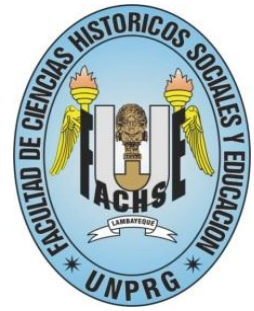




UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
ESCUELA DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CON MENCIÓN EN DOCENCIA Y GESTIÓN UNIVERSITARIA

**“PROPUESTA DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA DESARROLLAR
CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD-
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES - 2014”.**

TESIS

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

AUTORAS:

Bach. CECILIA DE LOS MILAGROS GUARDADO TAYPE

Bach.. JESSICA LORENA MORÁN RÍOS

ASESOR:

Dr. José Maquen Castro

Lambayeque- Perú 2015

**PROPUESTA DE GESTION EMPRESARIAL PARA DESARROLLAR
CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA
ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES - 2014.**

Guardado Taype Cecilia de los Milagros

Autora

Jessica Lorena Morán Ríos

Autora

Dr. José Maquen Castro

Asesor

Presentada a la Sección de Posgrado de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Para optar el Grado de MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA Y GESTIÓN UNIVERSITARIA.

APROBADO POR:

Dra. María Elena Segura Solano
PRESIDENTE DEL JURADO

MSc. Martha Ríos Rodríguez
SECRETARIO DEL JURADO

MSc. Milagros Cabezas Martínez
VOCAL DEL JURADO

Dedicatoria

A Gino, Valentina y Kasuki por ser un motivo poderoso de crecimiento personal
y profesional.

A Dios por su infinito amor, a mis padres Hernán y Alcira por su apoyo
incondicional.

A todos los que hicieron posible que llegue hasta etapa de mi vida profesional a
toda mi familia.

Cecilia

Dedicatoria

Al ser divino porque nos renueva las fuerzas y las ganas de seguir adelante
para conseguir nuestros objetivos.

Yessica

Agradecimiento

A nuestras familias, por el apoyo brindado para el desarrollo de la presente tesis, ya que sin ellas nunca lo hubiera conseguido.

A los docentes de la maestría por su ayuda, tiempo y dedicación.

A la dirección, personal docente y administrativo de la Universidad Nacional de Tumbes, por la predisposición, tiempo y recursos brindados para la realización de esta investigación.

Las autoras

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	

CAPÍTULO I

ANALISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO

- 1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA
- 1.2 ENFOQUES HISTÓRICOS Y TENDENCIAS
- 1.3 CARACTERÍSTICAS Y MANIFESTACIONES DEL PROBLEMA
- 1.4 METODOLOGÍA

CAPITULO II:

MARCO TEORICO

- 2.1. BASES TEÒRICAS
 - 2.1.1. TEORÍAS DEL EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL
 - 2.1.2. TEORÍAS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL
 - 2.1.2.1. TEORÍA DE ALBERT SHAPERO
 - 2.1.2.2. TEORÍA DE MC CLELLAND
 - 2.1.2.3. TEORÍA DE TIMMONS
 - 2.1.2.4. TEORÍA DE ALAN GIBBS
 - 2.1.2.5. EL PROCESO EMPRESARIAL
- 2.2 BASE CONCEPTUAL
 - 2.2.1. DIMENSIÓN DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA
 - 2.2.2. ESPIRITU EMPRESARIAL
 - 2.2.3. CULTURA EMPRESARIAL
 - 2.2.4. EL LIDER EMPRESARIAL Y SU DEFINICIÓN
 - 2.2.5. COMPONENTES DE TODO NEGOCIO

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA TEÓRICA

3.1. ANÀLISI E INTERPRETACIÒN DE DATOS

3.2. MODELO TEÒRICO DE LA PROPUESTA

3.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

RESUMEN

Esta investigación presenta la gestión empresarial para desarrollar capacidades emprendedoras en los estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes, contribuyendo de esta manera a solucionar el problema evidenciado: en el plan de estudio de la escuela de contabilidad, que no contempla ningún curso relacionado con emprendimiento lo que significa que no se desarrolla la capacidad emprendedora de manera formal.

Esta investigación se justifica por el impacto que tiene el emprendimiento en el desarrollo empresarial y a su vez este en el desarrollo socio económico de la región Tumbes. Investigaciones demuestran que los países desarrollados presentan altos índices de emprendimiento y es la educación el medio para desarrollar el espíritu y la cultura emprendedora la misma que promueve el auto empleo como una alternativa de carrera al tiempo que proporciona a los alumnos habilidades y conocimientos requeridos para la creación de empresas.

La recolección de datos se realizó a través del análisis documental del plan de estudios de la Escuela profesional de Contabilidad y la encuesta aplicada a los estudiantes del VIII ciclo de la escuela profesional de contabilidad cuyos resultados obtenidos fueron la base para elaborar la propuesta de Gestión Empresarial para el Desarrollo de Capacidades Emprendedoras.

Por lo tanto capacidad emprendedora debe desarrollarse transversalmente en los currículos universitarios en este caso la propuesta fue para la carrera de contabilidad.

Palabras claves:, Gestión empresarial y Capacidades emprendedoras

ABSTRAC

This research presents business management to develop entrepreneurial skills in students of the Professional School of Accounting National University of Tumbes, thus contributing to solve the evident problem in the curriculum of the school of accounting, which does not include no courses related to entrepreneurship which means that entrepreneurship is not formally developed.

This research is justified by the impact of entrepreneurship in business development and in turn this in the socio economic development of the Tumbes region. Research shows that developed countries have high rates of entrepreneurship and education is the means to develop the entrepreneurial spirit and the same culture that promotes self-employment as a career alternative while providing students skills and knowledge required for the entrepreneurship.

Data collection was conducted through documentary analysis of the curriculum of the Professional School of Accounting and the survey of students of the eighth cycle of accounting vocational school whose results were the basis for developing the proposal Implementation Curriculum with entrepreneurial skills.

Therefore transversely entrepreneurship should be developed in university curricula in this case the proposal was for accounting career.

Keywords: business management y entrepreneurial skills

INTRODUCCIÒN

En el ámbito educativo de los países desarrollados, la formación de emprendedores se ha convertido en un asunto de política pública. Es así como la Unión Europea ha publicado el libro verde (El espíritu empresarial en Europa) en el cual se reconoce que la formación universitaria debe fomentar la cultura empresarial hacia la consolidación de la profesión empresarial como principal catalizador de un tejido industrial territorial. Las instituciones deberían integrar la iniciativa emprendedora en todas las facultades.

El emprendimiento ha cobrado relevancia debido al contexto actual y porque se le asocia al desarrollo socio-económico de la población, no obstante, los desarrollos teóricos que orientan la formación desde una perspectiva más humana e integral, aún son incipientes. Las investigaciones realizadas señalan la necesidad de un modelo de Desarrollo Emprendedor en América latina y el Caribe basado en un cambio de paradigma que plantea el desarrollo del talento emprendedor con énfasis en la preparación de planes de negocio, dotar a los emprendedores de la capacidad de identificar oportunidades sobre la base de la investigación desarrollo de Programas de emprendimiento en las carreras universitarias.

En América Latina las empresas más grandes sufren la falta de innovación, según el informe. Incluso en las principales naciones exportadoras de la región, como Chile, Colombia y México, el porcentaje de empresas que eligen exportar es mucho menor que lo esperado dado su nivel de desarrollo.

El Perú tiene una alta tasa de emprendimiento, sin embargo, las cifras que acompañan al desarrollo de las MYPES no son muy estimulantes sólo el 20% de ellas tienen índices de acumulación, es decir, ganan dinero haciendo lo que hacen y a nivel regional más del 60% de ellas muere durante los dos primeros años de vida. “Las empresas tienen dificultades para mantenerse y crecer debido a dificultades centradas en la capacidad del propio emprendedor.

En Tumbes muchos empresarios tienen numerosas ideas de negocio pero no hacen ningún plan para poder determinar cuál de esas ideas sea la más factible para ellos, es por ello que el emprendedor tumbesino asume un riesgo máximo, ya que ellos no saben si obtendrán beneficios a largo plazo.

Este proceso investigativo se justifica principalmente por la importancia y la relación del emprendimiento con el desarrollo empresarial ; la creación de nuevas empresas es considerada como uno de los factores determinantes para el crecimiento económico y la competitividad de los países, mejorando el nivel de vida de los ciudadanos (Castillo, 2000) y la relación entre la educación y la creación de empresas ha sido ampliamente estudiada por investigaciones internacionales desde distintas perspectivas y enfoques, apareciendo estudios que encuentran una relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender (Cowling y Taylor, 2001; Delmar y Davidsson, 2000; Robinson y Sexton, 1994).

De la misma forma se correlacionó el desarrollo de capacidades emprendedoras con el desarrollo socioeconómico de la región Tumbes y el país, por ello la necesidad educativa de formación de futuros profesionales con una cultura emprendedora con un impacto positivo social, preparado para plantear alternativas factibles de solución a problemáticas propias de su realidad, las cuales puedan ser ejecutadas considerando su especialidad profesional y las potencialidades locales en el marco de las características del desarrollo regional y del contexto global actual.

También se justifica porque al analizar el Plan de estudios de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes no contempla la enseñanza del emprendimiento de manera formal, materias orientados a desarrollar ese tipo de capacidades.

En este sentido, Kirby (2004) plantea que los programas de emprendimiento en las instituciones educativas por lo general no educan para el emprendimiento, sino que orientan acerca del mismo y de la empresa, y no se centran en las

habilidades, atributos y competencias de un emprendedor exitoso, al contrario, focalizan la enseñanza en la creación de nuevas empresas y la administración de negocios, aspectos que no son suficientes para garantizar la formación de estudiantes emprendedores, por lo que debe fortalecerse también el desarrollo de los atributos, manera de pensar y comportarse de los emprendedores (Citado por Gómez y Satizábal, 2007).

Por lo tanto la presente investigación fue orientada por el planteamiento del siguiente problema de investigación: ¿En qué medida Propuesta de Gestión Empresarial permite desarrollar Capacidades Emprendedoras en los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad- Universidad Nacional de Tumbes - 2014”.

A partir del planteamiento del problema de investigación se estableció como objeto de investigación “El Proceso Docente Educativo universitario” y, el campo de acción de la investigación “Gestión empresarial”

Por otro lado se considera a la educación y la formación como principales impulsoras del espíritu emprendedor y que los sistemas educativos universitarios cumplen un rol importante para contribuir al desarrollo empresarial a través del desarrollo de capacidades emprendedoras. Además este desarrollo estará condicionado (y no determinado) por los siguientes factores:

- Experiencia
- Formación
- Redes sociales
- Valores predominantes del entorno
- Políticas sociales para favorecer el emprendimiento.

En ese sentido esta investigación tiene como objetivo elaborar una PROPUESTA DE GESTION EMPRESARIAL PARA DESARROLLAR CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA ACADÈMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD- UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES.

Para el logro del objetivo propuesto el trabajo se llevó a cabo en tres etapas cada una con sus respectivas tareas:

La etapa diagnóstica que permitió establecer el estado actual de la formación de capacidades el emprendimiento desde un nivel de análisis macro, meso y micro; la evolución y el estado actual del problema de investigación. En esta fase se abordaron las siguientes preguntas de investigación con sus correspondientes tareas:

¿Cuáles son las capacidades emprendedoras planteadas a nivel nacional e Internacional para ser desarrolladas en la educación superior?

Tareas: Revisión de documentos impresos y electrónicos publicados por organismos como la Comunidad Europea, los reportes GEM

Consulta de documentos institucionales e investigaciones que ilustren experiencias y resultados en la formación para el emprendimiento en Instituciones de Educación Superior que hayan adoptado formación con énfasis en emprendimiento.

¿Cuál es el estado actual de la enseñanza del emprendimiento en la Escuela Profesional de Contabilidad en la Universidad Nacional de Tumbes?

Tareas

Identificación de los actores que intervienen en el problema de investigación; análisis correlacional del Diseño Curricular de la Carrera Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes y la demanda actual entrevista no estructurada , aplicación de encuesta diagnóstica.

La segunda etapa corresponde a la correlación de referentes teóricos e investigaciones anteriores asumidos en relación al problema las mismas que permitieron conceptualizar las Capacidades Emprendedoras a través del análisis; así como también se determinó la relación entre las variables Capacidades Emprendedoras y Desarrollo Empresarial; elaboración de la

propuesta teórica y su impacto generado en el proceso formativo para la misma se ha tomado como base la experiencia de programas de emprendimiento aplicados a nuestra realidad, Sudamérica, en universidades como Colombia, Brasil así como también de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) a través su Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) en el marco de formación continua cuenta en su oferta educativa con una diplomatura de estudio para la formación de emprendedores, la cual corresponde a su programa de estudios CREA, la cual lleva el nombre de DIPLOMATURA DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS. La Diplomatura “se dirige a todas aquellas personas que busquen incursionar en los negocios y deseen formar su propia empresa.

En una última etapa se presentan los resultados de la situación del emprendimiento en la Escuela profesional de Contabilidad, planeación del trabajo de campo y diseño de instrumentos; pilotaje y aplicación de instrumentos; procesamiento de los datos y análisis de resultados.

La investigación, desde el punto de vista de su finalidad es Básica o Pura ya que se generará un nuevo conocimiento considerando la propuesta de Gestión Empresarial para Desarrollar Capacidades Emprendedoras en los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad - Universidad Nacional de Tumbes.

Por su dimensión es descriptiva–propositiva.

Los métodos mediante los cuales se desarrolló la perspectiva metodológica de la investigación fueron:

El método lógico de análisis y síntesis se utilizó para identificar los referentes teóricos planteados en el campo de las capacidades para el emprendimiento; analizar y caracterizar los aportes que en materia educativa formativa proporciona los diferentes teorías; presentar las estrategias de gestión empresarial y los talleres que para la Escuela profesional de Contabilidad.

El método histórico – lógico para estudiar la evolución histórica del problema y su estado actual. Para conocer las propuestas educativas utilizadas en la enseñanza del emprendimiento en la educación superior se indagaron los

documentos institucionales que ilustran experiencias y resultados en la formación para el emprendimiento. Utilizando el método deductivo se comparó y concluyó de manera general las formas en que se asume su enseñanza.

Lo que se logró con esta investigación es diseñar una Propuesta de Gestión Empresarial en la Escuela profesional de Contabilidad, así como sembrar la inquietud de insertarlo transversalmente en todas las carreras profesionales dado el impacto social que representa el emprendimiento en el desarrollo económico de un país representando este trabajo un referente para futuras investigaciones y aplicación de propuestas.

En ese orden de ideas, se presentan los resultados finales de la investigación que están estructurados en tres capítulos, así:

El primer capítulo aborda el análisis del objeto de estudio, el enfoque histórico tendencial, las características y manifestaciones del problema, así como la metodología empleada

El segundo capítulo, contiene el marco teórico que sustenta el desarrollo teórico de la investigación; para ello, se presentan los antecedentes investigativos y experiencias más relevantes de la enseñanza del emprendimiento,

En el tercer capítulo se aborda los **Resultados de la Investigación**, tablas y gráficos de los cuestionarios aplicados, Esquema del Modelo Teórico de la Propuesta, el desarrollo de los Talleres Evaluación, Conclusiones, Recomendaciones, Referencias Bibliográficas y Anexos.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La Región de Tumbes comprende el departamento de Tumbes y se encuentra situado en la Costa septentrional, en el extremo noroccidental del territorio del Perú, sus coordenadas geográficas, se sitúan entre los 3° 23' y 4° 15' de latitud Sur y 80° 03' de longitud Oeste del meridiano de Greenwich. Los límites de la Región Tumbes son: por el Noreste y Sureste con la República del Ecuador, en los hitos definidos por el Protocolo de Río de Janeiro. Por el Sur con la Región Piura y por el Oeste y el Norte con el Océano Pacífico.

La capital del departamento es la ciudad de Tumbes, Ubicada a 7 msnm. El departamento tiene una Altitud Mínima de 5 msnm (Caleta La Cruz) y una máxima de 1 650 msnm (Cordillera de los Cerros de Amotape – San Jacinto).

La Región Tumbes tiene una superficie de 4 669, 20 km², incluyendo 12 km² de isla oceánica, lo que constituye el 0,4 % de la superficie del Perú. Desagregada por provincias, le corresponde a Tumbes 1 800 85 km², Contralmirante Villar, 2 123 km² y a Zarumilla, 745 013 km².

Los actos preliminares que condujeron a la creación de la filial en Tumbes por parte de la Universidad Nacional de Piura, el 22 de diciembre de 1972.

El entonces Consejo Nacional de la Universidad Peruana (CONUP), transcribe un oficio del Ministerio de Pesquería por el que se pide que la Universidad Nacional de Piura opine respecto al funcionamiento de un programa de Pesquería en la Ciudad de Tumbes; esta petición determinó el nombramiento de una comisión multisectorial para que realice el estudio socioeconómico de Tumbes, y el 04 de julio de 1975, La comisión presentó su informe proponiendo la creación de una filial de la Universidad Técnica de Piura en Tumbes, mereciendo la aprobación de dicha Universidad.

El 10 de julio, se planteó el funcionamiento de la filial ante el Sub-Comité de Desarrollo Zonal de Tumbes, y se formó el patronato Pro-Filial, encargada del

estudio de la infraestructura y de los recursos humanos, cuyos resultados fueron expuestos al Presidente de la Comisión Reorganizadora y de Gobierno de la Universidad Nacional de Piura, al CONUP y al ministerio del ramo.

En marzo de 1976, inauguraron los programas académicos de Agronomía, Contabilidad e Ingeniería Pesquera.

El 08 de setiembre de 1980, el entonces Diputado por Tumbes, Dr. Armando Mendoza Flores, presenta el proyecto de Ley N° 213 sobre la creación de la Universidad Nacional de Tumbes, el mismo que fue elevado a la Comisión de las Universidades, Ciencia y Cultura de la Cámara de Diputados. Esta Comisión emitió dictamen favorable el 30 del mismo mes. Más tarde, en el año de 1984, suceden una serie de actividades y pronunciamientos que desembocaron en la dación de la ley N° 23881, que crea la Universidad Nacional de Tumbes, la misma que fue promulgada el 23 de junio de 1984.

Actualmente la universidad cuenta con una infraestructura adecuada para todas sus carreras profesionales, sin embargo los alumnos que egresan de la Facultad de Administrativas y Contables muestran un escaso desarrollo de capacidades emprendedoras y empresariales para generarse autoempleo o formar empresas en su localidad y región, dificultad para aplicar conocimientos y capacidades que exige el actual entorno en el aspecto económico social, esto se refleja en la ocupaciones a la que se dedican los egresados, las cuales no guarda ninguna relación con su profesión .

IDENTIDAD DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

VISION

Al 2022 nuestra Universidad es líder en la formación profesional integral, la investigación responsable y de impacto, acreditada nacional e internacionalmente, con una comunidad universitaria identificada, integrada y comprometida con el Desarrollo Sostenible de la región y el país.

MISIÓN

Universidad emprendedora, con excelencia académica, pionera del conocimiento de la frontera norte del país. Formamos profesionales de calidad y competitivos; desarrollamos investigación científica, tecnológica y humanista; promovemos el desarrollo y difusión de la cultura; brindamos bienes y servicios a la comunidad estudiantil y organizaciones públicas y privadas; realizamos alianzas estratégicas interinstitucionales. Para ello, hacemos una gestión de calidad y sostenibilidad, estamos en mejora permanente, y nos vinculamos con el entorno.

1.2 ENFOQUES HISTÓRICOS Y TENDENCIAS

Al analizar los cambios vertiginosos que se producen constantemente en el mundo, debido al proceso de globalización, en todos los aspectos en particular en el socio- económico y laboral, aparecen nuevas formas y sistemas de trabajo, nuevas relaciones laborales, cambios rápidos de empleo, el desvanecimiento de fronteras y con ellos los tratados de libre comercio. En todo este contexto se desarrolla la educación en el mundo y en especial la universitaria a la que atañe la gran responsabilidad de formar profesionales eficientes y capaces de contribuir al desarrollo socioeconómico a través del desarrollo de una cultura emprendedora

La COMISIÒN EUROPEA en su investigación: sobre La iniciativa emprendedora en la Enseñanza Superior, especialmente en Estudios no Empresariales» reflejó que la oferta de estudios en el ámbito de la iniciativa emprendedora en las instituciones y las disciplinas no empresariales es insuficiente: la iniciativa emprendedora no está todavía suficientemente integrada en las diferentes disciplinas de un plan de estudios. La mayoría de cursos en materia de iniciativa emprendedora están incluidos en estudios empresariales y económicos.

Si bien la demanda de cursos sobre capacidades emprendedores está creciendo, la actual falta de recursos humanos y de financiación para este tipo de educación hace que sea imposible responder completamente a esta demanda.

Hay muy pocos profesores universitarios de iniciativa emprendedora. Es necesario que haya suficientes estudiantes con un doctorado en iniciativa emprendedora que lleguen a ser docentes. Existen muy pocos incentivos para motivar y recompensar al personal docente implicado en la enseñanza emprendedora y que hagan actividades con los estudiantes.

La movilidad de los profesores y los investigadores entre las instituciones de enseñanza superior y las empresas es, en general, muy baja, y no se fomenta su práctica. Aunque de forma general los emprendedores y los profesionales en el ámbito empresarial colaboran en la enseñanza.

En Centroamérica existen grupos de países que se encuentran en distintas fases de su desarrollo económico hay naciones cuyas economías se encuentran en la etapa de explotación los factores productivos básicos, hasta otros que han avanzado al proceso de desarrollo orientado a la eficiencia .No hay casos de países en Centroamérica que se encuentran en el proceso hacia la innovación).

Los países centroamericanos han evolucionado de la industrialización por sustitución de importaciones (ISI),a la promoción de exportaciones, y en algunos casos la atracción de inversiones. Sin embargo, la subregión no ha dirigido su mirada a la promoción de empresas nuevas como parte explícita de una política pública, más bien la creación de nuevas empresas ha sido el resultado implícito de los propios procesos de desarrollo económico que en algún momento cada nación ha seguido.

El fomento del emprendedurismo en Centroamérica ha adquirido una creciente importancia, aunque no como para convertirse aún en un tema dentro de la agenda pública regional.

Se observa con frecuencia que la política Mipyme cuyas acciones orientadas hacia el emprendedurismo adquieren un carácter asistencial y sesgado hacia los segmentos más desvalidos del empresariado, lo cual muestra la ausencia de un entendimiento integral del proceso de desarrollo empresarial. La consecuencia de lo anterior es que los responsables de las políticas públicas

enfatan sus apoyos hacia las empresas existentes. Adicionalmente, problemas propios de las políticas públicas como la débil institucionalidad, la búsqueda de rentas (rent seeking), la competencia entre los entes públicos por recursos, etc., dificulta la coordinación y la cooperación interinstitucional, elemento fundamental para el fomento emprendedor.

Las Américas tienen uno de los países más innovadores, Estados Unidos, y también tienen países que se encuentran en los últimos puestos en innovación, como Bolivia, según el pilar de innovación del Índice de Competitividad Global.

El país más competitivo en América Latina y el Caribe es Chile, que ocupa el lugar 30, seguido de Barbados, Panamá, Costa Rica y Brasil, con posiciones que van desde la 42 a la 60. República Dominicana ocupó una posición promedio dentro de los países latinoamericanos. El Innovación Capacity Index (ICI) 2010-2011 publica resultados similares. Llama la atención que, aun con esta marcada diferencia, la percepción es que, en países como Estados Unidos y República Dominicana, los niveles de emprendimiento basado en innovación son los mismos, de acuerdo con la encuesta del GEM sobre la actividad de emprendimiento basado en innovación en etapa inicial, para el período 2008-2010 (GEM, Global Report, 2010, p. 43).

Las conclusiones del reporte especial del GEM, Una perspectiva global sobre la educación y formación emprendedora, 2009, indican que “es probable que la formación aumente la concienciación emprendedora, la autoeficacia y las intenciones de emprender. Sin embargo, tiene menos influencia a la hora de aumentar la capacidad de identificar oportunidades de negocio y paliar el miedo al fracaso” (p. 51). Más aún, los resultados del estudio sugieren que una mayor inversión en la formación emprendedora en América Latina y el Caribe, en países cuyo desarrollo y competitividad se basan en los factores de producción y en su eficiencia, no se traducirá en un aumento de la actividad emprendedora, como sucede en las economías basadas en la innovación. Se señalan dos posibles causas para este comportamiento. Por un lado, se indica que pueden existir limitaciones que restringen el impacto, como infraestructura

inadecuada, inestabilidad económica y falta de condiciones relacionadas con el mercado y la tecnología. Por el otro, los autores señalan que podría deberse a la baja calidad de la formación. La impopularidad de programas de educación superior en Ciencias e Ingeniería parece estar relacionada con una preparación inapropiada de la educación K-12 en Lectura y Ciencias, que se pone de manifiesto en los exámenes internacionales en Estados Unidos. Esta situación está sucediendo en América Latina y el Caribe, donde los niveles de educación primaria y secundaria son muy deficientes. Este fenómeno ha motivado a la Organización de los Estados Americanos (OEA) a promover el programa Ingeniería para las Américas, el cual busca desarrollar capital humano de calidad en las áreas de ingeniería y tecnología como forma de poder competir con otras regiones económicas.

Durante los últimos 15 años, la popularidad de las incubadoras tecnológicas en ciertos países latinoamericanos y caribeños con déficit en el aprendizaje de la Lectura Crítica –según la definición de Harris y Hodges (1995), y en Ciencias, nos da a entender que no se llegan a comprender los requisitos de la innovación tecnológica. Más que casos extraordinarios, reconocidos en la expresión: "sí, pero si pegamos uno (un éxito en emprendimiento basado en Innovación)", lo que se busca es crear una masa crítica de emprendedores innovadores.

Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), existe mucho emprendimiento, pero la mayor parte es informal y no es original, lo que explica la alta tasa de mortalidad temprana, como demuestran los estudios del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) . Estos resultados indican que, para potenciar el desarrollo de un emprendimiento de calidad en la región, se debe mejorar la capacidad de los emprendedores para innovar con productos o servicios escalables y de mayor valor (OCDE, 2009).

Tiffin (2004) argumenta que “recientemente, el espíritu emprendedor se ha convertido en un concepto de moda en Venezuela. La creencia es que va a ayudar a resolver los males actuales del país, específicamente el subempleo y la baja capacidad productiva, pero no hay una comprensión real de lo que

implica el espíritu emprendedor y cómo está relacionado con la innovación y el desarrollo. La percepción general es que una gran proporción de la población Venezolana no está educada ni preparada para realizar un trabajo técnico y tecnológico complejo” (p. 51). Esta aseveración sobre el emprendimiento basado en innovación en Venezuela se puede extrapolar a la mayoría de los países de la región de América Latina y el Caribe donde, erróneamente, el énfasis ha estado puesto en enseñar planes de negocios, en lugar de desarrollar el aprendizaje en áreas de conocimientos esenciales, indispensables para generar una base de innovación.

Una nueva investigación patrocinada por el Banco Mundial respecto a prácticas de gestión halló que las empresas que emplean 100 personas o menos no utilizan los sistemas más actualizados de gestión de talento basado en desempeño. Los datos de la encuesta revelan que la proporción de empresas familiares (que en promedio tienden a estar peor gestionadas que las empresas que se comercializan públicamente) en América Latina prácticamente duplica a la de Estados Unidos.

Las empresas más grandes de América Latina sufren de esta falta de innovación, según el informe. Incluso en las principales naciones exportadoras de la región, como Chile, Colombia y México, el porcentaje de empresas que eligen exportar es mucho menor que lo esperado dado su nivel de desarrollo.

Perú tiene una alta tasa de emprendimiento, sin embargo, las cifras que acompañan al desarrollo de las MYPES es no son muy estimulantes. Según datos de COFIDE las micro y pequeñas empresas peruanas aportan entre el 40 y el 45% del PBI, emplean a casi el 60% de la PEA y llegan a cerca de los 4 millones de unidades productivas, pero sólo el 20% de ellas tienen índices de acumulación, es decir, ganan dinero haciendo lo que hacen y a nivel regional más del 60% de ellas muere durante los dos primeros años de vida.

“Las empresas tienen dificultades en llegar a ser lo que el emprendedor aspiraba y es debido a dificultades centradas en la capacidad del propio emprendedor, no en las imperfecciones del mercado. En muchas de ellas se trata de un tema de capacitación, porque no pueden trasladarse a otros

sectores productivos de mejores registros de competencia porque no saben hacer otra cosa”, (COFIDE).

Entre las principales trabas que enfrenta el sector se puede mencionar la informalidad (casi el 60% de las empresas del rubro están en el sector informal), el desconocimiento de herramientas de costos, la falta de incorporación de los servicios de internet y redes sociales a los negocios, pero por sobre todo, la falta de incorporación de elementos de innovación en las empresas.

En Tumbes en su gran mayoría, las MYPES son puestas en marcha sin haber realizado un estudio de mercado objetivo, en el cual se determine la viabilidad; estos negocios son origen de la facultad visionaria de los empresarios que deciden arriesgarse y emprender su idea de negocio, estas ideas de negocio no hubieran llegado tan lejos, no hubieran crecido, gracias al desempeño de sus empresarios, quienes tienen la perseverancia inacabable, los deseos de superación sin límite y han aprendido a perder el miedo hacia los riesgos.

Los empresarios forman su idea de negocio en base a su experiencia, de haber laborado en empresas del mismo giro de negocio, esta es una motivación que influyo en su toma de decisión. En su gran mayoría los empresarios, para llevar a cabo su negocio solo se valieron de su visión, mas no han realizado un estudio de mercado, ni han elaborado planes de negocio. En la actualidad sucede lo mismo, se valen de sus propias proyecciones y creencias para emprender nuevos negocios; tomando como base las necesidades del mercado Tumbesino, siendo así los empresarios, debido a su experiencia han logrado dar en el blanco con respecto a sus ideas de negocio, ya que estas ideas se han desarrollado y crecido con el pasar de los años, enfrentando riesgos, he aquí donde el espíritu del empresario ha sido capaz de enfrentar y asumir nuevos retos, ha tenido que adaptarse e innovar los productos servicios que ofrecen.

Muchos empresarios tienen numerosas ideas de negocio pero no hacen ningún plan para poder determinar cuál de esas ideas sea la más factible para ellos, esto se da porque todas sus actividades de trabajo las realizan de forma

empírica ya que tienen conocimiento de cómo se podrían manejar los negocios, aquí donde entra a tallar que el emprendedor Tumbesino asume un riesgo máximo, ya que ellos no saben si obtendrán beneficios a largo plazo.

En la escuela profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes según el análisis documental del Diseño curricular se evidencia una desactualización, se trabaja en base a objetivos ,su plan de estudios que no contempla cursos relacionado a emprendimiento sólo de constitución de empresas, por tanto existe una necesidad real de implementar un plan de desarrollo de capacidades Emprendedoras

En cuanto al marco contextual del objeto no existe implementación de una política de apoyo e impulso del emprendimiento en los egresados de la carrera profesional de Contabilidad que contribuya a la formación de la cultura emprendedora de los profesionales.

Por otro lado en el aspecto educativo el Currículo de la especialidad de Contabilidad se encuentra desactualizado, pues cuenta desde el año que se inició la facultad y desde allí no ha sido modificado e implementado de acuerdo a las demandas del nuevo escenario , ni mucho menos contempla cursos relacionados a emprendimiento así lo evidencia su plan de estudios.

En el aspecto socio económico y cultural el escaso desarrollo de la cultura emprendedora en los egresados, pues la gran mayoría sale a buscar un trabajo dependiente a fin a su especialidad y en otros casos en trabajos que no están relacionados con su profesión. El profesional egresado no está preparado para generar recursos, cambio y desarrollo en su contexto debido a que no cuenta con una formación en emprendimiento.

1.3 CARACTERÍSTICAS Y MANIFESTACIONES DEL PROBLEMA

En Tumbes carece de una política de fomento de la cultura emprendedora y por ello existe un inadecuado desarrollo empresarial entendiéndose por el mismo no sólo el nacimiento cada vez más de micro y pequeñas empresas sino el crecimiento de la misma, con un periodo de vida largo y con la capacidad de acumulación de riqueza. No obstante de ser el comercio una de las actividades económicas más importantes de la región y de existir cada vez más personas que emprenden un pequeño negocio se evidencia un limitado desarrollo socio- económico. La gran mayoría de empresas se encuentran en la informalidad y las que existen carecen de innovación y crecimiento. El emprendedor Tumbesino asume un riesgo muy alto por no poseer capacidades de gestión y desarrollo empresarial (crecimiento de la empresa, innovación y aporte socioeconómico a la región); a pesar de ser el comercio una de las principales actividades de la región Tumbes dentro de las empresas informales el período de vida es corto por no poseer capacidades de gestión de negocios e innovación y capacidad de crecimiento el emprendedor tumbesino asume un riesgo máximo, ya que ellos no saben si obtendrán beneficios a largo plazo.

El desarrollo del proceso investigativo se trazó a partir del análisis de un problema relacionado con la formación y desarrollo de capacidades emprendedoras, identificado en los procesos formativos de la Escuela Profesional de Contabilidad de La Universidad de Tumbes.

Se observó que la gran mayoría de los egresados de dicha carrera se dedican en primera instancia a la búsqueda de un empleo en diferentes instituciones privadas y públicas, cuando lo consiguen muchos de ellos se desempeñan en trabajos que no están relacionados con la su perfil profesional. Este problemática está muy relacionado con la formación profesional que recibieron basado en un plan curricular que no contempla el desarrollo de capacidades emprendedoras y empresariales. El plan de estudios sólo contempla cursos propios de la especialidad, cursos de administración de empresas, presupuestos de empresa que son abordados de manera muy teórica.

Los estudiantes y egresados de la escuela profesional de manera formal y sistemática no desarrollan cursos relacionados con emprendimiento: generación de ideas de negocio, elaboración de planes de negocios, ni mucho menos han elaborado alguno, desconocen cómo innovar y crecer como empresa, y si lo saben lo es de manera superficial y teórica y porque lo aprendieron por otros medios diferentes a los estudios profesionales de la carrera.

Esta problemática está correlacionada con el aspecto educativo, en particular porque no existen propuestas de gestión empresarial dentro de los planes curriculares desactualizados que no se corresponden con la demanda socioeconómica de la región y el país. Tampoco existe una iniciativa propia por adelantar acciones del Estado, la Empresa y demás actores sociales comprometidos con el desarrollo empresarial para mejorar la calidad profesional de los egresados de la Escuela profesional de Contabilidad y así contribuir al desarrollo de la región. Dentro de estas acciones urge adecuar el plan curricular de la carrera de Escuela Profesional de Contabilidad de acuerdo a la demanda del contexto e incorporar capacidades emprendedoras y empresariales.

La capacidad de emprendimiento y con ello el espíritu empresarial es lo menos desarrollado en los estudiantes de carrera profesional de contabilidad los egresados muestran un escaso desarrollo de capacidades emprendedoras y empresariales esto y por lo tanto no contribuye a su desarrollo empresarial y de desarrollo económico su localidad y región; asimismo dificultad para aplicar conocimientos y capacidades que exige el actual entorno en el aspecto económico social.

1.4 METODOLOGÍA

1.4.1 DISEÑO EN INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de acuerdo a las características de la hipótesis formulada y los objetivos propios de la investigación, ha sido enmarcado dentro del tipo de investigación descriptivo propositiva.

Para poder elaborar la tesis hemos recurrido a las fotocopias de libros, búsqueda en el internet y en la parte práctica hemos recurrido a las entrevistas y encuestas para poder tener una visión integral de la falta de capacidades emprendedoras en los estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes 2014

Según el tiempo de ocurrencia de los hechos y registro de la información es prospectivo por que los datos se registrarán a medida que ocurrirán. Según el periodo y secuencia del estudio será transversal por que los datos serán recolectados en un solo momento en cada unidad de análisis u observación.

1.4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población está constituida por todos los estudiantes de la Universidad de Tumbes

Muestra

La muestra estará constituida por todos los alumnos del VIII ciclo de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes de por ser pequeña y representativa.

La Unidad de análisis estará constituida por cada uno de los alumnos en estudio.

El Tipo de muestreo será no probabilístico por conveniencia. Porque se desea solucionar el problema detectado en los alumnos del último ciclo de la Facultad de Ciencias administrativas y contables de la Universidad Nacional de Tumbes proponiendo una alternativa de solución al problema detectado.

1.4.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Análisis documental.- En el presente trabajo se realizó un análisis sobre las teorías que sustentan el trabajo de investigación.

La encuesta por cuestionario.- Este instrumento se empleó para evaluar el proceso de gestión administrativa de la I.E

Entrevista no estructurada.- En ocasiones se realizó entrevistas no diseñadas con anticipación, de acuerdo a la importancia y circunstancias del hecho o proceso que se observa.

1.4.4 MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

El proceso para realizar la investigación se realizó de la siguiente manera

1. Visita la Escuela Profesional de Contabilidad ubicada en la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la UNT.
2. Investigación Institucional.
3. Selección de la muestra
4. Aplicación de entrevistas
5. Aplicación de encuestas
6. Presentación del informe final.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. BASES TEÓRICAS

2.1.1. TEORÍAS DESARROLLO EMPRESARIAL y DEL EMPRENDIMIENTO

El término entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999).

Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

Burnett (2000) expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

También economistas británicos, como Adam Smith, trataron aunque brevemente el tema del “entrepreneurship”¹⁰. Smith hizo referencia al mismo bajo el término inglés “business management”. Sin embargo, cabe aclarar que la dinámica del fenómeno emprendimiento no es acorde a la teoría clásica, porque la misma realiza su análisis partiendo de que la economía optimiza lo

que ya existe. Esta teoría plantea obtener el máximo de los recursos que halla y apunta a instaurar el equilibrio. Bajo este contexto y estos supuestos, la teoría clásica no puede explicar la dinámica del emprendedor y lo incluye dentro de lo que los clásicos llaman “fuerzas externas”. A su vez, Mill, otro autor de origen británico, enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Él expresó que el desarrollo del “entrepreneurship” requiere de habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una palabra en el idioma inglés que tenga el mismo significado que el término “entrepreneur” en francés (Burnett, 2000).

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

Por otra parte, Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al Entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento (Formichella, 2004).

Drucker plantea el caso de McDonald Hamburguer como un ejemplo. Es verdad que en ese emprendimiento no se inventó un nuevo producto, pero sí fue innovador en el aumento del rendimiento (vía la tipificación del producto y el entrenamiento del personal, entre otras cosas) y en la forma de comercialización.

10 Intrapreneurship se refiere a emprendimiento o espíritu emprendedor.

Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad.

En 1986 Drucker escribió acerca de la posibilidad de enseñar emprendimiento. Afirma que la personalidad emprendedora no existe. Las habilidades del emprendedor se pueden aprender ya que más que un rasgo del carácter es una conducta, una actitud; define al emprendedor como la persona capaz de intuir una oportunidad de negocio y poner en práctica acciones arduas, creativas, difíciles y arriesgadas, que terminan en la creación de una empresa o negocio. El emprendimiento puede ser considerado más como una conducta que como un rasgo del carácter y, por tanto, puede ser enseñable.

A su vez, destaca que las personas que necesitan certezas no poseen condiciones apropiadas para ser emprendedoras. Analiza como el entrepreneur observa el cambio como norma saludable, aunque no sepa exactamente qué ocurrirá a raíz de dicho cambio y aclara que, aunque no lo lleve a cabo él mismo, lo busca, responde ante éste y lo explota como una oportunidad. Por otra parte, Drucker analiza que el concepto de entrepreneur no debe estar limitado a la esfera económica porque está en relación con todas las actividades humanas.

Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y concluyó que se basaba más en las oportunidades que en los recursos (Castillo, 1999).

Stevenson realiza un análisis similar al de Drucker, ya que expresa que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. Un emprendedor, además de ser creador de una empresa, busca continuamente la oportunidad y crear nueva riqueza. Él considera imprescindible que el empresario innove para encuadrarlo como emprendedor. Y cabe aclarar que

innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización o una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea, etc.

Además también considera como ejemplo el caso de McDonald. Al igual que Drucker dice que no se inventó un nuevo producto, que éste se encontraba en todo el mundo, pero que sin embargo lo innovador estuvo presente en la gestión. Por otra parte, personas que comienzan con algún negocio típico, a pesar de someterse a la incertidumbre propia de iniciarlo, no son considerados emprendedores por Stevenson porque sólo están imitando a otros y no están innovando (Castillo, 1999).

Stevenson (2000), haciendo hincapié en el emprendimiento como un fenómeno relacionado con el comportamiento, analizó las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos. Básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa.

Según él, la cultura administrativa tiene que ver con un estado más estático y la emprendedora con un estado más dinámico. En la primera el ejecutivo arma su estrategia en función de los recursos que controla, mientras que en la segunda, el emprendedor arma su estrategia según la percepción de la oportunidad. Por ello mientras que el emprendedor acepta riesgos razonables y actúa revolucionariamente en el corto plazo, el ejecutivo trata de minimizar los riesgos y actúa en el tiempo. Por otra parte, puede observarse como el emprendedor desafía la jerarquía y destaca a la coordinación como más importante que la propiedad de los recursos, la dirección se forma mediante redes. En cambio para el ejecutivo la jerarquía es primordial, necesita una clara definición de la responsabilidad y de la autoridad.

Stevenson (2000) afirma que la importancia en el estudio del emprendedorismo ha ido aumentando en el tiempo y rescata ciertas hipótesis que emergen de la observación en 40 países diferentes. Estas hipótesis son las siguientes:

- ✓ El emprendedorismo se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles.
- ✓ El emprendedorismo es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en proyectos de otros miembros de la comunidad. Es decir que existe capital disponible.
- ✓ El emprendedorismo es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de los miembros de la misma son celebrados por los demás miembros.
- ✓ El emprendedorismo es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.

La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currículos de MBAs. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Cuando se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano.

La enseñanza del emprendimiento no está ligado al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas, sino que están ligadas a:

- a) La facultad de crecer y crear empresa, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austriaca).
- b) La orientación al crecimiento (Teoría de Drucker y Stevenson).
- c) El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos. (Modelo TIMMONS).

Las nuevas condiciones de competitividad deben permitirles a los jóvenes tomar decisiones sobre su destino profesional con un mayor abanico de oportunidades.

Stevenson también afirma que el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está predispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios. A su vez, rescata especialmente el rol del emprendedor en la asimilación de cambios, dado que el mundo está modificándose continuamente, y plantea al futuro como un verdadero desafío.

Otro importante autor en el tema es Gifford Pinchot, quién popularizó el término entrepreneur en su libro Intrapreneuring¹¹ en 1985. Según este autor los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan.

Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados.

Pinchot (1999) utilizó el término intrapreneurship para referirse al “espíritu empresarial” y hacer referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas. Este autor expresa que el emprendedor que habita en la empresa posee un importante rol, y que es quien puede hacer realmente que una idea se desarrolle comercialmente, ya que muchas empresas logran crear ideas, pero no llevarlas a cabo. Según él, los intraemprendedores aportan su visión empresarial, su compromiso, su esfuerzo

y su investigación en pos de la compañía, y de esta manera se observa que conforman un pilar fundamental para que la empresa crezca.

11 Intrapreneuring fue editado por Harper & Row en 1985.

TEORIAS DEL EMPRENDIMIENTO

HOWARD STEVENSON	SCHUMPETER	PETER DRUCKER	PINCHOT
<ul style="list-style-type: none"> - La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales. - La mentalidad emprendedora se basaba más en las oportunidades que en los recursos. - La enseñanza del emprendimiento está ligada a: a la facultad de crecer y crear empresa, la orientación al crecimiento y al encaje de los puntos: mercado, personas y recursos. - Los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa. - El emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está predispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - El emprendedor es el agente innovador motor de un proceso de transformaciones continuas en la organización y permite el avance no lineal de la sociedad - Estableció que los conceptos de emprendedor y desarrollo económico se encuentran tan íntimamente ligados que resulta imposible exponer una idea sin simultáneamente expresar la otra. - Delimita el concepto de emprendedor o empresario el gerente de empresa actúa rutinariamente; el emprendedor actúa innovando. - 	<ul style="list-style-type: none"> - Define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador. - Enseñabilidad del emprendimiento la personalidad emprendedora no existe, las habilidades del emprendedor se pueden aprender ya que más que un rasgo del carácter es una conducta. -El entrepreneur busca el cambio responde éste y lo explota como una oportunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento alude al “Espíritu empresarial” y hace referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. -Los intraemprendedores aportan su visión empresarial, su compromiso, su esfuerzo y su investigación en pos de la compañía, conforman un pilar fundamental para el crecimiento de la empresa.

2.1.2 Teorías de Gestión Empresarial

2.2.2.1. Albert Shapero (1984)

Según este autor el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios, es el resultante de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial (nacimiento de un empresario) ocurre en un momento dado, como resultado de un proceso dinámico que provee situaciones que impactan sobre los individuos cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales.

Este autor indica que en el proceso empresarial se dan las siguientes características:

- a) *Toma de Iniciativa*, entendida como la decisión de un grupo para identificar y llevar a cabo la oportunidad de negocio.
- b) *Articulación de Recursos*, entendida como el proceso de determinar las necesidades, conseguirlo y asignar los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios.
- c) *Gestión o administración*, entendida como la capacidad de dar una organización y una dirección (gerencia) a la nueva empresa y llevarla a cabo
- d) *Autonomía*, entendida como la libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización.
- e) *Toma de riesgos*, entendida como la disposición a enfrentar las recompensas o las pérdidas que el proceso produzca.

La creación de una empresa o “evento emprendedor”, será el resultado de dos decisiones fundamentales:

- ✓ Cambiar un patrón de vida previo
- ✓ Iniciar una empresa

Albert Shapero, también indicó que el proceso de formación de empresas, es el resultado de la interacción de factores o situaciones, sociales, psicológicas, culturales y económicas.

Y consideró además, que el cambio de trayectoria vital del individuo, ocurre desde dos percepciones: la deseabilidad y la factibilidad; que se pueden explicar así:

Percepción de Deseabilidad: o de gusto por el evento empresarial, es una expresión de valores culturales y conductas adquiridos a lo largo del proceso formativo, que genera un deseo o negación de actitudes y direcciones en la vida de las personas, y las hace pensar en la posibilidad de —ser empresario o de cambiar su trayectoria vital. (BID, 2004).

Percepción de Factibilidad: surge del análisis de la oportunidad de negocio y del Plan de Negocios. Ésta es mucho más cuantitativa y más racional que la Percepción de Deseabilidad.

Sólo cuando estas dos percepciones se manifiestan fuerte y simultáneamente se dará el evento empresarial buscado, y logrará cambiar la trayectoria vital de la persona, tornándola un Empresario. Hay empleados felices como tal, y no les interesa cambiar su trayectoria vital.

También identifica cinco (5) etapas en el desarrollo del espíritu empresarial:

a) Etapa Motivacional (gusto): Tiene que ver con los sistemas educativos, sociales y culturales, en los cuales está inmersa la persona y que le entregan muchas características empresariales y un impulso favorable para intentar las etapas del proceso.

b) Etapa Situacional (oportunidad): Tiene que ver con el proceso de identificación de la oportunidad, en mantener una actitud permanente de búsqueda y desarrollo de ideas, y convertirlas en una oportunidad de negocio. Es el inicio formal de la aventura empresarial.

c) Etapa Psicológica (decisión): Tiene que ver con la decisión de elaborar un Plan de Negocios. Es el momento de tomar una decisión

sobre la asignación de recursos y tiempo. Se decide entre continuar como empleado o ser independiente.

Es la etapa de tomar la decisión y correr riesgo. Cuando una persona logra pasar esta etapa, ya tiene la convicción clara de su futuro como Empresario.

d) Etapa Analítica (Plan de Negocios): Tiene que ver con el análisis profundo y detallado de la oportunidad de negocio, para convertirla en un Plan de Negocios, con todas sus Estrategias.

Este Plan debe proveer una idea de los recursos necesarios, de los procedimientos a seguir, de los obstáculos a vencer, de los objetivos y metas a alcanzar, de las tácticas y estrategias, y de una evaluación técnica y económica de la factibilidad del negocio. Al final de esta etapa, el Empresario tendrá más confianza para iniciar su empresa con éxito.

e) Etapa Económica (recursos): Tiene que ver con conseguir los recursos para el desarrollo de la empresa: financieros, tecnológicos, humanos, físicos, informáticos o de cualquier otra índole. El Empresario pone en práctica los planes y estrategias elaboradas en el Plan de Negocios.

2.1.2.2. Teoría de Mc Clelland (1961)

David McClelland, psicólogo del comportamiento de origen norteamericano, estableció en 1961 la Teoría de las 3 Necesidades; edificada sobre la base del trabajo de Henrio Murray estableciendo así la importancia motivacional en el desarrollo empresarial y su consecuente desarrollo económico y social de las naciones.

David McClelland, después de un proceso largo de investigación, formuló, en 1960, en su libro *The Achieving Society*, los resultados de sus investigaciones sobre las motivaciones humanas y las relaciones de éstas con crecimiento económico. Sus ideas han sido utilizadas ampliamente a lo largo del mundo desde 1960 y muy específicamente en el área de desarrollo del espíritu empresarial. Un buen número de instituciones en el mundo trabajan con el concepto de McClelland bajo la sigla EDP (Entrepreneurship Development Programs).

En la línea de los trabajos de Vroom, McClelland intenta explicar qué es exactamente lo que motiva a los trabajadores. Según su teoría la motivación de un individuo se debe básicamente a la búsqueda de satisfacción de las 3 necesidades humanas dominantes: logro, poder y afiliación. En la medida que predomine una necesidad sobre otra, encontramos tres tipos de trabajadores:

a) Necesidad de Logro: Impulso de sobresalir, de luchar por tener éxito. El trabajo entendido como desafío y las dificultades, como reto.

Algunas características de la gente alta de N-Ach son:

- ✓ La persona desea tener éxito y necesita recibir retroalimentación positiva a menudo.
- ✓ La persona intenta presionar a sí mismos para evitar ambas situaciones: a las poco arriesgadas y a las de riesgo elevado. Esta persona evita situaciones poco arriesgadas porque cree que el éxito fácilmente alcanzado no es un logro genuino. Y por otro lado, los proyectos de riesgo elevado, son resultado de una de las alternativas posibles en lugar de un resultado de su propio esfuerzo.
- ✓ Tienen gustos de trabajar solos o con otros cumplidores de alto desempeño.
- ✓ McClelland cree que estas personas son los mejores líderes, aunque pueden tender a exigir demasiado de su personal en la creencia que todos son también guiados por altos desempeños.

b) Necesidad de Poder: Dotes de mando y liderazgo, búsqueda de organización, efectividad y obediencia.

Las personas que se guían por esta necesidad disfrutan con la responsabilidad, los altos cargos, tratan de influir en los demás y se preocupan más por lograr dicha influencia que por su propio rendimiento. El poder que buscan puede ser personal (dirigir e influir sobre los trabajadores) o institucional (organizar esfuerzos para alcanzar las metas de la empresa).

Esta gente se agrupa en dos tipos: Poder personal y poder institucional.

- ✓ La gente con una alta necesidad de poder personal desea dirigir e influenciar a otras personas.
- ✓ Una alta necesidad de poder institucional significa que a esta gente le gusta organizar los esfuerzos de otros para alcanzar las metas de la organización
- ✓ La gente de alto poder goza de la competencia y de las situaciones orientadas al estatus.
- ✓ Mientras que estas personas atraen a esta gente a los papeles de dirección, ellas pueden no poseer la flexibilidad requerida y las habilidades orientadas a la gente, necesarias.
- ✓ Los encargados con una alta necesidad de poder institucional tienden a ser eficaces que aquellos con una alta necesidad de poder personal.

c) Necesidad de Afiliación: se entiende como el deseo de establecer relaciones interpersonales.

Estos trabajadores valoran más la cooperación que la competencia, son colaborativos y acatan las normas. Su meta es la integración y la valoración positiva por parte de sus compañeros.

Algunas características de la gente alta de N-Affil:

- ✓ Desea gustar y ser aceptado por los demás, y da importancia a la interacción personal.
- ✓ Tiende a conformarse con las normas de su grupo de trabajo.
- ✓ Se esfuerza por hacer y preservar relaciones con una lata cantidad de confianza y comprensión mutua.
- ✓ Prefiere la cooperación sobre la competición.
- ✓ Obviamente, se desempeña bien en situaciones de interacción con clientes y en servicio al cliente.

McClelland creyó que una necesidad fuerte de afiliación disminuye la capacidad de los gerentes para ser objetivos y para la toma de decisiones.

Generalmente, las tres necesidades están presentes en cada individuo las cuales son formadas y adquiridas con el tiempo, la vivencia cultural del individuo y su experiencia de vida. Se puede utilizar el entrenamiento para modificar un perfil de necesidad. McClelland no especifico ninguna etapa de transición entre las necesidades en el trabajo, depende de la posición que cada individuo ocupa. La necesidad de logro y la necesidad de poder son típicas en las gerencias medias y de la plana mayor.

Con esta teoría, McClellan propone un interesante punto de reflexión: descubrir cuáles son los motivos que nos mueven a actuar en el ámbito laboral puede llegar a resultarnos muy útil a la hora de establecer prioridades, metas y objetivos dentro de la empresa.

McClelland, según sus enunciados transcritos, no se queda en la teoría de la motivación humana, sino que hace un avance al relacionarlas claramente con el proceso empresarial y con el desarrollo de los países

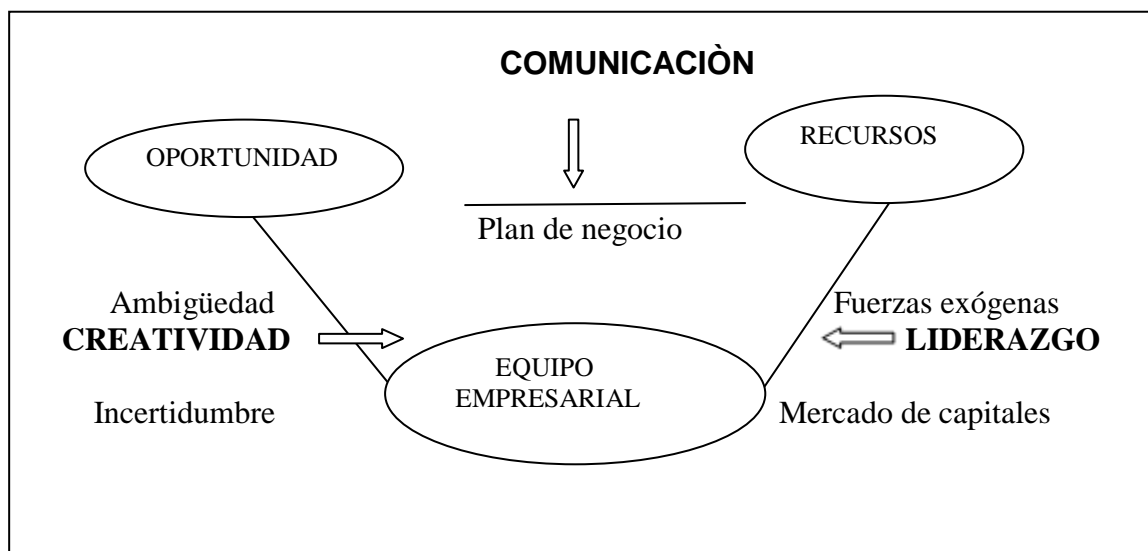
2.1.2.3. Teoría de Timmons (1999)

Desde finales de la década del 70, Jeffrey Timmos, en sus actividades académicas en Babson College y en Harvard, ha venido produciendo una serie de ideas y conceptos sobre los diversos aspectos del proceso de creación de nuevas empresas. Estas ideas están muy bien recopiladas en su texto, que es un clásico en el área. Algunos de sus conceptos sobre el proceso empresarial son:

- ✓ El espíritu empresarial Según TIMMONS “Es una forma de pensar, razonar y actuar, enmarcada en la obsesión por la oportunidad, con un enfoque integral y holístico, con un liderazgo muy bien balanceado. Es un evento creativo, casi artístico e improvisado, dinámico, fluido, sujeto a cambios.
- ✓ El espíritu empresarial ocurre y deja de ocurrir tanto en las empresas nuevas como en las viejas; en las pequeñas y en las grandes; en las de crecimiento rápido y en las de crecimiento lento; en las privadas, en las sin ánimo de lucro y en las públicas, en todos los lugares geográficos, en todas las etapas de desarrollo de una nación e independiente-mente de las ideas políticas.

- ✓ Para que la creatividad y la innovación prosperen, el proceso debe tener rigor y disciplina.
- ✓ Este proceso empresarial requiere un alto sentido de urgencia, acción, paciencia, perseverancia y anticiparse a las nuevas tecnologías y mercados.
- ✓ Los líderes empresariales inyectan imaginación, motivación, compromiso, pasión, tenacidad, integridad, trabajo de equipo y visión. Enfrentan dilemas y tienen que tomar decisiones independientemente de que existan contradicciones y ambigüedades. El ser empresario es una posición para construir y permanentemente renovar la generación de riqueza en el largo plazo.
- ✓ El proceso empresarial de Timmons, implica un compromiso hacia el crecimiento y formación de valor de la empresa en el largo plazo, acompañada de un flujo de caja duradero.
- ✓ El líder empresarial tiene que manipular todos los elementos en un entorno que es dinámico y cambiante. El plan de negocio provee el mecanismo de comunicación que permite operar en ese entorno dinámico las tres fuerzas: oportunidad, recursos y equipo.

Elementos del Modelo de Timmons (Fuerzas)



El proceso se inicia con la identificación de la oportunidad que es el corazón del proceso. Una buena idea es muy diferente de una buena oportunidad. La primera gran habilidad del empresario es ser capaz de identificar rápidamente si la idea tiene potencia de éxito empresarial y decidir cuánto tiempo y esfuerzo invertirlo.

EL plan de negocio está relacionado con todo el proceso, el líder empresarial debe manejar todos los elementos del entorno, a través del plan de negocio que es la herramienta central de comunicación de todo el sistema y el que provee la comunicación entre las tres (3) fuerzas: Oportunidad, Recursos y Equipo.

a) La Oportunidad Empresarial: Este es el elemento más importante, representa la habilidad del empresario en ser capaz de identificar si la idea tiene o no capacidad de éxito empresarial y luego decidir cuánto tiempo y esfuerzo invertirlo lleva.

b) Los Recursos: Los empresarios diseñan y aplican estrategias creativas para acumular y ganar control sobre los recursos. Estos si bien son necesarios no son lo principal para alcanzar el éxito empresarial. Entre los recursos más importantes destacan: los de tipo financiero, capital humano, activos y el plan de negocio, este último, permite la comunicación y establece el balance entre las tres fuerzas del modelo de Timmons.

En esta etapa es necesario responder a preguntas como: ¿Se cuenta con los recursos necesarios para llevar la idea adelante?, ¿Se cuenta con los conocimientos para administrar este tipo de negocio?, ¿Se tiene la red de contactos necesaria? .El dinero es necesario pero no lo primero para alcanzar el éxito. “Toda unidad monetaria cuenta, no sólo para el empresario, sino para todos. El principio "cuide y conserve su capital", es básico para maximizar el valor de la empresa.” (Varela, 2008).

c) El Equipo Empresarial

Es la fortaleza de la empresa. Los individuos de este equipo deben poseer habilidades sociales, competencias, que les permita interactuar efectivamente con otros, entre las más destacadas se encuentran: percepción social,

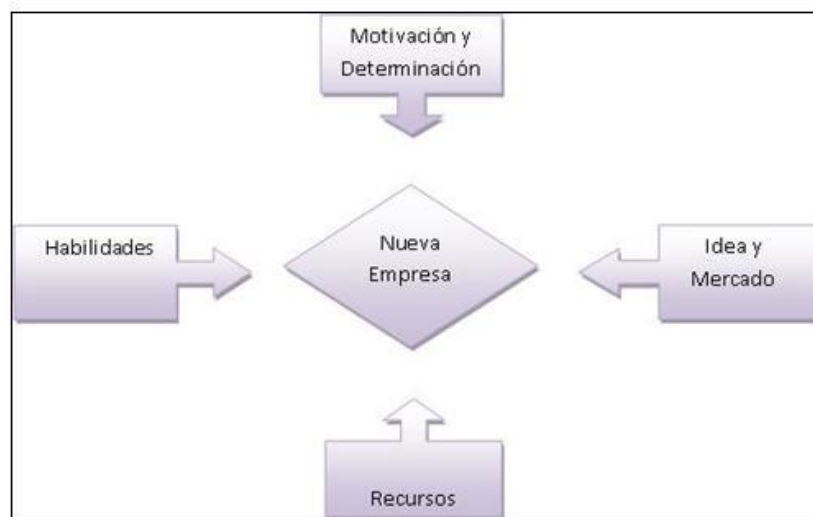
persuasión, ética, negociación, influencia y adaptabilidad social. El uso adecuado de esta gama de habilidades, caracterizan al emprendedor. El mayor reto de cualquier líder empresarial está en construir grandes equipos empresariales. (Arieu, 2003).

Este modelo de Timmons es integral y holístico, o sea que no se descompone por etapas; es un todo que interactúa permanentemente, que se desbalancea, que presenta nuevos espacios de acción (vacíos) y nuevas formas de llenarlos, y el líder empresarial tienen que está actuando y dirigiendo todas estas fuerzas.

2.1.2.4. Teoría de Alan Gibbs (1988)

El empresario, Ingeniero y Economista neozelandés en la Universidad de Durham (Gran Bretaña), ha generado una corriente de pensamiento que tiene gran acogida en los países en vías de desarrollo; relaciona muy bien el evento empresarial con los temas de desarrollo de cultura y, sobre todo, con el tema de educación empresarial. Creó un modelo de 4 factores que se complementan para obtener como resultado el proceso empresarial para la constitución y desarrollo de una nueva empresa. Gibbs define este proceso como las etapas donde ocurre la interacción de éstas 4 variables para permitir que el empresario logre constituir su empresa. La misma que es el producto o resultado de la interacción entre el Empresario y las circunstancias que lo rodean.

La siguiente figura muestra los componentes básicos en el desarrollo de una nueva empresa, según Gibbs.



- a) ***El componente motivación y determinación*** refleja todo el conjunto de factores culturales que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. Los factores educativos, el papel de la familia, las actitudes de la sociedad, las políticas de gobierno son todos elementos que conforman este aspecto. Aquí coinciden mucho Gibbs con Shapero y McClelland.
- b) ***El componente idea y mercado*** refleja la factibilidad real de la oportunidad de negocio. Este concepto es muy concordante con las variables de Shapero, con la noción de oportunidad de Timmons, y con las evaluaciones de Ronstadt.
- c) ***El componente recurso***, igual que en todos los modelos, es la variable económica del proceso, y representa la identificación y consecución de todo los recursos que la empresa requiera (monetarios, tecnológicos, físicos, humanos, informáticos, etc.).
- d) ***El componente habilidades*** expresa todos los conocimientos, experiencias y competencias que el empresario requiere para poder liderar exitosamente su negocio.

2.1.2.5. El Proceso Empresarial

Para formular la propuesta de gestión empresarial, como hemos visto teóricamente, se han tomado en cuenta los planteamientos de: Shapero, McClelland, Timmons, Gibb resumidos en el cuadro N 02

Etapas del Proceso Empresarial

Hablar de las etapas involucradas, en el proceso de formación de una empresa, implica integrar las transformaciones que ocurren en el empresario, en la oportunidad y en el entorno, para poder llegar a integrar todos los componentes y actores en una empresa real.

El desarrollo de la carrera empresarial en términos de los cambios que debe sufrir la persona para volverse empresario; el desarrollo de la oportunidad de negocio que implica pasar de una idea a un plan de negocio plenamente

evaluado; y el desarrollo del proceso de montaje, puesta en marcha y crecimiento del negocio, son las tres grandes acciones que se deben coordinar en este proceso.

Uno de los esquemas más detallados para entender el proceso empresarial y sus etapas, es el propuesto por Gibb en su artículo “Stimulating New Business Development”, en el cual establece etapas básicas, fija objetivos para cada etapa, desglosa las actividades fundamentales de cada una y establece las necesidades de desarrollo y aprendizaje para cada una de ellas.

Con el propósito de poder adecuar mejor a la realidad latinoamericana el modelo de Gibb, se han hecho una serie de ajustes a las etapas, los objetivos y las principales actividades a realizar para lograr establecer una empresa. En este sentido las etapas son:

- Motivación
- Generación de Ideas de Negocio
- Conformación de Oportunidad de Negocio
- Elaboración del Plan de Negocio
- Consecución de Recursos
- Dar Nacimiento del Negocio
- Lograr supervivencia del negocio
- Lograr crecimiento del negocio

Teorías del Proceso y Desarrollo empresarial

Cuadro Nº 02

SHAPERO(1984)	MCCLLENLLAND(1961)	TIMMOS(1999)	GIBBS(1988)
<p>Características del proceso empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toma de iniciativa - Articulación de recursos - Gestión o administración - Autonomía - Toma de riesgos <p>El proceso de formación de empresas, es el resultado de la interacción de factores o situaciones, sociales, psicológicas, culturales y económicas.</p> <p>El cambio de trayectoria ocurre por: Deseabilidad Factibilidad.</p> <p>Etapas en el desarrollo del espíritu empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etapa Motivacional (gusto): - Etapa Situacional (oportunidad) - Etapa Psicológica (decisión) - Etapa Analítica (Plan de Negocios) - Etapa Económica(recursos) 	<p>Según su teoría la motivación de un individuo se debe básicamente a la búsqueda de satisfacción de las 3 necesidades humanas dominantes: logro, poder y afiliación</p> <p>Motivación al Logro se caracterizan porque presentan en sus formas de pensar una secuencia lógica para lograr que las cosas se hagan: definición del problema, deseo de resolverlo, identificación de medios para resolverlo, comprensión de las dificultades para solucionarlo, visualización de las personas que puedan ayudar, y anticipación de lo que ocurrirá si se es exitoso o se falla.</p> <p>Les gustan situaciones en las cuales pueden asumir totalmente la responsabilidad de encontrar soluciones a los problemas.</p> <p>Les gusta establecerse metas y logros moderados y toman riesgos calculados.</p> <p>Les gusta recibir información que evalúe su desempeño y esta es estímulo al mejoramiento</p>	<p>El proceso se inicia con la detección de la oportunidad.</p> <p>La definición del proceso empresarial implica un compromiso hacia el crecimiento y hacia la conformación de valor en el largo plazo, claro está, acompañada por un flujo de caja duradero. las tres fuerzas :del proceso son :</p> <p>La oportunidad es el corazón del proceso. La primera gran habilidad del empresario es ser capaz de identificar rápidamente si la idea tiene potencial de éxito empresarial y decidir qué tanto tiempo y esfuerzo invertirlo.</p> <p>Los recursos, si bien son necesarios no es lo primero que hay que tener para lograr el éxito empresarial, pensar en dinero en primer lugar es un gran error.</p> <p>El equipo empresarial es pieza fundamental del valor potencial de la empresa el mayor reto de cualquier líder empresarial está en construir grandes equipos empresariales</p>	<p>Los cuatro principales componentes del proceso empresarial son:</p> <p>Motivación y determinación, que refleja el conjunto de factores que apoyan o dificultan el inicio del proceso</p> <p>Idea y mercado que refleja la factibilidad real de la oportunidad de negocio</p> <p>Recurso es la variable económica del proceso, y representa la identificación y consecución de todos los recursos que la empresa requiera.</p> <p>Habilidades expresa todos los conocimientos, experiencias y competencias que el empresario requiere para poder liderar exitosamente su negocio.</p>

2.2 BASE CONCEPTUAL

2.2.1. Dimensiones de la Capacidad Emprendedora: Partiendo de investigaciones anteriores, (González, 2003) y Tinoco (2008) que establecieron tres dimensiones para la medición de la habilidad emprendedora en alumnos universitarios, se consideró necesario ampliar las dimensiones a cuatro:

1.- Capacidad de realización. Está referida al impulso de vencer desafíos, avanzar y crecer, al esfuerzo por alcanzar el triunfo, metas y ser útiles a otros. Comprende:

- a. La búsqueda de oportunidades
- b. La persistencia
- c. La demanda por calidad y eficiencia.
- d. Compromiso con el trabajo
- e. La toma de riesgos.

2) Capacidad de planificación. Referida a pensar antes de actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse de manera que se aproveche las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno.

Comprende:

- a. El establecimiento de metas.
- b. La búsqueda de información, y
- c. La planificación sistemática y el control.

3) Capacidad de relacionarse socialmente. Referida a la aptitud de generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocio. La persona capaz de establecer vínculos con personas e instituciones que aporten a su progreso. Se manifiesta a través de técnicas de comunicación efectiva.

Comprende:

- a. La persuasión y elaboración de redes de apoyo.
- b. La autoconfianza.

4) Capacidad de creatividad. Referida a habilidad generar ideas, desarrollarlas, enriquecerlas, someterlas a crítica y a juicio con criterios de pragmatismo y viabilidad, implantarlas para construir con ellas soluciones a problemas planteados u oportunidades de innovación en cualquier campo profesional.

Para sugerir soluciones y respuestas diferentes a los demás, planteamientos creativos para obtener el éxito empresarial

Dimensión: Capacidad de relacionarse socialmente

- ✓ Identificas tus talentos y los usas para alcanzar tus propósitos
- ✓ Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos
- ✓ Trabajas cooperativamente en equipo
- ✓ Actúas por iniciativa propia usando tus recursos
- ✓ Construyes redes de apoyo
- ✓ Comprendes y satisfaces las necesidades de tu interlocutor
- ✓ Defines metas o propósitos concretos en tu desempeño
- ✓ Influyes en los demás
- ✓ Das soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas
- ✓ Mantienes vitalidad para desarrollar tus actividades
- ✓ Evalúas y corriges las acciones
- ✓ Cumples con los compromisos adquiridos.

Dimensión: Capacidad de realización personal

- ✓ Administras racionalmente los recursos
- ✓ Al enfrentarte a un problema consideras que es algo normal en la vida del ser humano.
- ✓ Atribuyes a ti mismo las causas y consecuencias de tus acciones
- ✓ Investigas, exploras, curiosas, preguntas
- ✓ De la solución a problemas pueden surgir nuevos caminos en tu vida.

Dimensión: Creatividad

- ✓ Crees que es posible dar usos nuevos a lo ya existente
- ✓ Te interesa saber cómo funcionan las cosas.
- ✓ Prestas atención a lo que otros denominan “ideas locas”
- ✓ Buscas que tus respuestas sean diferentes a la de los demás.

Dimensión: Capacidad de Planificación

- ✓ Visualizas anticipadamente el resultado de tus acciones
- ✓ Identificas, calculas y controlas los riesgos al emprender las acciones
- ✓ Aplicas controles de calidad (haces bien las cosas)
- ✓ Buscas perfeccionarte y superarte como persona
- ✓ Buscas y tomas oportunidades para resolver tus demandas o exigencias.

2.2.2. Espíritu Empresarial

Para que este modelo funcione se necesita que las personas, los líderes empresariales, dispongan de unas competencias básicas en lo personal, o sea un conjunto de valores, creencia, actitudes, modos de reacción y de acción, que se denominan: el *Espíritu Empresarial* (Entrepreneurship en idioma inglés).

Esta cultura, que es la base de la Cultura Empresarial se manifiesta básicamente en los siguientes elementos:

a) Fuerza vital. Entendida como energía, fuerza, coraje, dedicación, emoción para sacar adelante sus ideas.

b) Deseo de superación y progreso. Entendido como el principio de mejoramiento continuo, que los lleva a buscar siempre un estadio superior en sus actividades.

c) Capacidad de identificar oportunidades. Entendido como la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural, comercial, tecnológico, etc. para poder encontrar nuevas oportunidades.

d) Visión de futuro. Entendido como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.

e) *Habilidad creadora e innovadora.* Entendida como la habilidad de encontrar múltiples formas de solución a los problemas.

f) *Aceptación y propensión al cambio.* Entendida como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno coloca.

g) *Iniciativa.* Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes que otros lo hagan.

h) *Libertad / Autonomía / Autogobierno.* Entendidos como la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables. Es el no estar pensando en culpables o en benefactores.

i) *Capacidad de toma de decisiones bajo incertidumbre.* Entendida como la habilidad de aceptar que en la vida casi nunca se tienen a mano todos los datos, y que especialmente el cambio exige decisiones bajo incertidumbre.

j) *Convicción de confianza en sus facultades.* Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.

k) *Actitud mental positiva hacia el éxito.* Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.

l) *Compromiso / Constancia / Perseverancia.* Entendida como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos.

l) *Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos.* Entendida como el valor y el arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios riesgosos.

m) Capacidad de realización. Entendida como el pragmatismo necesario para llevar a cabo los proyectos.

n) Capacidad de administrar recursos. Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos de que se disponga.

ñ) Practicabilidad y Productividad. Entendida como hacer bien lo que se debe hacer.

o) Capacidad de control. Entendida como la capacidad de supervisión y de control de los recursos y las situaciones.

p) Inconformismo positivo. Entendido como el aceptar que lo existente es bueno, pero que es sujeto de mejora, o sea, que hay camino de progreso y mejoramiento.

q) Soluciones y no problemas. Entendida como la capacidad de pasar de la problemática a la solucionática, del diseño al hecho, de la teoría a la práctica.

r) Responsabilidad / Solidaridad / Ética Entendida como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza, que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente al egoísmo que a veces nos cobija.

s) Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Entendida como la capacidad de percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.

t) Liderazgo. Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.

2.2.3. Cultura Empresarial

Es claro que si un país o una región logra incrementar significativamente el número de empresas y logra no sólo que muchas de ellas se mantengan sino que bastante de ellas crezcan, y este proceso es continuado, el número de

oportunidades de empleo y de bienestar para esa comunidad crecerá.: ¿Qué se requiere para que aparezcan nuevas empresas? Dos cosas son fundamentales:

- **Primera:** La aparición de nuevos empresarios o sea personas que sepan cuándo, cómo, dónde, y con qué empezar nuevas empresas con potencial de crecimiento; personas capaces de llevar una carrera empresarial y de equilibrar sus objetivos personales con los objetivos de la sociedad, personas creativas e innovadoras, capaces de enfrentar las variaciones del ambiente económico y social.

Los empresarios son seres humanos y por lo tanto el proceso de producción de empresarios exige, una serie de procesos formativos, educativos y de capacitación que les mejoren sus competencias personales (CP) y sus competencias de conocimiento (CC).

- **Segunda:** El desarrollo de unas circunstancias favorables al proceso. Haciendo símil con el proceso agrícola no es sólo tener buena semilla sino que se necesita terreno abonado.

Por ello es fundamental que exista una serie de entidades de apoyo que faciliten al empresario su labor, por ejemplo: mecanismos de Incubación, parques tecnológicos, zonas francas, programas de asesoría pre y pos creación, grupos profesionales especializados, líneas de financiación, fondos de garantías, capitales de riesgo, capitales semillas, grupos de inversionistas y de ángeles, trámites sencillos, incentivos fiscales, políticas laborales, asesores especializados, mentores, tutores, opciones de pasantía, concursos, estímulos, etc.

Estas circunstancias se deben dar en un entorno adecuado que tanto el sector público como el privado deben desarrollar.

2.2.4. El Líder Empresarial y su definición

Existen muchísimas definiciones del líder empresarial y de su forma de actuar. Estas definiciones, son vitales para la definición de las competencias que se deben desarrollar en el proceso formativo del líder empresarial que las asocia a

la función empresarial en sí, Hay varios hechos comunes identificables en estas definiciones que han sido tomadas de los aportes teóricos (Shapero, McClelland, Timmos, Gibb) y que es conveniente resaltar:

- Identificación de la oportunidad.
- Disposición al cambio.
- Creatividad e Innovación en la puesta en marcha de la oportunidad
- Consecución y asignación de recursos tangibles e intangibles.
- Participación en el diseño, en el montaje y en la operación.
- Conformación y liderazgo de grupo empresarial
- Diseño e implementación de estrategias
- Conducta basada en Espíritu Empresarial
- Invierte dinero, tiempo, conocimiento, energía y prestigio.
- Arriesga recursos financieros, tiempo y prestigio personal.
- Busca recompensas expresadas en términos de beneficios monetarios y satisfacciones personales.
- Crea riqueza y genera empleo.
- Actúa con libertad e independencia.

2.2.5. Componentes de todo Negocio

Karl Vespers, en su libro “New Venture Strategies” (1990), identifica cinco ingredientes básicos para brindar posibilidad de éxito a un negocio. Estos ingredientes siempre tienen que estar presentes en todo negocio. Haciendo el símil con la culinaria, son las materias primas del plato a preparar. No hay necesidad absoluta aquí de seguir un orden o de determinar cuáles ingredientes son los más importantes; todo se necesita, pero el empresario tiene que saber cómo los mezcla, para lograr constituir la empresa que él desea. Esta mezcla, en cantidades y en orden, depende del entorno y de las circunstancias en que la empresa se va a desenvolver y del nivel de desarrollo del empresario. Ellos son:

a) Conocimiento Técnico

El empresario debe disponer, por sí mismo o por sus asociados o empleados, de los conocimientos y habilidades que el negocio como tal exige. Debemos tener claro que todo negocio implica una tecnología especial, y que ella debe estar disponible ojala al mejor nivel, pues no sólo va a brindar una ventaja competitiva sino que le va a permitir al empresario adecuarse mejor a todos los cambios que el entorno de desarrollo del negocio le exija. Si el empresario no lo tiene, es necesario que inicie un proceso de aprendizaje, ojala en negocios de similar tecnología. Muchas veces una formación educativa, o un empleo previo, o experiencias empresariales previas son la base para la conformación de este conocimiento técnico. Las pasantías son vitales para este proceso.

b) Oportunidad

Identificar y evaluar una oportunidad de negocio, o sea, la producción de un bien o la prestación de un servicio específico para un mercado específico en una forma y momento dado de tiempo, es una de las labores más difíciles, y es aquí donde el empresario claramente se distingue del resto de las personas. Como Stevenson lo ha propuesto, el empresario es una persona que vive enfocada en las oportunidades.

Hay diferencias significativas entre ideas de negocio y oportunidades de negocio y el paso de la primera de ellas a la segunda, exige un proceso de análisis y desarrollo muy cuidadoso.

Pero indudablemente, la existencia de una oportunidad de negocio clara y viable, es requisito necesario para pretender tener alguna posibilidad de éxito en el desarrollo de una nueva empresa.

En muchas ocasiones, sucede que un negocio empieza con una oportunidad dada, pero en su desarrollo se identifica otra oportunidad y es esta segunda la que trae el éxito. Esto es parte del “Principio del Corredor Empresarial” desarrollado por Ronstadt, el cual plantea que cuando el empresario inicia su vida empresarial, va encontrando nuevas puertas y nuevos caminos para reorientar, diversificar o complementar sus oportunidades empresariales.

La oportunidad, haciendo valer el pleonismo, tiene que ser oportuna, coincidente con los gustos, deseos, necesidades, expectativas y capacidades del mercado.

Oportunidad, es estar en el lugar, en la hora y con la actitud necesaria, para poder aprovechar en buena forma la oportunidad de negocio que el mercado brinda.

c) Contactos personales

Existen suficientes evidencias de que el éxito de cualquier negocio o empresa está asociado con las relaciones que el grupo empresarial tenga, pues ellas facilitan sustancialmente todas las etapas del proceso, incluyendo la consecución de recursos físicos, de clientes, de tecnología y aún de ideas. Por eso varios autores han indicado que en el proceso empresarial lo más importante es el “Know Who” y que el empresario debe dedicar esfuerzos muy significativos en el desarrollo de contactos que le puedan ser útiles en todos sus procesos empresariales.

Tanto Timmons, que le da un papel muy significativo al líder y al grupo empresarial, como Ronstadt, al hablar de los temas: área de empresario y momento de carrera empresarial, plantean lo importante que es para el desarrollo del negocio el conjunto de relaciones que el grupo empresarial tenga.

d) Recursos

Todo negocio requiere de una infraestructura para poder operar. Esta incluye recursos físicos (tierra, edificios, equipos, maquinarias, mobiliario, marcas, patentes, recursos naturales, etc.), recursos financieros (capital de inversión para activos fijos, para capital de trabajo, para gastos pre operativos y de arranque, etc.), recursos humanos (grupo gerencial, empleados, obreros, etc.), recursos productivos (materias primas, electricidad, vapor, agua, etc.), recursos informáticos (mercados, tecnologías, leyes, etc.); recursos tecnológicos (Know how, bases de datos, saberes, etc.); recursos intelectuales (ideas, inauguración, creatividad, etc.), recursos sociales (Know how, contactos, redes) y es función del empresario, el determinar las necesidades específicas de ellos en todas las etapas de desarrollo del negocio y desarrollar los

esquemas operativos que permitan disponer de esos recursos en la cantidad, calidad, momento y costo adecuados a las realidades y potencialidades del proyecto.

Con mucha frecuencia se intenta explicar la poca empresarialidad de una persona o un grupo de personas por la carencia de recursos financieros y se olvidan dos aspectos: primero, que existen otros recursos, algunos de los cuales no se resuelven favorablemente con dinero, y segundo, que una de las características básicas del empresario es su capacidad de identificar fuentes de recursos y de integrarlos al proyecto.

La consecución de los recursos no es fácil, y aquí el componente de contactos personales juega un papel básico en facilitar la adquisición de ellos.

Una de las grandes habilidades del empresario, es el ser capaz de identificar fuentes de recursos y lograr que esos recursos estén disponibles para el proyecto.

e) Clientes con Pedidos

Un negocio sólo tiene alguna posibilidad de éxito cuando efectivamente los clientes potenciales se convierten en reales y colocan pedidos que retiran y pagan, y vuelven a repetir el ciclo.

Es aquí donde se manifiesta en detalle la diferencia entre el inventor, que tiene ideas brillantes de nuevos productos, y el empresario; pues es muy probable que esos nuevos productos del inventor no tengan clientes dispuestos a comprarlos y por eso muy pocas de las invenciones llegan a constituir negocios establecidos.

Sobraría advertir que negocio que no vende es negocio muerto, pero es tal la importancia de este concepto y la frecuencia con que se olvida, que hay que tratar de colocarlo en las primeras posiciones mentales del empresario.

Recordemos que se produce para vender. Si no hay clientes con pedido y que repitan su acción de compra, no tiene mucho sentido producir, y finalmente, no tiene razón de ser la empresa.

Estos cinco ingredientes, que están imbricados con características del empresario, del grupo empresarial y del entorno, tienen que combinarse en proporciones correctas para las necesidades específicas de cada negocio, pues de no ser así se corre un riesgo grande de fracaso empresarial.

Capacidad: Son potencialidades generales e internas. No implican metacognición ni tampoco idoneidad. Capacidad es el conjunto de recursos y aptitudes que tiene un individuo para desempeñar una determinada tarea. En este sentido, esta noción se vincula con la de educación, siendo esta última un proceso de incorporación de nuevas herramientas para desenvolverse en el mundo.

Las capacidades son la base para el desarrollo de competencias.

El eje de la formación profesional es el desarrollo de capacidades profesionales que, a su vez, constituyen la base que permitirá el desarrollo de aquellos desempeños competentes en los diversos ámbitos de trabajo y de formación (competencias).

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA TEÓRICA

3.1. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

El emprendimiento constituye un campo en construcción que genera posibilidades para potenciar el desarrollo empresarial de un territorio. En el ámbito educativo de los países desarrollados, la formación de emprendedores se ha convertido en un asunto de política pública y se reconoce que la formación universitaria debe fomentar la cultura empresarial hacia la consolidación de la profesión empresarial como principal catalizador de un tejido industrial territorial.

En el Perú y en particular en Tumbes se desarrolla el emprendimiento por necesidad y no como parte de una cultura que se debería desarrollar en todos los niveles educativos y en particular en la Universidad.

Frecuentemente la universidad fomenta el emprendimiento a través de la enseñanza de crear empresa y administrar negocios, no educan en emprendimiento, por lo que no incluyen en sus programas el desarrollo de habilidades, atributos y competencias de un emprendedor exitoso como es el caso de Escuela Profesional de Contabilidad de la UNT.

Los resultados siguientes de las encuestas aplicadas a los estudiantes del VIII ciclo de la Escuela profesional de Contabilidad confirman la necesidad de implementar estrategias de gestión empresarial para desarrollar capacidades emprendedoras para contribuir al desarrollo empresarial y económico personal y social.

Anexo 01

Encuesta aplicada a los estudiantes del VIII ciclo de la Escuela profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes.

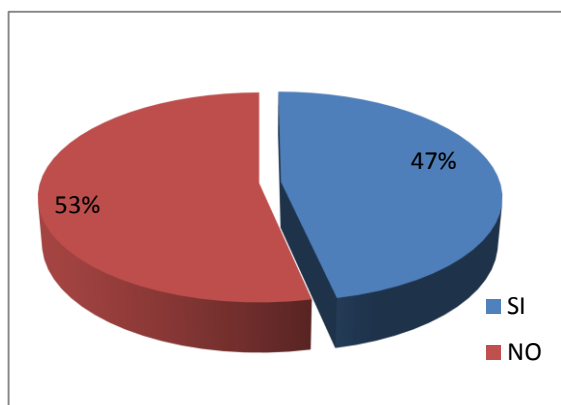
CUADRO N° 01

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%
1. ¿Conoces el Plan Curricular de tu escuela profesional?	14	47	16	53	30	100
2. ¿Sabes qué es capacidad emprendedora?	12	40	18	60	30	100
3. ¿Posees formación previa emprendimiento?	12	40	18	60	30	100
4. ¿El tema de emprendimiento es importante para ti?	29	97	1	3	30	100
5. ¿Crees que en la universidad se estimula el emprendimiento?	10	33	20	67	30	100
6. ¿Tu familia obtiene ingresos por algún Emprendimiento?	15	50	15	50	30	100

Fuente: Encuesta realizada a los alumnos del VIII ciclo de la escuela de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes. Set. 2014.

1 ¿Conoces el Plan Curricular de tu escuela profesional

Gráfico N° 01

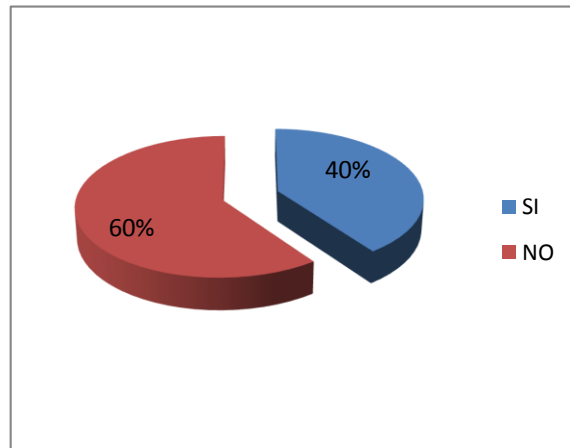


Fuente: Cuadro N° 01

Interpretación: En la tabla N°01 se aprecia los siguientes resultados , sólo un 47% de los estudiantes encuestados conoce el plan curricular de su escuela profesional y un 53% afirma no conocerlo ,esto es un aspecto negativo que incide directamente en la calidad proceso formativo profesional al no permitir el control , regulación y mejora del proceso de aprendizaje por parte de los estudiantes y en consecuencia de ello no lograr los objetivos educativos propuestos al no conocer lo que se espera al final de cada ciclo y de la carrera profesional.

2.- ¿Sabes que es capacidad emprendedora?

Gráfico N° 02

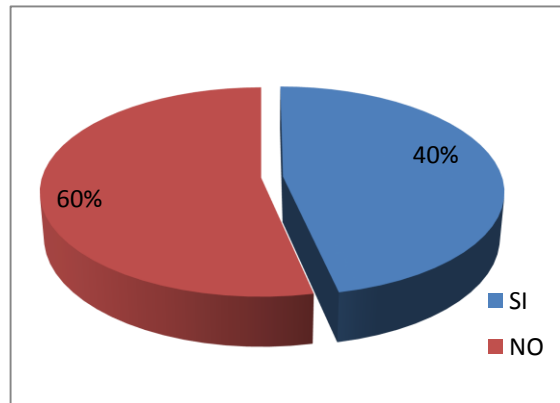


Fuente: Cuadro N° 01

Interpretación: Según los datos de la tabla N° 01 del total de estudiantes encuestados de la Escuela profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes sólo el 40% saben que es capacidad emprendedora y el 60% no lo saben, este resultado confirmó en primera instancia que la Escuela Profesional no está desarrollando el tema de emprendimiento, ni mucho menos desarrollando capacidades emprendedoras por lo tanto existe una necesidad educativa relacionada al tema.

3. ¿Posees formación previa en emprendimiento?

Gráfico N° 03

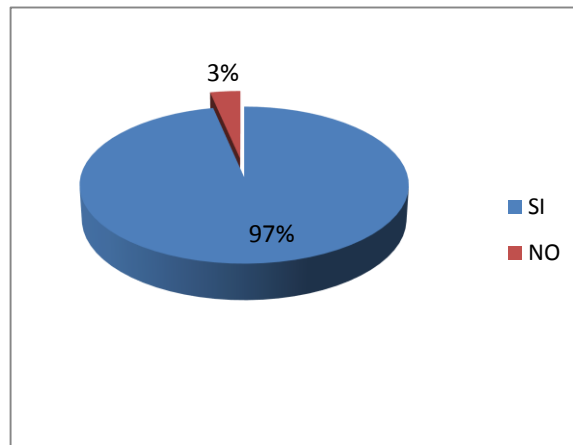


Fuente: Cuadro N° 01

Interpretación: Según datos de la tabla N° 01 del total de estudiantes encuestados una minoría (40%) posee formación previa en emprendimiento y el 60% no la posee, esto significa que hay una demanda alta: un 60% de estudiantes que necesita recibir formación en emprendimiento y que al existir dicha demanda en los estudiantes del VIII ciclo la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes, se infiere que no se está desarrollando capacidades Emprendedoras dentro de la institución; por lo tanto se justifica el trabajo de Implementar el Plan Curricular de la escuela profesional con dichas capacidades para satisfacer una demanda existente.

4. ¿El tema de emprendimiento es importante para ti?

Gráfico N° 04

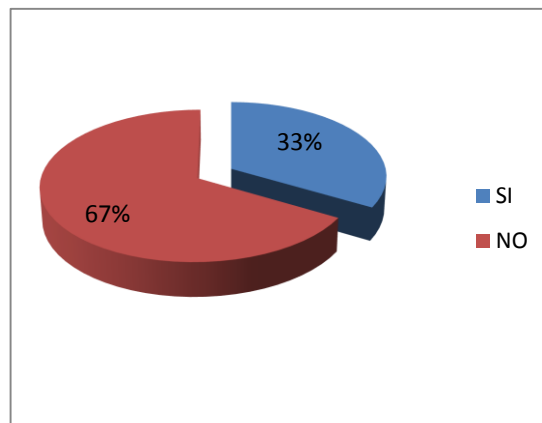


Fuente: Cuadro N° 01

Interpretación: Según los datos de la tabla N° 01 el 97% del total de encuestados consideran importante el emprendimiento y sólo un 3% no lo considera a partir de estos resultados se infiere que hay un interés y apertura mayoritaria de los estudiantes de VIII de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes hacia el emprendimiento lo cual constituye un factor importantísimo para desarrollar capacidades relacionadas al tema y la base para el desarrollo de la cultura emprendedora y empresarial en la Escuela. Existe una apertura y aceptación que coadyuva a obtener resultados positivos a la hora de desarrollar este campo del emprendimiento

5. ¿Crees que en la universidad se estimula el emprendimiento?

Gráfico N° 05



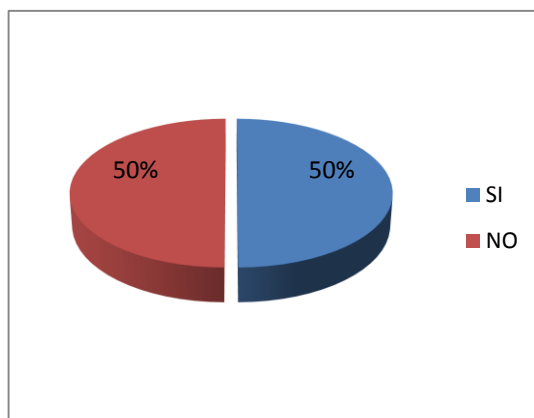
Fuente: Cuadro N° 01

Según los datos de la tabla N° 01 el 33% cree que en la Universidad se estimula emprendimiento y el 67% cree que no se estimula de acuerdo a estos resultados basados en la gran mayoría no hay un desarrollo de las capacidades relacionadas al emprendimiento en la Escuela de Contabilidad esto es corroborado en gran medida con el Plan curricular de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes el cual no tiene cursos relacionados con emprendimiento por lo tanto se asevera que no se estimula ni desarrolla el emprendimiento de manera formal y curricular .

Además se cree uno de los elementos imprescindibles para comenzar y avanzar al desarrollo de la cultura emprendedora en la Universidad es el currículo.

6. ¿Tu familia obtiene ingresos por algún emprendimiento?

Gráfico N° 06



Fuente: Cuadro N° 01

Según la tabla N° 01 del total de encuestados el 50% su familia obtiene ingresos por algún emprendimiento y el otro 50% manifestó que no, de acuerdo a estos resultados existe un 50% que desarrolla actividades emprendedoras como fuente generadora de ingresos esto se constituye en un factor importante que incide positivamente en los estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad para el Desarrollo de capacidades emprendedoras ya que de acuerdo a investigaciones el entorno desempeña un papel vital para el desarrollo de la cultura emprendedora.

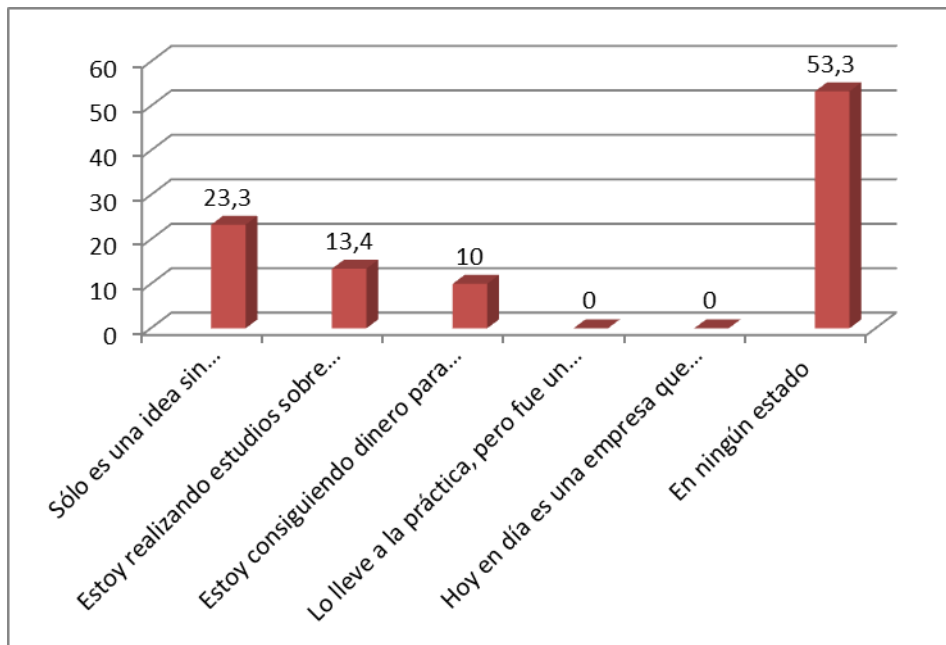
7. EL estado actual de tu emprendimiento

CUADRO N° 02

ITEMS	f	%
Sólo es una idea sin documentación	7	23,3
Estoy realizando estudios sobre el tema	4	13,4
Estoy consiguiendo dinero para financiarlo	3	10
Lo lleve a la práctica, pero fue un fracaso	0	0
Hoy en día es una empresa que funciona	0	0
En ningún estado	16	53,3

Fuente: Encuesta aplicada por la autora de la investigación. Set.2014

Gráfico N° 07



Fuente: Cuadro N° 02

Interpretación: En el cuadro N° 02 se muestran los resultados de la encuesta relacionados con el estado del emprendimiento y se observa que un 53,3% el emprendimiento no está en ningún estado, es decir una gran mayoría no tiene ni siquiera una idea emprendedora a desarrollar; un 23,3% su emprendimiento está sólo como idea en estado incipiente; el 13,4% manifestaron estar realizando estudios sobre el tema; un 10% están consiguiendo dinero para financiarlo.

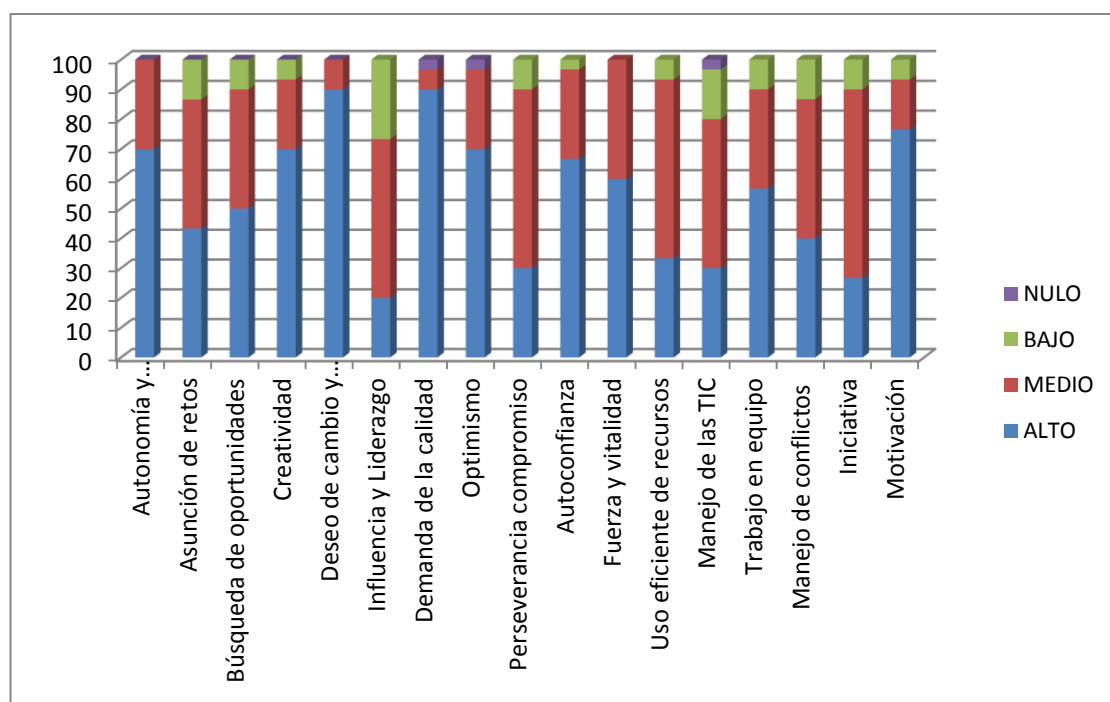
De estos resultados podemos afirmar que los estudiantes del VIII ciclo, la gran mayoría (53,3%) no cuenta con un proyecto de emprendimiento como parte de su desarrollo profesional y económico, no obstante de estar muy cerca de culminar su carrera profesional y de manifestar según la encuesta, en la parte relacionada a las capacidades emprendedoras propiamente dichas (cuadro N° 03), poseer capacidades como la creatividad, autonomía, búsqueda de oportunidades, deseo de superación, optimismo, autoconfianza, trabajo en equipo, motivación, fuerza y vitalidad. Lo cual significa que estas capacidades (potencialidades) se poseen, pero no están completamente desarrolladas, porque el desarrollo de las mismas conlleva a la ejecución, operacionalización, a la puesta en acción en este caso de una idea de negocios, al desarrollo empresarial. Además el espíritu emprendedor está estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción.

8. CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

CUADRO N° 03

	ALTO		MEDIO		BAJO		NULO	
	f	%	f	%	f	%	f	%
9. Autonomía y responsabilidad	21	70	9	30		0		0
10. Asunción de retos	13	43,3	13	43,3	4	13,4		0
11. Búsqueda de oportunidades	15	50	12	40	3	10		0
12. Creatividad	21	70	7	23,3	2	6,7		0
13. Deseo de cambio y superación	27	90	3	10		0		0
14. Capacidad de influencia y Liderazgo	6	20	16	53,3	8	26,7		
15. Demanda de la calidad	27	90	2	6,7			1	3,3
16. Optimismo	21	70	8	26,7			1	3,3
17. perseverancia/compromiso	9	30	18	60	3	10		
18. Autoconfianza	20	66,7	9	30	1	3,3		
19. Fuerza y vitalidad	18	60	12	40				
20. Uso eficiente de recursos	10	33,3	18	60	2	6,7		
21. Manejo de las TIC	9	30	15	50	5	16,7	1	3,3
22. Trabajo en equipo	17	56,7	10	33,3	3	10		
23. manejo de conflictos	12	40	14	46,7	4	13,3		
24. Iniciativa	8	26,7	19	63,3	3	10		
25. Motivación	23	76,7	5	16,7	2	6,7		

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por las autoras de la investigación 2014



Fuente: Cuadro N° 03

Interpretación: En cuanto a las capacidades emprendedoras la mayoría (70%) manifestaron tener autonomía y responsabilidad.

Cerca de la mitad de los encuestados (43,3 %) le gusta asumir retos. La mitad de encuestados (50%) están inclinados a la búsqueda de nuevas oportunidades. La gran mayoría (70%) de los encuestados manifestaron tener creatividad. Casi el total de encuestados (90%) tiene deseos de cambio y superación.

Casi el total (90%) de los encuestados posee demanda de la calidad. La gran mayoría de los encuestados (70%) tienen optimismo. Casi la tercera parte de los encuestados (30%) tiene perseverancia y compromiso.

Las dos terceras partes de los encuestados (66,7%) tienen autoconfianza. Más de la mitad (60%) de los encuestados tiene fuerza y vitalidad.

La tercera parte de los encuestados (33,3%) le gusta hacer uso eficiente de los recursos.

Casi la tercera parte de los encuestados (30%) maneja las TIC.

Un poco más de la mitad (56,7%) les gusta trabajar en equipo.

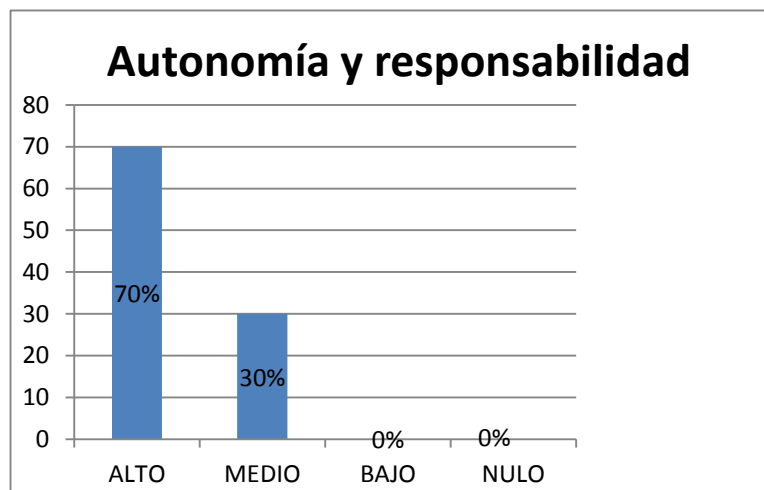
Un poco más de la tercera parte (40%) sabe manejar conflictos y negociar.

Una minoría de los encuestados (26,7%) tiene iniciativa.

La gran mayoría (76,7%) tiene motivación para desarrollar una idea de negocio.

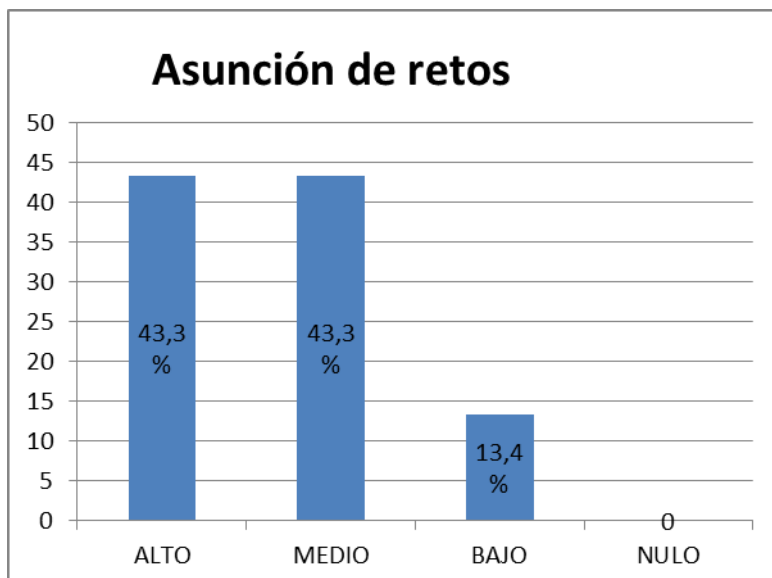
De acuerdo al análisis de los resultados para cada uno de los ítems relacionados con las capacidades emprendedoras (cuadro N° 03) se presentan los siguientes gráficos estadísticos individuales con su interpretación, para ponderar y realizar comparaciones futuras.

AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD



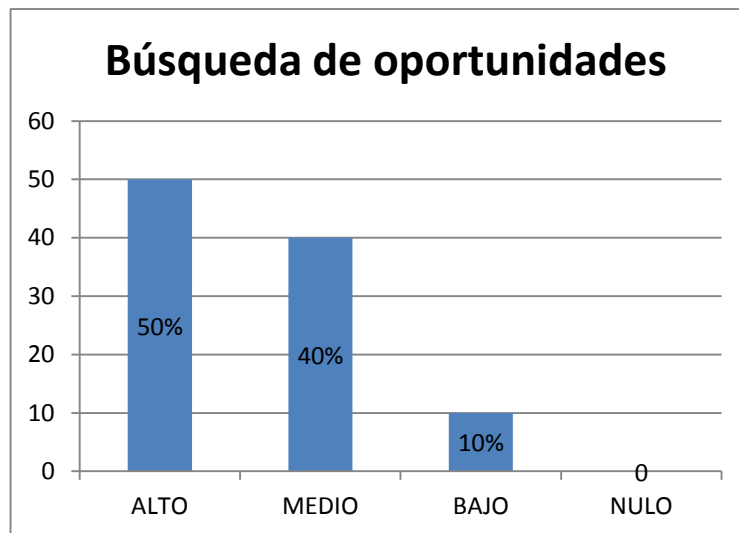
Interpretación: en cuanto a la capacidad de autonomía y responsabilidad el 70% de los encuestados la poseen en un nivel alto y el otro 30% la capacidad está en un nivel medio.

ASUNCIÓN DE RETOS



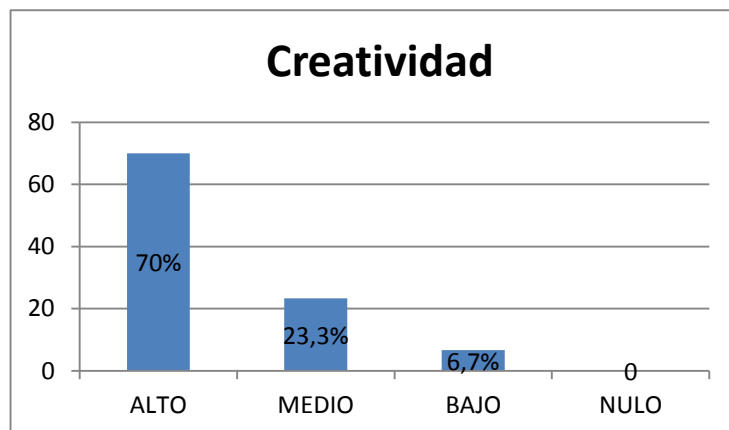
Interpretación: En cuanto a la capacidad de asumir retos un 43,3 % de los encuestados manifestó tenerla en un nivel alto, otro 43,3% en un nivel medio y un 13,4% la tiene en un nivel bajo.

BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES



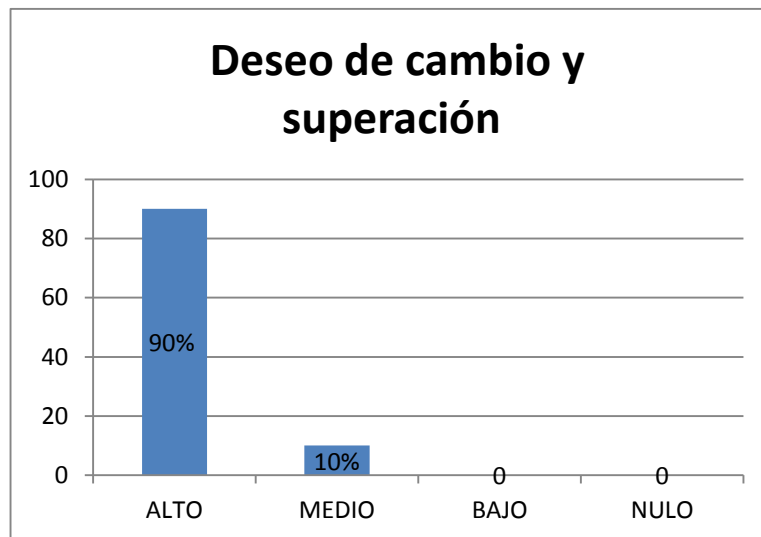
Interpretación: En cuanto a la capacidad búsqueda de oportunidades el 50% de encuestados posee esta capacidad en un nivel alto, el 40% en un nivel medio y un 10% en nivel bajo.

CREATIVIDAD



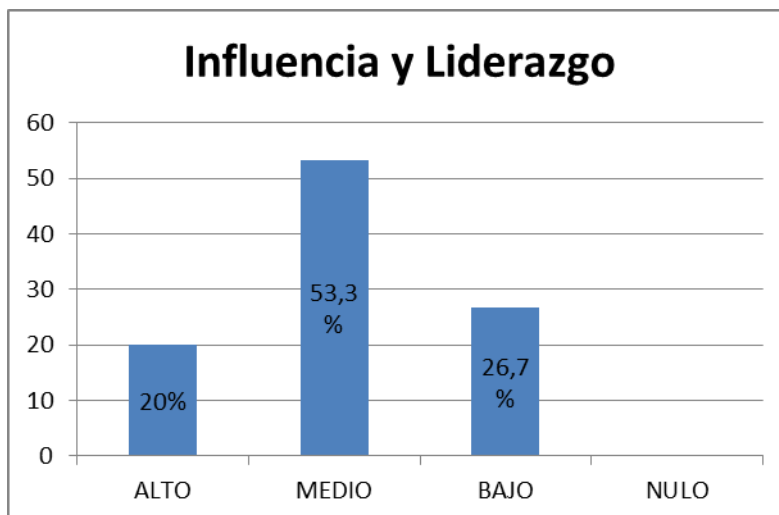
Interpretación: el 70% de los encuestados posee la capacidad de creatividad en un nivel alto, mientras que el 23,3% en un nivel medio y un 6,7% en un nivel bajo.

DESEO DE CAMBIO Y SUPERACIÓN



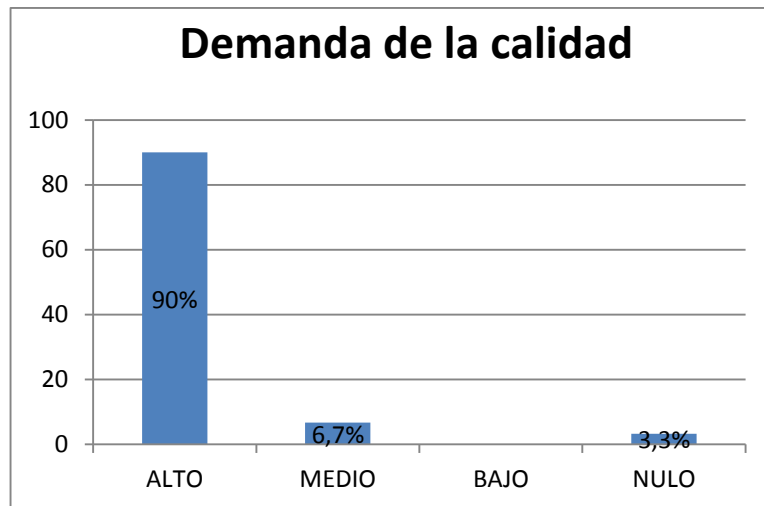
Interpretación: la gran mayoría el 90% de los encuestados poseen la capacidad de deseo de cambio y superación en un nivel alto mientras que un 10% la tienen en un nivel medio.

INFLUENCIA Y LIDERAZGO



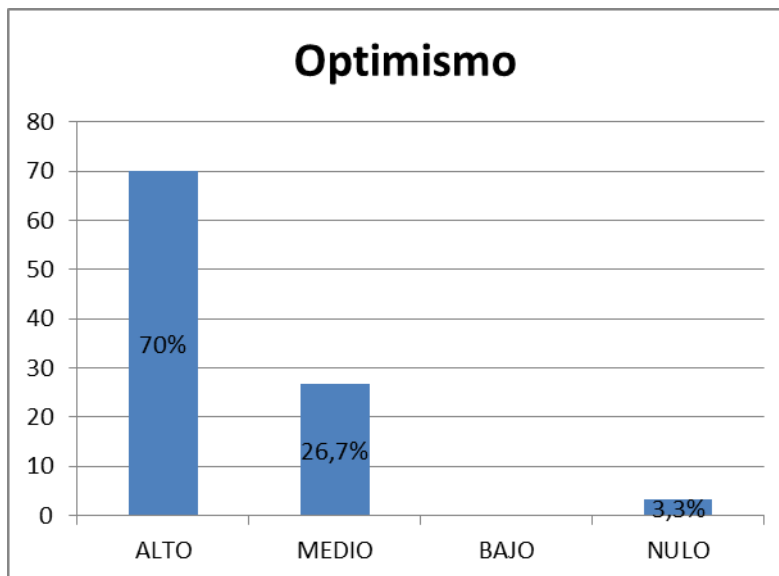
Interpretación: en cuanto a la capacidad de influencia y liderazgo sólo un 20% posee esta capacidad en un nivel alto mientras que en un 53,3% está en un nivel medio y un 26,7% está en un nivel bajo.

DEMANDA DE LA CALIDAD



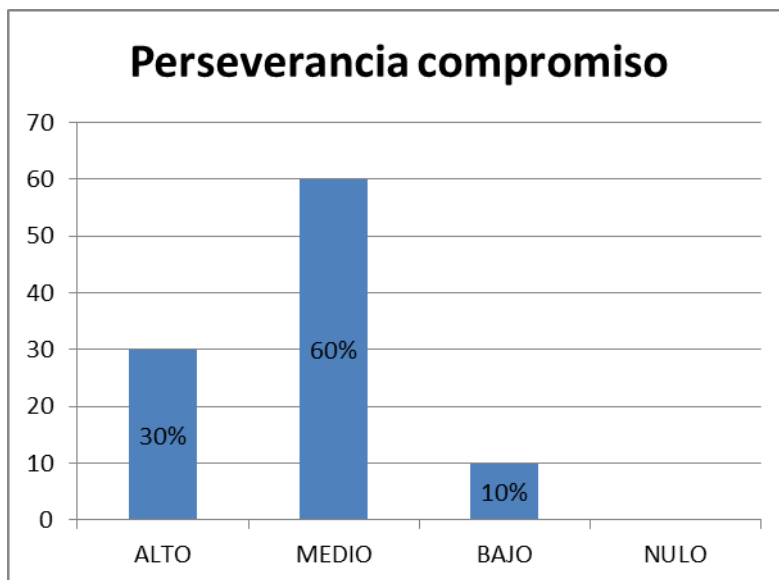
Interpretación: en cuanto a la capacidad demanda de la calidad un 90% de los encuestados la posee en un nivel alto, un 6,7% en un nivel medio y un 3,3% en un no la posee.

OPTIMISMO



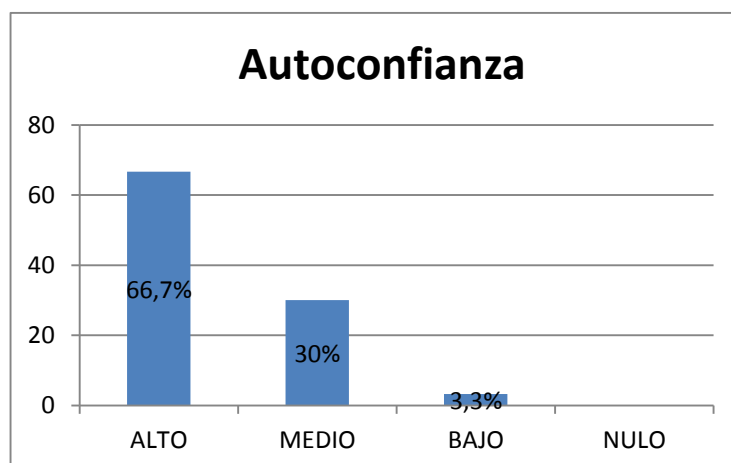
Interpretación: En cuanto a la capacidad de optimismo un 70% de los encuestados manifestó poseerla en un nivel alto, un 26,7% en un nivel medio y un 3,3 no la posee.

PERSEVERANCIA Y COMPROMISO



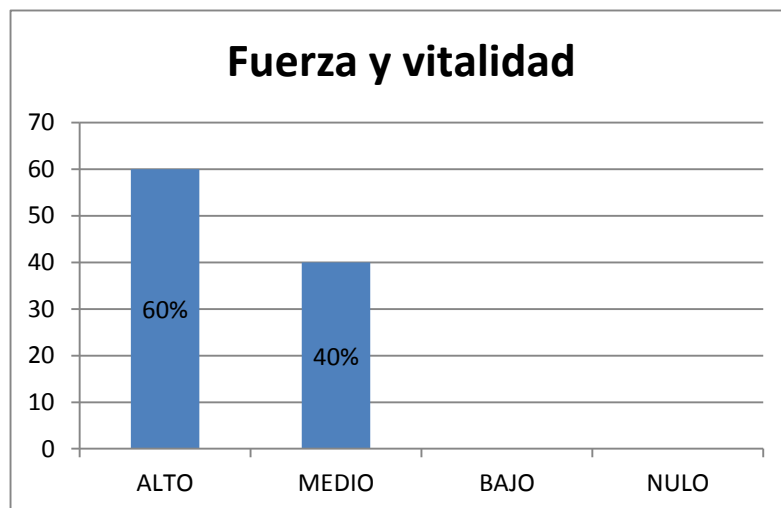
Interpretación: en cuanto a la capacidad de perseverancia y compromiso solo un 30% de los encuestados la posee en un nivel alto , un 60% en un nivel medio y un 10% en un nivel bajo.

AUTOCONFIANZA



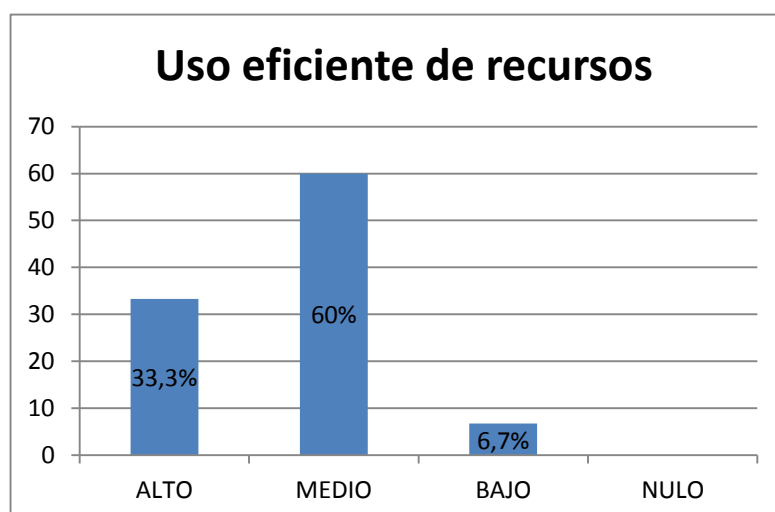
Interpretación: en cuanto a la capacidad de Autoconfianza un 66,75 de los encuestados la tiene en un nivel alto, un 30% en un nivel medio y un 3,3% en un nivel bajo.

FUERZA Y VITALIDAD



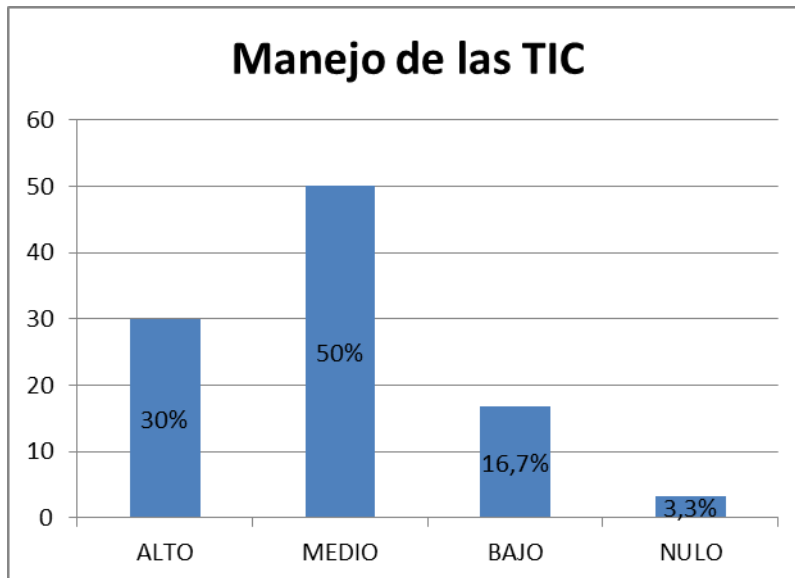
Interpretación: un 60% del total de encuestados posee la fuerza y vitalidad en un nivel alto, y sólo un 40% en un nivel medio.

USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS



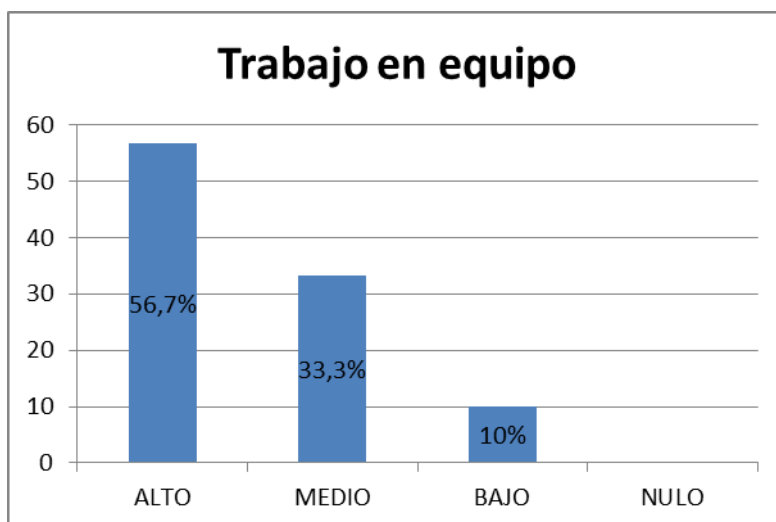
Interpretación: en cuanto al uso eficiente de los recursos un 33,3% de los encuestados manifestó tener esta capacidad en un nivel alto, un 60% en un nivel medio y un 6,7% en un nivel bajo.

MANEJO DE LAS TICS



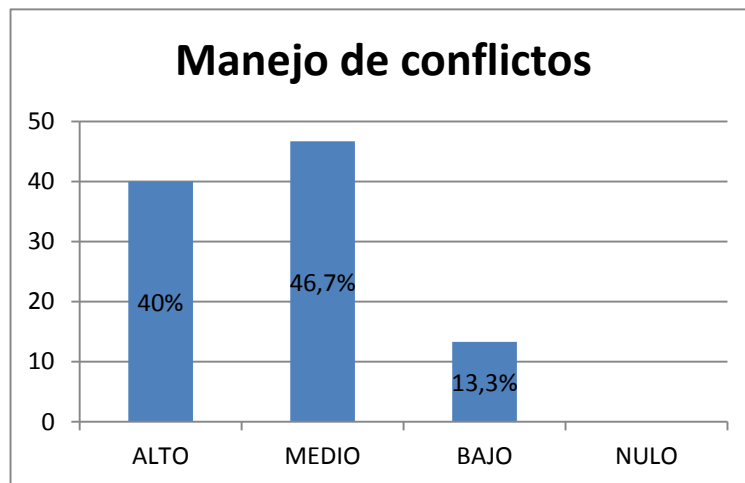
Interpretación: en cuanto al manejo de las TIC sólo un 30% tiene esta capacidad en un nivel alto, un 50% en un nivel medio , un 16,7% en un nivel bajo y un 3,3% está nulo.

TRABAJO EN EQUIPO



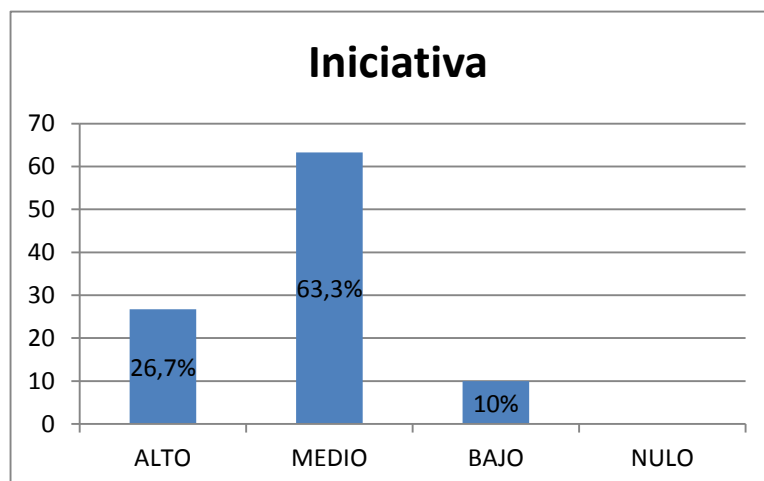
Interpretación: en cuanto a la capacidad de trabajo en equipo un 56,7% la posee en un nivel alto, mientras que un 33,3% en un nivel medio y un 10% en un nivel bajo.

MANEJO DE CONFLICTOS



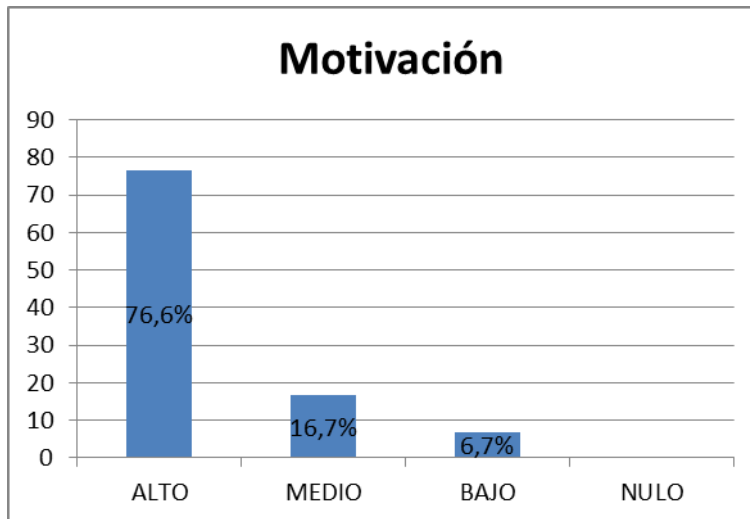
Interpretación: en cuanto a la capacidad de manejar conflictos sólo un 40% la posee en un nivel alto, un 46,7% en un nivel medio y un 13,3% en un nivel bajo.

INICIATIVA



Interpretación: en la capacidad de iniciativa sólo un 26,7% la posee en un nivel alto, un 63,3% en un nivel medio y un 10% en un nivel bajo.

MOTIVACIÓN



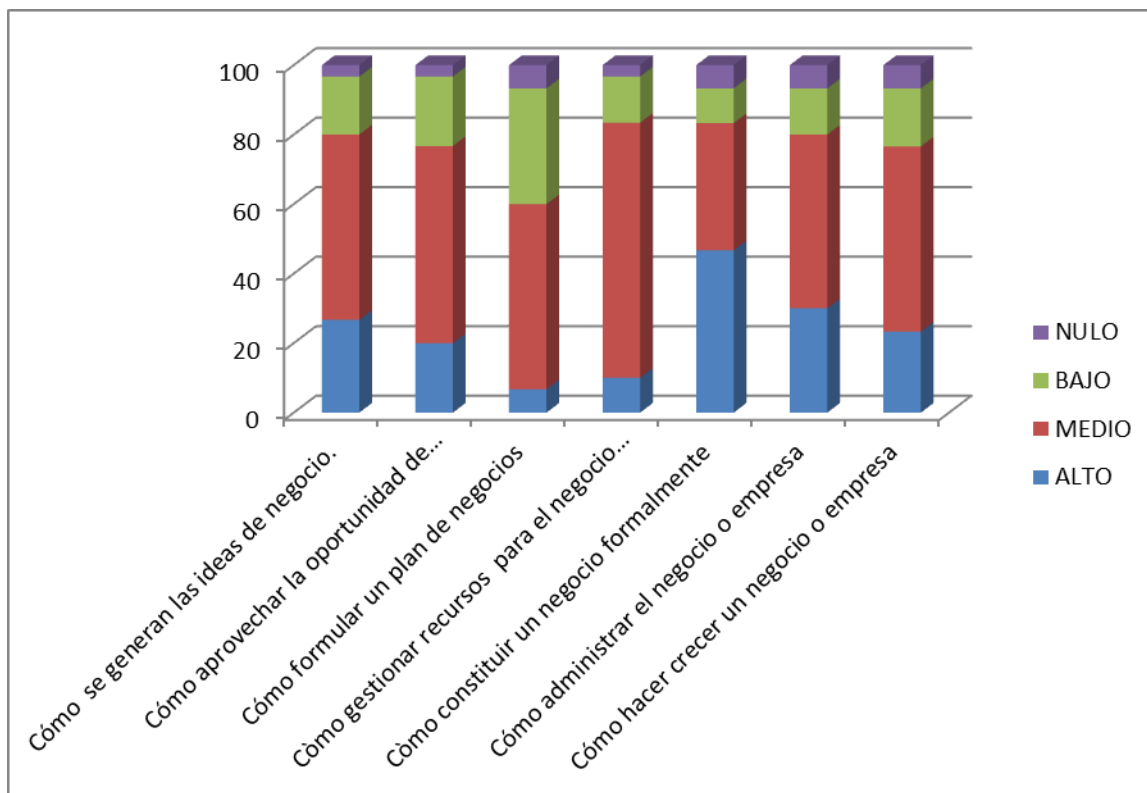
Interpretación: En cuanto a la motivación un 76,6% posee esta capacidad en un nivel alto, un 16,7% en un nivel medio y un 6,7% en un nivel bajo

FORMACIÓN Y EXPERIENCIA CON PROCESOS EMPRESARIALES

Cuadro N°04

PROCESOS EMPRESARIALES	ALTO		MEDIO		BAJO		NULO	
	f	%	f	%	f	%	f	%
a) Cómo se generan las ideas de negocio.	8	26,7	16	53,3	5	16,7	1	3,3
b) Cómo aprovechar la oportunidad de negocio	6	20	17	56,7	6	20	1	3,3
c) Cómo formular un plan de negocios	2	6,7	16	53,3	10	33,3	2	6,7
d) Cómo gestionar recursos para el negocio o empresa	3	10	22	73,4	4	13,3	1	3,3
e) Cómo constituir formalmente un negocio o empresa	14	46,7	11	36,6	3	10	2	6,7
f) Cómo administrar el negocio o empresa	9	30	15	50	4	13,3	2	6,7
g) Cómo hacer crecer un negocio o empresa	7	23,3	16	53,3	5	16,7	2	6,7

Fuente: Encuesta aplicada por las autoras de la investigación. Set. 2014.



Fuente Cuadro N° 04

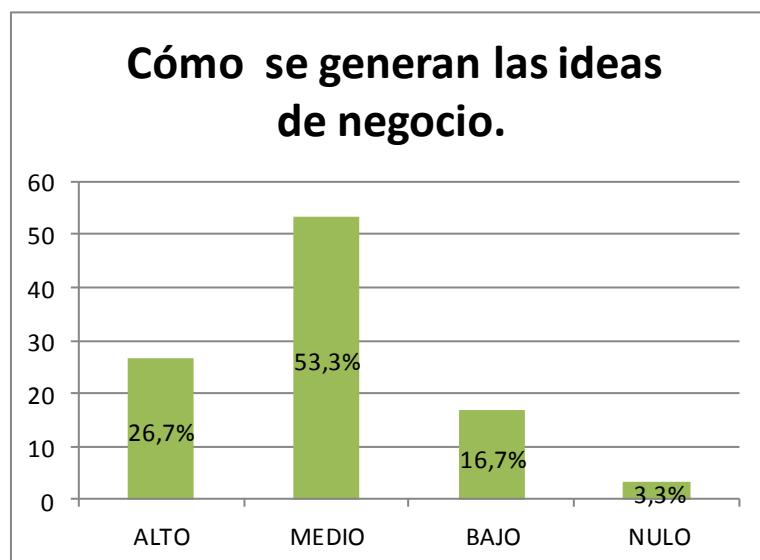
Interpretación: En cuanto a los procesos empresariales existen un conocimiento y/o experiencia de nivel medio de cada una de las fases de este proceso tal como se observa en el cuadro N° 04 : cómo se generan las ideas de negocio (53,3%), cómo se aprovechan las ideas de negocio(56,6%), cómo se formulan planes de negocio (53,3%), cómo se gestionan recursos para el negocio o empresa(73,4%), cómo se administra el negocio (50%) y cómo hacer crecer el negocio o empresa (53,3)% todos estos porcentajes corresponde a un conocimiento de nivel medio .

Estos resultados significan que los estudiantes del VIII ciclo si bien tienen un conocimiento relacionado al proceso empresarial en nivel medio, no obstante de no estar establecido en el plan de estudios capacidades ni cursos relacionados con el proceso empresarial, estos conocimientos y/o experiencias se han adquirido por el entorno, no por tratamiento formal o desarrollo curricular dentro del proceso formativo de la carrera profesional. Además esto no puede constituir lo suficiente como para aseverar que los estudiantes han desarrollado capacidades emprendedoras y por tal se asegura un desarrollo empresarial en los estudiantes del VIII ciclo.

Estos resultados indican que el desarrollo de capacidades emprendedoras está en un nivel incipiente aun cuando la Universidad no incluye en su plan de estudios cursos relacionados con emprendimiento. Esto significaría un punto de partida favorable en el que el entorno ha influido en este nivel incipiente de emprendimiento en los estudiantes del VIII ciclo de la carrera profesional de contabilidad.

Además la educación y la formación constituyen uno de los agentes importantes para impulsar el espíritu emprendedor y los sistemas educativos universitarios cumplen un rol importante para contribuir al desarrollo empresarial a través del desarrollo de capacidades emprendedoras. Este desarrollo está condicionado; por ello es necesario y vital que la universidad en este caso la escuela Profesional de Contabilidad incluya en su plan de estudios, estrategias de gestión empresarial para desarrollar capacidades emprendedoras.

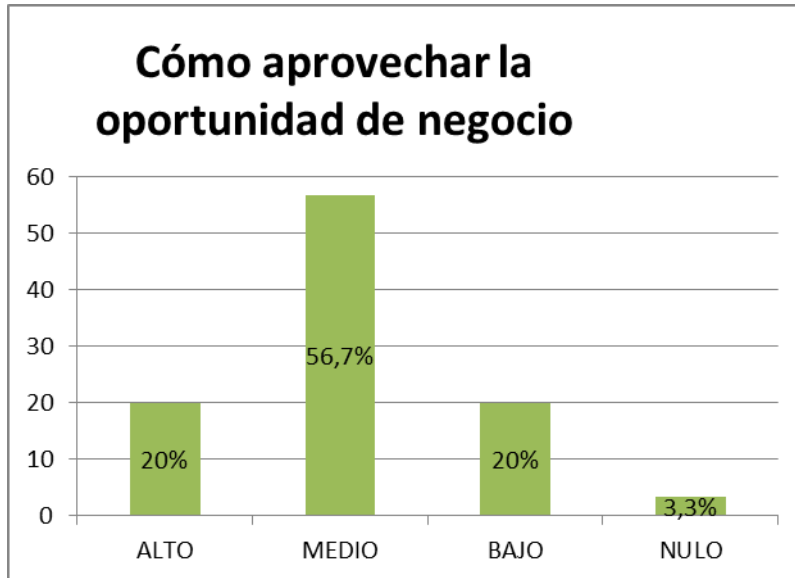
CÓMO SE GENERAN LAS IDEAS DE NEGOCIO



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: Sólo un 26,7% de los encuestados conoce como se generan las ideas de negocio

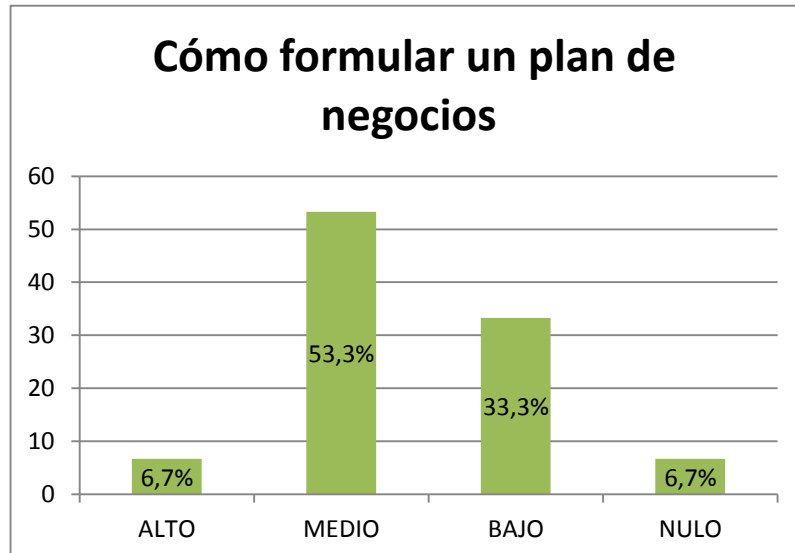
CÓMO APROVECHAR LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: un 20% de los encuestados sabe cómo aprovechar la oportunidad de negocio

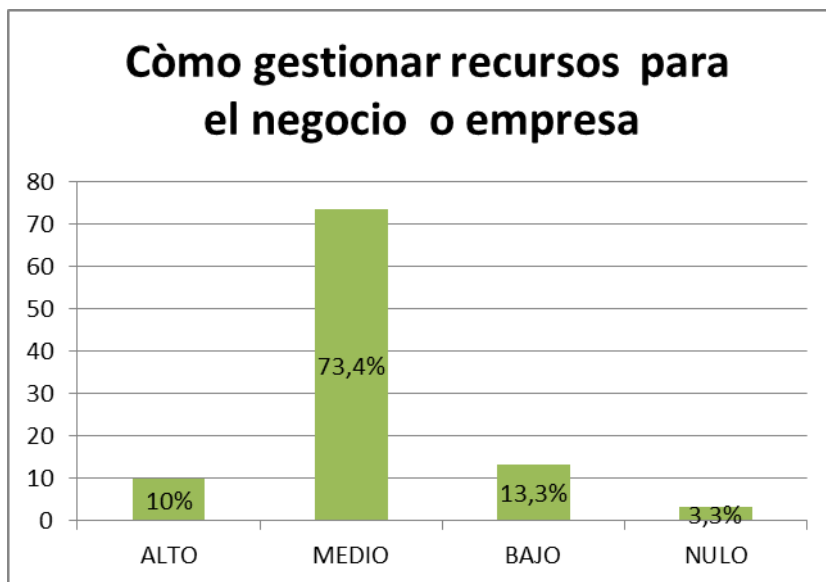
CÓMO FORMULAR UN PLAN DE NEGOCIOS



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: Escasamente un 6,7% de los encuestados sabe cómo formular un plan de negocios

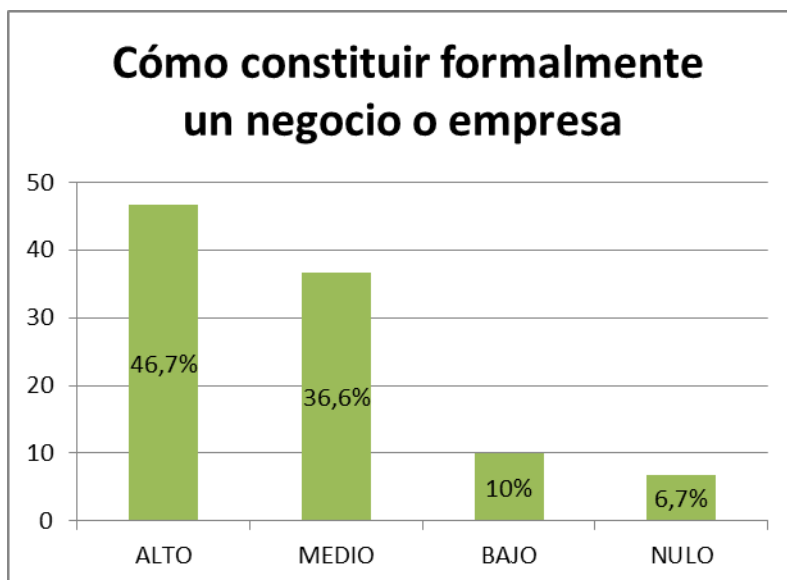
COMO GESTIONAR RECURSOS PARA EL NEGOCIO O EMPRESA



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: Sólo un 10% de los encuestados sabe cómo gestionar recursos para el negocio o empresa

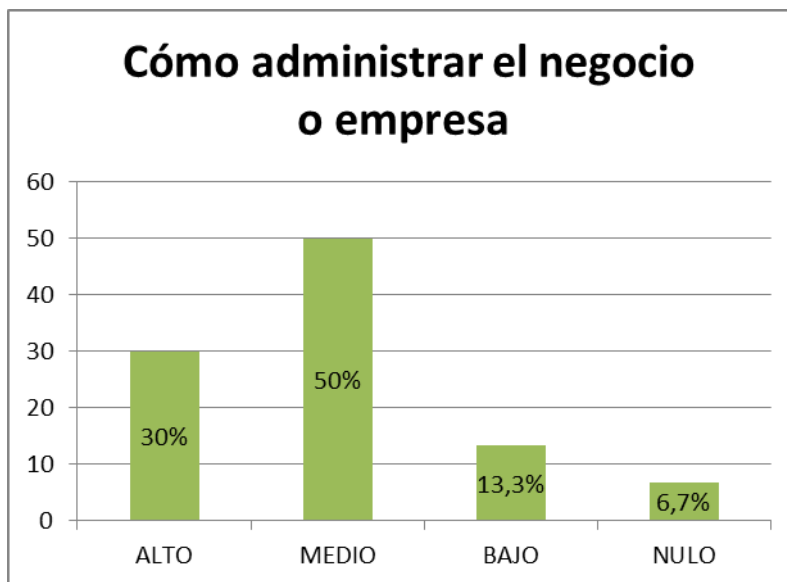
CÓMO CONSTITUIR FORMALMENTE UN NEGOCIO O EMPRESA



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: un 46,7% de los encuestados manifestó conocer cómo se constituye formalmente un negocio o empresa

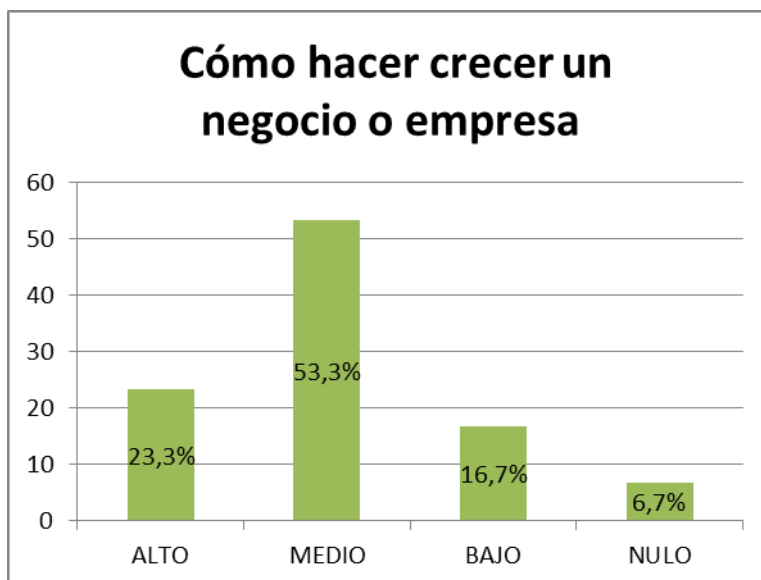
CÓMO ADMINISTRAR EL NEGOCIO O EMPRESA



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: sólo un 30% de los encuestados sabe cómo administrar un negocio o empresa

CÓMO HACER CRECER UN NEGOCIO O EMPRESA



Fuente Cuadro N° 04

Interpretación: sólo un 23,3% de los encuestados sabe cómo hacer crecer un negocio e empresa

3.2. PROPUESTA TEORICA

“PROPUESTA DE GESTION EMPRESARIAL PARA DESARROLLAR CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD- UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES - 2014”.

TEORÍA DE ALBERT SHAPERO, MC
CLELLAND, TIMMONS, ALAN GIBBS

TALLER Nº 01 MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

Objetivos

Determinar la situación para emprender o crear una empresa.

Temática:

Realidad
Mercado
Emprendimiento



TALLER Nº 02 EL EMPRENDEDOR

Objetivos

Desarrollar habilidades emprendedoras en los jóvenes universitarios.

Temática

Creatividad
Confianza en uno mismo
Toma de Riesgos y autonomía



TALLER Nº 03 EMPRENDEDURISMO Y RESPONSABILIDAD

Objetivo

Formar emprendedores integralmente responsables.

Temática

Oportunidad
Recursos



ESTRATÉGIAS

- Desarrollar personas con cultura empresarial para que lo apliquen a todas sus actividades humanas.
- Necesidad de organizaciones empresariales (Públicas ,privadas y familiares).
- Utilizar el espíritu empresarial como una estrategia de desarrollo.
- La prosperidad que una sociedad pueda tener está asociada al espíritu empresarial y a la capacidad de innovación que se tenga.
- El proceso de formación del empresario que viene como pilar fundamental del espíritu empresarial, requiere la identificación de una serie de características.

DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES
EMPRENDEDORAS

3.3. DESARROLLO DE LAS PROPUESTA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

3.3.1. Realidad Problemática.

La entrada en el nuevo siglo y el panorama cambiante del mercado, sumado al aparecimiento y desarrollo de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC's) ha hecho que las empresas tengan que desenvolverse en un entorno cada vez más complejo. Por lo tanto, la empresa educativa moderna debe asumir el enorme desafío de modificar su gestión para competir con éxito en el mercado. Se puede decir entonces que la mayor parte de las empresas dedicadas a este fin se han visto en la necesidad de abrazar una gestión de adaptación a los cambios y a las nuevas circunstancias venideras.

Es por ello que proponemos estas estrategias de gestión empresarial orientado a desarrollar las habilidades y capacidades de los estudiantes de la Carrera Profesional de Contabilidad para emprender y crear nuevas empresas.

3.3.2. Objetivos de la Propuesta.

General

Diseñar estrategias de gestión empresarial para mejorar la formación académico profesional del estudiante de Contabilidad de la Universidad Nacional de Tumbes y orientarlo hacia el emprendimiento y la creación de empresas.

Específicos

- Desarrollar actitudes emprendedoras en los estudiantes.
- Mejorar el proceso de formación académico– profesional.
- Incentivar la creación de empresas.

3.3.3. Fundamentación.

La Teoría de Shapero, permite identificar los pasos del proceso empresarial: toma de iniciativa, articulación de recursos, gestión, autonomía y toma de riesgos.

Hemos considerado las etapas en el desarrollo del espíritu empresarial:

- Etapa Motivacional (gusto):
- Etapa Situacional (oportunidad)
- Etapa Sicológica (decisión)
- Etapa Analítica (Plan de Negocios)
- Etapa Económica (recursos)

Estas estrategias de gestión empresarial, también están basadas en la teoría de David McClelland quien sostuvo que todos los individuos poseen:

- Necesidad de logro: Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito.
- Necesidad de poder: Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás.
- Necesidad de afiliación: Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización.

Los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas.

El modelo de Timmons propone una forma de pensar, razonar y actuar, enmarcada en la oportunidad, los recursos y el equipo empresarial con un enfoque integral y holístico, con un liderazgo muy bien balanceado.

EL ESPIRITU EMPRESARIAL COMO UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO

Cualidades que exige el sistema:

Elasticidad: Capacidad de responder al cambio.

Creatividad e innovación: Habilidad para innovar.

Iniciativa: Capacidad de llevar a cabo proyectos útiles.

Diversidad: Variedad de actividades que dan resistencia frente a cambios y decisiones no previsibles.

Aspectos básicos para esta estrategia de desarrollo:

1. Desarrollar personas con cultura empresarial para que lo apliquen a todas sus actividades humanas.
2. Necesidad de organizaciones empresariales (Públicas, privadas, familiares).
3. Utilizar el espíritu empresarial como una estrategia de desarrollo.
4. La prosperidad que una sociedad pueda tener está asociada al espíritu empresarial y a la capacidad de innovación que se tenga.
5. El proceso de formación del empresario que viene como pilar fundamental del espíritu empresarial, requiere la identificación de una serie de características como:

Habilidad para identificar la oportunidad.

Ser creativo e innovador.

Consecución y asignación de recursos.

Participar en el diseño, montaje y operación.

Asumir riesgo del recurso financiero, tiempo y prestigio personal.

Invertir dinero, tiempo, conocimiento y energía.

Buscar recompensas expresadas en términos de beneficios monetarios y satisfacciones personales.

Habilidades para creación de riqueza y generación del empleo

Actuar con libertad e independencia.

La creación de una nueva empresa tiene origen en una idea que compartida por un grupo de personas con espíritu emprendedor logra identificar una oportunidad de hacer negocios en un mercado.

3.3.4. Estructura de la Propuesta.

El taller es una formulación racional de actividades específicas, graduadas y sistemáticas para cumplir los objetivos del programa.

TALLER Nº 1: MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

Resumen

La circunstancia o situación será determinada en el taller donde los estudiantes, previa investigación, expondrán su conocimiento sobre empresas existentes en el lugar (ventajas, desventajas). A partir de allí de manera individual y colectiva contarán su experiencia y las oportunidades que hay para iniciar una empresa. Además este taller permitirá a los estudiantes mostrar sus cualidades sociales: Implicar a los demás en la realización de proyectos, influir en los otros y contar con sus cualidades personales, conocimientos y habilidades (etapas del espíritu empresarial); capacidad para trabajar en estrecha colaboración con otros, compartiendo objetivos y métodos de actuación (espíritu de equipo); aceptar y sentirse responsable de las elecciones del grupo u organización (solidaridad) entre otros.

Fundamentación

El componente motivación y determinación aquí coinciden mucho Gibbs con Shapero y McClelland. Este taller, se fundamenta en la Teoría de Mc Clelland Teoría de las 3 Necesidades, la motivación de un individuo se debe básicamente a la búsqueda de satisfacción de las 3 necesidades humanas dominantes: logro, poder y afiliación. Resalta la importancia motivacional en el desarrollo empresarial y su consecuente desarrollo económico y social de las naciones.

Estas ideas han sido aplicadas muy específicamente en el área de desarrollo del espíritu empresarial. Un buen número de instituciones en el mundo trabajan con el concepto de McClelland bajo la sigla EDP (Entrepreneurship Development Programs).

- a) **Necesidad de Logro:** Impulso de sobresalir, de luchar por tener éxito. El trabajo entendido como desafío y las dificultades, como reto.

- b) **Necesidad de Poder:** Dotes de mando y liderazgo, búsqueda de organización, efectividad y obediencia.
- c) **Necesidad de Afiliación:** se entiende como el deseo de establecer relaciones interpersonales.

Objetivos

Determinar la situación para emprender o crear una empresa.

Análisis Temático

Realidad

Objetivo

Acercar al estudiante a la realidad empresarial

Descripción

Los estudiantes a través de los grupos formados en el taller expondrán sus experiencias sobre las empresas educativas que conocen o hayan desarrollado sus prácticas profesionales. Luego expondrán los objetivos de dichas empresas para determinar los rubros que están libres (lugar preciso para emprender una empresa), o empresas que no estén cumpliendo con sus objetivos (permitirá reinventar el mercado, romper los esquemas).

Mercado

Objetivo

Determinar los desafíos de la nueva empresa.

Descripción

Estos desafíos serán expuestos por todos los estudiantes, teniendo en cuenta sus experiencias al visitar las empresas, conversar con sus familiares, amigos, profesores, autoridades locales. Luego se formarán grupos para analizar las ventajas y desventajas de las empresas existentes y los nuevos retos para una empresa nueva.

Emprendimiento

Objetivo

Proponer ideas de negocios en equipos de trabajo.

Descripción

Tomando como base el liderazgo, el espíritu de equipo y la solidaridad de los estudiantes, en grupos pequeños formularán propuestas para iniciar empresas educativas. Además esta parte del taller permitirá desarrollar competencias actitudinales como responsabilidad profesional, innovación, investigación constante.

Desarrollo Metodológico

Para la realización de este taller y alcanzar los objetivos propuestos planteamos seguir un proceso metodológico de tres momentos para cada tema propuesto.

Partes Componentes del Taller	Acciones
Introducción	<ul style="list-style-type: none">• Motivación.• Comunicación de los objetivos de la reunión.• Repaso y/o control de los requisitos.
Desarrollo	<ul style="list-style-type: none">• Presentación de la materia por el facilitador, utilizando el tipo de razonamiento previsto.• Realización por los participantes de casos prácticos de aplicación (individuales o en grupo).• Evaluación formativa del progreso de los participantes.• Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.

Conclusión	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del aprendizaje logrado en relación con los objetivos de la reunión. • Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación y refuerzo con el fin de corregir y fijar el aprendizaje logrado. • Síntesis del tema tratado en la reunión. • Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido. • Anuncio del tema que será tratado y/o actividad que será realizada en la reunión siguiente.
-------------------	---

Agenda Preliminar de Ejecución del Taller

Mes: agosto, 2014

Periodicidad: Una semana por cada taller

Mes y fecha	Agosto, 2014		
Actividad	2da.	3ra.	4ta.
Presentación del taller y explicación de la metodología	15 min.	15 min.	15 min.
Exposición de la temática	20 min.	20 min.	20 min.
Desarrollo individual y opiniones	40 min.	40 min.	40 min.
Trabajos grupales	30 min.	30 min.	30 min.
Receso	20 min.	20 min.	20 min.
Presentación de los trabajos grupales	40 min.	40 min.	40 min.
Comparaciones de los trabajos	40 min.	40 min.	40 min.
Conclusiones: Comentarios, socialización de ideas y evaluación de lo logrado	120 min.	120 min.	120 min.
Tiempo total	325 min.	325 min.	325 min.

Evaluación del Taller

Por ser la investigación de tipo propositivo, adjuntamos a ella una propuesta de evaluación, el diseño de esta evaluación demanda tener en cuenta los objetivos del taller, el contenido del taller y el desempeño del facilitador.

Esta evaluación está diseñada para ser aplicada al finalizar el taller.

Por favor marca con una X y responder en los espacios en blanco.

I. Objetivo del taller (Marca con una X)		
1. Se cumplieron.	SI	NO
2. Respondieron a las expectativas.	SI	NO
3. Le permitió abrir nuevas inquietudes de actualización.	SI	NO
II. Contenidos del taller (Marca con una X)		
1.-Le permitió familiarizarse con el tema.	SI	NO
2. Le ofreció actualizarse en la temática.	SI	NO
3. Tuvieron relación con el objetivo del taller.	SI	NO
4. Respondieron a sus expectativas.	SI	NO
Contenidos y Temas (Responder)		
El tema que más me gustó fue:		
El tema que menos me gustó fue:		
El tema que mejor fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:		
El tema que peor fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:		
El tema que me hubiera gustado que profundizaran más fue.		
El tema más útil fue:	
III. Desempeño del Facilitador (Marca con una X)		
1. Las actividades fueron expuestas en	SI	NO

forma lógica y organizada			
2. La utilización de recursos didácticos ha sido:	BUENO	REGULAR	M A L O
3. El manejo de grupo por parte del expositor fue:	BUENO	REGULAR	M A L O
4. El dominio del tema por parte del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	M A L O
5. El dominio práctico del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	M A L O

Conclusiones

1. Los estudiantes tendrán mayor contacto con la realidad.
2. Las experiencias de los alumnos permitirán que adquieran mayores conocimientos sobre las oportunidades y amenazas para emprender una empresa.
3. Los estudiantes obtendrán una oportunidad en el mundo empresarial.

Recomendaciones

1. Identificar oportunidades e iniciar una empresa.
2. Trabajar en equipo para mejorar las relaciones y la productividad.
3. Desarrollar las cualidades sociales de los estudiantes a fin de elevar la formación profesional

Bibliografía

- ARIEL, Moncalvo. 2007. Pensar y emprender. Amertwon International S.A. España.
- HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista. 2010. Metodología de la investigación. McGraw-Hill México
- MONROY, Anameli. 1999. Dinámica de grupos. Editorial Pax. México.
- FRITZEN, Silvino. 1984. 70 ejercicios prácticos de dinámica de grupo. Editorial Sal Terrae. España.

TALLER N° 2: EMPRENDEDOR

Resumen

El perfil del emprendedor se construirá tomando en cuenta la formación conceptual, procedimental y actitudinal de los estudiantes. Basado en el taller anterior (relaciones, liderazgo, interactividad) se establecerán los nuevos elementos que caracterizan al emprendedor.

Fundamentación

Se fundamenta en la Teoría de Shapero, la cual permitirá diseñar estrategias y técnicas que ayudan a desarrollar actitudes emprendedoras de los jóvenes, tomando en cuenta la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y las características del proceso empresarial, así como las cualidades de espíritu emprendedor: **Creatividad, confianza en uno mismo, tenacidad, responsabilidad, toma de Iniciativa y de riesgos, etc**

Objetivos

Desarrollar habilidades emprendedoras en los jóvenes universitarios.

Análisis Temático

Creatividad

Objetivo

Debatir las cualidades creativas de los estudiantes.

Descripción

A través de los grupos formados en el taller trataremos de identificar la facilidad para imaginar proyectos nuevos e ideas, proponer soluciones originales, saber analizar e investigar. Los grupos harán un listado de cualidades creativas que poseen, luego se someterá a debate, finalmente a través del consenso determinaremos tres cualidades creativas que conciernen a un joven emprendedor.

Confianza en uno mismo

Objetivo

Descubrir los caracteres autónomos y de confianza que poseen los estudiantes.

Descripción

En este taller trataremos de descubrir las cualidades autónomas del estudiante (funcionar sin necesidad de una supervisión inmediata, saber elegir, tomar iniciativas y decisiones) y cualidades de confianza en sí mismo (percibirse de forma positiva, apostar por las propias aptitudes y capacidades, confiar en los propios recursos y posibilidades)

Tenacidad y Responsabilidad

Objetivo

Determinar la tenacidad y sentido de responsabilidad en los estudiantes.

Descripción

Los estudiantes expondrán algunos rasgos de liderazgo y de mando que poseen a través de creación de empresas, lo cual nos permitirá descubrir las cualidades personales de tenacidad por ejemplo. Dará prueba de constancia y tesón en aquello que se emprende, inscribir las propias acciones en la idea de perseverancia y de llegada a términos, y las cualidades de responsabilidad: tendencias a cumplir con las obligaciones contraídas consigo mismo y con el grupo, capacidad para asumir riesgo, predisposición a actuar con decisión ante situaciones que requieren cierto arrojo por la dificultad que entrañan.

Desarrollo Metodológico

Para la realización de este taller y alcanzar los objetivos propuestos planteamos seguir un proceso metodológico de tres momentos para cada tema propuesto.

Partes Componentes del Taller	Acciones
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación. • Comunicación de los objetivos de la reunión. • Repaso y/o control de los requisitos.
Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la materia por el facilitador, utilizando el tipo de razonamiento previsto. • Realización por los participantes de casos prácticos de aplicación (individuales o en grupo). • Evaluación formativa del progreso de los participantes. • Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.
Conclusión	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del aprendizaje logrado en relación con los objetivos de la reunión. • Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación y refuerzo con el fin de corregir y fijar el aprendizaje logrado. • Síntesis del tema tratado en la reunión. • Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido. • Anuncio del tema que será tratado y/o actividad que será realizada en la reunión siguiente.

Cronograma del Taller

Mes: Octubre, 2014

Periodicidad: Una semana por cada taller

Mes y fecha	Octubre, 2014		
Actividad	1ra.	2da.	3ra.
Presentación del taller y explicación de la metodología	15 min.	15 min.	15 min.
Exposición de la temática	20 min.	20 min.	20 min.
Desarrollo individual y opiniones	40 min.	40 min.	40 min.
Trabajos grupales	30 min.	30 min.	30 min.
Receso	20 min.	20 min.	20 min.
Presentación de los trabajos grupales	40 min.	40 min.	40 min.
Comparaciones de los trabajos	40 min.	40 min.	40 min.
Conclusiones: Comentarios, socialización de ideas y evaluación de lo logrado	120 min.	120 min.	120 min.
Tiempo total	325 min.	325 min.	325min.

Evaluación del Taller

Por ser la investigación de tipo propositivo, adjuntamos a ella una propuesta de evaluación, el diseño de esta evaluación demanda tener en cuenta los objetivos del taller, el contenido del taller y el desempeño del facilitador.

Esta evaluación está diseñada para ser aplicada al finalizar el taller.

Por favor marca con una X y responder en los espacios en blanco.

I. Objetivo del taller (Marca con una X)		
1. Se cumplieron.	SI	NO
2. Respondieron a las expectativas.	SI	NO
3. Le permitió abrir nuevas inquietudes de actualización.	SI	NO

II. Contenidos del taller (Marca con una X)			
1.-Le permitió familiarizarse con el tema.	SI	NO	
2. Le ofreció actualizarse en la temática.	SI	NO	
3. Tuvieron relación con el objetivo del taller.	SI	NO	
4. Respondieron a sus expectativas.	SI	NO	
Contenidos y Temas (Responder)			
El tema que más me gustó fue:			
El tema que menos me gustó fue:			
El tema que mejor fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:			
El tema que peor fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:			
El tema que me hubiera gustado que profundizaran más fue.			
El tema más útil fue:		
III. Desempeño del Facilitador (Marca con una X)			
1. Las actividades fueron expuestas en forma lógica y organizada	SI	NO	
2. La utilización de recursos didácticos ha sido:	BUENO	REGULAR	M A L O
3. El manejo de grupo por parte del expositor fue:	BUENO	REGULAR	M A L O
4. El dominio del tema por parte del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	M A L O
5. El dominio práctico del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	M A L O

Conclusiones

1. Identificación de la cualidad de los estudiantes para proponer soluciones novedosas a los problemas educativos.
2. La autonomía y confianza en sí mismo, permitirán a los estudiantes relacionarse con mayor seguridad, pensar en una empresa propia, confiar en sus potenciales.
3. La identidad de las cualidades personales de los estudiantes permitirán construir el nuevo perfil que deben tener los profesionales emprendedores.

Recomendaciones

1. Aplicar este taller a fin de poder establecer nuevos perfiles de los emprendedores.
2. Apostar por nuevos talleres que permitan mejorar el proceso docente educativo.
3. Agenciarse de información a fin de recoger nuevos datos teóricos sobre los perfiles del emprendedor a fin de contrastar con la realidad.

Bibliografía

- HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista. 2010. Metodología de la investigación. McGraw-Hill Méjico
- MAIRELE, Mario. 2005. Técnicas para el trabajo en grupo. Editoriales Paulinas. México.
- MONROY, Anameli. 1999. Dinámica de grupos. Editorial Pax. México.
- SACO, Raquel. 2004. Crear una microempresa. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona. España.

TALLER Nº 3: EMPRENDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD

Resumen

En el desarrollo del taller, además de las exposiciones intelectuales, se incluyen diversos ejercicios y actividades que permitirán a los participantes tener una experiencia directa del tipo de propuesta y de las posibilidades que surgen de la participación en ella.

Fundamentación

Fundamentado en la teoría de TIMMONS quien sostiene que el espíritu empresarial convergen tres fuerzas: **La Oportunidad, los Recursos y el equipo Empresarial** que se relacionan a través de una plan de negocios el cual se convierte en una herramienta central de comunicación entre estas tres fuerzas con un enfoque integral y holístico.

Objetivo

Formar emprendedores integralmente responsables.

Análisis Temático

Oportunidad

Objetivo

Identificar oportunidades de negocio que pueden surgir de diversas fuentes, problemas y/o necesidades insatisfechas en el entorno.

Descripción

Cada uno de los grupos formados en el taller propone 6 ideas de negocio las cuales pueden surgir de diversas fuentes la cuales se convertirán como potenciales ideas de negocio que posteriormente se implementarán con el apoyo de las autoridades universitarias o través de unidades de apoyo institucional.

Recursos

Objetivo

- Elaborar un Plan de Negocios.
- Identificar las principales fuentes de recursos para implementar la idea de negocio o empresa.

Descripción

Los grupos de trabajo o equipos de emprendedores identifican y exponen el diferente recurso de tipo financiero, capital humano, activos y el plan de negocio que dará coherencia a las ideas propuestas.

El equipo empresarial**Objetivo**

Formar equipos de trabajo con una idea y plan de negocio correspondiente

Descripción

Aquí se incluye el método trabajo por proyectos formando equipos de trabajo con todos los estudiantes, cada grupo constituye un equipo empresarial donde los estudiantes mismos asignan responsables para cada una de las tareas o áreas de la futura empresa, respetando y trabajando su plan de negocios elaborado en el anterior taller.

El seguimiento los equipos de trabajo es permanente para poder observar la implementación de los planes de negocio y los resultados de los mismos .

Desarrollo Metodológico

Para la realización de este taller y alcanzar los objetivos propuestos planteamos seguir un proceso metodológico de tres momentos para cada tema propuesto.

Partes Componentes del Taller	Acciones
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación. • Comunicación de los objetivos de la reunión. • Repaso y/o control de los requisitos.
Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la materia por el facilitador, utilizando el tipo de razonamiento previsto. • Desarrollo de la ruta de trabajo y seguimiento del trabajo de cada equipo o grupo . • Evaluación formativa del progreso de los participantes. • Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.
Conclusión	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del aprendizaje logrado en relación con los objetivos de la reunión. • Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación y refuerzo con el fin de corregir y fijar el aprendizaje logrado. • Síntesis del tema tratado en la reunión. • Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido. • Anuncio del tema que será tratado y/o actividad que será realizada en la reunión siguiente.

Cronograma del Taller

Mes: Noviembre, 2014

Periodicidad: Una semana pos cada taller.

Mes y fecha	Noviembre, 2014		
Actividad	1ra.	2da.	3ra.
Presentación del taller y explicación de la metodología	15 min.	15 min.	15 min.
Exposición de la temática	20 min.	20 min.	20 min.
Desarrollo individual y opiniones	40 min.	40 min.	40 min.
Trabajos grupales	30 min.	30 min.	30 min.
Receso	20 min.	20 min.	20 min.
Presentación de los trabajos grupales	40 min.	40 min.	40 min.
Comparaciones de los trabajos	40 min.	40 min.	40 min.
Conclusiones: Comentarios, socialización de ideas y evaluación de lo logrado	120 min.	120 min.	120 min.
Tiempo total	325 min.	325 min.	325 min.

Evaluación del Taller

Por ser la investigación de tipo propositivo, adjuntamos a ella una propuesta de evaluación, el diseño de esta evaluación demanda tener en cuenta los objetivos del taller, el contenido del taller y el desempeño del facilitador.

Esta evaluación está diseñada para ser aplicada al finalizar el taller.

Por favor marca con una X y responder en los espacios en blanco.

I. Objetivo del taller (Marca con una X)		
1. Se cumplieron.	SI	NO
2. Respondieron a las expectativas.	SI	NO
3. Le permitió abrir nuevas inquietudes de actualización.	SI	NO

II. Contenidos del taller (Marca con una X)			
1.-Le permitió familiarizarse con el tema.	SI	NO	
2. Le ofreció actualizarse en la temática.	SI	NO	
3. Tuvieron relación con el objetivo del taller.	SI	NO	
4. Respondieron a sus expectativas.	SI	NO	
Contenidos y Temas (Responder)			
El tema que más me gustó fue:			
El tema que menos me gustó fue:			
El tema que mejor fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:			
El tema que peor fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:			
El tema que me hubiera gustado que profundizaran más fue.			
El tema más útil fue:		
III. Desempeño del Facilitador (Marca con una X)			
1. Las actividades fueron expuestas en forma lógica y organizada	SI	NO	
2. La utilización de recursos didácticos ha sido:	BUENO	REGULAR	M A L O
3. El manejo de grupo por parte del expositor fue:	BUENO	REGULAR	M A L O
4. El dominio del tema por parte del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	M A L O
5. El dominio práctico del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	M A L O

Conclusiones

1. Crear nuevas empresas, según nuestras necesidades y posibilidades y las del entorno natural y social en que debe insertarse.
2. El desarrollo de las capacidades internas permiten comprenderse mejor a sí mismos y al mundo que los rodea para poder así asumir la actitud apropiada para cumplir con éxito su función en la vida y en cada emprendimiento que decidan realizar.
3. Desarrollo de la comprensión intelectual y la capacidad creadora para trabajar con los nuevos arquetipos en la satisfacción de necesidades, en función de las motivaciones y posibilidades individuales y grupales.

Recomendaciones

1. Sincerar los propósitos para pensar en nuevos proyectos, nuevas empresas.
2. Realizar presentaciones que permitan desarrollar las capacidades internas de los estudiantes a fin de descubrir el espíritu emprendedor.
3. Los docentes y facilitadores deben orientar a los estudiantes a pensar constantemente en nuevos paradigmas, nuevos esquemas.

Bibliografía

- CLAUSS, Carlos. 2006. La economía integral: El nuevo paradigma integral. Editorial Dunken. Buenos Aires. Argentina.
- EROSA, Victoria. 2006. Formación de emprendedores. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México.
- HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista. 2010. Metodología de la investigación. McGraw-Hill México.
- MASTACHE, Anahí. 2009. Formar personas competentes. Centro de Publicación Educativa y Material Didáctico.

3.3.5. Cronograma de la Propuesta.

Universidad Nacional de Tumbes												
Fecha por Taller, Año 2013	Taller Nº 1				Taller Nº 2				Taller Nº 3			
Meses	Setiembre				Octubre				Noviembre			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades												
Coordinaciones previas												
Convocatoria de participantes												
Aplicación de estrategias												
Validación de conclusiones												

3.3.6. Presupuesto

Recursos Humanos

Cant.	Requerimiento	Costo individual	Total
1	Capacitador	S/ 100.00	S/ 300.00
1	Facilitador	S/ 300.00	s/ 900.00
TOTAL			S/1200.00

Recursos Materiales

Cant.	Requerimiento	Costo individual	Total
60	Folders con fasters	S/ 0.60	S/ 36.00
60	Lapiceros	s/ 0.50	s/ 30.00
900	Hojas bond	S/ 0.03	s/ 27.00
180	Refrigerios	S/ 5.00	S/ 900.00
600	Copias	S/ 0.10	S/ 60.00
Total			S/ 1043.00

Resumen del Monto Solicitado	
Recursos humanos	S/ 1200.00
Recursos materiales	S/ 1043.00
Total	S/ 2243.00

3.3.7. Financiamiento de los Talleres

Responsable: La responsable de la investigación.

CONCLUSIONES

1. Los estudiantes al tratar de desarrollar actitudes emprendedoras presentan dificultades debido a que la plana docente no cumplen con el rol de la Universidad como formadora de emprendedores.
2. El proceso de formación académico profesional presenta grandes problemas, como la falta de una cultura empresarial, contenidos teóricos desfasados.
3. La elaboración de una estrategia de gestión empresarial vincula los tres primeros objetivos específicos de la investigación. Los talleres se elaboraron fundamentados en las teorías de Shapero, Mc Clenlland, Timmons y Gibbs.
4. La hipótesis quedó confirmada, o sea se justificó el problema.

RECOMENDACIONES

1. Debe incluirse en el proceso de formación académico profesional el Programa de Estrategias de Gestión Empresarial con un alto sentido de particularidad según sea la realidad de cada institución universitaria.
2. La nueva formación académica profesional debe tomar como prototipo el Programa para elevar el nivel de formación y mejorar el proceso docente educativo, creando profesionales emprendedores y creadores de empresas.
3. Para mejor aplicabilidad se debe considerar el entorno familiar, social y empresarial de los alumnos dentro del Programa de Gestión Empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BARNARD, C. (2003). Las funciones de un ejecutivo. España: Díaz de Santos.
2. BENTLEY, T. (2002). Distributed intelligence: leadership, learning and creativity. the National College for School.
3. BERNAL, C. (2006). Metodología de la investigación . Argentina: PEARSON.
4. BOCARDO, R. (2006). Creatividad en la Ingeniería del diseño. Universidad Simón Bolívar, Venezuela: Equinoccio.
5. BOTTINO, C., DÍAZ, C., & KORMAN DIB, S. (2006). Emprendedurismo: materia electiva. Rio de Janeiro: Publit.
6. BRUNA, F. (2006). Emprendiendo un proyecto de empresa: planificación y gestión emprendedora. España: Ideas propias .
7. CABALLERO, M. (2005). Liderazgo y mediación. España: Junta de Andalucía.
8. CARRANZA, J. (2007). Proceso docente_educativo. Recuperado el marzo de 2010, de <http://upsp5.blogspot.com/>
9. CARRIÓN, J. (2007). Estrategia: De la visión a la acción. España: ESSIC.
10. CUERVO, Á. (2005). La Creación empresarial, en la empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes. España: Instituto Superior de Formación del Profesorado.
11. CHIAVENATO, I. (1999). Introducción a la teoría general de la administración. Colombi: McGraw – Hill.
12. DE BONO, Edward. 1994. El pensamiento creativo. Ed. Paidos. México.
13. DE MULDER, E., & CUBEIRO, J. (2003). “El noble arte de emprender. Un estudio sobre los intraemprendedores en España.” Iniciativa Emprendedora. España: Deusto.
14. Dolabela, F. (2003). Pedagogía emprendedora. São Paulo: Cultura.
15. DOLAN, S. (2004). Diez mandamientos para la dirección de personas. España: Gestión.
16. Empleo, D. N.–M. (2006). Elaboración de Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

17. FERNÁNDEZ, M. (1999). Diccionario de Recursos Humanos. Madrid. España: Díaz de Santos.
18. FIEDLER, F.E. and Chemers, M.M. (1974) Leadership and Effective Management, Glenview, IL: Scott, Foresman and Co.
19. FIGUEROA, F. (2003). Renacimiento y grandeza. México: Universidad de Colima.
20. FLORES, F., & GRAY, J. (2003). El ocaso de las carreras profesionales. Revista Universitaria .
21. Gobierno Regional, Región del Bío-Bío. (2000). Estrategia regional de desarrollo 2000-2006. Chile: Intendencia Región del Bío-Bío.
22. HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., & BAPTISTA, P. (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw-Hill.
23. LINARES, D. (2002). Creación de Empresas y apoyo a emprendedores en el Perú. Lima, Colectivo Integral de Desarrollo. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
24. LÓPEZ, M. (2002). Administración en enfermería, hoy. España: Universidad de Murcia.
25. MAIR, J., SEELOS, C., & BORWANKAR, A. (2004). Emprendedores sociales y desarrollo sostenible. España: Deusto.
26. MARIN, G. (2004). Diseño de Proyectos en la Investigación Cualitativa. Universidad EAFIT.
27. MATEO, D. (2006). Gestión emprendedora. España: Ideas propias editorial.
28. MIRANDA, B. (2001). Relaciones de género con equidad. El Salvador.
29. Organización Internacional del Trabajo. (2004). 40 Preguntas sobre Competencia Laboral. Montevideo: Centro Interamericano De Investigación Y Documentación Sobre Formación Profesional.
30. PARRADO, Á. (2009). Núcleos de emprendedores rurales. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
31. RAMÍREZ, C. (2007). Fundamentos de administración. Bogotá. Colombia: Eco.
32. ROBBINS, S. (2004). Comportamiento organizacional . México: Pearson.
33. ROBBINS, S. (2005). Administración. México: Pearson.
34. RODRÍGUEZ, P. (2004). Sobre creatividad e innovación. Sistema Madrid .

35. seminariodeadmonita. (2010). Obtenido de <http://seminariodeadmonita.blogspot.com/2010/05/modelos-de-contingencia.html>
36. slideshare.net. (junio de 2010). Recuperado el agosto de 2010, de <http://www.slideshare.net/czelada/proceso-docente-educativo-82692>
37. SOLAR, M. (2004). Hacia el currículum de competencias en la educación superior. Santiago del Chile: Universidad de Concepción.
38. TIMMONS, J. (1989). La mentalidad empresarial. Buenos Aires: Sudamericana.
39. TORRANCE, P. (1978). La educación y el potencial creativo. Madrid: Marova.
40. TORRANCE, P. (2002). El manifiesto. España: Ablex Pub.
41. Unión Europea. (2003). Libro Verde. El espíritu empresarial en Europa. Bruselas: UE.
42. UNIÓN EUROPEA. (2004). "Progreso en el fomento de actitudes y competencias emprendedoras en Educación Primaria y Secundaria". Informe final del grupo de expertos "Educación para emprendedores". Bruselas: UE.
43. Universidad de Concepción. (2002). Plan de desarrollo estratégico 2002-2006. Colombia.
44. UNR. (2001). Cadena de Formación de Emprendedores. Ciudad Industrial del Valle del Nalón S.A: Langreo.

LINKOGRAFÍA

- uancv.edu.pe. (Agosto de 2008). Historia. Recuperado el marzo de 2010, de <http://www.uancv.edu.pe/>
- unmsm.edu.pe. (2009). Recuperado el noviembre de 2010, de <http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/LEY%20UNIVERSITARIA.htm>
- itescam.edu. (2010). Obtenido de www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/.
- laboratorioeureka. (2010). Obtenido de <http://laboratorioeureka.blogspot.com/2011/07/djokovic-el-mejor-tenista-del-mundo.html>

ANEXOS

ANEXOS Nº 01

ENCUESTA

I. **INSTRUCCIONES:** Lee comprensivamente y marca con una X la respuesta según tu apreciación personal de acuerdo a los siguientes criterios.

II. DATOS PERSONALES

Sexo:

☐ M☐ F

Edad: -----

1. Conoces el Plan Curricular de tu escuela profesional

☐ SI☐ NO

2.- El Plan Curricular está estructurado por:

a) Objetivos

b) Competencias y capacidades

☐ SI☐ NO

3. Sabes que es capacidad emprendedora

4. Capacidad Emprendedora es:

a) Generación de ideas novedosas de un producto o servicio

b) Creación y administración de empresas familiares sin tener la seguridad de éxito

c) Creación de una empresa a partir de oportunidades, a través de liderazgo equilibrado
asumiendo un riesgo calculado.

d) Identificación de Ideas de negocio potencialmente exitosas y llevadas a cabo a corto plazo

5. ¿Posees formación previa en emprendimiento?

☐ SI☐ NO

6. Si en el ítem anterior tu respuesta fue SI contesta lo siguiente:

El estado actual de tu emprendimiento es

a) Es sólo una idea sin documentación

☐ SI☐ NO

b) Estoy realizando estudios sobre el tema

☐ SI☐ NO

c) Estoy consiguiendo dinero para financiarlo

☐ SI☐ NO

d) Lo lleve a la práctica, pero fue un fracaso

☐ SI☐ NO

e) Hoy en día es una empresa que funciona

☐ SI☐ NO☐ SI

13

☐ NO

6. ¿El tema de emprendimiento es importante para usted?

7. ¿Crees que en la universidad se estimula el emprendimiento?

SI	NO
----	----

8. ¿Tu familia obtiene ingresos por algún emprendimiento?

SI	NO
----	----

9. Tomas decisiones propias y asumes la responsabilidad de los resultados obtenidos	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
10. Te gusta asumir nuevos retos porque es muy posible que te vaya muy bien				
11. Buscas nuevas oportunidades porque no estas conforme				
12. Disfrutas descubriendo cosas nuevas y diferentes para hacer				
13. Tienes Deseo de cambio, superación y progreso				
14. Posees habilidad de persuasión y puedes influenciar en los demás				
15. Te gusta obtener buenos resultados en lo que haces				
16. Tienes mentalidad positiva hacia el éxito				
17. Trabajas todo lo que hace falta para acabar los proyectos que empiezas aunque tenga dificultades				
18. Confías en que puedes lograr lo que quieres				
19. Te sientes con mucha energía y ganas de trabajar				
20. utilizas eficientemente los recursos que dispones				
21. Manejas las tecnologías de la información y comunicación.				
22. Disfrutas trabajando con otros más que trabajar solo.				
23. Tienes habilidad para solucionar conflictos y llegar a negociaciones				
24. Actúas con determinación y te adelantas a los demás				
25. Te entusiasma desarrollar una idea de negocio				

26. Tienes formación y/o experiencia con los siguientes procesos empresariales

PROCESOS EMPRESARIALES	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
a) Cómo se generan las ideas de negocio.				
b) Cómo aprovechar la oportunidad de negocio				
c) Cómo formular un plan de negocios				
d) Cómo gestionar recursos para el negocio o empresa				
e) Cómo constituir formalmente un negocio o empresa				
f) Cómo administrar el negocio o empresa				
g) Cómo hacer crecer un negocio o empresa				