



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

UNIDAD DE POSGRADO

**FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y
EDUCACIÓN**

UNIDAD DE POSGRADO



MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Propuesta de un programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de administración de empresas del IESTP "Motupe", año 2018.

TESIS

Presentada para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Investigación y docencia.

AUTOR : Bach. Jose Rolando Pisfil Gonzales

.

ASESOR : Ms Sc Beder Bocanegra Vilcamango

Lambayeque, 2019

Propuesta de un programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de administración de empresas del IESTP "Motupe", AÑO 2018.

PRESENTADA POR:



Br. José Rolando Pisfil Gonzales

Autor



Ms Sc Beder Bocanegra Vilcamango

Asesor

Presentada para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Investigación y Docencia

APROBADO POR:



Dra. Gloria Betsabet Puicón Cruzalegui
PRESIDENTE DEL JURADO



M. Sc. José Evert Fernández Vásquez
SECRETARIO DEL JURADO



Dra. María Elena Segura Solano
VOCAL DEL JURADO

Lambayeque 2019

DEDICATORIA

**A Dios todopoderoso,
que, con su infinito amor,
me da fuerza y voluntad
de seguir adelante y
cumplir mis anhelos.**

**A mi amada esposa:
DORIS MELVA ALVARADO VENTURA
y a mi querido hijo, JOSÉ MIGUEL,
quienes, al compartir nuestra
existencia, me permiten comprobar la
belleza de la vida y el amor.**

**A la memoria de mis queridos padres:
MIGUEL PISFIL AGAPITO
GUILLERMINA GONZALES ENEQUE,
que fueron digno ejemplo de vida, amor
y trabajo, por darme la felicidad.**

**A mis hermanos,
Por ser fuente de mi inspiración y
motivación en este logro académico.**

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento,

a mi Asesor:

**Ms Sc BEDER, BOCANEGRA VILCAMANGO,
quien, con humildad y entusiasmo,
me dio las pautas necesarias y
me nutrió de conocimientos,
para la realización y presentación.
de la presente tesis.**

ÍNDICE

PORTADA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO:	
1.1. Ubicación geográfica de estudio.	13
1.2. Descripción de la realidad problemática	15
1.3. Características del objeto de estudio.	18
1.4. Formulación del problema	20
1.5. Objetivos de la investigación	20
1.5.1. Objetivo General	20
1.5.2. Objetivos específicos	20
1.6. Justificación de la investigación	20
1.7. Metodología de la investigación	21
1.7.1. Diseño de la investigación	21
1.7.2. Población y muestra	22
1.7.3. Instrumentos de recolección de datos	23
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la investigación	25
Antecedentes internacionales	25
Antecedentes nacionales	26
2.2. Base teórica.	28
Cultura del emprendimiento	28
Principales aportes teóricos sobre emprendimiento	31
Definición del emprendedor	31
Importancia del emprendimiento	32
Actitudes del emprendedor	33
Atributos del emprendedor	37
CAPÍTULO III	
TRABAJO DE CAMPO, RESULTADOS	
3.1. Resultados de la investigación	40
3.1.1. Contexto de la investigación.	41
3.1.2. Descripción de resultados	41
3.1.3. Del procesamiento de recolección de datos	41
3.1.4. Del procesamiento del cuestionario aplicados a los estudiantes sobre cultura emprendedora	42

3.1.5. De la encuesta a profundidad a emprendedores	46
3.1.6. Resultados de la pregunta abierta	52
3.1.7 Resultados generales	53
CAPÍTULO IV	
PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CULTURA EMPRENDEDORA PARA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL IESTP “MOTUPE”	
4.1. Presentación de la propuesta	56
4.1.1. Título	56
4.1.2. Justificación	56
4.1.4. Estrategia para la implementación del programa	57
4.1.5. Recursos humanos, financieros y de infraestructura	63
4.1.6. Actividades iniciales del programa	64
4.1.7. Característica curricular del programa	64
4.1.8. Esquema del programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del IESTP "Motupe"	65
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	
Conclusiones	67
Sugerencias	69
Referentes	70

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Giro de la empresa	47
Tabla 2: Resultados de la pregunta abierta a estudiantes	52
Tabla 3: Resultados de la pregunta abierta a empresarios locales	53
Tabla 4: Fases del programa	57
Tabla 5: Contenido, actividades y estrategias didácticas para el taller de desarrollo de la creatividad	58
Tabla 6: Contenido, actividades y estrategias didácticas para el taller de desarrollo de habilidades emprendedoras.	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: El círculo del emprendimiento” Elaboración de Pablo Basso para la investigación RAE	33
Figura 2: Actitudes del emprendedor	36
Figura 3: percepción de los estudiantes sobre cultura emprendedora	40

Figura 4: Asistencia de los estudiantes a cursos de promoción de emprendedores	41
Figura 5: Promoción del IESTP en la formación de pequeñas empresas en sus estudiantes	42
Figura 6: Desarrollo de estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral	43
Figura 7: Interés de los estudiantes para desarrollarse como futuros microempresarios	43
Figura 8: Interés de los estudiantes por capacitarse	44
Figura 9: Desarrollo de habilidades emprendedoras para la creación de su propia empresa	45
Figura 10: Incorporación de seminarios y conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera	46
Figura 11: Nivel educativo de los empresarios locales	46
Figura 12: Giro a la que se dedican los empresarios encuestados	47
Figura 13: Participación en cursos de emprendedores	48
Figura 14: Oportunidad de capacitación	49
Figura 15: Antecedentes laborales	49
Figura 16: Inicios como empresario	50
Figura 17: requisitos para la apertura de una empresa	51
Figura 18: Factores que contribuyeron a la formación de su empresa	52
Figura 19: Esquema del programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe”	65



Nº 000227

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



Siendo las 9:00 horas del día 20 de Marzo del año dos mil dieciocho en la Sala de Sustentaciones de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación de la Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo" de Lambayeque, se reunieron los miembros del jurado, designados mediante Resolución N° 487 2019-UP-D-FACHSE, de fecha 25 03 19 conformado por:

M. Sc. Carlos Herra Santa Cruz PRESIDENTE(A)

M. Sc. Evert Fernando Vargas SECRETARIO(A)

Dra. Maria Elena Segura Salazar

con la finalidad de evaluar la tesis titulada Propuesta de un programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de administración de empresa del IESTP "Motupe", año 2018

presentado por el (la) / los (las) tesista(s)

José Rolando Pistil
Gonzales

Y asesorado por M. Sc. Bedr Becanegra Vilcamayo

sustentación que es autorizada mediante Resolución N° 910 2019-UP-D-FACHSE, de fecha 13 03 19

El Presidente del jurado autorizó el inicio del acto académico; producido y concluido el acto de sustentación de tesis, de conformidad con el Reglamento de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Artículos 97°, 97° 99°, 100°, 101°, 102°, y 103°; los miembros del jurado procedieron a la evaluación respectiva, haciendo una serie de preguntas y recomendaciones a 1 sustentante(s), quien(es) procedió (ieron) a dar respuesta a las interrogantes y observaciones, quien(es) obtuvo (obtuvieron) 95 puntos que equivale al calificativo de exabente

En consecuencia el (la) / los (las) sustentante(s) queda(n) apto (s) para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la educación con mención en Investigación y docencia

Siendo las 10:00 horas del mismo día, se da por concluido el acto académico, firmando la presente acta.

[Firma]
PRESIDENTE

[Firma]
SECRETARIO

[Firma]
VOTAL

Observaciones:

RESUMEN

El desarrollo profesional de la empresa mediante los negocios creativos e innovadores es importante en la medida que cualquier idea puede ser el logro del éxito; sin embargo, cuando se habla de creatividad es necesario pensar en la innovación y su relación con la investigación. Administrar una empresa requiere del emprendedorismo y con ello se puede mejorar no solo los procesos sino también el concepto de servicio. Se trata de un estudio descriptivo-propositivo, se ha empleado como meta a 60 estudiantes de administración de empresas y 30 empresarios locales que se desarrollan comercialmente en Motupe.

El estudio arroja como resultado que la mayoría de encuestados no han desarrollado un curso sobre el particular, por lo tanto, fue algo importante y significativo asumir algún concepto de emprendedorismo. El objetivo de la investigación fue: analizar el impacto de la cultura del emprendedorismo en los estudiantes de administración de empresas en el contexto de Motupe. El estudio también considera que los estudiantes requieren de estos programas para fomentar una cultura emprendedora y que por medio de ello se desarrolle habilidades para crear la propia empresa. Finalmente, la propuesta es importante en la medida que mejora la percepción de la empresa al relacionarla con el emprendedorismo.

Palabras clave: empresa, emprendedorismo, cultura

ABSTRACT

The professional development of the company through creative and innovative businesses is important to the extent that any idea can be the achievement of success; However, when talking about creativity it is necessary to think about innovation and its relationship with research. Managing a company requires entrepreneurship and with this you can improve not only the processes but also the concept of service. This is a descriptive-propositive study; 60 business administration students and 30 local entrepreneurs who develop commercially in Motupe have been used as a target.

The study shows that the majority of respondents have not developed a course on the subject, therefore, it was important and significant to assume some concept of entrepreneurship. The objective of the research was: to analyze the impact of the culture of entrepreneurship on business administration students in the context of Motupe. The study also considers that students require these programs to foster an entrepreneurial culture and, through this, develop skills to create their own company. Finally, the proposal is important to the extent that it improves the perception of the company by relating it to entrepreneurship.

Keywords: business, entrepreneurship, culture.

INTRODUCCIÓN

El problema de los negocios en el Perú es muy complejo, se sabe que el 74% responde al comercio informal, sobre ello se constituye la economía peruana; sin embargo, y frente a las necesidades de cada individuo, comunidad, familia, surgen experiencias importantes como el emprendedorismo. El desarrollo de la empresa que brindan servicios o productos se innovan constantemente, surgen nuevas propuestas, muchas de ellas no tienen el impacto suficiente y con ello su existencia es muy relativa. Por ello surge el emprendedorismo y que con el tiempo se puede mejorar cualquier idea.

Las altas tasas de desempleo en los jóvenes son muy recurrentes y forma parte de otros problemas estructurales para cada gobierno, por ello es que el emprendedorismo es una respuesta práctica y creativa, más aún cuando se trata de estudiantes de administración de empresas.

La investigación se desarrollado en torno al objetivo de la investigación, el mismo que fue: analizar el impacto de la cultura del emprendedorismo en los estudiantes de administración de empresas en el contexto de Motupe. El objeto de estudio o la unidad de investigación corresponde a los estudiantes de Administración de empresas de la IESTP “Motupe” ubicado en Lambayeque. El informe se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: en esta sección se describe y analiza el marco teórico dentro del contexto del IESTP “Motupe”, se trata de teorización del emprendedorismo en relación con la administración de empresas.

Capítulo II: se expone la utilidad del método y de las técnicas de recogida de información, la muestra fue importante en la medida que ha permitido discriminar mucha información acerca de las expectativas de los estudiantes y docentes en cuanto al emprendedorismo.

Capítulo III: en esta parte se expone y describe los resultados como producto de la aplicación del cuestionario. Del mismo modo se analiza el comportamiento de la variable “emprendedorismo” en relación con la administración de empresas.

Capítulo IV: se expone las conclusiones y recomendaciones con el fin de proyectar el aporte de la investigación.

CAPÍTULO I

DISEÑO TEÓRICO

El análisis de las variables orientadas a explicar el emprendedorismo en relación con la Administración de Empresas intenta explicar que como variables son importantes para la vida de cualquier ciudadano que desea disminuir sus limitaciones y por ello es que surge el emprendedorismo, se trata de una alternativa convergente en la misma innovación y creatividad.

1.1. Antecedentes

El emprendorismo según Dos Santos (2015) y de acuerdo con el objetivo de estudio de comprender cómo los artesanos desarrollan emprendimiento social dentro de sus actividades económicas, el estudio fue de tipo descriptivo con enfoque cualitativo en un escenario especial como las fiestas navideñas el hallazgo es importante en la medida que se valora que todos han desarrollado la calidad de vida, quiere decir que el emprendedorismo es un enfoque premunido de actitudes positivas para encarar el desarrollo personal.

Teniendo en cuenta el antecedente, se puede afirmar que el emprendimiento social es factible siempre y cuando las asociaciones o los emprendedores ofrezcan innovación y creatividad en sus acciones o empresas. El aporte de Durán et al (2015) en cuyo estudio relacionado con las habilidades para el desarrollo de emprendedores en el terreno universitarios, tuvo como objetivo difundir algunas características propias de los estudiantes, tuvo una muestra de 702 estudiantes, se aplicó el diseño descriptivo, el investigador concluye que los estudiantes consolidan su autoaprendizaje y otras habilidades como pensar críticamente, quiere decir que este tipo de comportamiento sobre el desarrollo emprendedor es importante desde todo punto de vista.

El aporte de Campos et al (2014), mediante la investigación intenta medir las habilidades emprendedoras, tuvo como objetivo medir ciertas habilidades como empresarios, la muestra corresponde a estudiantes de la Universidad Politécnica de Zacatecas (México),

específicamente en la especialidad empresarial. La muestra fue constituida por 51 estudiantes de dos universidades, la investigación demostró que los estudiantes desarrollan ciertas actitudes como la autoconfianza, fijación de metas, aprendieron a planear, persuadir y asumir riesgos.

La aguda crisis social que sufrió nuestro país en las dos últimas décadas impulsó la migración del campo a la ciudad, de la zona andina hacia la costa, obligando que muchos jóvenes salieran a buscar oportunidades laborales que les permita cubrir sus necesidades básicas; sin embargo, la situación se convirtió en dramática al no encontrar muchas fuentes de trabajo que satisfaga tanta demanda. Esta situación no es ajena a la ciudad de Motupe, puesto que aquí convergen muchos jóvenes de los distritos y caseríos de Incahuasi y Cañaris, asimismo de los caseríos de Olmos y Chóchope.

El IESTP “Motupe” se constituye en una alternativa viable ante tal situación porque en la carrera profesional de administración de empresas desarrolla en sus estudiantes las competencias necesarias para desempeñarse con solvencia en el mercado laboral, no obstante, la mayoría de sus egresados se convierten en asalariados con mínimas condiciones de trabajo pasando a engrosar las filas de los sub-empleados en el Perú. Otro grupo de egresados no solo no logra insertarse en el mundo laboral sino que se auto-emplean en pequeños negocios de baja productividad al no tener elementos de juicio para saber si dicho negocio tiene potencial de mercado que le permita generar ingresos económicos suficientes.

Con el transcurrir de los años y los cambios en la legislación se fue mejorando el contexto para la aparición de nuevos emprendedores en el Perú y que ahora se constituyen en referentes para egresados de la mencionada carrera profesional. Sin embargo, aún hay mucho por avanzar en apoyar el emprendimiento de nuestros egresados, si se tiene en cuenta que, según el INEI, en el Perú se crea un promedio de 853 empresas y se cierran 469 por día, sin considerar el sector informal.

1.2. Base teórica

Cultura del emprendimiento

Según Aguirre (2008) la cultura del emprendimiento es:

El conjunto de valores, creencias, hábitos, costumbres que comparte un grupo de personas hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo del liderazgo, de la gestión del riesgo; cuyo resultado es la creación de valor social que beneficia al emprendedor, a la economía y a la sociedad. Esta definición alude al aprovechamiento del entorno (oportunidades y gestión del riesgo) y al ejercicio del liderazgo. Es por ello que algunos autores consideran que las personas emprendedoras poseen características que las distinguen del resto.

Los cambios que suceden en la realidad tienen como protagonistas al mismo hombre en su afán de superar los propios problemas. De hecho, cuando las necesidades son abrumadoras el emprendedorismo es la respuesta práctica y creativa con el fin de superar los inconvenientes, estos procesos escapan a cualquier regla de juego que la legislación prevé: sin embargo, se regula con el tiempo. De cierto modo se comprende que una sociedad emprendedora es una manifestación libre que supera cualquier obstáculo en el proceso de cambiar la vida personal y proyectarla hacia los demás.

Cualquier manifestación humana supera los procesos en los cuales se ha desarrollado el hombre; sin embargo, el conjunto de creencias, formas de vida, la nomenclatura de los valores son parte de algunas ideas novedosas como el emprendedorismo, la riqueza que existe genera riqueza con el fin de mejorar las condiciones de vida. Aprovechar todos los recursos es necesario desde todo punto de vista, por cuanto se relaciona con la solución de los problemas, básicamente económicos.

Además de ello es que el emprendedorismo se puede definir como la competencia que reúne una serie de conceptos, conocimientos, habilidades que permiten generar ideas y adaptarse a cualquier circunstancia. Este hecho es solo una evidencia de encarar la parte negativa dentro de espacios complejos no satisfactorios. El emprendedorismo no es un ejercicio individual, si bien nace de este modo, pero con el tiempo se involucran más personas que comparten la idea y aportan significativos conceptos para mejorar la idea original. Si bien el origen de la palabra está en la estructura lexical “entrepreneur”, que es análogo a pionero, tendría que decirse que se trata de una derivación cuando surge una idea para mejorar la calidad de vida.

Dentro del ámbito empresarial se reconocen muchas experiencias emprendedoras, un ejemplo es Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el tiempo ha determinado que el concepto se relacione con el crecimiento económico de cada país, con lo cual se incorpora nuevos escenarios populares a la economía sostenible. En realidad, lo que propone GEM es que ser emprendedor es aprovechar las oportunidades del mercado para inventar una nueva idea que satisfice necesidades.

Estos cambios, sin embargo, se han convertido en un fenómeno social, dado que, por definición el hombre es un individuo que manifiesta su inquietud, ejerce fuerte interacción social en la que se fortalece no solo las competencias individuales, sino que el desarrollo humano se ve fortalecido.

Principales aportes teóricos sobre emprendimiento.

Muchos autores y teóricos sobre el particular han esgrimido ideas. En la versión de Freire (2005) se entiende que el emprendedorismo logra su armonía cuando la sinergia de: el emprendedor, la idea de negocio y el capital se conjuga para lograr su propósito. Al faltar uno de estos elementos se niega el poder del emprendedor. La idea puede ser muy buena, la idea puede ser genial; sin embargo, las actitudes del emprendedor no son suficiente para tolerar los inconvenientes. Lo que hace suponer que un emprendedor es conocedor de sus posibilidades y limitaciones. Por su lado, Stevenson (2000), el aumento del emprendedorismo ha aumentado considerablemente con el tiempo, puesto que con ello se genera nuevas necesidades. Al respecto subsisten nuevas hipótesis al reunir nuevas categorías sobre la misma economía, en el sentido de comprender cómo es el comportamiento económico de “la economía informal” frente a la formal y cómo es que el comportamiento humano. En la versión de Stevenson, las hipótesis serían:

- Todo ejercicio de emprendedorismo se desarrolla en espacios con más recursos dinámicos.
- El emprendedorismo coadyuva al éxito cuando hay capital semilla.
- El emprendedorismo solo existe cuando no existe la envidia de una parte de los miembros.
- El emprendedorismo posee enorme potencial cuando se oye la palabra “cambio”

Por lo visto, las hipótesis pueden ser muchas, algunas muy importantes; sin embargo, una de ellas toca una sensible razón humana cuando la envidia es manifiesta. El comportamiento humano es eso; es decir, es “la envidia” un móvil omnipresente y casi imperceptible. Drucker (1985), considera que toda persona que busca el cambio es emprendedora, sus ideas solo responden al creador, descubre que puede aprovechar todas las oportunidades. Para un emprendedor existe la idea de innovación, dicho de otro modo reúne ideas de la investigación para innovar. Otra idea, también importante es la que propuso McDonald, en realidad no se preocupó por un nuevo producto, porque el cambio fue en la comercialización y cómo atender al consumidor, con lo cual se redefine que el emprendedorismo es el ejercicio, a todas luces, más creativo de estos tiempos, no solo porque aporta al conocimiento, sino que las economías están al servicio de quien la necesita.

Todas las teorías pueden tener elementos en común; sin embargo, se trata necesariamente del rol que tiene la persona en cuanto a sus propias necesidades.

Definición de emprendedor

Alcaraz (2015), entiende y define al hombre que saber emprender es solo la manifestación de una forma de vida, la misma que se basa en la constante forma de transformar una idea en un hecho práctico. El tránsito a lograr depende de tres ideas como se ha sostenido antes. De hecho, se trata de una serie de habilidades para repensar en qué medida es creatividad o una idea repetida en serie, si es forma de vida se entiende que el emprendedor ha asumido el reto de ser diferente aún sabiendo el reto que le espera.

Para Diez Canseco (2014), se trata de una filosofía de vida, es una forma de existencia humana, funciona como un código de conducta, donde el plano de la realidad se superpone al plano de la subjetividad, puesto que una idea emprendedora tiene siempre una fuerte dosis de subjetivismo. De este modo, se comprende que ser emprendedor tiene implicancias en el cambio de vida del protagonista, siempre es interesante valorar cualquier ejercicio de este tipo, porque se trata de la economía individual para proyectar el bienestar común.

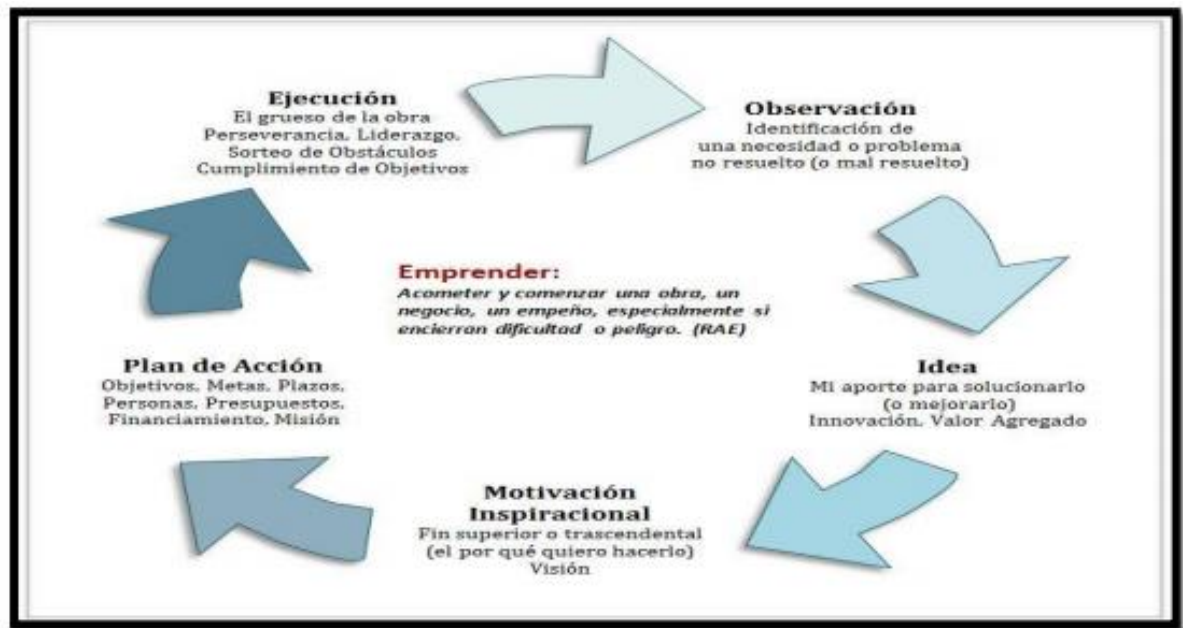
Para Aquije (2012), en cambio, se trata de una actitud-aptitud, esta relación es importante porque es notorio que es una acción para poder construir ideas en torno a la necesidad, se juntan sueños y la realidad, se planifican los sueños, se estructuran los pensamientos con el fin de llegar a la meta. Este planteamiento es interesante porque se basa en la caracterización del emprendedor, tal vez las ideas no sean tan claras; sin embargo, surgen de la nada, aunque la necesidad es evidente.

Los aportes tienen singulares ideas que dan pie a mejorar la idea de innovación y creatividad en relación con el emprendedorismo. Morris y Kuratko (2002) sostienen que el emprendedorismo es la realización óptima de todos los recursos con la finalidad de aumentar los resultados, evidentemente se trata de adicionar cualquier valor al proceso que tiene implicancia en el desarrollo humano. Este aporte, aunque muy relativo en su concepción, es el reflejo de cualquier construcción social que permite entender que el emprendedorismo también es un reto con singulares exigencias para mejorar todos los procesos. Ibáñez (2001), propone que una persona que tiene ideas de emprendedor es un miembro que constituye la masa económica y que imparte acciones totalmente innovadoras, es una persona capaz de controlar las oportunidades en base a sus posibilidades y capaz de haber medido sus limitaciones.

Importancia del emprendimiento

Para cualquier economía y para cualquier país el emprendedorismo será un ejercicio de absoluta creatividad, donde el hombre es el artífice de su misma creación. Desde cualquier punto de vista se entiende que es importante por cuanto se trata de la economía individual con aporte a lo colectivo. Sarkar (2007), en la medida que se le dé importancia al emprendedorismo será posible comprender que las economías pueden mejorar, sería más que una solución inmediata, porque ha surgido como respuesta a la necesidad, y como se sabe detrás de una necesidad hay otras. Para cualquier “aventurero” comercial se entendería como un factor de riesgo; no obstante, se trata del espíritu empresarial de todo ser humano son sentido de creatividad para poder vivir cómodamente. En el siguiente gráfico se puede notar algunas características y ciclo del emprendedorismo.

Figura 1 “El círculo del emprendimiento” Elaboración de Pablo Basso para la investigación RAE.



Actitudes del emprendedor

Si bien puede que sean comportamientos universales y para otros fines; sin embargo y como se trata de uno de los elementos de todo emprendedor, se entiende que una persona con estas características se desempeña en diferentes labores y sus roles son también diferentes.

Si bien existe, por naturaleza, algunas condiciones como el sentido de la innovación, la predisposición para algo nuevo, quiere decir que el que desea emprender debe tener ciertas condiciones naturales centradas en el “saber ser” frente a cualquier circunstancia. Una serie de competencias o capacidades.

Una de estas condiciones y relacionadas con la naturaleza humana es la axiología que posee cada individuo. De cierto modo, marca la pauta de “cómo es” el emprendedor y de pronto “cómo deber ser” frente al nuevo reto, todos los valores pueden sufrir cambios en su misma jerarquía, es evidente que los cambios estructurales son exigencias con la misma fuerza que la idea creadora.

De ahí que se trata de valorar los cambios desde el interior de cada persona, ello empieza por presentar una mirada diferente e intensa a todos los cambios posibles que se producen en la medida que se valora el poder del cambio. Estos valores pueden cambiar de orden, más no de concepto. Estos son:

- *La humildad*, entendida como el comportamiento natural frente al poder o frente al tipo de conocimiento. Ser humilde permite la propensión al cuidado del estado personal, es decir, saber pedir, saber transmitir emociones.
- *La honestidad*, se entiende que es una forma transparente de ser y de actuar, evitar la mentira y el engaño no es necesariamente una etiqueta de ser honesto. Las necesidades humanas pueden aprovecharse de cualquier desventaja para dejar de ser honesto.
- *La solidaridad*, todo emprendedor se ve reflejado en otra condición humana, esto es que cada individuo debe ser solidario con una causa, puesto que se ha surgido de la misma necesidad; por lo tanto, la solidaridad es un valor tan humano como propio que representa el signo de evolución humana.
- *La confianza*, se trata de comprender el sentido de seguridad sobre la otra persona, es evidente que un emprendedor debe tener confianza en sus ideas, luego se trata de confiar en otros individuos. La confianza es el grado de conocimiento u certeza de las habilidades y valores del otro, con el fin de obtener resultados que la idea de negocio espera.
- *La lealtad*, sobre cualquier otra categoría que permite el desarrollo humano, la lealtad es un atributo que surge como consecuencia de haber construido la confianza, esto quiere decir que exista una relación entre el hombre y la idea de negocio, entre el hombre y la necesidad. Ser leal tiene implicancias y sus efectos recaen en otras personas, por lo tanto, el emprendedorismo no es la individualidad, se trata de repensar las actuaciones en función de “lo colectivo” y la adhesión a las ideas.
- *La amistad*, si bien se trata de un elemento subjetivo en la constitución individual del emprendedor, resulta muy útil comprender que este valor es importante porque permite construir no solo el ideario en torno al emprendedorismo, sino que se construye un arquetipo humano en torno al bien común

- *La prudencia*, puede verse no tanto como un valor, sin embargo, es la representación de la actitud frente a una situación compleja o que intente vulnerar. Ser prudente significa guardas tiempos y espacios para “saber decir” lo conveniente y a quien corresponda. Un emprendedor o emprendedora tiene este valor muy en cuenta porque se trata de una virtud que sabe contener límites propios de la tolerancia.

Al margen de lo sostenido anteriormente en cuanto a los valores para el emprendedor o emprendedora, se puede observar la siguiente figura:

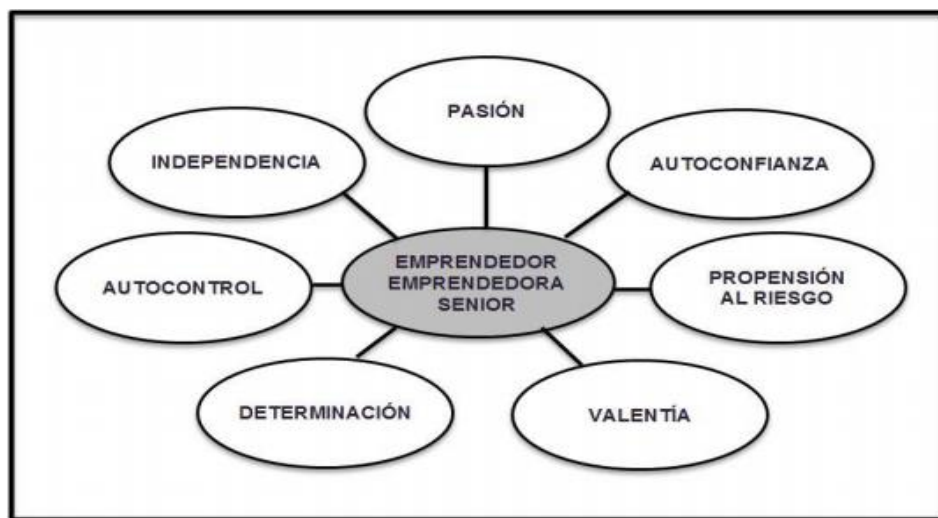


Figura 2: Actitudes del emprendedor

Atributos del emprendedor

Liderazgo

Diversas teorías como conceptos sobre el liderazgo se han desarrollado en mundo académico, sin embargo, es necesario especificar que un emprendedor es líder por naturaleza y está muy relacionado a la totalidad de las personas; es decir, la condición integral del emprendedor, por lo tanto, el ejercicio de líder está vinculado a los valores antes señalados, caso contrario sería impropio defender los propósitos que busca el emprendedor como persona sin liderazgo.

Maxwell (1998) aporta algunas ideas en torno a que el liderazgo “es algo” que es intrascendente a dónde vaya o lo que haga, de cierto modo, esta aseveración resulta contradictoria, porque el emprendedor sabe hacia dónde se conduce y, por tanto, es responsable de lo que pueda suceder. Estas complejas ideas que explican el comportamiento del emprendedor cuando se asocia al liderazgo se convierten en un argumento, sobre todo cuando se sabe que la incertidumbre es una constante en cualquier idea de negocios. En esta misma línea Goleman (2006) piensa que los connotados líderes tienen la capacidad de ser agentes movilizadores, tienen la capacidad de despertar muchas actitudes en sus seguidores, demuestran que existen muchas posibilidades para cambiar la realidad. En este contexto, es evidente que, el emprendedor sabe enseñar y conducir, saber cómo enseñar y cómo conducir.

CAPITULO II

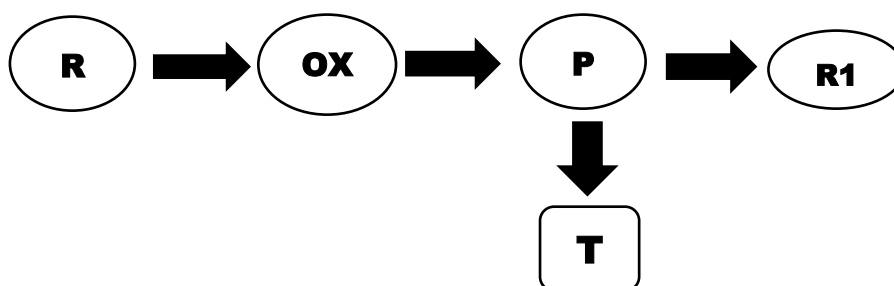
MEDIOS Y MATERIALES

2.1. Tipo y diseño de investigación

Se trata de un estudio de tipo propositivo asumiendo el enfoque cuantitativo. Este proceso se sustenta en determinar el diagnóstico sobre el emprendedorismo. También comprende haber identificado la variable independiente con el fin de elaborar la propuesta.

2.2. Diseño

La investigación comprende el siguiente diseño



Donde:

R = Realidad observada.

OX = Observación de las dificultades de la realidad.

P = Propuesta.

T = Teoría que da sustento al modelo.

R1= Mejoramiento formal de la realidad observada.

2.3. Población y muestra

Se trata de 120 estudiantes matriculados en la especialidad de Administración de empresas IESTP “Motupe”

Se consideró una muestra aleatoria simple de 02 aulas, considerando que son 4 aulas de 30 estudiantes del I, II y V ciclo de la carrera de administración de empresas del IESTP “Motupe”

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- El Método de investigación se basó en la triangulación de las siguientes técnicas de investigación:
- *Análisis de la bibliografía disponible sobre la temática*, puesto que se trata de un estudio propositivo requiere del análisis documental, por ello es necesario este tipo de fuentes, considerando que la categoría del emprendedorismo es de reciente y muy divergente en su concepción
- *Análisis de publicaciones y páginas web*. Se trata de otro tipo de fuente, donde se registran los estudios respecto a las variables estudiadas.
- Encuestas a docentes de la carrera de administración, se trata de un cuestionario que responde a los objetivos de la investigación. En este caso solo se involucra a los docentes de la muestra de estudio

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de la investigación

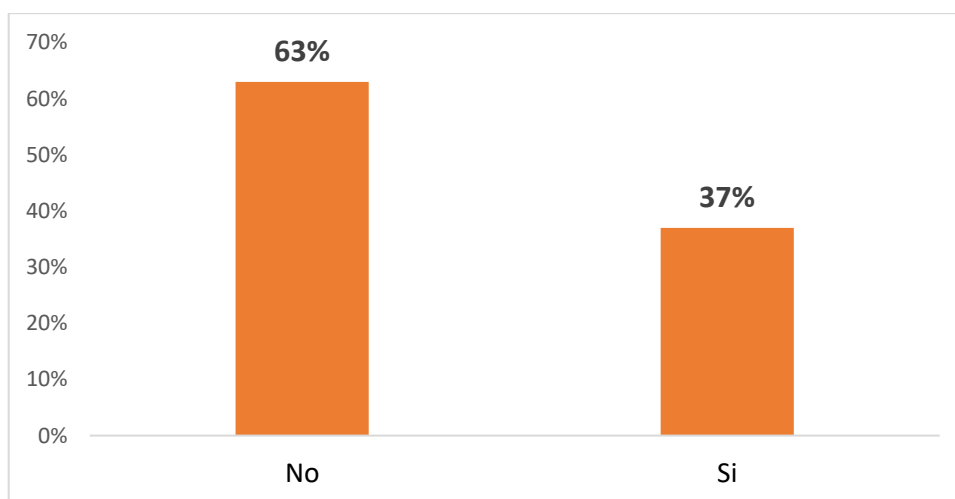
Los cuestionarios se aplicaron a estudiantes que se encuentran matriculados a partir del I semestre para tener su opinión desde una perspectiva dependiendo del nivel de estudios en que se encuentran.

3.1.4. Del procesamiento del cuestionario aplicado a los estudiantes sobre cultura emprendedora.

De la encuesta a estudiantes de la carrera técnico profesional de Administración de Empresas.

1. Opinión favorable o desfavorable entre los estudiantes sobre la existencia en el IESTP de acciones que los formen como emprendedores

Figura 3: percepción de los estudiantes sobre cultura emprendedora



La pregunta formulada fue:

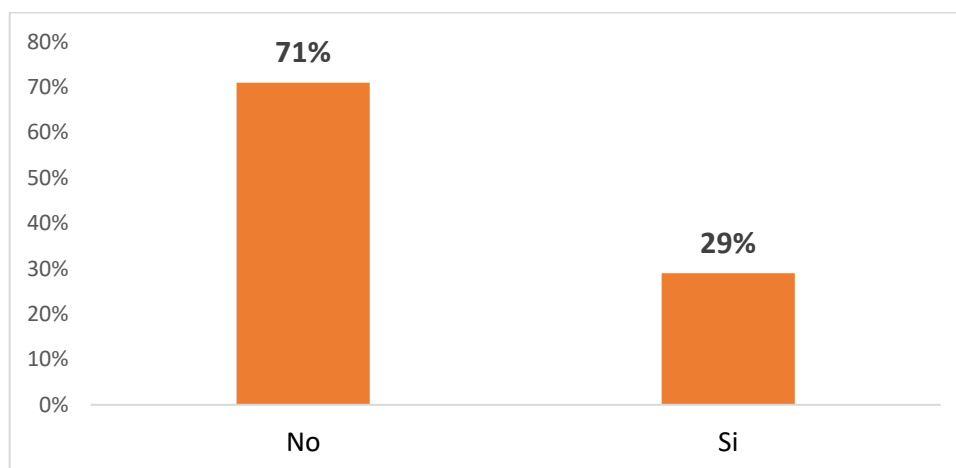
¿Considera usted que el plan de estudios de la carrera de administración del IESTP Motupe tiene asignaturas que formen a los estudiantes para ser emprendedores?

La respuesta ante esta pregunta de los 60 estudiantes encuestados, el 63% de los estudiantes considera que el Plan de estudios de la carrera de Administración de

Empresa, no tiene asignaturas que los forme para ser emprendedores y el 37% de estudiantes consideran que si están esas asignaturas.

2. Participación de los estudiantes en eventos de emprendedores, promovidos por el IESTP.

Figura 4: Asistencia de los estudiantes a cursos de promoción de emprendedores



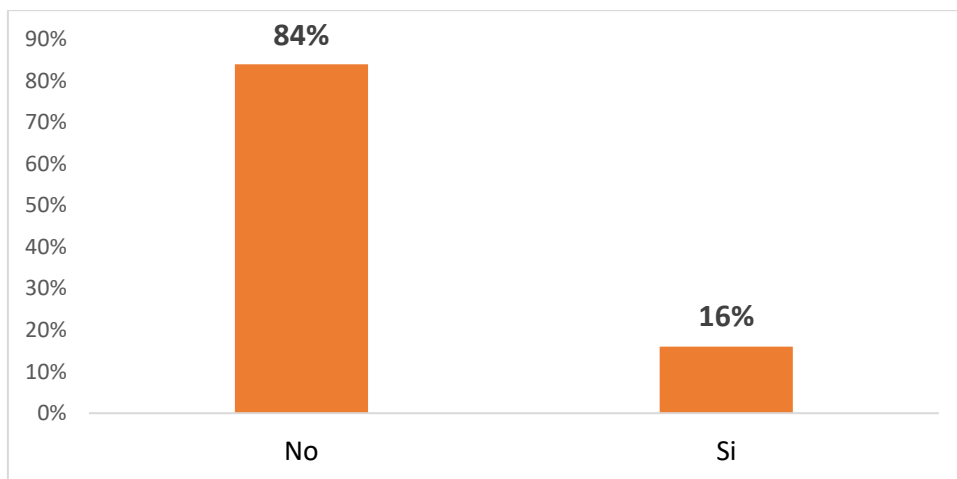
La pregunta formulada fue:

¿El IESTP ha promovido o lo ha invitado a participar en algún evento de emprendedores dentro de la región?

El 71% de los 60 estudiantes encuestados consideran que el IESTP no ha promovido eventos de emprendedores y el 29% de ellos considera que sí. De lo anterior se puede inferir que los directivos y la plana docente de la institución no están trabajando en fomentar en los estudiantes una actitud emprendedora desde las aulas.

3. Promoción del IESTP en la formación de pequeñas empresas en sus estudiantes

Figura 5: Promoción del IESTP en la formación de pequeñas empresas en sus estudiantes



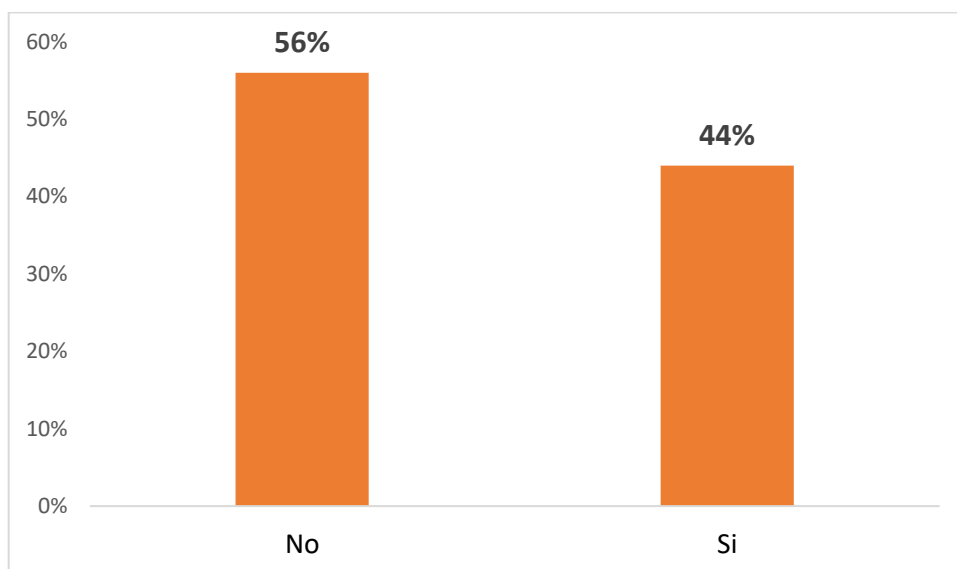
La pregunta formulada fue:

¿Tu IESTP ofrece seminarios o conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera de Administración de Empresas para que puedas crear tu propia empresa?

Respecto a si el IESTP ofrece seminarios o conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera de Administración de Empresas, el 84% de los 60 estudiantes encuestados consideran que no se ofrecen seminarios o conferencias adicionales que les orienten a crear su propia fuente de empleo y el 16% de ellos consideran que si se ofrecen.

4. Desarrollo de estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral.

Figura 6: Desarrollo de estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral



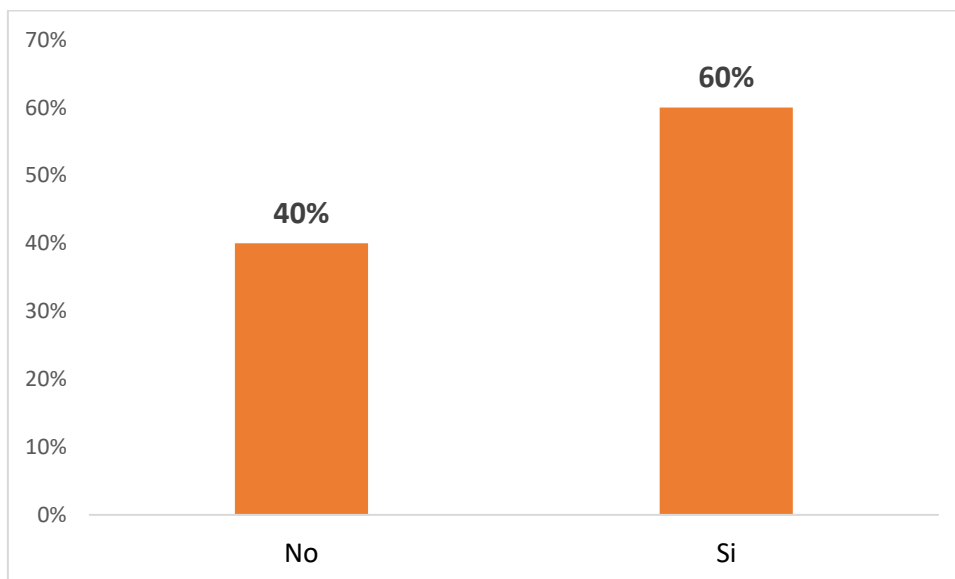
La pregunta formulada fue:

¿Consideras que en el Plan de estudios de la carrera de Administración de Empresas existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral, cuando termines de estudiar la carrera?

En cuanto a si existen en la carrera de Administración de empresas estrategias metodológicas para integrarse al mercado laboral, de los 60 estudiantes encuestados el 56% de ellos considera que no las hay, mientras que el 44% de los estudiantes considera que si, por lo tanto, se puede aseverar que no están en condiciones para incorporarse al mercado laboral como microempresarios.

5. ¿Opinión favorable o desfavorable entre los estudiantes con relación al interés de desarrollarse como futuros creadores de microempresas?

Figura 7: Interés de los estudiantes para desarrollarse como futuros microempresarios



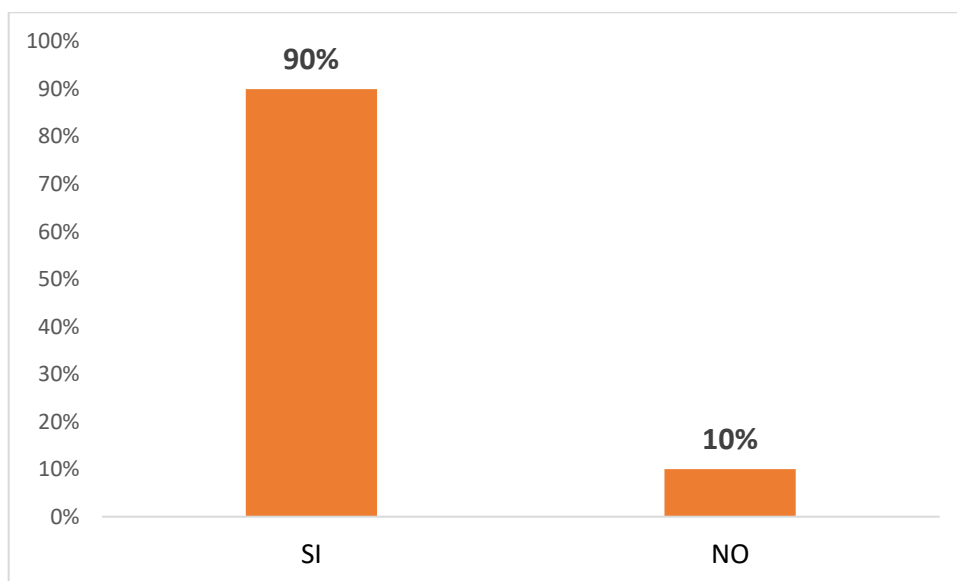
La pregunta formulada fue:

¿Consideras que cuando termines de estudiar la carrera de Administración de Empresas, estás apto para trabajar en el mercado laboral como emprendedor, creando tu propia empresa?

El 60% de los 60 estudiantes encuestados considera que, si se encuentran aptos para integrarse al mercado laboral como emprendedor al término de la carrera, mientras que el 40% de los estudiantes consideran que no lo están.

6. Interés de los estudiantes por capacitarse.

Figura 8: Interés de los estudiantes por capacitarse



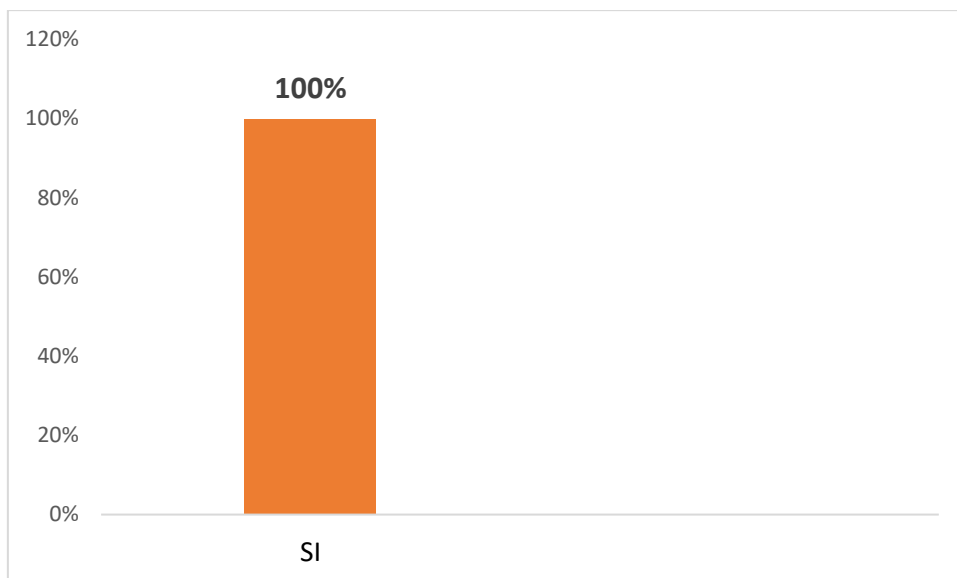
La pregunta formulada fue:

¿Cómo estudiante, te gustaría capacitarte para ser emprendedor y crear tu propia empresa?

El 90% de los 60 estudiantes encuestados contestó que, si le gustaría capacitarse para ser emprendedor y crear su propia empresa, y solamente el 10% de ellos considera que no les gustaría.

7. Desarrollo de habilidades emprendedoras para la creación de su propia empresa.

Figura 9: Desarrollo de habilidades emprendedoras para la creación de su propia empresa



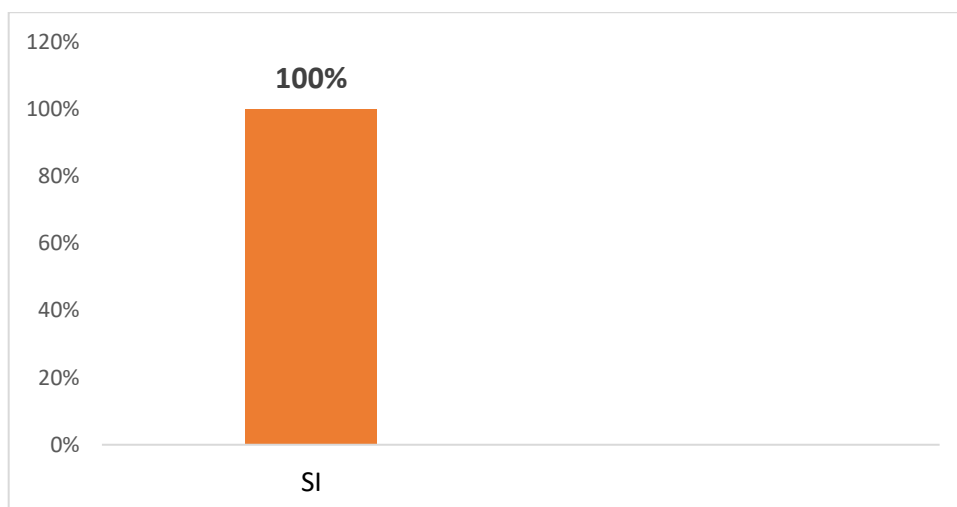
La pregunta formulada fue:

¿Estarías dispuesto a desarrollar habilidades emprendedoras para crear tu propia empresa?

El total de encuestados que fueron 60 estudiantes (100%) estuvo de acuerdo en desarrollar habilidades emprendedoras para crear su propia empresa.

8. Incorporación de seminarios y conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera para el desarrollo de una cultura emprendedora.

Figura 10: Incorporación de seminarios y conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera



La pregunta formulada fue:

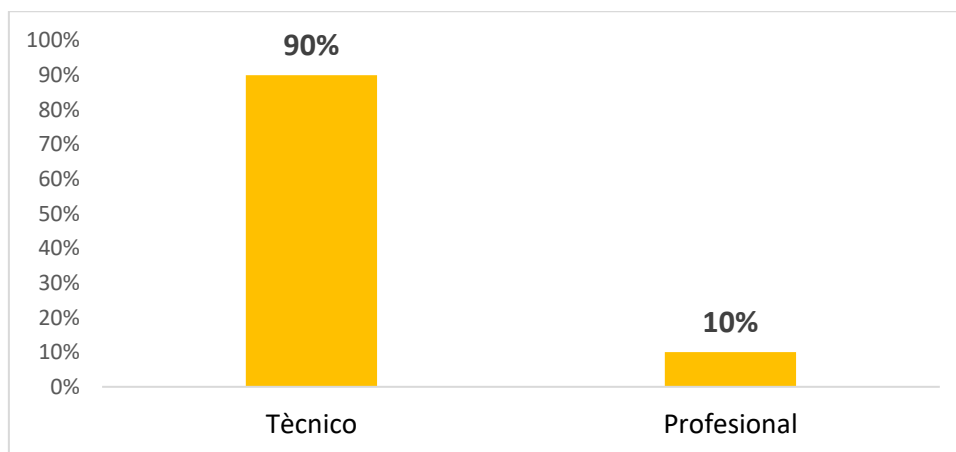
¿Te gustaría que el IESTP incorpore seminarios y conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera de Administración de Empresas, para que puedas ser emprendedor?

El 100% de los estudiantes encuestados están de acuerdo en que se incorporen seminarios y/o conferencias adicionales al plan de estudios de la carrera de Administración de Empresas, que los capaciten en su formación, para que en un futuro cercano puedan crear sus propias empresas, generando así la creación de fuentes de empleo.

3.1.5. De la encuesta a profundidad a emprendedores locales.

1. Nivel educativo de los empresarios.

Figura 11: Nivel educativo de los empresarios locales



La pregunta formulada fue:

¿Cuál es su nivel de estudios alcanzado?

El 90% de los empresarios encuestados posee estudios técnicos y sólo el 10% de ellos tiene estudios universitarios. Se deduce que los empresarios locales, han capitalizado sus conocimientos adquiridos y ven en el emprendimiento una oportunidad de desarrollo profesional y económico ya sea produciendo un bien o prestando un servicio.

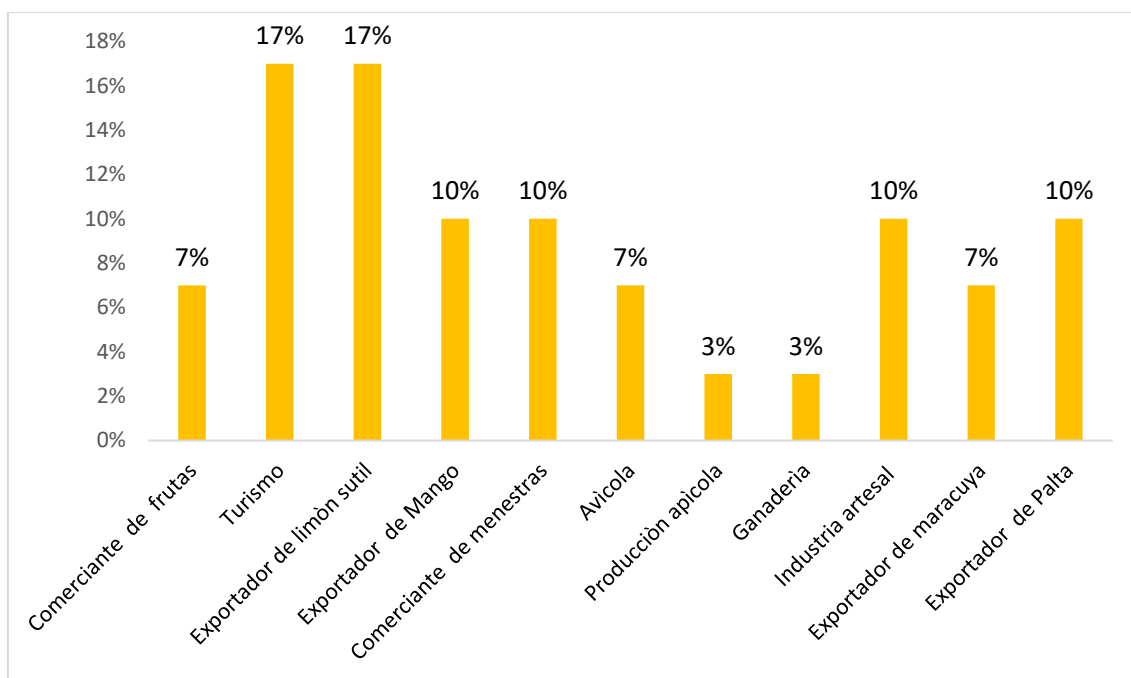
2. Características de sus empresas.

¿Cuál es el giro de su empresa?

Tabla 1: Giro de la empresa

Giro de la empresa	Total	%
Comerciante de frutas	2	7%
Turismo	5	17%
Exportador de limón sutil	5	17%
Exportador de Mango	3	10%
Comerciante de menestras	3	10%
Avícola	2	7%
Producción apícola	1	3%
Ganadería	1	3%
Industria artesanal	3	10%
Exportador de maracuyá	2	7%
Exportador de Palta	3	10%

Figura 12: Giro a la que se dedican los empresarios encuestados



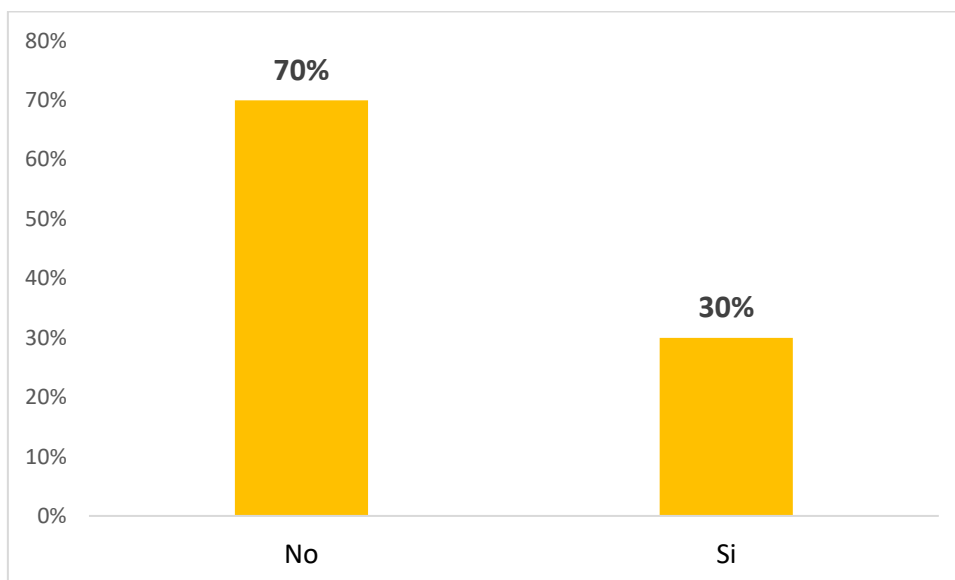
La pregunta formulada fue:

¿Cuál es el giro de su empresa?

Como se puede apreciar en la tabla, el giro de negocio de los empresarios locales de Motupe encuestados es muy diverso, destacando entre ellos el ramo del turismo especialmente religioso y el de la exportación de limón sutil, ambos con el 17%.

3. Participación en cursos de emprendedores.

Figura 13: Participación en cursos de emprendedores



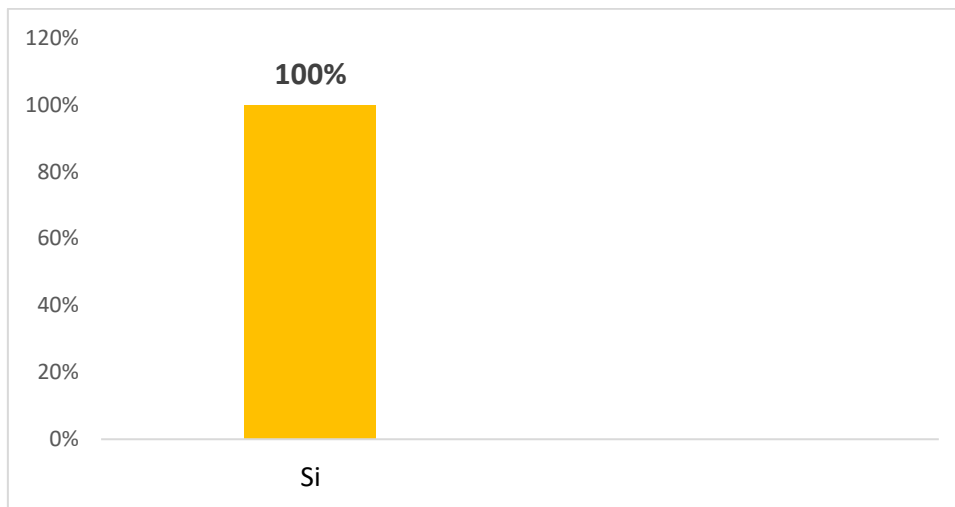
La pregunta formulada fue:

¿Antes de iniciar su empresa, usted participó en algún programa de emprendedores?

En esta pregunta 21 de los empresarios encuestados que hacen 70% coinciden en que no participaron en algún programa de emprendedores y 9 de ellos (30%) restante si lo han hecho. Como se puede apreciar en esta gráfica existe un gran porcentaje de empresarios locales necesitan capacitación referente a este tema.

4. Oportunidad de capacitación.

Figura 14: Oportunidad de capacitación

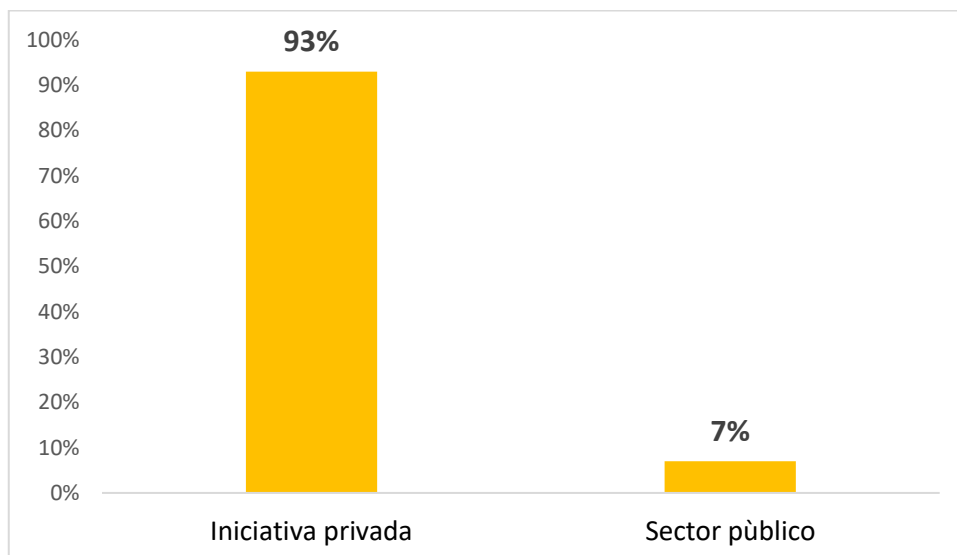


¿Si hubiese tenido la oportunidad de capacitarse para desarrollar sus habilidades emprendedoras, antes de iniciar con su empresa, hubiese asistido?

El total de empresarios locales de Motupe encuestados coinciden en que si hubieran tenido la oportunidad de capacitarse antes de iniciar su negocio, si lo habrían hecho, dado que lo consideran importante para su desempeño.

5. Antecedentes laborales e inicios como empresario.

Figura 15: Antecedentes laborales



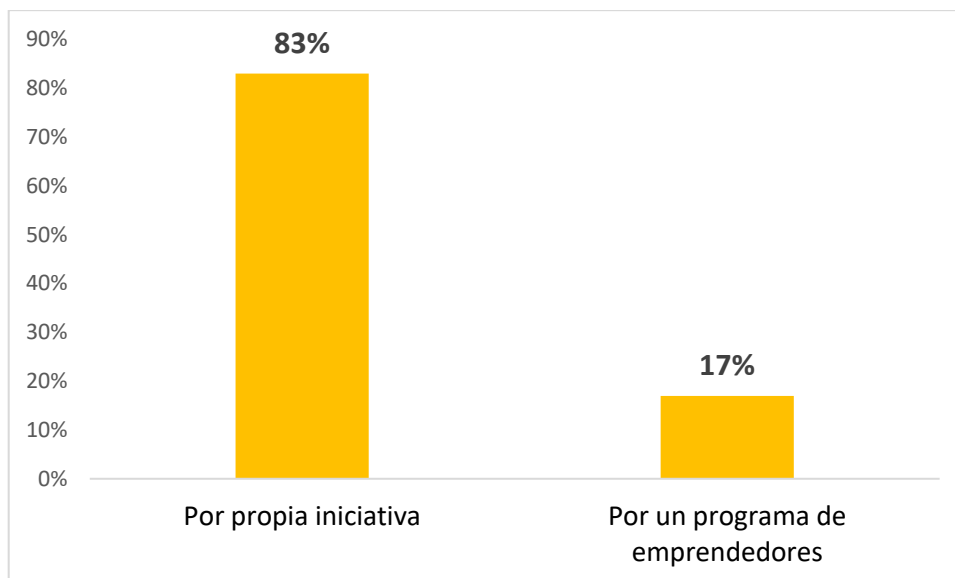
La pregunta formulada fue:

¿Antes de que iniciara su empresa, que alternativas de trabajo tuvo?

28 de los empresarios locales encuestados que hacen el 83% mencionaron que antes de iniciar su empresa laboró en la iniciativa privada local y 2 de ellos que hace el 7% en el sector público.

6. Inicios como empresario

Figura 16: Inicios como empresario



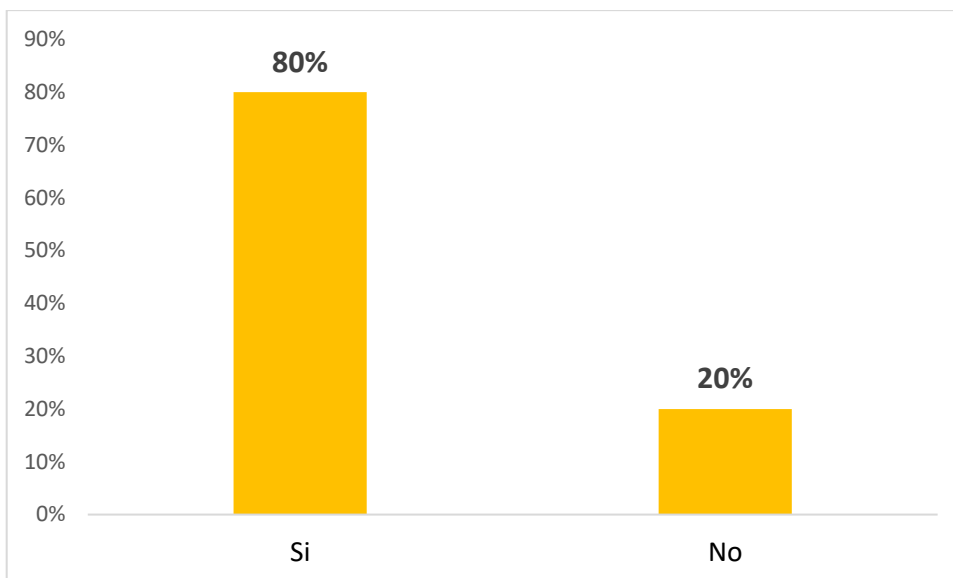
La pregunta formulada fue:

¿Cómo inicio usted su empresa, qué lo impulso hacerlo?

25 de los empresarios locales encuestados que hacen el 83% emprendió su propia empresa por iniciativa propia y solo 5 de ellos que hace el 17% se decidió hacerlo por un programa de emprendedores, previamente recibido.

7. Apertura de la empresa

Figura 17: requisitos para la apertura de una empresa



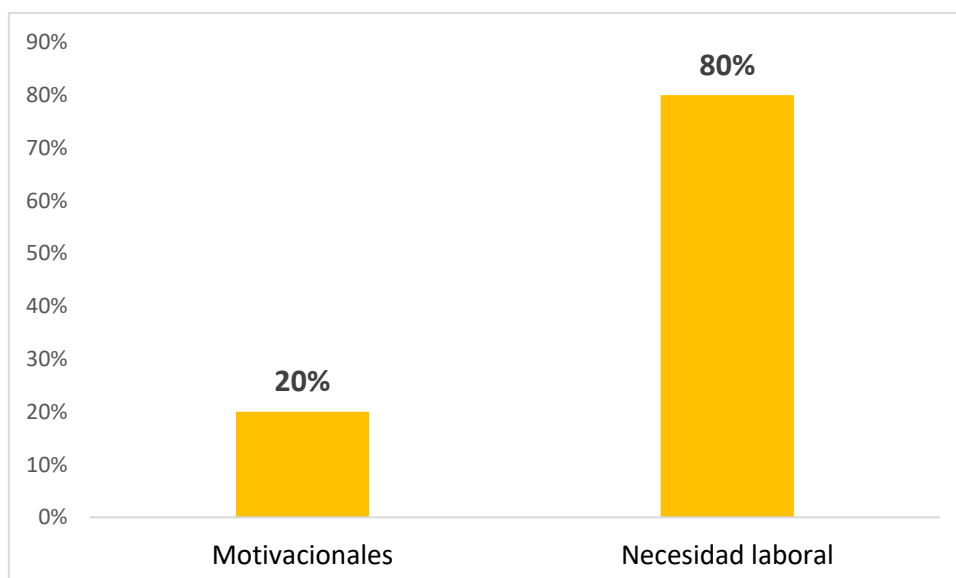
La pregunta formulada fue:

¿Conoce usted, los requisitos para iniciar los trámites para la apertura de una empresa?

24 de los empresarios locales encuestados que hacen el 80% si conocen los requisitos requeridos para iniciar los trámites de apertura y formalización de un negocio y 6 de ellos que hace el 20% mencionan desconocer como hacerlo.

8. Factores que contribuyeron a la formación de sus empresas.

Figura 18: Factores que contribuyeron a la formación de su empresa



La pregunta formulada fue:

¿Antes de iniciar su empresa que factores le impulsaron?

En esta pregunta 24 de los empresarios locales que hacen el 80% contestaron que iniciaron sus empresas por necesidad laboral y 6 de ellos que hacen el 20% contestaron que por factores motivacionales.

3.1.6. Resultados de la pregunta abierta.

En ambos cuestionarios se realizó una pregunta abierta en el cuál se les pidió que describieran brevemente que temas deberían de contener el programa de emprendedores para satisfacer sus necesidades y a la vez fuera eficaz.

Las respuestas fueron las siguientes:

Los estudiantes del IESTP Motupe manifestaron que el programa de emprendedores debe contener los siguientes temas:

Tabla 2: Resultados de la pregunta abierta a estudiantes

Temas	Respuestas de los estudiantes
Motivación	12
Proceso y creación de una empresa	12
Mercadotecnia	6
Manejo de personal	6
Liderazgo	6
Desarrollo de habilidades	6
Trámites para la obtención de financiamiento	3
Desarrollo de ideas	3
Desarrollo de la creatividad	3
Cómo elaborar un plan de negocios	3
Total	60

Los empresarios locales encuestados manifestaron lo siguiente:

Tabla 3: Resultados de la pregunta abierta a empresarios locales

Temas	Respuestas de los empresarios locales
-------	---------------------------------------

Motivación	8
Investigación de mercado	7
Capacitación (en ventas, manejo de personal, pago de impuestos, administración, relaciones humanas)	8
Como obtener financiamiento	3
Trámites para iniciar un negocio	2
Cómo elaborar un plan de negocios	2
Total	30

**PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CULTURA EMPRENDEDORA PARA
LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DEL IESTP “MOTUPE”**

Propuesta de un programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe”

4.1. Presentación de la propuesta.

4.1.1. Título:

Propuesta de un programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe” del distrito de Motupe, provincia de Lambayeque, región Lambayeque.

4.1.2. Justificación:

El desarrollo del programa es importante en la medida que se justifica a la necesidad de los estudiantes de la especialidad. El desarrollo de una cultura emprendedora en el contexto de Motupe es urgente considerando que es una alternativa convergente a cualquier tipo de organización, mucho más si se trata de una de formación profesional de carácter técnico. Todos los mecanismos de investigación permiten sostener que se trata de una idea significativa, por cuando el desarrollo humano con énfasis en los negocios emprendedores ayuda a la formación de la creatividad por cuanto se atiende a las motivaciones personales, a la idea de negocio y a la posibilidad de visibilizar los aportes económicos.

4.1.3. Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una cultura emprendedora mediante la formación en administración empresarial considerando que el emprendedorismo es una tendencia humana que responde a las necesidades creativamente

Objetivos específicos

- Dotar las herramientas pertinentes a los estudiantes de la especialidad con el fin de conceptuar, operacionalizar y consolidar una empresa emprendedora.
- Desarrollar en los estudiantes los constructos como el liderazgo, la motivación, liderazgo y el marco axiológico
- Promover entre la comunidad estudiantil el desarrollo de habilidades básicas que permitan planear y organizar el trabajo empresarial asumiendo principios del emprendedorismo.

4.1.4. Estrategia para la implementación del Programa.

El programa ha sido diseñado con un total de 100 horas y está conformado por un conjunto de acciones, las mismas que están integradas en tres fases, a través de las cuales se busca lograr los objetivos planteados.

Fases del programa y su duración

Tabla 4: Fases del programa

Fases		Horas
01	Habilidades para la creatividad	20
02	Condiciones para constituir habilidades empresariales y emprendedorismo	70
03	Desarrollo de la vinculación comercial	10
Total de horas		100

Fase 1: Desarrollo de la creatividad

Esta fase se realizará a partir del desarrollo del siguiente curso:

Curso taller: Desarrollo de la creatividad

Propósito.

El desarrollo del programa contempla y de manera sistemática desarrollar habilidades para la creatividad considerando que es una parte del emprendedorismo. La creatividad es un concepto transversal que se nutre de elementos propios y adquiridos por el estudiante durante el proceso formativo

Desarrollo de contenido referencial

- Sentido práctico de la creatividad, utilidad y perspectivas
- Quién es una persona creativa
- Espacios e ideas para generar otras
- Implicancias de las ideas creativas
- Importancia del proceso de creación
- Forma de ser creativo: la expresión
- Formas de ser creativo: la cognición
- Forma de ser creativo: la sensibilidad

Duración: 20 horas

Dinámica de trabajo:

Posee una duración de cuatro sesiones y en cuatro momentos cada una:

- Entrada y apertura mediante ejercicios de socialización
- Desarrollo:
 - ✓ Señalamiento de aspectos teóricos.
 - ✓ Señalamiento de aspectos prácticos
- Integración hacia el tipo de interacción. Implica el desarrollo de ejercicio dinámicos y físicos entre parejas y ejercicios individuales.
- Proceso de evaluación. Se evalúa permanentemente considerando una lista de cotejo

El programa se regirá el desarrollo de la siguiente ruta:

Tabla 5: Contenido, actividades y estrategias didácticas para el taller de desarrollo de la creatividad

Sesión	Contenidos	Actividades	Estrategias didácticas
1	Creatividad y el sentido de la innovación en los negocios	Dinámicas de socialización y sensibilización. Dinámica de sensibilización	Trabajo individual, por pares. preguntas y respuestas. Observación de cortos, Análisis y percepción, toma de decisiones. Juegos individuales y colectivos
		Atención a las vivencias, formas de integración, pertinencia del objetivo y los ajustes a las ideas.	
2	Cómo generar una idea con la expresión	Inicio, improvisación	Trabajo individual, por pares. preguntas y respuestas. Observación de cortos, Análisis y percepción, toma de decisiones. Juegos individuales y colectivos
		Ejercicio para desarrollar la expresión	
		Qué es una vivencia y cómo tratarla	
		Nos evaluamos	
		Hacia los objetivos, ajustes	
3	Pla creatividad desde los procesos cognitivos	Ejercicio de improvisación	Trabajo individual, por pares. preguntas y respuestas. Observación de cortos, Análisis y percepción, toma de decisiones. Juegos individuales y colectivos
		Reajuste a la sesión anterior	
		Cómo entender creatividad cognitiva desde el autoconocimiento	
		Cómo desarrollar la vivencia	
		Evaluando los productos	
		Hacia los objetivos, reajustes	
4	¿Se puede ser sensible y creativo al mismo tiempo?	Ejercicio de improvisación.	Trabajo individual, por pares. preguntas y respuestas. Observación de cortos, Análisis y percepción, toma de decisiones. Juegos individuales y colectivos
		Reforzadores en torno a la creatividad, espectro cognitivo	
		Creatividad y sensibilidad, una cuestión para diferenciar	
		Las vivencias, cómo desarrollarlas	
		Evaluando los productos	
		Hacia los objetivos, reajustes	
		Sinopsis, se comparte lo aprendido.	

Fase 2: Desarrollo de las habilidades emprendedoras

Esta fase se llevará a cabo a través de la implementación del siguiente curso.

Curso taller: Desarrollo de las habilidades emprendedoras.

Propósitos:

Con la ejecución del curso taller se pretende que el estudiante de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe”, pueda reconocer y discriminar todos los elementos que requiere una empresa emprendedora: planeación, promoción y distribución de productos, servicios.

Contenidos teóricos referenciales:

- Constitución de ideas de negocios
- Desarrollo de esquemas pertinentes
- Gestión del tiempo y capacidades
- La mercadotecnia: una visión del producto y del servicio
- Cómo se gestiona el talento humano
- Visión de la contabilidad y las finanzas
- La empresa: visión, desarrollo y planeación
- Cómo se conoce y se administra una empresa emprendedora
- La oferta y la demanda, una cuestión
- La empresa: retos
- La empresa: la información, el rumor
- La empresa: sistemas de información

Duración: 70 horas

Dinámica de trabajo:

- Desarrollo del marco teórico mediante la exposición de contenidos para mejorar las perspectivas del emprendedorismo
- Desarrollo de actividades prácticas: por equipos y de modo individual
- Análisis de cuestionarios, de listas de comprobación, pertinencia con el tema a desarrollar
- Diseño y elaboración de proyectos emprendedores, considerando las etapas y pertinencia de la idea de negocios, valoración de necesidades
- Socialización de los proyectos, posibilidades de éxito y fracaso con la idea emprendedora.

- Integración de todos los proyectos creativos e innovadores, apreciación cualitativa de las ideas emprendedoras.
- Elaboración de diversos directorios para las ideas emprendedoras.
- Presentación del arquetipo o idea de negocio.

Tabla 6: Contenido, actividades y estrategias didácticas para el taller de desarrollo de habilidades emprendedoras.

Sesión	Contenido General	Estrategias didácticas
1	Esquemas para iniciar una empresa	Esquemas lineales, verticales, circulares rol del empresario, papel del emprendedorismo
2	Mercadotecnia del producto	Ideas de marketing Cómo vender en poco tiempo Cómo conocer al cliente potencial
3	Contabilidad y finanzas	Sistemas de seguridad contable Software Comercio internacional Comercio local.
4	Administración de recurso humano	Desarrollo de habilidades Desarrollo de capacidades Desarrollo del talento humano Inteligencia emocional
5	Manejo del Benchmarking	Ideas de su gestión creatividad y ventas
6	Administración del tiempo	Desarrollo de habilidades Desarrollo de capacidades Desarrollo del talento humano Inteligencia emocional
7	Establecimiento de metas.	Metas cuantitativas metas cualitativas Metas mixtas Incertidumbre

8	Capacidad para dirigir.	Liderazgo Toma de decisiones
9	Asunción de riesgos	Liderazgo Toma de decisiones
10	Adopción de decisiones	Análisis de fortalezas Análisis de oportunidades
11	Análisis del punto de equilibrio	Análisis de debilidades análisis de amenazas
12	Habilidad para comunicarse	Habilidades blandas Sensibilidad Capacidad de expresión
13	Protección de la propiedad intelectual	Derechos de autor Registro de patente Registro de autoría
14	Fuentes de información y apoyo	Identificación de información pertinente
15	Elaboración del plan de negocios	Ideas creativas Ideas de negocios emprendedores estructura del plan Énfasis de la oferta y demanda Potenciales clientes

Fase 3: Desarrollo de la vinculación empresarial

Propósitos:

A través de la implementación de esta fase se pretende que el estudiante de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe”, identifique algunas experiencias objetivas y exitosas, considerando el inicio, el proceso y la consolidación de una empresa emprendedora.

Actividades:

- Realizar una visita (varias) a diversas pequeñas y medianas empresas para reconocer y caracterizar el funcionamiento y cómo es que se produce su desarrollo empresarial en el plano del empoderamiento.
- Desarrollar el proceso de asesoría permanente, considerando las formas y mecanismos pertinentes.
- Planificar actividades como conferencias, talleres, mesas redondas, panel forum con el fin de incrementar y desarrollar la cultura emprendedora.

1.1.5. Recursos humanos, financieros y de infraestructura.

Recursos humanos

Previa presentación de la propuesta al director de la IESTP “Motupe”, se solicitará que se designe a un docente de la especialidad de Administración de Empresas, para que sea el responsable de la ejecución del programa y sea quien coordine y haga el seguimiento del mismo.

Recursos financieros

Los recursos financieros serán generados con los ingresos propios, obtenidos a través de los pagos que hagan los participantes por los seminarios dictados en el programa.

Infraestructura

El IESTP “Motupe” reúne las características de espacio, mobiliario y equipos requeridos para implementar y ejecutar el programa.

Además de ello se tiene previsto el diseño de una página web que contará con la información actualizada. A través de ella se generará una comunicación asincrónica y sincrónica con los estudiantes y potenciales usuarios, quienes podrán solicitar asesorías de parte de los docentes y de empresarios locales expertos en algún tema.

Se proporcionaría separatas como apoyo didáctico, donde se complementará con información referente a la creación y administración de las micro, pequeñas y medianas empresas, así como también en la elaboración de planes de negocios.

1.1.6. Actividades iniciales del programa.

Las actividades desarrolladas por el programa serán:

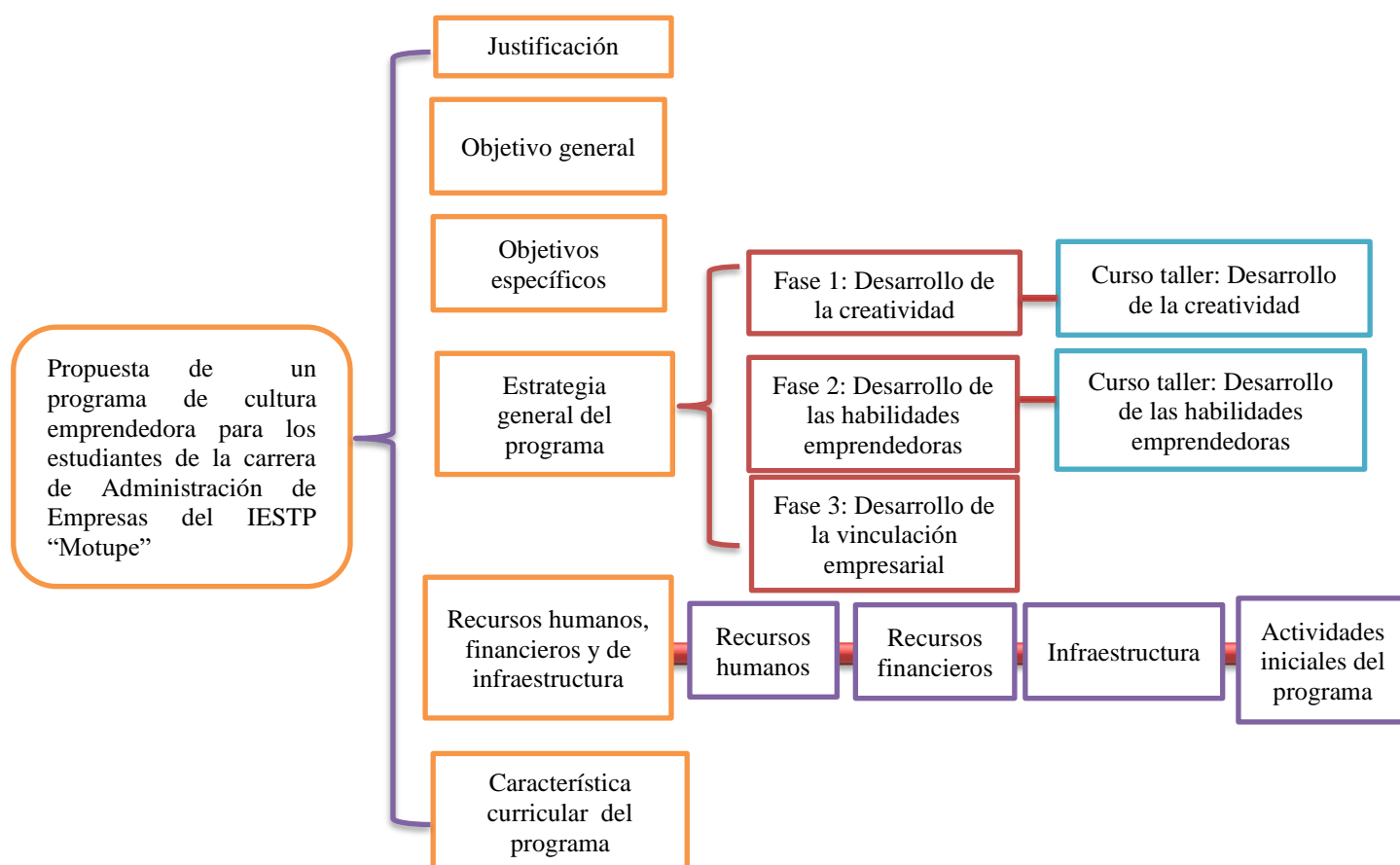
- Promover y difundir el programa a los estudiantes del IESTP “Motupe” y a la comunidad del distrito de Motupe, a través de los medios de comunicación y página web.
- Invitar a participar del programa al personal docente.
- Crear una página web del programa, para proporcionar información y brindar asesoría especializada.
- Invitar a participar en el programa a los empresarios locales más importantes de la ciudad de Motupe.

1.1.7. Característica curricular del programa.

El programa es extracurricular y opcional, es decir, puede llevarse de manera paralela al plan de estudios de la carrera de Administración de Empresas, a partir del tercer semestre y no tiene carácter de obligatorio.

1.1.8. Esquema del programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe”

Figura 19: Esquema del programa de cultura emprendedora para los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del IESTP “Motupe”



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

A continuación se presentan las conclusiones del estudio a partir de los hallazgos encontrados:

1. La mayoría de los estudiantes del IESTP “Motupe” encuestados, manifestaron un alto interés por incorporarse de manera activa en el mundo de los emprendedores, desean capacitarse para desarrollar sus conocimientos de cultura emprendedora, así como la adquisición de habilidades. Además expresan un gran interés de que la institución donde estudian les ofrezca algún programa de emprendedores.
2. EL IESTP “Motupe” ofrece en la actualidad una limitada formación de emprendedores, ya si bien existen asignaturas afines, no ofrece seminarios y conferencias complementarias y lineamientos claramente establecidos que los oriente a crear su propia empresa.

3. La falta de un programa de cultura de emprendedores en esta institución, no ha permitido que los estudiantes egresados de la carrera de Administración de Empresas, desarrollen una actitud emprendedora que les motive a crear sus propias empresas y no sólo aspiren a ser empleados de alguna empresa o institución.
4. La mayoría de empresarios locales no han participado en un programa de emprendedores, ya que iniciaron su negocio por iniciativa propia, y consideran que se hubiesen tenido la oportunidad primero se hubiesen capacitado como emprendedores, pues reconocen la importancia de capacitarse antes de iniciar un negocio.
5. Las condiciones, geográficas y socio económicas del distrito de Motupe, provincia de Lambayeque, caracterizada por desarrollar una importante actividad turística, una agricultura de frutas de exportación y agropecuaria, pueden ser potenciadas si se dispone de egresados del IESTP “Motupe” que cuenten con una adecuada formación como profesionales emprendedores y dispuestos a enfrentar con creatividad y optimismo el reto de generar empresa y puestos de trabajo.
6. En el Perú actualmente existe un fuerte impulso y apoyo al desarrollo de programas de emprendedores a través del Ministerio de la Producción, que deben ser aprovechados por las instituciones de Educación superior, tanto técnica como universitaria.
7. Es importante considerar que para desarrollar una cultura emprendedora en los jóvenes, estos necesitan que cuenten con los elementos fundamentales de motivación, liderazgo y actitud positiva. Son elementos esenciales que sí, no se cuenta con ellos, estos pueden ser adquiridos a través de programas de formación de emprendedores.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar programas de emprendedorismo, considerando que se trata de otras formas de desarrollar habilidades para administrar empresas en un contexto como de Motupe.
- Implementar actividades curriculares o cocurriculares en torno a la importancia de los negocios en función de una empresa emprendedora.
- Desarrollar espacios para los docentes con el fin de crear conciencia sobre el emprendedorismo, ello implica poner en práctica una serie de conocimientos relacionados con el desarrollo empresarial.
- Implementar propuestas interinstitucionales con el fin de lograr la participación de la comunidad local.

REFERENCIAS

- Ávila, R. (2001) Guía para elaborar la tesis: metodología de la investigación; cómo elaborar la tesis y/o investigación, ejemplos de diseños de tesis y/o investigación. Lima: ediciones R.A.
- Arias, G. (2006) Mitos y errores en la elaboración de Tesis y proyectos de investigación. Caracas: editorial Episteme.
- Aguirre, A (2008) la cultura del emprendimiento. Recuperado de [http://www.gerencie.com/cultura del emprendimiento.html](http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html)-Colombia.
- Alles, M. (2011). Dirección Estratégica de Recursos Humanos Gestión por competencias. Buenos Aires: Granica.
- Arieu, A. (20 de Mayo de 2008). Trialfa. Ideas y comentarios de negocios en la era de Internet. . Obtenido de La educacion de los Emprendedores: [https://trialfa.wordpress.com/2008/05/20/la-educacion-de-los emprendedores/](https://trialfa.wordpress.com/2008/05/20/la-educacion-de-los-emprendedores/)
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile. Chile.
- Echecopar, A. (2015). Emprendedores: ¿Qué competencias influyen en el éxito de un negocio?
- Espiritu, R., González, R., & Alcaraz, E. (17 de 11 de 2012). Desarrollo de competencias emprendedoras. Un análisis explicativo con estudiantes Universitarios. México.

- Filion, J. (2001). Gestión. Calidad y Competitividad. Revista de Administración de Empresas.
- Gómez, L., & Jacobsohn, G. (2007). Desarrollo de competencias emprendedoras. Reflexión para la Universidad del Norte.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta Edición). México: Mc Graw Hill. Consultado en: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Ivancevich, J., Lorenzi, P., Skinner, E., & Crosby, P. (1996). Gestión. Calidad y Competitividad. Madrid: Irwin.
- Julca, E. (Noviembre de 2011). Evaluación de Factores Básicos de competencias de Emprendimiento Empresarial en los estudiantes. Perú.
- Krauss, C. (14 de Mayo de 2011). Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad. El caso de la Universidad Del Uruguay.
- Levy-Leboyer, C. (2000). Gestión de las competencias. Barcelona, Barcelona: Ediciones Gestión.
- Morales, S. T. (2010). El emprendedor académico: Su perfil y motivación para convertirse en Empresario. Revista Digital Escuela de Administración de Empresas.
- Orrego, C. I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. Revista Ciencias Estrategicas, 225.
- Otero, C., Celis, J., Reaño, E., & Souza, J. (2015). Propuesta de gestión para desarrollar la competencia emprendimiento en estudiantes universitarios de la Región Lambayeque. Perú.
- Peralta, J. (2010). "El Programa "La Compañía" y el logro de competencias emprendedoras en estudiantes de cuarto de secundaria de Ventanilla". Lima, Perú.
- Pereira, F., & Osorio, F. (2013). Emprendimiento y sus implicaciones en el desarrollo de Santiago de Cali 2010-2011.

- Pérez, E. (2009). La universidad en la Formación de Emprendedores empresariales y el apoyo de la Creación de Nuevas Empresas. Lima, Perú.
- Rimachi, S., Palpa, D., Guizado, G., Asencios, L., & Fuertes, R. (2010). Propuesta curricular para desarrollar capacidades emprendedoras en Elceane. Lima, Lurigancho, Perú.
- Saravia, E., & Weinberger, K. (2012). Factores que explican las competencias emprendedoras. LIMA, PERÚ.
- Schumpeter, J. (1942). Teoría del desenvolvimiento económico. Quinta Reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México. México.
- Zorrilla, D. C. (2013). Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micros emprendimientos juveniles en el distrito de san juan de Lurigancho. Proyecto jóvenes pilas del programa de empleo juvenil de INPET (2007-2009). Lima, Perú

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, **M Sc. Beder Bocanegra Vilcamango**, usuario revisor del documento titulado. **Propuesta de un Programa de Cultura Emprendedora para los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresa del I.E.S.T. P. "Motupe", año 2018**. Cuyo autor es, **José Rolando Pisfil Gonzales**, identificado con documento de identidad N° **16557126** declaro que la evaluación realizada por el Programa informático, ha arrojado un porcentaje de similitud del **18%**, verificable en el Resumen de Reporte automatizado de similitudes que se acompaña.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud permitido no constituyen plagio y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar el Recibo Digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Lambayeque, febrero 19 del 2024



.....
M Sc. Beder Bocanegra Vilcamango
DNI:



.....
José Rolando Pisfil Gonzales
AUTOR



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	José Rolando Pisfil Gonzáles
Título del ejercicio:	Curriculo
Título de la entrega:	PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CULTURA EMPRENDEDOR...
Nombre del archivo:	JOSE_PISFIL_tesis.docx
Tamaño del archivo:	927.05K
Total páginas:	52
Total de palabras:	8,933
Total de caracteres:	50,131
Fecha de entrega:	27-oct.-2023 12:04p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2201180105



Derechos de autor 2023 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Ms Sc Beder Bocanegra Vilcamango

Asesor

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CULTURA
EMPREDEDORA PARA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL IESTP "MOTUPE", AÑO
2018.

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%	18%	3%	4%
ÍNDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRINCIPALES

1	silio.tips Fuente de Internet:	11%
2	tesis.ipn.mx Fuente de Internet:	2%
3	acacia.org.mx Fuente de Internet:	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet:	1%
5	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	1%
6	mail.polodelconocimiento.com Fuente de Internet:	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
	repositorio.unheval.edu.pe	

8	Fuente de Internet:	<1%
----------	---------------------	---------------

Excluir citas: Activo Excluir coincidencias: < 60 words
Excluir bibliografía: Activo



Ms Sc Beder Bocanegra Vilcamango

Asesor