación. Esta delimitación temática permite estructurar un marco coherente que vincula la formación universitaria con el desarrollo del espíritu emprendedor, en relación con los valores de la Universidad de Panamá y las políticas nacionales de innovación educativa.

La investigación se limita al Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM), ubicado en el distrito de San Miguelito, provincia de Panamá, una de las zonas urbanas más densamente pobladas del país y con una alta concentración de jóvenes en formación universitaria. Este entorno presenta características socioeconómicas diversas, con desafíos vinculados al desempleo juvenil, la informalidad laboral y la limitada cultura emprendedora formalizada, factores que hacen urgente la implementación de estrategias que fortalezcan la empleabilidad y la generación de oportunidades desde la educación superior.

Limitaciones

Una de las limitaciones estuvo relacionada con el cambio de semestre académico, lo cual generó retrasos en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos y en la disponibilidad de los estudiantes participantes.

Antecedentes

Según Vidovic, (2020), el emprendimiento se entiende como la creación de nuevas empresas para el autoempleo y se ha convertido en una de las principales modalidades de generación de ingreso en contextos de economías en desarrollo, como las de América Latina.

Diversas instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional han adoptado como parte de su misión el fomento de la cultura emprendedora en sus estudiantes. Esta tendencia se debe a la creciente necesidad de que los jóvenes no solo busquen empleo, sino que también generen nuevas oportunidades a través de la creación de negocios innovadores y sostenibles.

El Instituto Tecnológico de Costa Rica ha desarrollado centros de emprendimiento que brindan orientación, asesoramiento y formación a los estudiantes interesados en desarrollar sus ideas de negocio. Estas experiencias han servido como modelos exitosos que destacan la importancia de institucionalizar el apoyo al emprendimiento desde los espacios universitarios.

En el contexto panameño, el Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico Empresarial (CIDETE) ha demostrado ser una iniciativa valiosa que impulsa el emprendimiento desde la academia, ofreciendo espacios de formación, incubación y vinculación con el sector productivo. Este tipo de experiencias refuerzan la necesidad de replicar modelos similares en otras regiones del país.

El Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM), se ha identificado la ausencia de un centro formal de emprendimiento, lo que limita el desarrollo del potencial emprendedor de sus estudiantes, especialmente de aquellos pertenecientes a carreras con perfil empresarial, como la Licenciatura en Mercadeo.

Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, debido a que permite recopilar, medir y analizar datos numéricos relacionados con las percepciones, intereses y necesidades de los estudiantes respecto a la creación de un Centro de Emprendimiento en el Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM).

El estudio es de tipo exploratorio y descriptivo. El alcance exploratorio permitió identificar la necesidad y viabilidad de implementar un Centro de Emprendimiento Universitario, mientras que el alcance descriptivo facilitó la caracterización de las expectativas, intereses y requerimientos de los estudiantes sobre los servicios y beneficios que este centro podría ofrecer.

La población objeto de estudio estuvo conformada por los estudiantes del Centro Regional Universitario de San Miguelito, con especial énfasis en los estudiantes de la Licenciatura en Mercadeo, debido a su vinculación con el desarrollo de proyectos empresariales y de innovación.

La muestra estuvo integrada por los estudiantes seleccionados mediante un procedimiento de muestreo que garantizó la participación de los sujetos de estudio y la obtención de información representativa para el análisis de la propuesta.

Como instrumento de recolección de datos, se utilizó una encuesta estructurada, diseñada con preguntas cerradas y de opción múltiple, orientadas a identificar el nivel de interés, las necesidades de formación emprendedora, las expectativas y la disposición de los estudiantes para participar en las actividades de un futuro Centro de Emprendimiento Universitario.

Los datos obtenidos fueron organizados, tabulados y analizados mediante técnicas estadísticas descriptivas, permitiendo interpretar los resultados y fundamentar el diseño

conceptual, estructural y funcional del Centro de Emprendimiento Universitario del Centro Regional Universitario de San Miguelito (CECRUSAM).

Diseño de investigación

Como afirma Neill y Cortez (2018), la investigación cuantitativa pretende establecer el grado de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra.

De esta manera la investigación cuantitativa brinda a los emprendedores universitario una base sólida y objetiva sobre la cual tomar decisiones, planificar estrategias y evaluar el desempeño de su negocio, al estar respaldados por datos concretos, los emprendedores pueden navegar el mundo empresarial con mayor confianza y precisión.

Hipótesis

La creación de un Centro de Emprendimiento Universitario en el Centro Regional Universitario de San Miguelito contribuirá significativamente al desarrollo de competencias emprendedoras e impulsará la generación de proyectos innovadores entre los estudiantes de la Licenciatura en Mercadeo.

Fuentes

Para el desarrollo de la presente investigación titulada “Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento en el Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM)”, se utilizaron distintas fuentes de información que permitieron sustentar teórica y metodológicamente el estudio.

Fuentes primarias

La información original y directa obtenida de los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino del CRUSAM, quienes participaron mediante la aplicación de encuestas estructuradas.

Estos instrumentos permitieron recopilar datos sobre la percepción, actitudes y expectativas de los estudiantes en relación con la creación de un Centro de Emprendimiento Universitario.

Además, las fuentes primarias incluyen las observaciones de campo y las opiniones expresadas por los propios participantes, las cuales aportaron información valiosa sobre las necesidades reales de acompañamiento, formación y desarrollo emprendedor dentro del Centro Regional Universitario De San Miguelito.

Fuentes Secundarias

Estas fuentes abarcan el conjunto de documentos, estudios e investigaciones previas que sirvieron de base para fundamentar teóricamente la propuesta. Entre ellas se incluyen libros, artículos científicos, tesis universitarias, informes institucionales, normativas universitarias y publicaciones digitales relacionadas con el emprendimiento universitario, la innovación y tecnología.

Instrumentos

Como señala Rocco (2010), esta modalidad de encuestas, especialmente las del tipo Web, permiten mejorar la validación de los datos. Es posible validar lógicamente las respuestas de los participantes en el transcurso mismo de la encuesta y poder volver a pedir al respondiente la corrección de sus respuestas. Muchas de estas características solo son posible en encuestas electrónicas, por lo que se puede obtener más confiabilidad en término de la validez de los datos.

El propósito de una encuesta en línea a universitarios es recopilar datos y opiniones relevantes que ayuden a comprender mejor el resultado, identificar áreas de oportunidad y mejora, y orientar la toma de decisiones para apoyar y promover el centro de emprendedores universitario.

Procedimiento

El desarrollo metodológico de esta investigación se estructuró en diversas etapas que permitieron garantizar la recolección y análisis sistemático de la información.

En primer lugar, se definió la población de estudio conformada por los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino del Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM). Posteriormente, se determinó una muestra intencional de ocho (8) estudiantes, seleccionados por su nivel académico y su cercanía con el proceso de culminación de estudios, lo cual les otorga una visión más amplia sobre la formación profesional y las competencias emprendedoras adquiridas.

Como instrumento de recolección de datos se empleó una encuesta estructurada compuesta por diez (10) preguntas cerradas, diseñadas a partir de las variables del estudio.

El cuestionario fue elaborado en la plataforma digital Google Forms, lo que facilitó su distribución mediante la aplicación WhatsApp, permitiendo un acceso ágil y efectivo a los estudiantes. Este procedimiento se seleccionó para asegurar una mayor participación y confiabilidad en las respuestas, considerando la familiaridad de los estudiantes con los entornos digitales.

Diseño estadístico

El análisis estadístico se desarrolló bajo un enfoque descriptivo, orientado a resumir y presentar los resultados obtenidos en la encuesta aplicada. Se emplearon técnicas de estadística y representaciones gráficas, con el fin de facilitar la interpretación de las respuestas.

Este diseño estadístico permitió identificar tendencias y patrones en las percepciones de los estudiantes, así como determinar el nivel de interés y disposición hacia la

participación en actividades emprendedoras promovidas por el posible Centro de Emprendimiento Universitario del CRUSAM.

Resultados

Los resultados presentados a continuación corresponden a la encuesta aplicada a ocho (8) estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Mercadeo, turno matutino, del Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM). El propósito fue conocer sus percepciones, nivel de conocimiento, necesidades y disposición frente a la creación de un Centro de Emprendimiento Universitario.

La primera pregunta del instrumento tuvo como propósito identificar el nivel de conocimiento que poseen los estudiantes sobre el emprendimiento universitario.

Los resultados se distribuyeron de la siguiente manera:

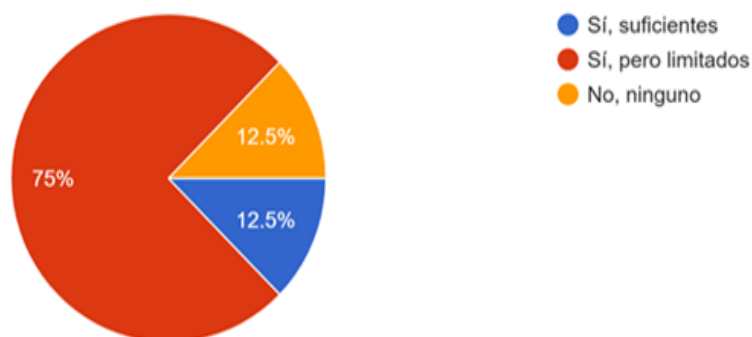
Tabla 1

Nivel de conocimiento sobre Emprendimiento Universitario

Respuesta	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Sí, suficientes	1	12.5%
Sí, pero limitados	1	12.5%
No, ninguno	6	75.0%
Total	8	100%

Figura 1

Nivel de conocimiento sobre Emprendimiento Universitario



La gráfica circular muestra que el 75% de los estudiantes encuestados indicaron no tener ningún conocimiento sobre emprendimiento universitario. El 12.5% afirmó tener conocimientos limitados, y otro 12.5% señaló tener conocimientos suficientes.

Tabla 2

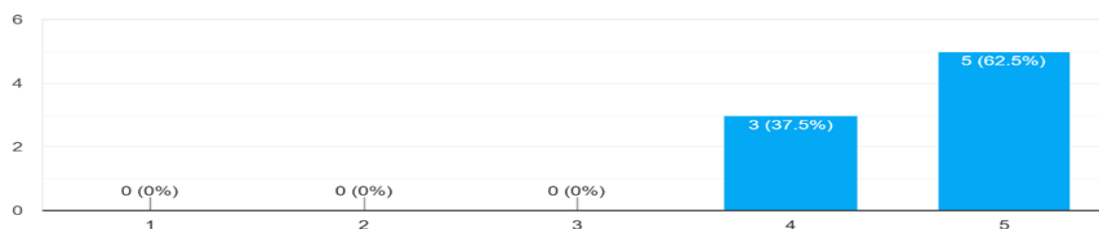
Opinión sobre la importancia de crear un Centro de Emprendimiento Universitario

Valor en escala Likert	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
1 – Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
2 – En desacuerdo	0	0.0%
3 – Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0%
4 – De acuerdo	3	37.5%
5 – Totalmente de acuerdo	5	62.5%
Total	8	100%

La segunda pregunta del instrumento tuvo como objetivo conocer la percepción de los estudiantes sobre la importancia de crear un Centro de Emprendimiento Universitario en el Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM). Se utilizó una escala tipo Likert del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Figura 2

Nivel de acuerdo con la creación del Centro de Emprendimiento Universitario en CRUSAM



La gráfica de barras muestra que el 100% de los estudiantes encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la creación del centro. El 62.5% seleccionó la opción más alta (5), mientras que el 37.5% eligió la opción 4. No se registraron respuestas en los niveles 1, 2 o 3.

Tabla 3

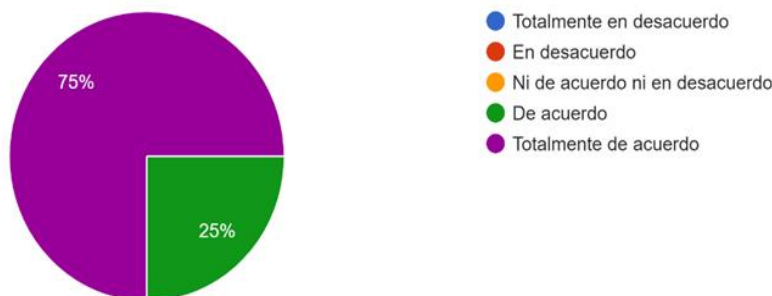
El Centro de Emprendimiento Universitario representaría nuevas oportunidades de desarrollo académico y profesional

Valor en escala Likert	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
1 – Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
2 – En desacuerdo	0	0.0%
3 – Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0%
4 – De acuerdo	2	25.0%
5 – Totalmente de acuerdo	6	75.0%
Total	8	100%

La tercera pregunta del instrumento tuvo como objetivo conocer la percepción de los estudiantes sobre el impacto potencial del Centro de Emprendimiento Universitario en su desarrollo académico y profesional. Se utilizó una escala tipo Likert del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Figura 3

El Centro de Emprendimiento Universitario representaría nuevas oportunidades de desarrollo académico y profesional



La gráfica circular muestra que el 75% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en que el centro representaría nuevas oportunidades de desarrollo académico y profesional. El 25% restante está de acuerdo. No se registraron respuestas en los niveles 1, 2 o 3.

Tabla 4

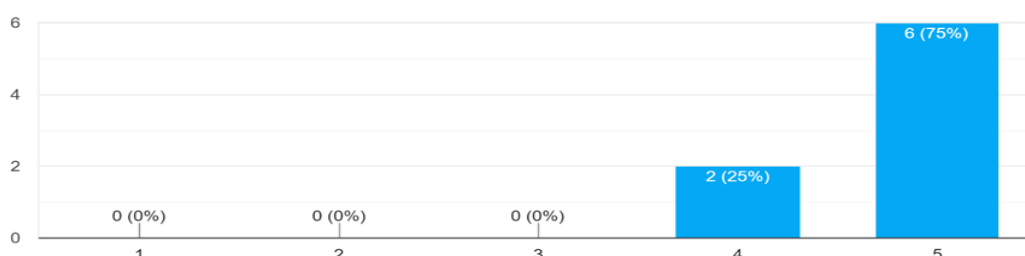
Opinión sobre el impacto del Centro de Emprendimiento Universitario en la creatividad e innovación

Valor en escala Likert	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
1 – Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
2 – En desacuerdo	0	0.0%
3 – Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0%
4 – De acuerdo	2	25.0%
5 – Totalmente de acuerdo	6	75.0%
Total	8	100%

La cuarta pregunta del instrumento tuvo como propósito conocer la percepción de los estudiantes sobre el impacto del Centro de Emprendimiento Universitario en el desarrollo de su creatividad e innovación. Se utilizó una escala tipo Likert del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Figura 4

Percepción sobre el desarrollo de creatividad e innovación mediante el Centro de Emprendimiento Universitario



La gráfica de barras muestra que el 75% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en que el Centro de Emprendimiento Universitario contribuiría al desarrollo de su creatividad e innovación, mientras que el 25% está de acuerdo. No se registraron respuestas en los niveles 1, 2 o 3.

Tabla 5

Disposición para participar en actividades del Centro de Emprendimiento Universitario

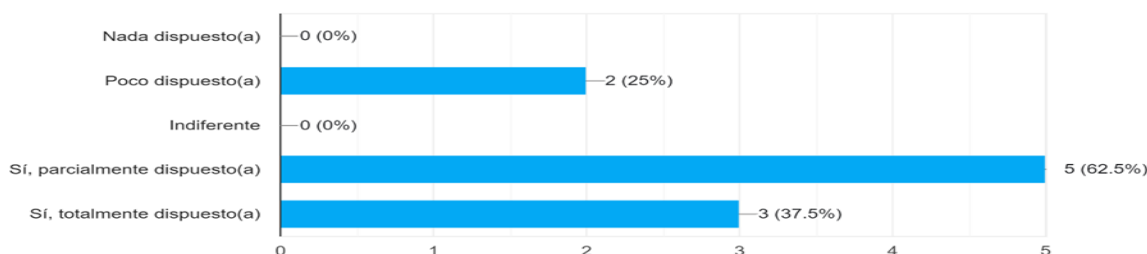
Respuesta	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nada dispuesto(a)	0	0.0%
Poco dispuesto(a)	1	12.5%
Indiferente	0	0.0%
Sí, parcialmente dispuesto(a)	5	62.5%
Sí, totalmente dispuesto(a)	2	25%
Total	8	100%

La quinta pregunta del instrumento tuvo como objetivo conocer el nivel de disposición de los estudiantes para participar activamente en las actividades del futuro Centro de Emprendimiento Universitario en CRUSAM, tales como talleres, proyectos y mentorías.

Se utilizó una escala de cinco niveles: “Nada dispuesto(a)”, “Poco dispuesto(a)”, “Indiferente”, “Sí, parcialmente dispuesto(a)” y “Sí, totalmente dispuesto(a)”.

Figura 5

Nivel de disposición para participar en actividades del Centro de Emprendimiento Universitario



La gráfica de barras muestra que el 62.5% de los estudiantes está parcialmente dispuesto(a) a participar en las actividades, mientras que el 37.5% está totalmente dispuesto(a). El 25% indicó estar poco dispuesto(a), y no se registraron respuestas en las categorías “Nada dispuesto(a)” ni “Indiferente”.

Tabla 6

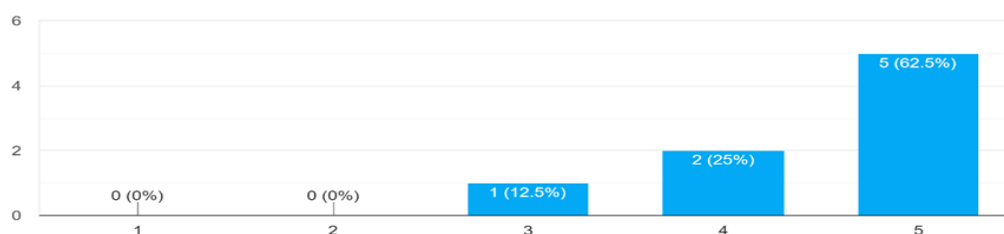
Percepción sobre la influencia del Centro de Emprendimiento en la formación profesional

Valor en escala Likert	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
1 – Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
2 – En desacuerdo	0	0.0%
3 – Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	12.5%
4 – De acuerdo	2	25.0%
5 – Totalmente de acuerdo	5	62.5%
Total	8	100%

La sexta pregunta del instrumento tuvo como propósito conocer la percepción de los estudiantes sobre el impacto que tendría el Centro de Emprendimiento Universitario en su formación profesional como futuros mercadólogos. Se utilizó una escala tipo Likert del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Figura 6

Percepción sobre la influencia del Centro de Emprendimiento en la formación profesional



La gráfica de barras muestra que el 62.5% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en que el centro influiría positivamente en su formación profesional como mercadólogos. El 25% está de acuerdo, y el 12.5% se mantiene neutral. No se registraron respuestas en los niveles de desacuerdo.

Tabla 7

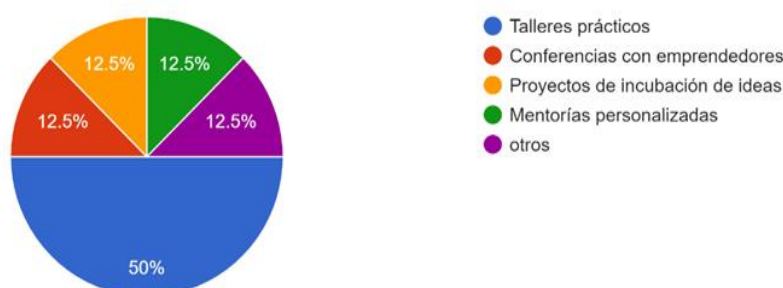
Preferencias de actividades dentro del Centro de Emprendimiento Universitario

Actividad preferida	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Talleres prácticos	4	50.0%
Conferencias con emprendedores	1	12.5%
Proyectos de incubación de ideas	1	12.5%
Mentorías personalizadas	1	12.5%
Otros	1	12.5%
Total	8	100%

La séptima pregunta del instrumento tuvo como objetivo identificar las preferencias de los estudiantes respecto a las actividades que les interesarían dentro del futuro Centro de Emprendimiento Universitario en CRUSAM. Se ofrecieron cinco opciones: talleres prácticos, conferencias con emprendedores, proyectos de incubación de ideas, mentorías personalizadas y otros.

Figura 7

Actividades de mayor interés dentro del Centro de Emprendimiento Universitario



La gráfica circular muestra que el 50% de los estudiantes prefiere talleres prácticos como principal actividad. Las demás opciones —conferencias, incubación de ideas, mentorías y otros— recibieron cada una el 12.5% de las respuestas.

Tabla 8

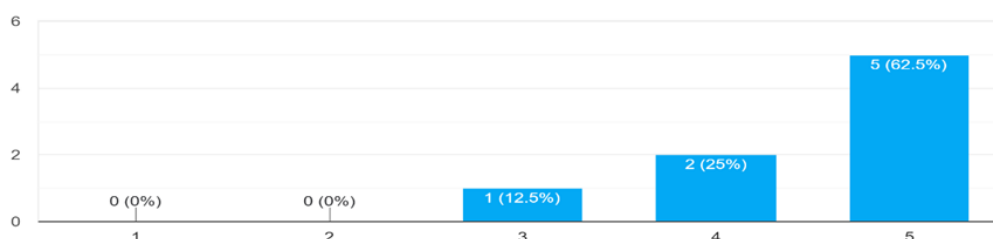
Opinión sobre la vinculación con el entorno laboral y empresarial

Valor en escala Likert	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
1 – Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
2 – En desacuerdo	0	0.0%
3 – Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	12.5%
4 – De acuerdo	2	25.0%
5 – Totalmente de acuerdo	5	62.5%
Total	8	100%

La octava pregunta del instrumento tuvo como propósito conocer la percepción de los estudiantes sobre el potencial del Centro de Emprendimiento Universitario para facilitar la vinculación con el entorno laboral y empresarial. Se utilizó una escala tipo Likert del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Figura 8

Percepción sobre la capacidad del centro para facilitar la vinculación laboral y empresarial



La gráfica de barras muestra que el 62.5% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en que el centro facilitaría la vinculación con el entorno laboral y empresarial. El 25% está de acuerdo, y el 12.5% se mantiene neutral. No se registraron respuestas en los niveles de desacuerdo.

Tabla 9

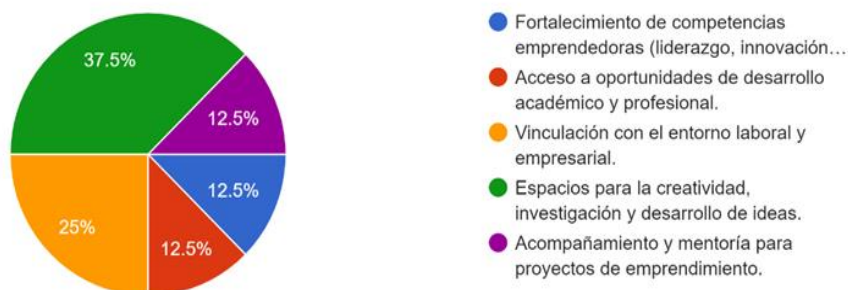
Beneficio principal percibido del Centro de Emprendimiento Universitario

Beneficio percibido	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Fortalecimiento de competencias emprendedoras (liderazgo, innovación)	1	12.5%
Acceso a oportunidades de desarrollo académico y profesional	1	12.5%
Vinculación con el entorno laboral y empresarial	2	25.0%
Espacios para la creatividad, investigación y desarrollo de ideas	1	12.5%
Acompañamiento y mentoría para proyectos de emprendimiento	3	37.5%
Total	8	100%

La novena pregunta del instrumento tuvo como objetivo identificarCuál sería, según los estudiantes, el principal beneficio que aportaría el Centro de Emprendimiento Universitario en CRUSAM. Se ofrecieron cinco opciones relacionadas con el desarrollo académico, profesional y emprendedor.

Figura 9

Beneficio principal que aportaría el Centro de Emprendimiento Universitario



La gráfica circular muestra que el beneficio más valorado por los estudiantes es el acompañamiento y mentoría para proyectos de emprendimiento (37.5%), seguido por la vinculación con el entorno laboral y empresarial (25%). Las demás opciones recibieron cada una el 12.5% de las respuestas.

Tabla 10

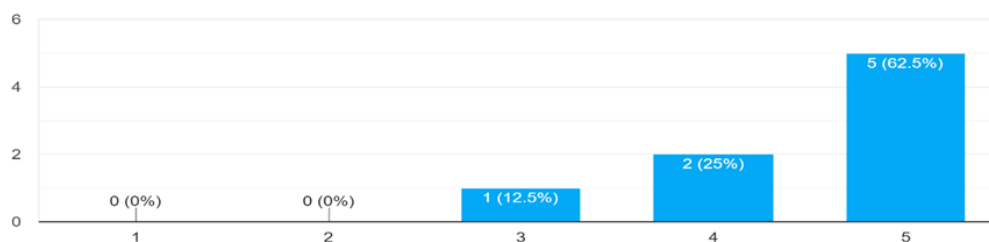
Nivel de recomendación hacia otros estudiantes para participar en el Centro de Emprendimiento Universitario

Valor en escala Likert	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
1 – Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
2 – En desacuerdo	0	0.0%
3 – Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	12.5%
4 – De acuerdo	2	25.0%
5 – Totalmente de acuerdo	5	62.5%
Total	8	100%

La décima pregunta del instrumento tuvo como objetivo conocer el nivel de recomendación que los estudiantes harían a otros compañeros respecto a participar en el Centro de Emprendimiento Universitario en CRUSAM. Se utilizó una escala tipo Likert del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Figura 10

Nivel de recomendación para participar en el Centro de Emprendimiento Universitario



La gráfica de barras muestra que el 62.5% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en recomendar la participación en el centro, mientras que el 25% está de acuerdo. El 12.5% se mantiene neutral. No se registraron respuestas en los niveles de desacuerdo.

Análisis de los resultados

Los resultados obtenidos evidencian una necesidad institucional de fortalecer la cultura emprendedora dentro del CRUSAM. Aunque existe un bajo nivel de conocimiento sobre el emprendimiento universitario, los estudiantes muestran una actitud altamente favorable hacia la implementación de un Centro de Emprendimiento Universitario.

Los hallazgos permiten identificar tres aspectos relevantes:

- Existe una brecha formativa en materia de emprendimiento universitario.

- Los estudiantes reconocen la importancia de contar con un espacio institucional de apoyo.
- Hay una alta disposición para participar en actividades relacionadas con el emprendimiento.

En consecuencia, los resultados respaldan la viabilidad de la propuesta y demuestran la necesidad de implementar un Centro de Emprendimiento Universitario que fortalezca las competencias emprendedoras, fomente la innovación y facilite la transformación de las ideas de negocio en proyectos sostenibles.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación evidencian una alta aceptación y disposición por parte de los estudiantes de tercer año, turno matutino de la Licenciatura en Mercadeo hacia la creación de un Centro de Emprendimiento Universitario en el Centro Regional Universitario de San Miguelito. La mayoría reconoce que dicho centro representaría nuevas oportunidades de desarrollo académico y profesional, fomentaría la creatividad y la innovación, y facilitaría la vinculación con el entorno laboral y empresarial.

Asimismo, se identificaron fortalezas importantes en los estudiantes, como el interés por participar en actividades prácticas, mentorías y proyectos de incubación, lo que demuestra que existe una base sólida para implementar un modelo de emprendimiento universitario adaptado a las necesidades locales. La propuesta presentada responde a esta realidad, ofreciendo una estructura organizativa que promueve el desarrollo de competencias emprendedoras, las alianzas con actores externos y la generación de valor desde la universidad.

En este sentido, la creación del Centro Regional Universitario San Miguelito, no solo atendería una necesidad institucional, sino que también se convertiría en un motor de transformación educativa, económica y social para la comunidad universitaria de San Miguelito.

Recomendaciones

- Implementar un acompañamiento personalizado con los estudiantes desde la etapa inicial de sus ideas, brindando orientación cercana que les permita descubrir sus talentos, fortalecer sus propuestas y avanzar con confianza en el desarrollo de sus proyectos.
- Fomentar espacios de escucha activa y diálogo donde los estudiantes puedan expresar sus inquietudes, recibir retroalimentación constructiva y sentirse valorados como protagonistas de su proceso emprendedor.
- Trabajar el carácter emprendedor como parte de la formación integral, promoviendo valores como la perseverancia, la responsabilidad, la resiliencia y la ética, esenciales para enfrentar los desafíos del entorno empresarial.
- Diseñar rutas de acompañamiento progresivo, que incluyan mentorías, asesorías técnicas y talleres vivenciales, adaptados a las necesidades individuales de cada estudiante, reconociendo que cada idea tiene su propio ritmo y potencial.
- Crear una comunidad de apoyo entre pares, donde los estudiantes puedan compartir experiencias, colaborar en proyectos y motivarse mutuamente, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el compromiso con el centro.
- Incorporar testimonios y casos reales de emprendedores, como herramienta inspiradora para que los estudiantes visualicen posibilidades concretas y se conecten emocionalmente con el propósito de emprender.

Relaciones con otras Investigaciones

La presente propuesta se vincula con diversas investigaciones que han abordado el emprendimiento universitario como una estrategia clave para fortalecer la formación integral de los estudiantes y su vinculación con el entorno productivo. Estudios realizados en universidades latinoamericanas han demostrado que la creación de centros de emprendimiento contribuye significativamente al desarrollo de competencias como liderazgo, innovación, trabajo colaborativo y pensamiento estratégico.

En el contexto panameño, aunque existen iniciativas aisladas en algunas universidades, aún son escasos los estudios que abordan el emprendimiento desde una perspectiva regional y adaptada a las características de centros universitarios como el CRUSAM. Por ello, esta tesis aporta una mirada contextualizada, basada en evidencia empírica, que busca no solo proponer la creación de un centro, sino también diseñar un modelo funcional y sostenible que responda a las necesidades reales de los estudiantes.

La propuesta del CECRUSAM se alinea con las tendencias actuales en educación superior, que promueven la innovación, la interdisciplinariedad y la alianza con el entorno. Al mismo tiempo, amplía el campo de estudio del emprendimiento universitario en Panamá, ofreciendo una base para futuras investigaciones, evaluaciones de impacto y réplicas en otros centros regionales.

Referencias Bibliográficas

Aden University. (s. f.). Panamá ya tiene su Ley de Emprendedores: ¿Qué debes saber? Recuperado de <https://adenuniversity.edu.pa/panama-ya-tiene-su-ley-de-emprendedores-que-debes-saber/>

AMPYME. (2024). Fondos para innovación y emprendimiento. Recuperado de https://ampyme.gob.pa/?page_id=34920

- Azqueta, A., & Naval, C. (2019). Educación para el emprendimiento. Revista Española de Pedagogía, 77(274), 517–534.
- Ciudad del Saber. (2024). Centro de innovación. Recuperado de <https://ciudadelsaber.org/centro-de-innovacion>
- Colther, C. M., Fecci, E., Cayun, G., & Rojas-Mora, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. Formación Universitaria, 13(4), 129–138.
- Kirberg, A. S. (2022). Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión. Ecoe Ediciones.
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. Editorial UTMACH.
- Querejazu Vidovic, C. V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. Economía: Teoría y Práctica, (52), 69–97.
- Rocco, L. (2010). Características metodológicas de la investigación social en Internet. Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, 3(9), 68–75.
- Sánchez, M. L. Z., Meléndrez, L. D. C. E., & Acosta, M. G. D. (2018). Alternativas y problemas para el uso de financiamiento para el emprendedor. En Memorias del Congreso Internacional Con Visión Empresarial (p. 67).