



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
“PEDRO RUIZ GALLO”  
DE LAMBAYEQUE**



**FACULTAD DE CIENCIAS  
HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN**

**UNIDAD DE POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**TESIS**

**“Plan de Gestión Empresarial para fomentar el Emprendedurismo en los Estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto, año 2017”.**

**Para obtener el Grado Académico de Maestra en Ciencias de la Educación con mención en Docencia y Gestión Universitaria.**

**AUTORA:  
Lic. Eliana Saavedra Coral.**

**ASESOR:  
M.Sc. César Augusto Cardoso Montoya**

**LAMBAYEQUE – PERÚ – 2018**

**“Plan de Gestión Empresarial para fomentar el Emprendedurismo en los Estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto, año 2017”.**

**PRESENTADA POR:**

---

**Lic, SAAVEDRA CORAL, Eliana.**

**AUTORA**

---

**CARDOSO MONTOYA, César A.  
ASESOR**

**APROBADA POR:**

---

**Dr. Jorge Castro Kikuchi  
PRESIDENTE**

---

**Mg. Daniel Edgar Alvarado León  
SECRETARIO**

---

**Dr. Manuel Bances Acosta  
VOCAL**

## DEDICATORIA

*A MIS PADRES LUIS CESAR SAAVEDRA  
RÓMERO Y EMÉLIDA CORAL DÁVILA  
POR SER EL PILAR FUNDAMENTAL  
EN TODO LO QUE SOY, EN TODO MI  
EDUCACIÓN, TANTO ACADÉMICO,  
COMO DE LA VIDA, POR SU  
INCONDICIONAL APOYO MANTÉNIDO  
A TRÁVÉS DEL TIEMPO.*

*TODO ESTE TRABAJO HA SIDO  
POSIBLE GRACIAS A ELLOS.*

## AGRADECIMIENTO

*A DIOS POR REGALARME LA VIDA  
Y GUIARME POR LAS SENDAS ,A  
MIS PADRES LUÍS CÉSAR  
SAAVEDRA ROMERO Y EMÉLIDA  
CORAL DÁVILA POR SU POR SU  
GRAN EJEMPLO DE SUPERACIÓN Y  
VALIOSO APOYO EN TODO  
MOMENTO DE MIS ESTUDIOS DE LA  
MAESTRÍA .A MI AMIGA RUT  
ESTER TORRES REATEGUI POR SUS  
SABIOS CONSEJOS CUANDO ME  
ENCONTRABA CON CIERTOS  
PROBLEMAS.*

## TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	vx
INTRODUCCIÓN.....	11
 CAPÍTULO I .....	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	14
1.1.1. Departamento de San Martín.....	14
1.1.2. Provincia de San Martín.....	16
1.1.3. Ciudad de Tarapoto.....	17
1.1.4. Universidad Nacional de San Martín (UNSM -T).....	18
1.1.5. Facultad de Educación y Humanidades - Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Especialidad Ciencias Naturales. ....	19
1.2. PROCESO HISTÓRICO.....	20
1.2.1. Contexto Internacional.....	23
1.2.2. Contexto Nacional.....	27
1.3. CÓMO SE MANIFIESTA EL PROBLEMA Y QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE.....	30
1.4. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA.....	33
1.4.1. Tipo de Investigación.....	33
1.4.2. Paradigma y Modalidad de la Investigación.....	34
1.4.3. Población y Muestra.....	34
1.4.4. Diseño de la Investigación.....	34
1.4.5. Métodos y Procedimientos.....	35
1.4.6. Técnicas e Instrumentos.....	37
 CAPÍTULO II .....	
MARCO TEÓRICO. ....	38
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	38
2.2. BASE TEÓRICA. ....	43
2.2.1. Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffrey Timmons. ....	43
2.2.2. Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.....	47

2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	51
2.3.1. Plan de Gestión Empresarial.....	51
2.3.2. Emprendedurismo.....	52
CAPÍTULO III .....	
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA. ....	54
3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	54
3.1.1. Resultados de Guía de Observación.....	54
3.1.2. Resultados de Encuesta. ....	57
3.2. PROPUESTA PRÁCTICA. ....	64
3.2.1. Introducción. ....	66
3.2.2. Objetivos de la Propuesta. ....	67
3.2.3. Justificación. ....	67
3.2.4. Fundamentación. ....	68
3.2.5. Estructura de la Propuesta.....	70
3.2.6. Alcances, Impacto y Logros a Alcanzar con la Propuesta. ....	91
3.2.7. Cronograma de la Propuesta.....	91
3.2.8. Presupuesto. ....	92
3.2.9. Financiamiento de la Propuesta. ....	92
CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFÍA.....	94
LINKOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	97

## **RESUMEN**

La cultura tiene un límite y está en relación a la experiencia de la persona, a diferencia de la imaginación y la creatividad que no tienen límite. Depende de cómo lo estimulemos.

La investigación se realizó en la Universidad Nacional de San Martín (UNSM -T), Tarapoto; donde participaron los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Ciencias Naturales, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades.

El objetivo de la investigación fue elaborar un “Plan de Gestión Empresarial para fomentar el emprendedurismo en los estudiantes”. El trabajo se justificó porque posee valor teórico, utilidad práctica, relevancia social y por los beneficios que genera a la institución en estudio. Se sustentó en la Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons y la Teoría de la Creatividad de Paul Torrance, las que fueron identificadas por la naturaleza del problema de investigación.

La investigación se aborda de acuerdo al tipo de estudio descriptivo - propositiva. La población fue de 56 estudiantes. Se empleó la entrevista, el testimonio, la observación y la encuesta. Concluyéndose que en la Facultad de Educación y Humanidades, no se promueve el emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, debido a que el currículo tiene contenidos flexibles y no se adecua a las necesidades tanto del estudiante como de la sociedad en la que se desarrollan; los estudiantes se enfrentan constantemente a una serie de barreras para la creación e implementación de una empresa debido a que carecen de herramientas y habilidades técnicas tales como saber comunicarse en forma escrita y oral,

conocimientos y habilidades en gestión y organización. Habilidades de administración de empresas tales como planificar y tomar decisiones. Habilidades personales tales como creatividad, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo. Por otro lado, aún se tiene la concepción errónea que la formación de estudiantes emprendedores es solo para aquellos que estudian administración, cuando en realidad es todo lo contrario. El rol docente se suma a esta problemática.

El trabajo de campo evidenció empíricamente el problema de investigación. La propuesta se formalizó en base a talleres.

**Palabras Clave:** Plan de Gestión Empresarial; Emprendedurismo.



## **ABSTRACT**

Culture has a limit and is related to the experience of the person, unlike imagination and creativity that have no limit. It depends on how we stimulate it.

The research was carried out at the National University of San Martín (UNSM-T), Tarapoto; where the students of the 2nd cycle of the Specialty of Natural Sciences, Professional Academic School of Secondary Education, Faculty of Education and Humanities participated.

The objective of the research was to develop a "Business Management Plan to encourage entrepreneurship in students". The work was justified because it has theoretical value, practical utility, social relevance and the benefits it generates for the institution under study. It was based on the Theory of the Entrepreneur Spirit of Jeffry Timmons and the Theory of Creativity of Paul Torrance, which were identified by the nature of the research problem.

The research is approached according to the type of descriptive - proactive study. The population was 56 students. The interview, the testimony, the observation and the survey were used. Concluding that in the Faculty of Education and Humanities, entrepreneurship is not promoted in the students of the 2nd cycle of the Specialty of Communication, Professional Academic School of Secondary Education, because the curriculum has flexible contents and is not adapted to the needs of the student as of the society in which they are developed; Students are constantly faced with a series of barriers to the creation and implementation of a company because they lack tools and technical skills such as knowing how to communicate in written and oral form, knowledge and skills in management and organization. Business management skills such as planning and making decisions. Personal skills

such as creativity, innovation, assumption of risk, perseverance and leadership. On the other hand, there is still the misconception that the training of entrepreneurial students is only for those who study administration, when in reality it is the opposite. The teaching role adds to this problem.

The field work empirically demonstrated the research problem. The proposal was formalized based on workshops.

Keywords: Business Management Plan; Entrepreneurship

## INTRODUCCIÓN

A partir de la década del 90 la tarea investigativa de la Universidad compromete a la imaginación y creatividad anudada a las categorías eficiencia, competitividad a fin de ser un incluido en la lógica del mercado. Nadie apuesta a ser un excluido. En la lógica del consumo lo ideal es estar bien, vivir bien en mérito a la economía del conocimiento.

Nadie discute que el papel de las universidades no se restringe sólo a las actividades de enseñanza e investigación. Es más, la sociedad demanda una mayor implicación de las universidades en el desarrollo económico y social del territorio. Este proceso ha originado la aparición y consolidación de un nuevo tipo de universidad: la universidad emprendedora. La consolidación de la “tercera misión” como mecanismo de reorientación de las universidades y el interés de los diferentes niveles de gobierno en cada territorio en la participación activa de las universidades en el desarrollo económico y social, promueve la concreción de un nuevo entorno favorable a la implantación y desarrollo del emprendedurismo y la colaboración universidad - empresa. (JIMÉNEZ & ARROYO, 2009)

La Universidad Nacional de San Martín de Tarapoto (UNSM - T), debe potenciar las habilidades innatas de los estudiantes y brindarles un contexto propicio para desarrollar ideas de negocio y gestionarlas.

En la Universidad Nacional de San Martín de Tarapoto, la formación profesional en emprendimiento es de bajo nivel ya que el perfil profesional, la malla curricular y en general la concepción de la formación universitaria está caracterizada por el continuismo de un modelo tradicionalista de enseñanza - aprendizaje, el estudiante aún es receptor de información, se desarrolla una formación basada en la repetición de información, la reproducción, la poca creatividad, la copia de modelos, el uso de metodologías tradicionales; el no promover a la investigación e innovación como base de desarrollo

profesional; no se apuesta por una formación que desarrolle competencias personales y competencias de conocimiento; lo que no garantiza poder realizar cambios para adecuarse a las exigencias de la educación superior universitaria en la sociedad del conocimiento.

Ante esta realidad es que nos planteamos la **interrogante**: ¿La elaboración de un Plan de Gestión Empresarial fomentará el emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto?

Teniendo como **objeto de estudio**: Proceso Académico Profesional.

**Campo de acción**: Plan de Gestión Empresarial para fomentar el emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto.

**Objetivo general**: Elaborar un Plan de Gestión Empresarial para fomentar el emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. **Objetivos específicos**: Determinar el nivel de fomento del emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de nuestra realidad problemática; Investigar el nivel de formación académico profesional de los docentes en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación; y Elaboración de la Propuesta en relación al propósito de la investigación.

La **hipótesis**: “**Si** se diseña un Plan de Gestión Empresarial sustentado en las teorías de Jeffry Timmons y Paul Torrance, **entonces** se fomentará el emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto”.

Nuestra tesis compromete tres capítulos. En el **Capítulo I**, realizamos el análisis del problema de estudio. Comprende la ubicación geográfica del Departamento de San Martín - Tarapoto, una breve descripción de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T). Proceso Histórico (Contexto Internacional y Nacional). Cómo se manifiesta el problema; qué características tiene y la Metodología empleada.

En el **Capítulo II**, abordamos el marco teórico, comprendido por el conjunto de trabajos de investigación que anteceden al estudio y por la síntesis de las principales teorías que sustentan la propuesta, figurando la Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons y la Teoría de la Creatividad de Paul Torrance. Tanto las teorías como los antecedentes permiten ver el por qué y el cómo de la investigación. Luego el marco conceptual.

En el **Capítulo III**, encontramos el análisis e interpretación de los datos recogidos de la guía de observación y encuesta aplicada a los estudiantes. También encontramos la propuesta en base a las teorías mencionadas.

Finalmente, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

#### **1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.**

##### **1.1.1. Departamento de San Martín.**

Es un departamento peruano situado en el norte del país. Comprende los territorios amazónicos de las porciones media y baja de la cuenca del río Huallaga. El departamento fue creado el 4 de setiembre de 1906 mediante la ley N° 201. (WIKIPEDIA, 2015)

##### **Ilustración 1: Escudo del Departamento de San Martín.**



**Fuente:** Imagen de Google.

- Límites (todos con departamento del Perú):
  - Norte: Departamento de Amazonas.
  - Este: Departamento de Loreto.
  - Sur: Departamentos de Ucayali y Huánuco.
  - Oeste: Departamento de La Libertad.

- Superficie: 51253,31 km².
- Población: 818,178 hab. aproximadamente.
- Capital: Moyobamba (81.000 hab.).
- Ciudad más poblada: Tarapoto (120,000 hab.)
- N° de provincias: 10 provincias.
- N° de distritos: 77 distritos.
- Este Departamento está integrado por las siguientes 10 provincias: (WIKIPEDIA, 2015)
  - Provincia de Bellavista .
  - Provincia de El Dorado.
  - Provincia de Huallaga.
  - Provincia de Lamas.
  - Provincia de Mariscal Cáceres.
  - Provincia de Moyobamba.
  - Provincia de Picota.
  - Provincia de Rioja.
  - Provincia de San Martín.
  - Provincia de Tocache.
- El clima es cálido en los márgenes del río Huallaga y templado en las cumbres de la cordillera Central, variando según la altitud. La temperatura media anual máxima es de 29 °C (84 °F) y la mínima de 18 °C (64 °F). (WIKIPEDIA, 2015)

## Ilustración 2: Mapa del Departamento de San Martín.



Fuente: Imagen de Google.

### 1.1.2. Provincia de San Martín.

Es una de las diez que conforman el Departamento de San Martín, bajo la administración del Gobierno regional de San Martín. Limita por el norte y por el este con el Departamento de Loreto; por el sur con la Provincia de Picota y; por el oeste con la Provincia de Lamas. (WIKIPEDIA; 2015)

La provincia tiene una extensión de 5 639,82 kilómetros cuadrados y se divide en catorce distritos:

- Tarapoto.
- Alberto Leveau.
- Cacatachi.
- Chazuta.
- Chipurana.



- El Porvenir.
- Huimbayoc.
- Juan Guerra.
- La Banda de Shilcayo.
- Morales.
- Papaplaya.
- San Antonio.
- Sauce.
- Shapaja.

### **1.1.3. Ciudad de Tarapoto.**

Es una ciudad del nororiente del Perú, ubicada a una altitud de 250 msnm a orillas del río Shilcayo, tributario del Mayo.

Es una de los principales centros turísticos y comerciales de la Amazonía peruana. Actualmente cuenta con una población de 234.702 (2012) habitantes (Metropolitana), por lo cual es la ciudad más poblada del Departamento de San Martín, 20ava ciudad más poblada del Perú y la tercera ciudad amazónica más grande y poblada después de Pucallpa e Iquitos. (WIKIPEDIA; 2015)

La capital está ubicada en el distrito de Tarapoto y forma parte de la conurbación de los distritos de La Banda de Shilcayo, Morales, Cacatachi, Distrito de Juan Guerra. Asimismo, es conocida como la Ciudad de las Palmeras.

Aun cuando hay varias versiones sobre el origen del nombre de la ciudad, los tradicionales lo atribuyen a las palmeras que existían en las orillas de la "Cocha" de Suchiche, cuyo nombre científico es *Icartea Ventricosa Martins*, pero que los lugareños

conocían como Tarapotus, hoy no queda sino solo el recuerdo de su nombre en el de la ciudad que surgió, en el lugar dónde antaño floreció. (WIKIPEDIA; 2015)

Por su altura y las montañas que rodea la ciudad, Tarapoto tiene un clima más fresco que las otras ciudades principales de la amazonía peruana. La temperatura promedio diario es 28°C con una variación de 18°C hasta 34°C. Durante septiembre y octubre es cuando se alcanzan las mayores temperaturas, a esto se le suma sensaciones térmicas cercanas a los 50°C. Las temporadas secas son de junio hasta octubre y diciembre hasta febrero y las temporadas de lluvias desde febrero hasta mayo y octubre hasta diciembre con las mayores lluvias en marzo y abril y la época más seca en julio, agosto y septiembre. (WIKIPEDIA; 2015)

#### **1.1.4. Universidad Nacional de San Martín (UNSM -T).**

La Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, fue creado por D.L. N° 22803 el 18 de diciembre de 1979 en la ciudad de Tarapoto, como consecuencia de la lucha del pueblo Sanmartinense por obtener una institución educativa con nivel universitario. (UNSM, 2015)

Se inicia las actividades oficiales de la Comisión de Gobierno de la UNSM con sede provisional en Lima, a partir del 18 de diciembre de 1980, con Resol. N° 001-CG-UNSM-80-TR y con Decreto Ley 22803. El Presidente de la Comisión de Gobierno Ing. Raúl Ríos Reátegui da a conocer al Presidente de la CONAI, el inicio de las funciones de Gobierno de la universidad con Oficio N° 001-PCG de fecha 23 de diciembre de 1980.

El 26 de enero de 1981 se fija la sede de la UNSM en la Ciudad de Tarapoto, con Resolución N° 905-81-CONAI con Decreto supremo N° 039-80-ED, Resolución Ministerial N° 1026-80-ED, de acuerdo a los estudios realizados por la Comisión Organizadora de la referida universidad designada por Resolución N° 8364-80-CONUP y 9021-80-CONUP, se acuerda que la ciudad de Tarapoto reúne los requisitos necesarios para ser designado como sede de la Universidad, estando a lo acordado en sesión del día 20 de enero de 1981 con Decreto Ley N° 22803. (UNSM, 2015)

Con la implementación de la Nueva Ley Universitaria N° 30220, se eligió al Comité Electoral Universitario Transitorio y Autónomo CEUTA, quien convocó a nuevas Elecciones para la conformación de la Asamblea Estatura, éste a su vez convoca a Elecciones de Asamblea Universitaria, siendo elegidos como Nuevas Autoridades Universitarias para el periodo 2015 al 2019, con Resolución N° 001-2015-UNSM-T/AU-R de fecha 16 de enero del 2015, las Autoridades en Gestión: (UNSM, 2015)

- Dr. Aníbal Quinteros García Rector.
- Dr. Oscar Wilfredo Mendieta Taboada Vicerrector Académico.
- Dra. Anita Ruth Mendiola Céspedes Vicerrectora de Investigación.

#### **1.1.5. Facultad de Educación y Humanidades - Escuela Académico Profesional de Educación Secundaria, Especialidad Ciencias Naturales.**

La Carrera Profesional de Secundaria con Res. N° 433-96-UNSM.

Tiene la finalidad de formar profesionales de sólida formación académica que le permita desarrollarse con eficiencia y compromiso en las cuatro áreas de la acción profesional docente: Técnico profesional, investigación educacional, gestión educacional y extensiva y proyección social trabaja fundamentalmente con niños y adolescentes. Está especializado en una determinada área del conocimiento humano, desarrolla su acción educativa y profesional en estrecha coordinación con las comunidades donde labora. (UNSM, 2015)

## **1.2. PROCESO HISTÓRICO.**

El emprendedurismo, a pesar de que existe desde hace largo tiempo, como objeto de estudio y de investigación se le considera como un “paradigma joven sin fundamento teórico sustancial” (COMECHÉ, 2004), otros lo consideran pre paradigmático (RUSQUE, 2004), por cuanto a pesar de tener larga data, los estudiosos del tema no tienen claridad aún sobre las principales categorías y conceptos que se deben manejar para que adquieran una validez común.

Por otro lado, se define emprendedor como “aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio. Y las mejores ideas son aquellas que después vuelan solas sin que su inventor tenga que conducir las toda la vida” (LAGUERRE, 2001). Por su parte, (COMECHÉ, 2004) explica que “el emprendedor es visto como aquel que percibe una oportunidad y que crea una organización para conseguir dicha oportunidad”. En este contexto, se puede afirmar que perseguir una oportunidad creando una nueva organización está implícito en el acto emprendedor.

El término emprender se remonta a la época de la antigüedad y desde hace mucho tiempo ha sido utilizado en las Ciencias Sociales. Proviene

de las palabras latinas “in” y “prenderé”. Luego los franceses la comenzaron a utilizar como “entrepeneur” y posteriormente los ingleses la acuñaron como “entrepreneurship” que se refiere a los comportamientos y habilidades (competencias) que requieren los emprendedores con potencial de éxito. (CABELLO, 2006)

Visto así, entonces, el emprendedurismo es el arte de poder hacer realidad un sueño, el emprendedor es el individuo que lo logra a través del proceso mismo de emprender, para sobre la marcha, ir desarrollándose como el visionario que quiso y pudo poner en marcha sus ideas. (CABELLO, 2006)

Así llegamos al término emprendedor universitario, definiéndolo como el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económicos o sociales donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial, destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca gerencial. (CABELLO, 2006)

El desarrollo de emprendedores puede ser una función importante de la universidad que es la formadora de individuos calificados y es el motor del proceso de aprendizaje del estudiante como futuro emprendedor. Actualmente existe un gran interés en el ámbito universitario sobre la problemática de la creación de empresas, por su consideración como una alternativa al desempleo y como oportunidad de autoempleo. El fomento de la cultura emprendedora en el ambiente universitario cobra una importancia en la política empresarial de todos los organismos relacionados con el desarrollo económico y social de los países y las regiones. Investigadores como Guerrero y Urbano (2010), O'Shea et al.

(2007), Ropke (1998), Rothaermel et al. (2007), Ryu (1998), Salamzadeh et al. (2011), Subotzky (1999), Schmoch (1999) y Zhao (2004), han estudiado el efecto del emprendimiento en las universidades. Destacando el papel que tiene la universidad como generadora de nuevos proyectos empresariales. (JIMENEZ, CABEZA, & BRIANO, 2012)

Además, autores como (ETZKOWITZ, 1998) introducen la expresión “emprendedurismo universitario”, para representar los casos en los cuales las entidades universitarias son una pieza fundamental para el desarrollo económico regional. Investigadores como (ROPKE, 1998), considera la universidad como una organización emprendedora cuando adopta un estilo de gestión empresarial, desarrolla iniciativas empresariales, e interactuar con su entorno. Asimismo, hoy en día las universidades deben actuar como incubadoras naturales (EZKOWITZ, 2003), donde se generen ideas exitosas en respuestas a las necesidades reales que detentan en su entorno y como solución a los problemas sociales de la comunidad donde se desarrolla. Para autores como (SCHULTE, 2004), las dos tareas primordiales de una universidad emprendedora es educar a los futuros empresarios y actuar como un empresario.

Para (BLENKER, 2004), las universidades actualmente deben ser universidades modernas donde interactúan los centros de investigación con los profesores, con el objetivo de busca de soluciones a los problemas y necesidades reales del mercado y el medio ambiente. El término de universidades modernas, describe a las universidades que incorporan la generación de conocimiento como segunda misión de la misma, y se enlaza la enseñanza y la investigación científica (ETZKOWITZ, 1998). Por ello, se plantea que el conocimiento generado por la universidad era valioso en sí mismo (AUDRETSCH & PHILLIPS, 2007) y si aplicamos a este conocimiento podemos generar innovaciones y crear nuevas empresas.

En concreto, varios autores como (GIBBS, 2005), (KURATKO, 2004), descantan el papel de las universidades como formadoras y educadoras de personas con un espíritu emprendedor, de manera que, al finalizar sus estudios universitarios creen empresas, generen empleo y contribuyan al desarrollo económico y social de los pueblos. Por lo tanto, las universidades desempeñan un papel significativo en el desarrollo económico, social de los diferentes países, y cuando se relacionan con las industrias o empresarios promueven la innovación (EZKOWITZ, 2003) que es el motor del progreso.

(ROTHAERMEL, 2007), señala el emprendedurismo universitario es el corazón del sistema de innovación universitario, que genera la transferencia de conocimiento y tecnología, a través de intermediarios tales como oficinas de transferencia de tecnología y la creación de incubadoras o parques científicos que finalmente generan las empresas de nueva creación.

Cuando las universidades apoyan e incentivar el emprendimiento, pueden transformar el conocimiento que poseen en las innovaciones que pueden generar la creación de nuevas organizaciones.

#### **1.2.1. Contexto Internacional.**

El emprendedurismo junto con la creación de fuentes de empleo, se han convertido en temas obligados de discusión como fenómenos mundiales, producto de la crisis laboral que se vive y que afecta particularmente a diversos países.

En **España**, la educación y la formación se consideran uno de los principales factores para fomentar el espíritu empresarial, siendo el conocimiento una herramienta para los empresarios

graduados, para desarrollar iniciativas emprendedoras que tienen más posibilidades de sobrevivir y crecer. En el Informe Ejecutivo (GEM ESPAÑA; 2010), realizado en el seno del Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), se muestra la evolución reciente de la tasa de actividad emprendedora (TEA) de la población de 18-64 años con estudios primarios, medios y superiores. Pudiendo observar la relación que existe entre nivel de educación y emprendimiento, de forma que la tasa es proporcionalmente más elevada entre los que tienen estudios superiores. A partir del 2007, momento en que se da la mayor tasa de actividad en los dos grupos extremos, se inicia una tendencia decreciente en los tres, si bien, el año 2010, el grupo de personas con estudios medios aumenta su tasa de actividad a diferencia de los que tienen estudios superiores y primarios.

Además, como podemos apreciar en las ilustraciones, los expertos GEM españoles, han valorado como buena, aunque no brillante, las condiciones educativas del entorno español que inciden en el emprendimiento. Por lo tanto, es necesario que en el ámbito educativo español se fomente más una cultura emprendedora, que apoye el descubrimiento de oportunidades emprendedoras por sus estudiantes y su desarrollo.

En los **países latinoamericanos**, los problemas actuales en el mercado laboral son producto de los cambios y situaciones que han ido arrojando resultados, que se han ido a su vez acumulando provocando la crisis actual. En las últimas tres décadas se han suscitados cambios demográficos, vaivenes políticos, transformaciones tecnológicas, crisis financieras que a su vez han provocado quiebras a nivel personal y empresarial, cambios en la inserción a la economía mundial, entre otros. Todo esto ha traído como consecuencia graves problemas en el



campo de trabajo. Es hora que surjan nuevas alternativas y entre ellas se habla del emprendedurismo con el emprendedor capaz de generar fuentes de empleo. (CABELLO, 2006)

Esto se ha convertido en una “realidad socio-económica de una magnitud relevante en la cultura occidental, sin marginar el notable impacto que posee sobre las cifras de generación de empleo en sociedades maduras como las europeas” (RIBEIRO, 2003)

En **Venezuela**, el Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA), a través de su Centro de Emprendedores del IESA, llevó a cabo una encuesta que recogió información de 2000 personas ubicadas en diversas regiones del país, donde se consideró una clasificación de los emprendedores encuestados de acuerdo a la motivación que los impulsó a poner en práctica sus ideas y los llevó a montar sus propios negocios.

Este estudio formó parte de una iniciativa mundial que realiza el Observador Global de la Iniciativa Empresarial (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), dirigida por Babson Collage y London Business School, llevada a cabo en el año 2005 y que abarca un total de 36 países y a más de 200 investigadores de reconocidas universidades e instituciones, entre ellas el IESA en Venezuela.

Los resultados del estudio nacional fueron presentados en marzo de 2006 en Caracas y arrojaron cifras significativas que provocaron que la (GEM, 2006) informara que **Venezuela ocupa el primer lugar a nivel mundial de actividad emprendedora a edad temprana**, donde se destaca que el 25% de los encuestados crearon o están por crear sus propias empresas. **El**

**2° lugar lo ocupó Tailandia, el 3ro Nueva Zelanda y en 4° se ubicó Jamaica con 20,7%, 17,6% y 17% respectivamente.**

En cuanto a la motivación que originó esta situación, los entrevistados opinaron que lo hacían por “necesidad” y que los negocios más solicitados eran las ventas de alimentos y víveres, seguido por restaurantes, comercio de textiles y artículos para el hogar, como también la actividad boom del momento relacionada con las telecomunicaciones e Internet.

En **Costa Rica**, existen varias instituciones que fomentan el desarrollo emprendedor (universidades, ONG, diversas instituciones del sector público y privado), con el MEIC como coordinador. No obstante, a nivel de las políticas, y a pesar de existir una Red de apoyo Pyme no han podido generar una coordinación interinstitucional en torno al fomento del desarrollo emprendedor - entendido este como el fomento de las mipymes - , y mucho menos en lo referente a la definición de políticas y acciones específicas para la promoción del emprendedurismo, existen las acciones aisladas de diferentes instituciones, sin mayor coordinación entre el tema de fomento de las mipymes y el proceso emprendedor. (NAVIA, 2012)

Desde hace varios años **Chile** está interesado en promover una cultura emprendedora en todos los niveles educativos, incorporando el concepto en el curriculum de educación básica, media y superior. Asimismo, Chile plantea que la promoción del emprendimiento debe darse como producto de un trabajo articulado entre el sector productivo y educativo. “la empresa debiera escoger como destino de responsabilidad social a la educación, en tanto que una mejora en la calidad de ésta signifique invertir en un aumento de la productividad de Chile” (MINEDUC-MEE 2006).

### 1.2.2. Contexto Nacional.

El **Perú** es un proyecto en todo orden de cosas, no sólo por los graves problemas que lo aquejan como nación, sino por los sustantivos cambios sociales, económicos, culturales y políticos que ha sufrido, a cuyo potencial positivo todavía no se ha dado cauce suficiente. Es, pues, imperativo modernizarlo. Este proceso de modernización nacional demanda la actualización de la universidad, cuyos actuales presupuestos constitutivos provienen de mediados del siglo pasado, cuando el Perú y el mundo eran distintos. (JIMÉNEZ-SÁEZ, FERNANDO, ARROYO-VÁZQUEZ, MÓNICA; 2009)

Ahora se abre para los peruanos la posibilidad de consolidar al país como nación civilizada, es decir como un pueblo que vive en democracia y se muestra social y económicamente equilibrado. Para este propósito, el Perú necesita indefectiblemente construir infraestructura, operar racionalmente sus recursos, transformar sus materias primas, industrializarse, formar ciudadanos íntegros en un tejido social solidario y democrático, preservar y elevar su cultura, crear y conservar el arte que enriquezca su identidad plural. Para ello requiere de sus universidades. De este imperativo nacional, sucintamente expresado, surge la necesidad de crear las condiciones para que las universidades peruanas, libres y autónomas, emprendan un proceso de transformación integral.

El emprendedurismo, la innovación y la creatividad año a año adquieren mayor relevancia para la promoción del desarrollo social y económico del país.

Es dentro de este contexto, que surge la agenda Peruana de Competitividad 2012 – 2013, que se constituye un esfuerzo de los sectores público, privado y académico a fin de promover y

sentar las bases para un desarrollo social y económico sostenible, teniendo como líneas estratégicas la Ciencia, tecnología e innovación, el desarrollo empresarial, calidad y educación productiva, la internacionalización del Perú, la mejora de la infraestructura, las tecnologías de la información y comunicación, la facilitación de negocios y la sostenibilidad ambiental. (NAVIA, 2012)

La agenda tiene siete pilares temáticos y consigna 70 metas dentro de las cuales la meta 14 y principalmente la 15 tienen directamente vinculadas con la función del Ministerio de Educación.

La meta 15 plantea; “Fomentar que el proceso de desarrollo curricular (currículo, materiales, capacitación, etc.) responda a criterios desde la mirada de desarrollo del emprendedurismo”. Con esta meta, se busca revertir la situación de desigualdad social y económica causada por la ausencia de empleo que afecta principalmente a jóvenes y mujeres; por lo tanto, el desarrollo del emprendimiento en las escuelas es un desafío impostergable, el que implica un cambio de qué, cómo y desde cuándo desarrollar capacidades emprendedoras y de emprendedurismo en los niños, niñas y jóvenes de la educación básica regular. (NAVIA, 2012)

El Perú a diferencia de otros países en América Latina y en el Mundo, aún tiene mucho camino por recorrer en términos de logros educativos, según recomendaciones realizadas por Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2009) en líneas de la promoción del emprendedurismo, la educación peruana requiere incorporar el componente del emprendedurismo, innovación y creatividad

de manera creativa e innovadora en los distintos niveles educativos.

En el informe (GEM PERU, 2009), los expertos señalan que el contenido curricular “no está dirigido a generar competencias emprendedoras [...] no estimula la independencia, la creatividad, la innovación, ni la motivación personal entre los alumnos y tampoco se enseña conocimientos para la puesta en marcha y gestión de negocios”.

La encuesta de expertos nacionales, señala una evolución en los últimos años, entre el 2006-2009 en la educación emprendedora, a nivel de educación primaria y secundaria. Pero observamos una baja en la educación superior, profesional y universitaria el 2010. Hay que tomar en cuenta que en la educación básica los programas que se ofrecen son sobre todo extracurriculares. Pero tal vez este indicador esté mejor posicionado debido a la extensión de estos programas y a los esfuerzos de algunas regiones por trabajar en el tema como por ejemplo Piura.

La educación superior debe de fomentar la innovación y la investigación, los estudiantes deben aprender que emprender no es exclusividad de los administradores de empresas sino de todos. El núcleo de los procesos actuales y que deben ser transformados en la vida universitaria, y que deben inspirar los modelos educativos y académicos podrían incorporar: (JIMÉNEZ-SÁEZ, FERNANDO, ARROYO-VÁZQUEZ, MÓNICA; 2009).

- La adopción del paradigma del aprender a aprender, aprender a emprender.

- La preocupación no debe seguir en la relación enseñanza aprendizaje, sino que debe trasladarse a los procesos de aprendizaje, en los que el estudiante se constituye en el centro.
- El profesor universitario debe asumir nuevas funciones que se integren al protagonismo de los discentes en la construcción del conocimiento significativo, comprometidos con el desarrollo de su región.
- La flexibilidad curricular y toda la moderna teoría curricular, que se está aplicando en el rediseño de los planes de estudio, flexibilidad que debe centrarse en modelos y métodos y no en tiempos o contenidos.
- La promoción de una mayor flexibilidad en las estructuras académicas que incorpore las transformaciones científicas y de tecnologías limpias.
- La estrecha interrelación entre las funciones básicas de la universidad (docencia, investigación, extensión y servicios).
- La redefinición de las competencias profesionales.
- La reingeniería institucional y la gestión estratégica como componente normal de la administración universitaria.
- La autonomía universitaria responsable.
- Los procesos de vinculación con la sociedad y sus diferentes sectores (productivo, laboral, empresarial, etc.)

### **1.3. CÓMO SE MANIFIESTA EL PROBLEMA Y QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE.**

La Universidad Nacional de San Martín de Tarapoto (UNSM-T), debe potenciar las habilidades innatas de los estudiantes y brindarles un contexto propicio para desarrollar ideas de negocio y gestionarlas. En la Universidad, la formación profesional en emprendimiento es de bajo nivel, pues el perfil profesional, la malla curricular y en general la

concepción de la formación universitaria está caracterizada por el continuismo de un modelo tradicionalista de enseñanza- aprendizaje, el estudiante aún es receptor de información, se desarrolla una formación basada en la repetición de información, la reproducción, la poca creatividad, la copia de modelos, el uso de metodologías tradicionales; el no promover a la investigación e innovación como base de desarrollo profesional; no se apuesta por una formación que desarrolle competencias personales y competencias de conocimiento; lo que no garantiza poder realizar cambios para adecuarse a las exigencias de la educación superior universitaria en la sociedad del conocimiento.

En la Facultad de Educación y Humanidades, no se promueve el emprendedurismo en los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, debido a que el currículo tiene contenidos flexibles y no se adecua a las necesidades tanto del estudiante como de la sociedad en la que se desarrollan; los estudiantes se enfrentan constantemente a una serie de barreras para la creación e implementación de una empresa debido a que carecen de herramientas y habilidades técnicas tales como saber comunicarse en forma escrita y oral, conocimientos y habilidades en gestión y organización. Habilidades de administración de empresas tales como planificar y tomar decisiones. Habilidades personales tales como creatividad, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo. Por otro lado, aún se tiene la concepción errónea que la formación de estudiantes emprendedores es solo para aquellos que estudian administración, cuando en realidad es todo lo contrario.

Emprender es gestionar conocimiento y si el estudiante no está preparado para enfrentar lo que la sociedad cambiante nos depara simplemente se quedará aislado. No existe un centro de formación empresarial o de práctica en la que los estudiantes realicen creación de

conocimiento y que se concrete en empresas que contribuyan con el desarrollo de la región y con las exigencias de la sociedad del conocimiento.

Nuestro problema presenta un conjunto de características:

**Falta de motivación.**

“La motivación juega un rol primordial como estimulación personal para ubicarnos en el momento que nos ha tocado vivir. El estudiante emprendedor es positivo, está preparado para tomar iniciativas y asumir riesgos. Es un incluido y avizora el futuro exitosamente. El estudiante introvertido y temeroso no forma parte del momento actual” (Testimonio docente. Mayo 2017).

**A partir del presente se construye el futuro.**

“Nada es para siempre, nada es duradero. Todo pasa, nada se detiene. Es una característica del presente. En ese sentido a partir del presente se construye el futuro. Se tiene que ser optimista y estar preparado para los desafíos del mercado. Este tipo de estudiante debemos formar” (Entrevista docente. Mayo 2017).

**La creatividad está ausente.**

“El emprendedurismo demanda de imaginación y creatividad, los cuales contribuyen a formar estudiantes propositivos, originales y por ende inteligentes y audaces frente al desafío de la cotidianidad. Como docentes tenemos que hacer realidad esta demanda de la sociedad.” (Entrevista docente. Mayo 2017).



## **Tecnología y retos**

“Docentes y estudiantes deben ser tributarios de un esfuerzo colectivo y entender que tienen que caminar al compás del desarrollo de la tecnología como voz instrumental de la sociedad” (Testimonio docente. Mayo 2017).

## **Currículo desconectado de la realidad**

“El currículo define el perfil profesional. Apostemos por estudiantes competitivos, desafiantes al futuro, convencidos que son pasajeros del tiempo y que éste vale oro. No podemos perder un minuto porque la competencia nos gana. El plan de estudios deberá tener asignaturas referidas a la Sociología de la Empresa o sobre emprendedurismo, como lo tienen otras universidades del país” (Entrevista docente. Mayo 2017).

Cualitativamente justificamos el problema de investigación.

## **1.4. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA.**

### **1.4.1. Tipo de Investigación.**

En nuestra investigación utilizamos el tipo de investigación descriptivo - propositiva.

Descriptivo, porque el propósito es dar cuenta objetivamente de la realidad problemática y propositiva porque avizora una solución.

#### **1.4.2. Paradigma y Modalidad de la Investigación.**

El paradigma que sigue nuestra investigación es mixto, debido a la naturaleza del problema de investigación, bajo la lógica del método fenomenológico porque compromete la intersubjetividad del estudiante, o sea, cómo se relaciona con su realidad para ser exitoso.

#### **1.4.3. Población y Muestra.**

##### **Población:**

La población en estudio está conformada por estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto, 2017 – II; según la Oficina de Asuntos Pedagógicos:

**U = 56 Estudiantes.**

##### **Muestra:**

Se consideró como muestra a todos los estudiantes de la población por ser homogénea y pequeña, esto es:

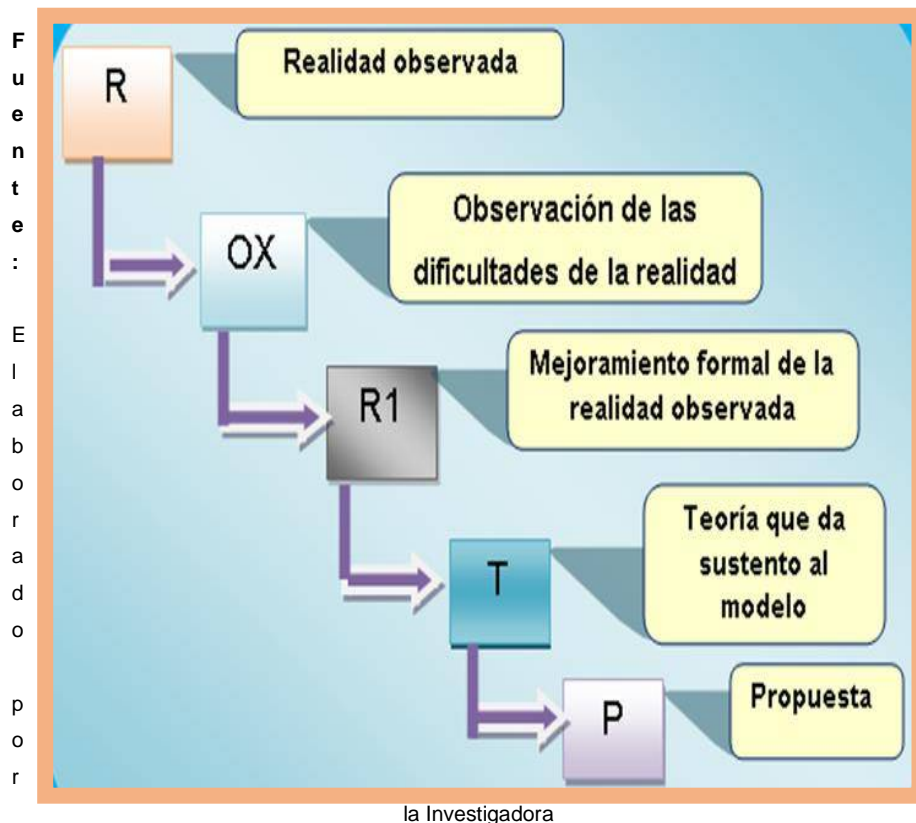
**n = U= 56 Estudiantes.**

#### **1.4.4. Diseño de la Investigación.**

El diseño de nuestro trabajo está realizado en dos fases: En la primera hemos considerado el diagnóstico situacional y poblacional que nos permitió seleccionar nuestras técnicas de investigación.

En la segunda fase hemos desagregado las variables, haciendo hincapié en la variable independiente que guarda relación con la elaboración de la propuesta de acuerdo a las teorías.

**Ilustración 3: Diseño de la Investigación.**



#### 1.4.5. Métodos y Procedimientos.

##### Métodos:

- Método Analítico Sintético: Método mediante el cual nos permite estudiar de manera intensiva cada una de las partes del problema, para observar las causas, naturaleza y los efectos, para luego a través de un razonamiento se tiende a reconstruir un todo.

- Método Inductivo: Se concluirán los aspectos generales del emprendedurismo, partiendo de algunos procedimientos o conceptos específicos que tendrán que ser fijados como aprendizajes significativos en el personal que participará en el estudio.
- Método Deductivo: En algunos casos se partió de algunas proposiciones generales para llegar a aspectos singulares o específicos sobre el emprendedurismo.

**Procedimientos:**

- Coordinación con el Decano de la Facultad.
- Coordinación con el Director de Escuela.
- Coordinación con los docentes.
- Preparación de los instrumentos de acopio de información.
- Aplicación de los instrumentos de acopio de información.
- Formación de la base de datos.
- Análisis de los datos.
- Interpretación de los datos.
- Exposición de los datos.

#### 1.4.6. Técnicas e Instrumentos.

**Tabla 1: Técnicas e Instrumentos.**

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>Primarias</b>	
<b>Observación</b>	Guía de observación
	Pauta de registro de observación
<b>Entrevista</b>	Guía de entrevista
	Pauta de registro de entrevista
<b>Encuesta</b>	Guía de encuesta
	Pauta de registro de encuesta
<b>Testimonio</b>	Grabación
	Redacción

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO.**

#### **2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.**

**ROJO, Yuridia & MACEDO ,Delma & SÁNCHEZ, Lorena. (2016).**

Tesis titulada: “Factores Psicológicos Condicionantes de la Actitud Emprendedora en Estudiantes de la Licenciatura de Psicología”.

**Objetivo general:** Identificar la relación que existe entre factores psicológicos condicionantes y la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.

#### **Conclusiones:**

- ✓ Dentro de esta investigación podemos concluir que la actitud emprendedora es un estado de alerta que detecta negocios con base en la variedad de percepciones individuales en el valor del emprendedor que se basa en el aprovechamiento de las oportunidades de negocios asumiendo riesgos, donde el individuo obtiene beneficios económicos, y de igual manera se vea reflejado en sí mismo su crecimiento personal y profesional en cuanto al ámbito que se desenvuelva.

- ✓ Finalmente, de acuerdo con los datos obtenidos en la población de estudiantes de la licenciatura en psicología se obtuvo que:

La actitud emprendedora tiene una correlación significativa en el control interno, la innovación, motivación de logro, tolerancia a la ambigüedad ya que son los que más se presentan a los estudiantes.<sup>116</sup>.

En cuanto al factor de autoestima no existe una correlación significativa con la actitud emprendedora y el factor de autoestima ya que no todos los estudiantes son capaces de tener un control sobre su entorno.

El factor que más se presenta en los alumnos de acuerdo a la media es el control interno ya que los psicólogos muestran tener cierto control sobre las decisiones para lograr sus objetivos.

El riesgo es el que menos se presenta en los alumnos, ya que son muy pocas las personas que toman el riesgo y no todos aprovechan las oportunidades que se les presentan.

**DELAGADO, Alvaro & NÚÑEZ, Pierina. (2017).** Tesis titulada: "Competencias de Emprendimiento en Estudiantes Universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel".

**Objetivo general:** Determinar las competencias emprendedoras desarrolladas por los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, 2015-II.

### **Conclusiones:**

- ✓ En la dimensión Interpersonal, la mayoría de los encuestados tiene al menos una relación indirecta con emprendimiento ya que afirmaron que algún familiar o amigo es dueño de una empresa (más resaltante en alumnos de edades entre 16 a 20 años); y aunque en menor medida, la experiencia directa de los alumnos con experiencias empresariales supera el promedio, en especial en los alumnos con edades de 21 a 25 años.
- ✓ En la dimensión Sistémicas de las competencias emprendedoras, se concluye para el indicador "formación del plan de carrera" que los programas académicos brindados por la Universidad Señor de Sipán para el desarrollo de competencias de emprendimiento en sus alumnos de la Escuela Profesional de Administración, solo se encuentran dos cursos sobre emprendimiento, el primero dictado en el Sexto ciclo académico con el nombre de "Gestión Empresarial, Innovación y

Competitividad”, y por última vez en el Octavo ciclo académico con el curso de “Emprendedurismo e Innovación”. Esto resulta ser un punto crítico para desarrollar una cultura emprendedora en los alumnos de la casa de formación profesional.

- ✓ Para el caso del indicador “percepción propia como emprendedor”, el 81,8% de los alumnos de administración encuestados tienen una alta percepción de sí mismos como emprendedores, se consideran innovadores, creativos, entusiastas, etc., pero en promedio son los hombres los que tienen esa percepción más alta (4.13 vs. 4.10) y los más jóvenes en edad (promedio 4.14 vs 4.10 y 3.46).
- ✓ En la dimensión Instrumental, los resultados del indicador Rol o influencia del docente en la promoción de emprendedurismo permiten apreciar que son las mujeres quienes consideran una influencia alta del docente y ello crece en medida que la edad de los encuestados aumenta. Esto es porque en los alumnos en el rango de edad de 16 a 20 años, por más que los docentes intentan promover sus capacidades emprendedoras no llega a materializarse dado no tienen suficientes experiencias personales como emprendedores que les ayude a transmitir experiencias reales y con ello gestionar a través de la practica un aprendizaje más efectivo.

**BUECKMANN, Rafaela. (2014).** Tesis titulada: "Análisis de las Intenciones Empresariales de los Estudiantes Universitarios Mexicanos: Un Enfoque Basado en Variables Personales y del Programa Educativo".

**Objetivo general:** Dotar de un enfoque más amplio al modelo de formación de la intención empresarial mediante la inclusión de variables que representen competencias emprendedoras de los estudiantes universitarios.



### **Conclusiones:**

- ✓ En este contexto, la presente tesis doctoral trata de abordar en profundidad el proceso de formación de las actitudes e intenciones empresariales de los estudiantes universitarios. En particular, con el ánimo de realizar contribuciones de interés a este campo de conocimiento, se plantean dos grandes objetivos:
  1. Dotar de un enfoque más amplio al modelo de formación de la intención empresarial mediante la inclusión de variables que representen competencias emprendedoras de los estudiantes universitarios;
  2. Examinar el impacto tanto de las variables vinculadas con el programa de educación empresarial como de las variables personales de los estudiantes universitarios en la formación de sus competencias emprendedoras, actitudes e intenciones empresariales.

Para lograr estos objetivos, se parte de una exhaustiva revisión de la literatura previa sobre modelos de intenciones tratando de agregar variables de interés para el contexto de la educación empresarial. Tras los resultados de la investigación cuantitativa, en el apartado V.1 se destacan los principales hallazgos sobre el proceso de formación de las actitudes e intenciones de los estudiantes universitarios y se propone una nueva técnica didáctica en el ámbito del emprendimiento. En el apartado V.2 se discuten los resultados relativos a la evaluación de los programas y el impacto de sus componentes, mientras que en el V.3 la discusión se centra en las variables personales. Por último, en el apartado V.4 se indican las limitaciones de la tesis, así como varias líneas de investigación futura.

**ORTIZ, Juan. (2015).** Tesis titulada: "Educación Universitaria y el Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional "José María Arguedas", 2015".

**Objetivo general:** Determinar el grado de influencia de la educación universitaria en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional “José María Arguedas”, Andahuaylas- 2015.

**Conclusiones:**

- ✓ Los instrumentos de recolección de información utilizados en esta investigación, principalmente los cuantitativos (Escala Likert), permitieron identificar la relación de dependencia mediante la prueba del chi cuadrado entre las dos (02) variables bien definidas que son educación universitaria y emprendimiento empresarial; para poder analizar el emprendimiento empresarial en los estudiantes fue necesario medir la actitud emprendedora las cuales reflejan un resultado intermedio y favorable, eso quiere decir que los alumnos de la Universidad Nacional “José María Arguedas” poseen actitudes intermedias y favorables para poder iniciar en el corto mediano y largo plazo con un emprendimiento; los ciclos que registra un mayor nivel de actitud emprendedora son primero, sexto y octavo. Con respecto a los dos últimos ciclos noveno y décimo su nivel de actitud es inferior en comparación a la del resto de ciclos.
- ✓ La presente investigación ha permitido identificar claramente que el número de iniciativas emprendedoras en funcionamiento son mínimas, del total de encuestados solo nueve (09) mencionan que poseen un emprendimiento de los cuales (06) seis son mujeres y (03) tres son hombres; los resultados también reflejan que para poder iniciar con un emprendimiento no obedece al ciclo que está el alumno ya que todos tienen las mismas posibilidades.

## **2.2. BASE TEÓRICA.**

### **2.2.1. Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons.**

Jeffry A. Timmons (1941-2008) fue un profesor estadounidense de Emprendimiento, conocido como uno de los pioneros de la investigación y la educación empresarial. Durante su carrera Timmons ha publicado varios libros y más de un centenar de artículos y documentos. Ha dado conferencias sobre los temas de la iniciativa empresarial, nuevas empresas, finanzas empresariales y capital de riesgo. En 2004, Timmons fue nombrado Emprendimiento Educador del Año por la Asociación de Estados Unidos para el Emprendedor Comercial y se dice que es el primero en haber usado la palabra "emprendedor" en un título de la tesis, en su 1971 disertación de Negocios de Harvard la escuela: "Desarrollo Empresarial y Liderazgo en una ciudad Ghetto interior y una zona deprimida rural". (WIKIPEDIA, 2015)

Precursor del enfoque de modelos aplicados a la práctica, Jeffrey Timmons, profesor en emprendimiento en Babson College, Harvard Business School y Northwestern University desarrolló un modelo de establecimiento de empresas basado en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos. Este modelo se basa en más de 20 años de estudios y de la experiencia propia del autor como fundador de empresas e inversionista. (CASTILLO H., 1999)

En 1998, Timmons fue identificado por la revista Newsweek como el profesor que más millonarios ha generado en los Estados Unidos. Timmons participa activamente en las discusiones sobre modelos y teorías y la capacitación de

profesores en el área. Su libro: New Venture Creation, es utilizado por casi todos los programas de emprendimiento como texto base de los cursos generales y como guía de estudios para emprendedores independientes. (CASTILLO H., 1999)

En su libro, se considera el proceso de crear una empresa, hacerla crecer, capitalizar exitosamente, salir y comenzar de nuevo.

El modelo Timmons considera que los pilares básicos del emprendimiento se entrelazan entre sí y necesariamente contemplan el efecto de las personas que sustentan la empresa. (CASTILLO H., 1999)

Las ideas se filtran o se transforman en oportunidades, los recursos que se necesitan se determinan y se evalúan en base a las múltiples alternativas.

El modelo Timmons se basa en capacidades adquiribles y no en la selección a priori de personas con la antiguamente llamada capacidad emprendedora. Timmons ha defendido en múltiples oportunidades que los emprendedores no nacen, sino que se forman, y que independientemente de la formación del individuo, en cualquier etapa de su vida puede adquirir la motivación para ser emprendedor. (CASTILLO H., 1999)

Estas aseveraciones son compartidas por Robert Baron y Lloyd Shefsky. (CASTILLO H., 1999)

Jeffrey A. Timmons habla del espíritu empresarial como habilidad de crear y construir algo de la nada, es una actividad propia del ser humano, liberación de energía para la construcción de una

empresa, implica tomar riesgos calculados y lucha para evitar la falla, necesita de un grupo que complemente habilidades y talentos del líder. Es la destreza de para percibir una oportunidad donde otros ven caos, contradicciones, confusiones y peligros. Es capaz de identificar, acumular y controlar recursos, garantizándolos cuando más sean necesitados. (VARELA, 2008)

El modelo de Jeffry Timmons, es un modelo que sirve para orientar tanto a emprendedores como a empresas para que consigan que una idea creativa pueda llegar a ser una idea innovadora. El modelo ofrece un marco ideal para evaluar este tránsito.

Los elementos en torno a los que gira el modelo son tres: La oportunidad, los recursos y el equipo emprendedor. En él se dice que encontrando respuestas a estos tres interrogantes se tendrá la información necesaria para validar la idea.

- **Cuestiones sobre la oportunidad:** ¿La idea es realmente una oportunidad? ¿Existe un mercado sostenible? ¿Cuál es el tamaño y la estructura del mercado? ¿Sé cómo mantener el valor existente y agregar valor? ¿Tengo información sobre la competencia? ¿Cuento con ventajas competitivas? ¿Es el momento adecuado para ejecutar la idea? ¿Tengo una proyección sobre cuándo recuperaré la inversión inicial? ¿Conozco y puedo medir el riesgo? (TIMMONS, 1989)

- **Cuestiones sobre los recursos:** Más allá de las obvias necesidades de financiamiento, ¿cuento con los recursos necesarios para llevar la idea adelante? ¿Tengo el conocimiento necesario para administrar esta clase de negocio? ¿Cuento con la información suficiente? ¿El plazo de tiempo disponible es suficiente? ¿Tengo la red de contactos

necesaria? ¿Conozco a los proveedores clave de este tipo de emprendimiento? (TIMMONS, 1989)

- **Cuestiones sobre el equipo:** ¿Cuento con el equipo necesario para llevar adelante la idea? ¿Cuento con personas que me provean asesoría, información, contención y apoyo? ¿Cuento con una infraestructura de comunicación fluida con las personas necesarias? ¿El equipo tiene la experiencia técnica necesaria? (TIMMONS, 1989)

Los recursos, si bien son necesarios, no son lo primero que hay que tener para lograr el éxito empresarial, pensar en dinero en primer lugar es un gran error.

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.

En este proceso él tiene que identificar todos los vacíos que existan y las formas de llenarlos apropiadamente. Todo este proceso está relacionado con el desarrollo del plan de negocio, que como ya se indicó, es la herramienta central de comunicación de todo el sistema.

### **2.2.2. Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.**

Ellis Paul Torrance (8 de octubre, 1915 - 12 de julio de 2003) era un americano psicólogo de Milledgeville, Georgia.

Después de terminar su licenciatura en la Universidad de Mercer, Torrance adquirió un título de Maestría en la Universidad de Minnesota y luego un doctorado de la Universidad de Michigan. Su carrera docente se extendió desde 1957 a 1984. En primer lugar, fue profesor en la Universidad de Minnesota y luego más tarde en la Universidad de Georgia, donde se convirtió en profesor de Psicología de la Educación en 1966. (WIKIPEDIA, 2015)

Torrance es mejor conocido por su investigación en la creatividad. Sus principales logros incluyen 1.871 publicaciones: 88 libros; 256 partes de libros o volúmenes de cooperación; 408 artículos de revistas; 538 informes, manuales, ensayos, etc.; 162 artículos en revistas o revistas populares; 355 documentos de la conferencia; y 64 prefacios o prólogos. También creó el problema en el futuro Programa de Resolución Internacional, el programa modelo de incubación, y las Pruebas Torrance de Pensamiento Creativo. (WIKIPEDIA, 2015)

Torrance escribió: “La creatividad y la invención con fuerza de adaptación es a las que quizás, se ha prestado muy poca atención en relación con los problemas de supervivencia y entrenamiento para supervivencia. Los sobrevivientes exitosos describen muchas conductas creativas e imaginativas que no sólo les resolvieron problemas inmediatos, sino que al parecer les aportaron energía renovada para la adaptación continua”. (TORRANCE, 1978)

Analizó diferentes formas de definir la creatividad y concluyó diciéndonos que existe un programa de investigación de factores que afectan el crecimiento creativo y de ahí su definición de creatividad como el proceso de volverse sensible a los problemas, deficiencias, vacío en el conocimiento, elementos ausentes, falta de armonía y así por el estilo; identificar la dificultad, buscar soluciones; hacer conjeturas o formular hipótesis acerca de la deficiencia; probar y volver a probar éstas hipótesis y posiblemente modificarlas y volverlas a probar; y finalmente comunicar los resultados. Esta definición describe un proceso natural humano, y en cada etapa están involucradas necesidades humanas fuertes. (TORRANCE, 1978)

Así también “La creatividad es un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, grietas o lagunas en los conocimientos, y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, aprobar y comprobar esas hipótesis, a modificarlas si es necesario, y a comunicar los resultados”. (TORRANCE, 1978)

Para que un producto sea creativo, deben darse cinco componentes que tienen valor predictivo, pero deben darse a su vez simultáneamente: (TORRANCE, 1978)

1. **Criterio de conectividad:** La esencia de la creatividad humana es “relacional” y de modo que un análisis de su naturaleza hará referencia a la conectividad de cualquier elemento que pueda entrar a construir la relación creativa. Con este análisis, deberá ponerse manifiesto que el hombre, aunque no puede dar existencia a los componentes básicos, si puede establecer una relación con ellos.



2. **Criterio de originalidad:** La originalidad en una cualidad esencial a todos los productos que han tenido su origen en actos creativos. Para existir como sujeto singular, éste debe poseer cuatro cualidades: Novedad, impredecibilidad, unicidad y sorpresa.
3. **Criterio de no-racionalidad:** La mayoría de los autores coinciden en la existencia de ciertos procesos mentales inconscientes, responsables de la creatividad. Que sea inconsciente es criterio para la creatividad. Este carácter de no-racionalidad, explica la aparente naturalidad y carencia de esfuerzo de la actividad creativa; la autonomía y la sensación de estar poseído o de escuchar una voz interior.
4. **Criterio de autorrealización:** La creatividad conlleva la estructura de personalidad: El logro de la realización de la propia plenitud, el crecimiento positivo de sí mismo. Existiría también una relación entre creatividad y motivación. (MASLOW 1958)
5. **Criterio de apertura:** Se refiere a aquellas condiciones del ambiente, tanto internas como externas, tanto personal como posibles y en cuanto roles indeterminados. Estas condiciones o características son las de sensibilidad, tolerancia a la ambigüedad, autopercepción y espontaneidad. Son aprendidas, no heredadas.

Torrance y sus colaboradores se han inspirado en Guilford, pero han reducido la minuciosa complejidad de sus factores a cuatro: Fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración.

En el libro La Enseñanza Creativa, Torrance y Myers dedican buena parte a las preguntas. En el epígrafe titulado “Las

preguntas para despertar la sensibilidad hacia los problemas” se habla de ellas, pero como estímulo. Las preguntas deberían promover en los sujetos la toma de conciencia de “Las necesidades de los demás, de las deficiencias de las instituciones y procesos y de las mejoras de los materiales y las organizaciones”. (PÉREZ, 1991)

En otro epígrafe, “Cómo ensanchar fronteras del pensamiento del alumno”, se destaca la importancia que la enseñanza y el aprendizaje creativos tienen cuando éstos animan a los individuos a ensanchar su pensamiento y a apreciar nuevas relaciones, a descubrir lagunas en sus conocimientos y a desear adquirir mayor información o emprender nuevas actividades.

Torrance habla de las preguntas no como estímulo sino como instrumento que ayuda a aumentar la reflexión. El test de pensamiento creativo “Questions originales”, en el que se pide a los sujetos que planteen preguntas sobre las cajas de cartón (forma A) o de hierro (forma B) –a fin de despertar el interés por estos objetos-, es un ejercicio que tiene ese objetivo: Aumentar la reflexión.

De la clasificación que Torrance hace de las preguntas, las más interesantes para el pensamiento creativo son las relativas a la comprensión. Ellas revelan el interés de quien las pronuncia por el mundo que le rodea, su curiosidad por descubrirlo.

Este teórico empleaba el término “nivel inventivo” (inventivlevel), el cual contiene los siguientes criterios (PÉREZ, 1991):

1. Avance importante. ¿Supone la idea un plan nuevo y original? ¿Es una idea útil? ¿Se aplica esta utilidad de manera práctica y realista?
2. Novedad. ¿Es una idea infrecuente o extraordinaria? ¿Es reciente? ¿Resulta innovadora?
3. Exigente y que invita a la reflexión. ¿Nos lleva la idea a nuevas y adicionales ideas? ¿Genera, o puede generar, nuevas ideas?
4. Singularidad. ¿Difiere de las ideas que generalmente se ofrecen? ¿La han producido pocos individuos?
5. Constructividad. ¿Dice la idea cómo provocar el cambio, poner en práctica el principio o resolver el problema?
6. Sorpresa. ¿Produce asombro, maravilla o sorpresa?

## **2.3. MARCO CONCEPTUAL.**

### **2.3.1. Plan de Gestión Empresarial.**

La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio. Porque para que una gestión determinada sea óptima y de por ende buenos resultados no solamente deberá hacer mejor las cosas, sino que deberá hacer mejor aquellas cuestiones correctas que influyen directamente en el éxito y eso será asequible mediante la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, arrojen soluciones y nuevas estrategias, entre otras cuestiones. (definicionabc.com; 2015)

Plan de Gestión Empresarial, es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupo los

individuos cumplan eficientemente los objetivos específicos, donde se toma en cuenta los siguientes términos como lo son: los valores se refieren a las reglas que rigen nuestros comportamientos, en el sistema de creencias de una organización. La misión razón de ser de la empresa y principal objetivo, luego la visión es la imagen específica de un futuro deseado, esta se va expresando en un tiempo determinado en el presente. Las estrategias no es más que el conjunto de acciones que nos llevan a la visión. Acciones y tareas es plantearse como se llegan a los objetivos, y por último las metas y los objetivos describen los resultados deseados en cada etapa de la estrategia. (gestionadministrativauiuta.blogspot.pe; 2009)

### **2.3.2. Emprendedurismo.**

Quizás el mayor obstáculo para crear un marco conceptual de trabajo para el campo del emprendedurismo ha sido su definición. Para empezar, la mayoría de las investigaciones lo ha definido solamente en términos de quién es el visionario y qué es lo que hace. (VENKATARAMAN, 1997)

El problema con esta aproximación es que el emprendedurismo involucra los nexos de dos fenómenos. La presencia de oportunidades lucrativas e individuos emprendedores. (VENKATARAMAN, 1997)

Al definir el campo en términos del individuo solo, las investigaciones de emprendedurismo han generado definiciones incompletas que no incorporan el escrutinio de otros estudiosos. (GARTNER, 1988)

La definición de un visionario como una persona que establece una nueva organización es un ejemplo de este problema. Debido a que esta definición no incluye la consideración de la variación en la calidad de oportunidades que diferente gente identifica, conduce a los investigadores a olvidarse de medir oportunidades. Consecuentemente el soporte empírico (o falta de apoyo) para los atributos que diferencian a los visionarios de otros miembros de la sociedad es a menudo cuestionable, porque estos atributos confunden la influencia de oportunidades e individuos. (SCOTT SHANE)

En contraste con la investigación previa, definimos el campo del emprendedurismo como el profundo examen de cómo, por quién, y con qué efectivas oportunidades para crear metas futuras, servicios descubiertos, evaluados y explotados (VENKATARAMAN, 1997). Consecuentemente, el campo involucra el estudio de fuentes de oportunidades; los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y el conjunto de individuos que los descubren, evalúan y explotan.

Aunque el fenómeno del emprendedurismo provee interrogantes de investigación para estudiosos de diferentes campos, los estudiosos de las organizaciones están fundamentalmente avocados a tres conjuntos de interrogantes investigativas: (1) por qué, cuándo y cómo llegan las oportunidades de creación de metas y servicios, (2) por qué, cuándo y cómo alguna gente y no otra descubre y explota estas oportunidades; y por qué, cuándo y cómo diferentes formas de acción se usan para explotar las oportunidades emprendedoras. (VENKATARAMAN, 1997).

### CAPÍTULO III

#### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA.

#### 3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

##### 3.1.1. Resultados de Guía de Observación.

**Tabla 2: Perfil Emprendedor de los Estudiantes del II Ciclo de la Especialidad de Comunicación.**

Perfil Emprendedor	Frecuentemente	A Veces	Nunca	Total
Constantemente siente el impulso de crear ideas originales o diferentes.	4	15	36	56
Considera que tiene un pensamiento flexible y capacidad imaginativa.	3	12	41	56
Tiene habilidad para resolver las dificultades que se le presentan a través de la generación de nuevas ideas.	4	4	48	56
La formación profesional aporta al desarrollo o fortalecimiento de la creatividad.	6	22	28	56
Busca posibles alternativas de solución y se informa detalladamente frente a la situación que se está presentado.	3	5	47	56

Considera que la formación profesional aporta a la toma de decisiones racionales y éticas.	8	10	38	56
Identifica las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre ella y sobre otras personas.	4	11	41	56
Muestra habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realiza trabajos en colectivo.	5	7	44	56
Tiene capacidad para mediar situaciones de conflicto.	3	7	46	56
Posee visión y capacidad de convocar y movilizar a otros.	0	7	49	56
La formación profesional ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de su liderazgo.	4	6	46	56
Se esmera para que otros logren cumplir sus metas.	4	11	41	56
Busca constantemente oportunidades que le permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de su vida.	1	7	48	56
La formación profesional contribuye a fomentar la necesidad de logro.	6	12	38	56
El miedo al fracaso le impide iniciar un negocio.	31	19	6	56
Considera que tiene la capacidad de asumir riesgos.	5	11	40	56
Posee el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio o potenciar uno ya existente.	9	19	28	56

**Fuente:** Guía de observación aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

### **Interpretación:**

Los resultados de la guía de observación determinan que los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, no desarrollan un perfil emprendedor ya que no poseen liderazgo al no tener una visión y capacidad de convocar y movilizar a otros (49); no tienen habilidad para resolver las dificultades que se le presentan a través de la generación de nuevas ideas; así mismo no busca posibles alternativas de solución (47) y tampoco se informa detalladamente frente a la situación que se está presentado (47); la formación profesional no ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de su liderazgo (46); y mucho menos busca constantemente oportunidades que le permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de su vida (48). Los estudiantes no tienen un pensamiento flexible y capacidad imaginativa y tampoco tienen capacidad para mediar situaciones de conflicto (41).

Los estudiantes consideran que la formación profesional no aporta a la toma de decisiones racionales y éticas (38); no muestran habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realizan trabajos en colectivo (44); no se esmeran para que otros logren cumplir sus metas y la formación profesional no contribuye a fomentar la necesidad de logro.

Los estudiantes no sienten el impulso de crear ideas originales o diferentes (36); nunca identifica las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre ella y sobre otras personas y no considera que tenga la capacidad de asumir riesgos (40).

Se observa que los estudiantes tienen miedo a iniciar un negocio (31); la formación profesional nunca aporta al desarrollo o



fortalecimiento de la creatividad (28); así mismo el estudiante no posee el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio o potenciar uno ya existente (28).

En general nos encontramos frente a un grupo de estudiantes donde la institución en la que estudian no desarrolla un perfil profesional y tampoco cuentan con las habilidades y actitudes necesarias para iniciar una idea emprendedora.

### 3.1.2. Resultados de Encuesta.

**Tabla 3: Formación Empresarial en los Estudiantes.**

Indicadores	F	%
<b>Sí</b>	8	14%
<b>No</b>	48	86%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

cuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

#### **Interpretación:**

El 86% de encuestados responden que no se les brindan una formación académico empresarial de calidad, mientras que el 14% manifiesta lo contrario. Nos damos cuenta que los docentes no cumplen con el rol de formar estudiantes que tenga la capacidad de desarrollar habilidades empresariales.

**Tabla 4: Utilidad de los Conocimientos.**

Indicadores	F	%
<b>Sí</b>	16	29%
<b>No</b>	40	71%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

te: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

**Interpretación:**

Del 100% de estudiantes encuestados, el 71% manifiesta que los conocimientos que reciben no les son útiles y 29% responde que los conocimientos que reciben son de suma importancia. En este cuadro se ve la deficiencia que tienen los docentes al transmitir sus enseñanzas, las cuales no son de mucha utilidad para los estudiantes, lo que antecede a todo, es que son los docentes que deben de cumplir el rol de guías, para que los estudiantes puedan desempeñarse bien en toda actividad que quieran empezar a realizar.

**Tabla 5: La Formación que Recibe lo Perfila como un Estudiante Emprendedor.**

Indicadores	F	%
<b>Siempre</b>	4	7%
<b>A Veces</b>	8	14%
<b>Nunca</b>	44	79%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

e : Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

### Interpretación:

Del 100% de estudiantes encuestados, el 79% de los estudiantes manifiesta que la formación que reciben no los perfila como un emprendedor, 14% manifiesta que a veces están siendo preparados y solo un 7% opina que siempre.

**Tabla 6: La Formación Profesional Responde a la Demanda del Mercado Laboral.**

Indicadores	F	%
Si	4	7%
No	52	93%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

te: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

### Interpretación:

Según los resultados de la tabla, el 7% de estudiantes manifiesta que la formación profesional por parte de su escuela está acorde al mercado laboral, mientras que 93% de los estudiantes reconocen que la formación académico profesional que reciben no responde al mercado laboral que exige la sociedad hoy en día.

**Tabla 7: Perfil Innovador.**

Indicadores	F	%
Si	16	29%
No	40	71%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

te: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

**Interpretación:**

Del 100% de los estudiantes encuestados, 71% manifiesta que no tienen un perfil innovador, 29% responden que si cuentan con ese perfil. Este cuadro nos muestra que la mayoría de estudiantes carecen de habilidades en emprender e innovar nuevas cosas, ya que la formación profesional nunca aporta al desarrollo o fortalecimiento de la creatividad.

**Tabla 8: Desarrollo de Conocimientos y Habilidades.**

Indicadores	F	%
<b>Sí</b>	16	21%
<b>No</b>	40	79%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

e: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

**Interpretación:**

Los resultados de esta pregunta nos dicen que el 79% de los estudiantes reconocen que no desarrollan conocimientos y habilidades en torno al emprendedurismo, mientras que el 21% manifiesta lo contrario.

No cabe duda que el desarrollo del conocimiento es de suma importancia para crear estudiantes competitivos, con aptitudes y actitudes para enfrentar los cambios constantes en la sociedad.

**Tabla 9: Motivación por parte de los Docentes.**

<b>Indicadores</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	21	37%
<b>No</b>	35	63%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**t**  
e: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

### **Interpretación:**

Del 100% de los estudiantes encuestados, 63% manifiesta que no sienten motivación por parte de sus docentes, a diferencia de 37% que dice lo contrario. La motivación de los docentes para con los estudiantes es vital para su formación profesional, un estudiante que no recibe motivación no tiene la capacidad y la decisión de empezar a emprender actividades que tenga en mente como metas, ya que necesita el aliento, impulso y soporte de los resultados positivos y negativos que pueda tener.

**Tabla 10: Lo que Piensa Ser en el Futuro.**

<b>Indicadores</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Empresaria</b>	13	23%
<b>Empleada</b>	43	77%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**te:** Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

### **Interpretación:**

Los resultados muestran que 77% de los estudiantes afirma que ellos al terminar sus estudios buscaran un trabajo para ser empleados de una institución y ejercer su papel como docentes,

mientras que solo un 23% manifiesta querer ser dueño o ser empresario de su propio negocio.

**Tabla 11: Perfil del Emprendedor.**

Indicadores	F	%
<b>Motivación De Logro.</b>	4	7%
<b>Autoconfianza.</b>	36	64%
<b>Liderazgo.</b>	4	7%
<b>Innovación Y Creatividad.</b>	12	21%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

#### **Interpretación:**

Del 100% de estudiantes encuestados, 21% manifiesta son innovadores y creativos; 7% tiene característica de motivación; 7% es líder y 64% tiene autoconfianza.

**Tabla 12: Misión y Visión de los Estudiantes.**

Indicadores	F	%
<b>Sí</b>	8	14%
<b>No</b>	48	86%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

esta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

**Interpretación:**

Del 100% de estudiantes encuestados, 86% manifiestan que no tienen una visión y misión de sus vidas a diferencia de un 14% que indica si tenerlo.

**Tabla 13: Idea de Negocio.**

Indicadores	F	%
<b>Sí</b>	5	9%
<b>No</b>	51	91%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

<sup>t</sup>  
e: Encuesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

**Interpretación:**

Del 100%de estudiantes encuestados, 91% manifiestan no tener una idea negocio para emprender, sólo un 9% que está representado por 5 estudiantes afirma si tenerlo.

**Tabla 14: Los Docentes están Preparados para Impartir Clases de Gestión Empresarial.**

Indicadores	F	%
<b>Sí</b>	10	18%
<b>No</b>	46	82%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

<sup>c</sup>  
uesta aplicada a los estudiantes del II ciclo de la Especialidad de Comunicación, Escuela Académica Profesional de Educación Secundaria, Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto. Junio del 2017.

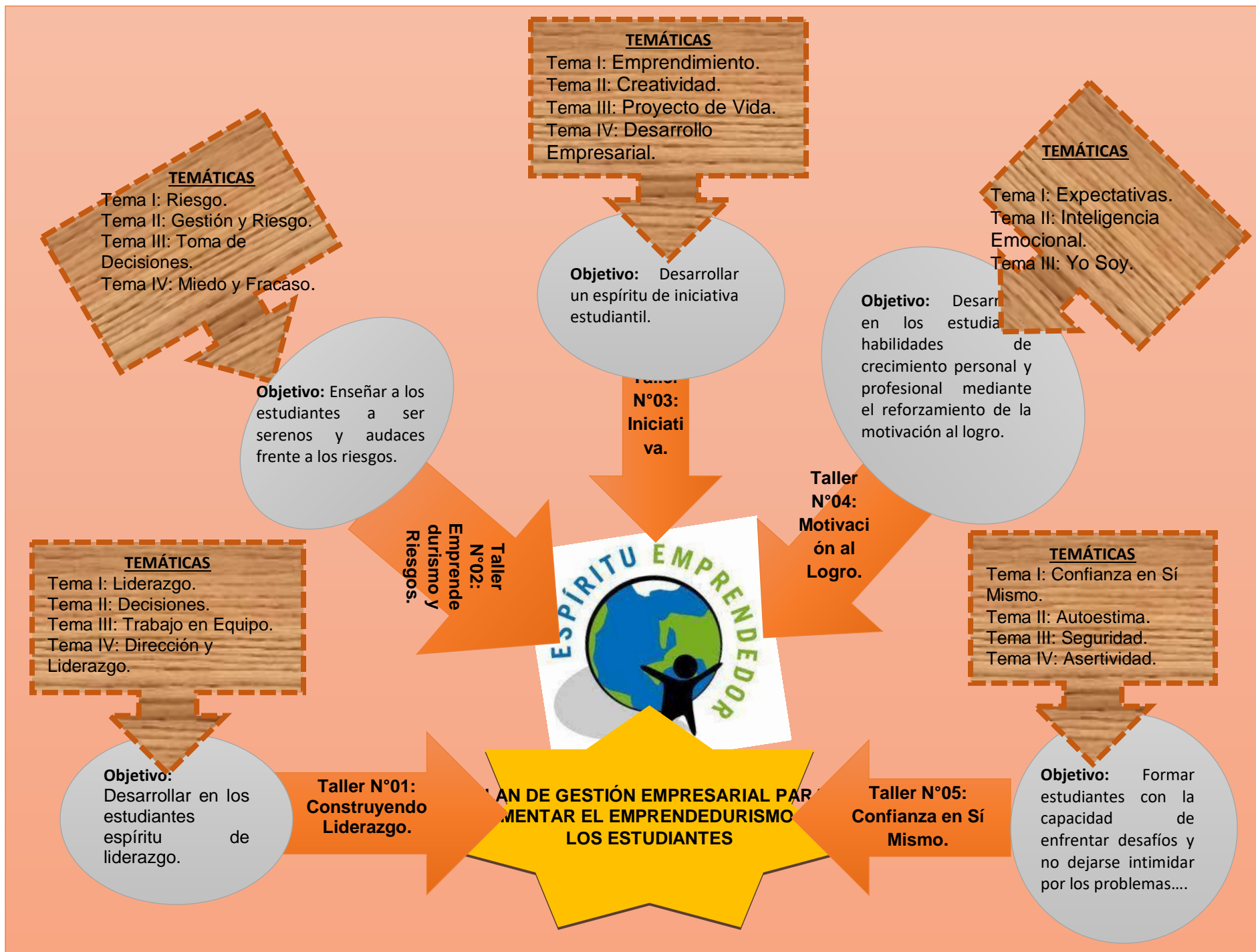
**Interpretación:**

El 82% de los estudiantes encuestados manifiestan que los docentes no están preparados para impartir clases de gestión empresarial. Sólo un 18% que está representado por dos estudiantes manifiestan lo contrario.

Justificamos cuantitativamente el problema de investigación.  
Obviamente éste tiene naturaleza mixta.

### **3.2. PROPUESTA PRÁCTICA.**





Fuente: Elaboración propia

### **3.2.1. Introducción.**

Actualmente los estudiantes que egresan se enfrentan entre otras cosas al problema del desempleo, por lo que es necesario encontrar opciones que permitan aumentar las capacidades de los universitarios, de modo que puedan desarrollar habilidades empresariales y ser más competitivos tanto en el mercado laboral como empresarial una vez que egresen. En nuestro caso estaremos desarrollando habilidades empresariales desde inicio de sus estudios para que puedan fortalecer dichas capacidades en el futuro.

El país necesita emprendedores y son las universidades donde se debe formar y promover la creación de empresas y el desarrollo de emprendedores (ZÁRATE & TORRES, s.f).

Los emprendedores estimulan a través de sus ideas e iniciativas el crecimiento económico del país mediante las oportunidades de negocios que proporciona la apertura comercial, pero estas oportunidades sólo pueden ser aprovechadas si se cuenta con profesionistas preparados académicamente y con habilidades emprendedoras que les permitan aprovechar las oportunidades de negocios. Para ser emprendedor se requiere que las personas cuenten con elementos fundamentales de motivación, liderazgo, iniciativa entre otras, y si no se cuenta con todos estos elementos, se puede promover su aprendizaje a través de talleres o cursos de formación de emprendedores.

### **3.2.2. Objetivos de la Propuesta.**

#### **General:**

Elaborar un Plan de Gestión Empresarial para orientar a los estudiantes hacia el emprendedurismo y la creación de empresas.

#### **Específicos:**

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

### **3.2.3. Justificación.**

Esta propuesta es importante porque actualmente en la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSM-T), Tarapoto, no se cuenta con un Plan de Gestión Empresarial que fomente el emprendimiento y por ello se hace necesario que se impartan talleres para fomentar habilidades emprendedoras en los estudiantes. Dado que, una de las características de la universidad es mantener altos niveles de calidad, esto ayudaría a mantener dichos niveles, ya que muchas universidades ya tienen implementado un programa de emprendedores.

Además de fomentar en los estudiantes interés y deseo por recibir talleres que les ayuden a fomentar habilidades emprendedoras, como lo muestran los resultados de la investigación.

### **3.2.4. Fundamentación.**

#### **Fundamentación Teórica:**

Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons; según el autor el espíritu empresarial ocurre y deja de ocurrir en todas las empresas independientemente su tipo, (grandes, pequeñas, privadas o públicas). Los líderes empresariales inyectan imaginación, compromiso, pasión, tenacidad, integridad, trabajo de equipo y visión. Para que la creatividad y la innovación prosperen, el proceso debe tener rigor y disciplina.

Teoría de la Creatividad de Paul Torrance; define la creatividad a través de sus pruebas de pensamiento. Para el autor, el termino habilidades creativas se refiere a aquella constelación de habilidades mentales generalizadas que se presume entran en juego en el rendimiento creativo (...) un alto grado de habilidades evaluadas por los test aumenta las posibilidades de que su poseedor se conduzca de manera creativa.

#### **Fundamentación Psicológica:**

El enfoque psicológico propone que las características personales que definen a los emprendedores son, la necesidad de logro o éxito y la autorrealización (VECIANA, 1999); el control interno y autoconfianza en sus habilidades personales; la propensión a asumir riesgos, como una función del nivel de riqueza - riqueza inversamente correlacionada con menor propensión a asumir riesgos. (KOELLINGER, 2007)

Algunos emprendedores reconocen que poseen conocimientos para crear nuevas ideas, identificar oportunidades y generar

ventaja competitiva de una forma diferente que las personas que no son emprendedoras. (DAVENPORT E PRUSAK 1998)

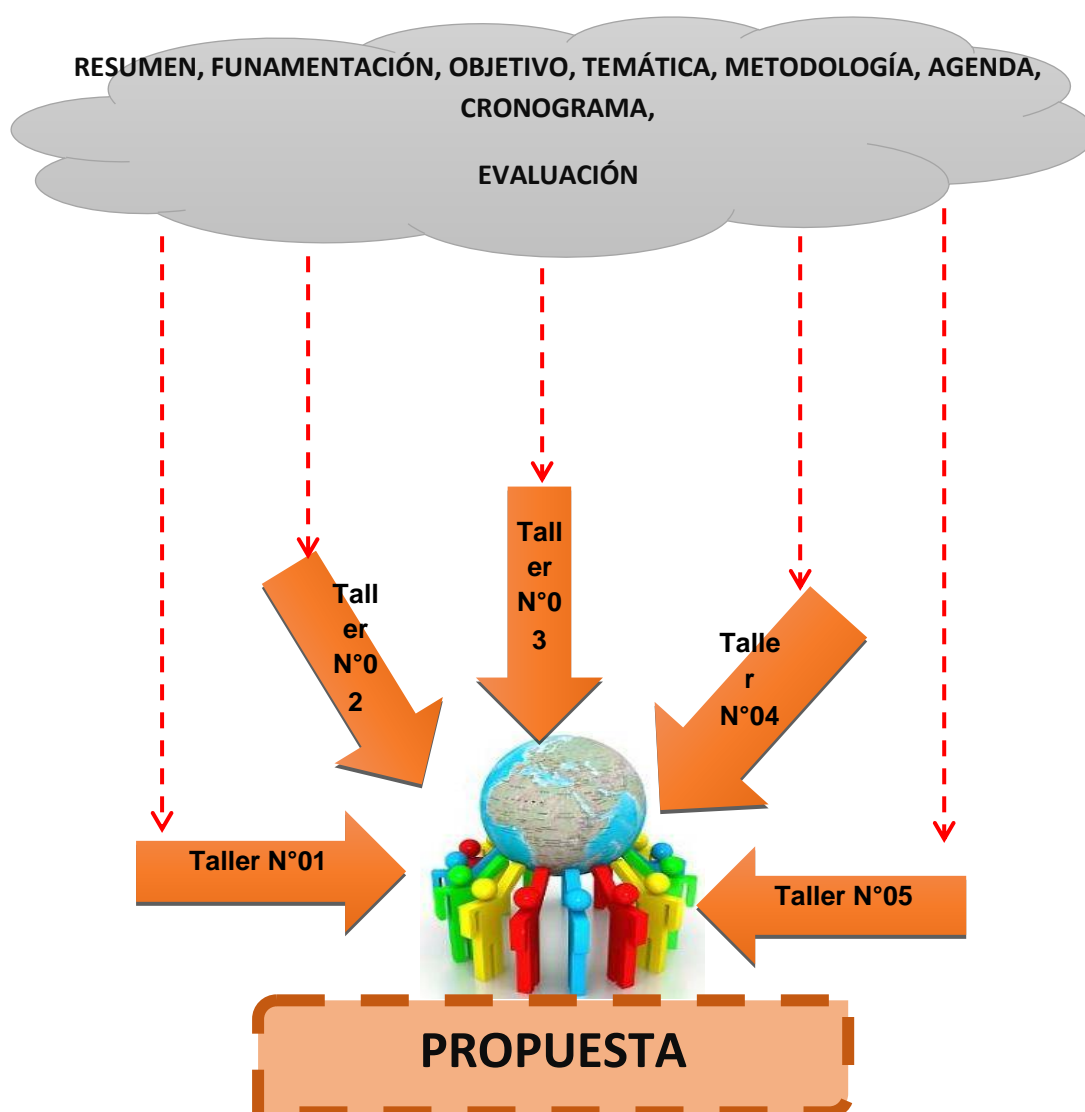
### **Fundamentación Sociológica:**

El enfoque sociológico enfatiza los factores externos al emprendedor como impulsores de la actividad emprendedora y la creación de empresas. Las personas con una amplia red de relaciones informales (familiares, amigos y vecinos) y formales (relaciones contractuales) son más propensas a crear empresas, aunque no necesariamente a innovar. Otro factor externo determinante para que las personas realicen emprendimientos productivos, es el arreglo institucional, es decir, las instituciones forman la estructura de incentivos, que, si resultan los adecuados, favorecen la función emprendedora (SOBEL, 2008; NORTH, 1990). Es posible definir a los emprendedores como “la persona (u organización) que puede planificar y ejecutar estrategias para generar valor, alineando sus expectativas personales y organizacionales, con una necesidad y oportunidad identificada en su entorno y con la capacidad de llevar eficaz y eficientemente su idea a la acción” (ORTI, 2003). Además, se sustenta que los empresarios se caracterizan por tener una combinación equilibrada de habilidades y experiencias en diferentes roles, antes que ser especialistas en alguna área (LAZAER, 2002). También, varios estudios coinciden en que los emprendedores independientes tienen niveles de satisfacción personal más altos y son más felices (BLANCHFLOWER Y ANDREW, 1998).

### 3.2.5. Estructura de la Propuesta.

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

**Ilustración 4: Pasos a Seguir en la Estructura de la Propuesta.**



**Fuente:** Elaborado por la Investigadora.



## Taller N°01: Construyendo Liderazgo.

### Resumen:

La situación existente en el mundo empresarial ha enfatizado la necesidad de que las empresas sean cada día más competitivas en varios factores, entre ellos el capital humano, dando importancia a cualidades que poseen y que pueden desarrollarse como el liderazgo. Aunado a esto, las empresas no sólo quieren profesionistas expertos, sino que posean habilidades extras que les permitan desempeñar su trabajo de manera independiente y autónoma; que tengan la capacidad de pensar y tomar sus propias decisiones. La propuesta de enseñar habilidades de liderazgo en la universidad va enfocada a preparar a los alumnos con conocimientos adicionales al perfil de la carrera para que desarrollen habilidades personales que les permitan tomar decisiones primero personales y posteriormente profesionales. Si un alumno aprende a tomar decisiones y posturas en un contexto universitario, tomará mejores decisiones futuras (RUGARCÍA, 2000).

### Objetivo:

Desarrollar en los estudiantes espíritu de liderazgo.

### Fundamentación:

Se fundamenta en las teorías desarrolladas en la investigación: Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons y Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.

<b>Tema I: Liderazgo.</b>	Qué es un líder.	Estilos de liderazgo.	El liderazgo en el Perú.	Casos de líderes.
<b>Tema II: Decisiones.</b>	Naturaleza y proceso de la toma de decisiones.	Tipos de decisión.	Relación entre solución de problemas y la toma de decisiones.	Trabajo grupal y la toma de decisiones.
<b>Tema III: Trabajo en Equipo.</b>	Concepto y diferencia entre equipo y grupo de trabajo.	Beneficios de trabajar en equipo.	Proceso y disolución de equipo de trabajo	Trabajo en equipo y estrategias para la negociación del manejo de conflictos.
<b>Tema IV: Dirección y Liderazgo.</b>	Liderazgo y dirección.	Formación de un líder.	Tipos de liderazgo.	Características del líder.

### **Metodología:**

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

Introducción	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivación.</li> <li>2. Comunicación de los objetivos de la reunión.</li> <li>3. Repaso y/o control de los requisitos.</li> </ol>
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación de la materia por el facilitador.</li> <li>2. Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li> <li>3. Evaluación formativa del progreso de los</li> </ol>



	participantes. 4. Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.
Conclusión	1. Evaluación del aprendizaje logrado. 2. Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación. 3. Síntesis del tema tratado en la reunión. 4. Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.

### Agenda Preliminar de Ejecución del Taller:

- **Mes:** Agosto, 2017.
- **Periodicidad:** Una semana por cada tema.

### Cronograma del Taller:

Taller N° 1				
Cronograma por Temas	Tema N° 1	Tema N° 2	Tema N° 3	Tema N° 4
08:00				
09:30				
10:15				
11:00	Receso			
12:00				
01:15				
02:30	Conclusión y cierre de trabajo			

## Evaluación del Taller:

Siendo esta una actividad recientemente incorporada necesitamos de tu aporte brindándonos las siguientes respuestas. Con tu opinión podremos reforzar o brindar herramientas útiles a otros trabajadores que requieran de este espacio.

1) ¿Las temáticas brindadas fueron de tu utilidad?

Mucho

Medianamente

Poco

☐  
☐  
☐

2) ¿El taller te aportó herramientas para poder lograr un aprendizaje más eficaz?

Si

No

☐  
☐

Explica brevemente por qué:.....

3) El horario de dictado te pareció:

Adecuado

No adecuado

☐  
☐

4) Menciona aspectos positivos del taller que resaltarías: .....

5) Menciona aspectos del taller que modificarías: .....

6) Que sugerirías para el desarrollo de actividades de apoyo al trabajador en el futuro: .....

Agradecemos tu aporte y participación en esta actividad.



## **Taller N°02: Emprendedurismo y Riesgos.**

### **Resumen:**

Actualmente los universitarios encuentran a lo largo de su vida gran cantidad de desafíos, pero también muchas oportunidades. La clave está en saber aprovecharlas y en asumir riesgos, sin temerle a la incertidumbre. Los esfuerzos de las universidades se deben enfocar en promover y fomentar las habilidades y talentos de los estudiantes para trabajar en un mundo lleno de oportunidades cada vez menos vinculadas a un empleo fijo. Un profesional formado aprende las cuestiones técnicas con relativa facilidad, éstas además cambian constantemente. Lo técnico varía y se aprende pronto, en cambio lo humano es lo que permanece y lo que es más difícil de aprender (VIGORENA, s.f).

La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero estos deben ser calculados, resultaría contraproducente asumir demasiados riesgos, por lo tanto, es necesario calcular los riesgos de cada decisión que se tome y minimizarlos.

### **Objetivo:**

Enseñar a los estudiantes a ser serenos y audaces frente a los riesgos.

### **Fundamentación:**

Se fundamenta en las teorías desarrolladas en la investigación:  
Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffrey Timmons y Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.

### **Análisis Temático:**

<b>Tema I: Riesgo.</b>	1.1. Qué es el riesgo.	1.2. Factores de riesgo.	1.3. Por qué asumir el riesgo.	1.4. Como enfrentar los riesgos.
<b>Tema II: Gestión y Riesgo.</b>	2.1. Procesos de gestión de riesgo.	2.2. Características de la gestión de riesgo.	2.3. Beneficios de gestión de riesgo.	2.4. Etapas de gestión de riesgo.
<b>Tema III: Toma de Decisiones.</b>	3.1. El Proceso de toma de decisiones.	3.2. Videoconferencias para la toma de decisiones.	3.3. Materiales de lectura.	
<b>Tema IV: Miedo y Fracaso.</b>	4.1. Los halagos y las críticas no restan ni te agregan valor.	4.2. No existen errores, solo resultados.	4.3. Las personas somos imperfectas.	4.4. Lograr vencer el miedo a correr riesgos.

### **Metodología:**

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

<b>Introducción</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivación.</li> <li>2. Comunicación de los objetivos de la reunión.</li> <li>3. Repaso y/o control de los requisitos.</li> </ol>
<b>Desarrollo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación de la materia por el facilitador.</li> <li>2. Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li> <li>3. Evaluación formativa del progreso de los</li> </ol>

	<p>participantes.</p> <p>4. Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</p>
<b>Conclusión</b>	<p>1. Evaluación del aprendizaje logrado.</p> <p>2. Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación.</p> <p>3. Síntesis del tema tratado en la reunión.</p> <p>4. Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.</p>

### **Agenda Preliminar de Ejecución del Taller:**

- **Mes:** Setiembre, 2017.
- **Periodicidad:** Una semana por cada tema.

### **Cronograma del Taller:**

<b>Taller Nº 2</b>				
<b>Cronograma por Temas</b>	<b>Tema Nº 1</b>	<b>Tema Nº 2</b>	<b>Tema Nº 3</b>	<b>Tema Nº 4</b>
08:00				
09:30				
10:15				
11:00	Receso			
12:00				
01:15				
02:30	Conclusión y cierre de trabajo			

## Evaluación del Taller:

Siendo esta una actividad recientemente incorporada necesitamos de tu aporte brindándonos las siguientes respuestas. Con tu opinión podremos reforzar o brindar herramientas útiles a otros trabajadores que requieran de este espacio.

1) ¿Las temáticas brindadas fueron de tu utilidad?

Mucho  
Medianamente  
Poco

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

2) ¿El taller te aportó herramientas para poder lograr un aprendizaje más eficaz?

Si  
No

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Explica brevemente por qué:.....

3) El horario de dictado te pareció:

Adecuado  
No adecuado

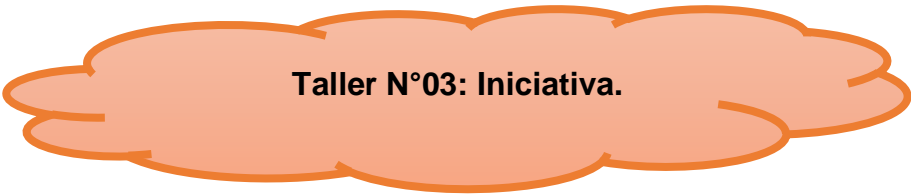
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4) Menciona aspectos positivos del taller que resaltarías: .....

5) Menciona aspectos del taller que modificarías: .....

6) Que sugerirías para el desarrollo de actividades de apoyo al trabajador en el futuro: .....

Agradecemos tu aporte y participación en esta actividad.



### **Taller N°03: Iniciativa.**

#### **Resumen:**

La iniciativa requiere de autonomía e independencia. Implica dar el primer paso para resolver problemas u obtener logros, para arriesgarse en una acción constructiva. Es tener la actitud y disposición personal para protagonizar, promover, desarrollar ideas y emprender actividades (FUNDACIÓN ROMERO, s.f.).

Poseer iniciativa significa anticiparse a las circunstancias, no esperar a que se les diga lo que habrán de hacer, es un motor que empuja e impulsa a emprender nuevos proyectos, o formas de hacer las cosas.

#### **Objetivo:**

Desarrollar un espíritu de iniciativa estudiantil.

#### **Fundamentación:**

Se fundamenta en las teorías desarrolladas en la investigación: Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons y Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.

### Análisis Temático:

<b>Tema I: Emprendimiento.</b>	1.1. ¿Qué es el emprendimiento?	1.2. ¿Qué es un empresario?	1.3. Emprendimiento, creatividad y motivación.	1.4. Los empresarios y las decisiones estratégicas.
<b>Tema II: Creatividad.</b>	2.1. Fases del pensamiento creativo.	2.2. Características de las personas creativas.	2.3. Inhibidores de la creatividad.	2.4. Desarrollo del espíritu creativo.
<b>Tema III: Proyecto de Vida.</b>	3.1. ¿Tenemos una idea?	3.2. Planifiquemos nuestro proyecto.	3.3. Desarrollo del proyecto de vida.	
<b>Tema IV: Desarrollo Empresarial.</b>	4.1. Simulación de Negocios.	4.2. Visión.	4.3. Misión	4.4. FODA

### Metodología:

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

<b>Introducción</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Motivación.</li><li>2. Comunicación de los objetivos de la reunión.</li><li>3. Repaso y/o control de los requisitos.</li></ol>
<b>Desarrollo</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentación de la materia por el facilitador.</li><li>2. Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li><li>3. Evaluación formativa del progreso de los participantes.</li><li>4. Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</li></ol>



<b>Conclusión</b>	1. Evaluación del aprendizaje logrado. 2. Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación. 3. Síntesis del tema tratado en la reunión. 4. Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.
-------------------	---

### Agenda Preliminar de Ejecución del Taller:

- **Mes:** Octubre, 2017.
- **Periodicidad:** Una semana por cada tema.

### Cronograma del Taller:

<b>Taller N° 3</b>				
<b>Cronograma por Temas</b>	<b>Tema N° 1</b>	<b>Tema N° 2</b>	<b>Tema N° 3</b>	<b>Tema N° 4</b>
08:00				
09:30				
10:15				
11:00	Receso			
12:00				
01:15				
02:30	Conclusión y cierre de trabajo			

## Evaluación del Taller:

Siendo esta una actividad recientemente incorporada necesitamos de tu aporte brindándonos las siguientes respuestas. Con tu opinión podremos reforzar o brindar herramientas útiles a otros trabajadores que requieran de este espacio.

1) ¿Las temáticas brindadas fueron de tu utilidad?

Mucho  
Medianamente  
Poco

☐  
☐  
☐

2) ¿El taller te aportó herramientas para poder lograr un aprendizaje más eficaz?

Si  
No

☐  
☐

Explica brevemente por qué:.....

3) El horario de dictado te pareció:

Adecuado  
No adecuado

☐  
☐

4) Menciona aspectos positivos del taller que resaltarías: .....

5) Menciona aspectos del taller que modificarías: .....

6) Que sugerirías para el desarrollo de actividades de apoyo al trabajador en el futuro: .....

Agradecemos tu aporte y participación en esta actividad.



## **Taller N°04: Motivación al Logro.**

### **Resumen:**

La motivación puede definirse como la capacidad del ser humano para orientar su conducta hacia un determinado objetivo (MÉNDEZ, 2009). La mayor parte de las conductas llevadas a cabo por los seres humanos incluyen algún componente motivacional.

Por otra parte, logro se define como el impulso de sobresalir, de tener éxito, el sentimiento que lleva a los individuos a imponerse a ellos mismos metas elevadas que alcanzar. Las personas movidas por este motivo tienen deseo de alcanzar la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado, aceptan responsabilidades y necesitan retroalimentación constante sobre su actuación (GUÉDEZ, 2013).

### **Objetivo:**

Desarrollar en los estudiantes habilidades de crecimiento personal y profesional mediante el reforzamiento de la motivación al logro, que le permita plantearse metas y llevarlas a la práctica, a través de cursos y talleres que fomenten su motivación y autoconfianza.

### Fundamentación:

Se fundamenta en las teorías desarrolladas en la investigación:  
Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons y Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.

### Análisis Temático:

<b>Tema I: Expectativas.</b>	1.1. Principales necesidades del individuo.	1.2. Necesidades vs motivos.	1.3. Expectativas.	1.4. Automotivación.
<b>Tema II: Inteligencia Emocional.</b>	2.1. Somos personas emocionales.	2.2. Autoconocimiento emocional.	2.3. Reconocimiento de emociones ajenas.	2.4. Interacción social.
<b>Tema III: Yo Soy.</b>	3.1. ¿Qué tanto me conozco?  3.2. Autobiografía.	3.3. Pasado, presente y futuro.  3.4. Autodiagnóstico de valores.	3.5. Mi proyecto de vida.  3.6. Metas y logros.  3.7. Mi misión de vida.  3.8. Sentido de logro.  3.9. Planeación de vida y carrera.	

### Metodología:

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

Introducción	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Motivación.</li><li>2. Comunicación de los objetivos de la reunión.</li><li>3. Repaso y/o control de los requisitos.</li></ol>
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentación de la materia por el facilitador.</li><li>2. Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li><li>3. Evaluación formativa del progreso de los participantes.</li><li>4. Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</li></ol>
Conclusión	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Evaluación del aprendizaje logrado.</li><li>2. Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación.</li><li>3. Síntesis del tema tratado en la reunión.</li><li>4. Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.</li></ol>

### Agenda Preliminar de Ejecución del Taller:

- **Mes:** Noviembre, 2017.
- **Periodicidad:** Una semana por cada tema.

### Cronograma del Taller:

Taller Nº 4			
Cronograma por Temas	Tema Nº 1	Tema Nº 2	Tema Nº 3
08:00			
09:30			
10:15			
11:00	Receso		
12:00			
01:15			
02:30	Conclusión y cierre de trabajo		

### Evaluación del Taller:

Siendo esta una actividad recientemente incorporada necesitamos de tu aporte brindándonos las siguientes respuestas. Con tu opinión podremos reforzar o brindar herramientas útiles a otros trabajadores que requieran de este espacio.

1) ¿Las temáticas brindadas fueron de tu utilidad?

Mucho

Medianamente

Poco

☐  
☐  
☐

2) ¿El taller te aportó herramientas para poder lograr un aprendizaje más eficaz?

Si

No

☐  
☐

Explica brevemente por qué:.....

3) El horario de dictado te pareció:

Adecuado

No adecuado

☐  
☐

4) Menciona aspectos positivos del taller que resaltarías: .....

5) Menciona aspectos del taller que modificarías: .....

6) Que sugerirías para el desarrollo de actividades de apoyo al trabajador en el futuro: .....

Agradecemos tu aporte y participación en esta actividad.



## **Taller N°05: Confianza en Sí Mismo.**

### **Resumen:**

La confianza es sí mismo esta interrelacionada con la autoestima, la cual está definida como la noción y el sentimiento de valor basado en el autoconocimiento y en la retroalimentación que recibimos de nuestras experiencias y de las relaciones que establecemos con los demás (FUNDACIÓN ROMERO, s.f). Se tiene una buena autoestima cuando se reconocen y valoran las cualidades y fortalezas con las que uno cuenta, aceptando también aquellos aspectos por mejorar. La autoestima implica aceptar que no se es perfecto y sentirse satisfecho con lo que se es como persona y con ello actuar en base a los propios recursos. La confianza en uno mismo, al igual que la autoestima, se construye interactuando con nuestros padres, nuestra familia, en la escuela y en el trabajo.

### **Objetivo:**

Lograr que los estudiantes desarrollen la confianza en sí mismos que les permita realizar los objetivos que se propongan en la vida, tener seguridad para plantearse metas y perseguirlas hasta conseguirlas. Formar estudiantes con la capacidad de enfrentar desafíos y no dejarse intimidar por los problemas y adversidades de la vida.

### Fundamentación:

Se fundamenta en las teorías desarrolladas en la investigación: Teoría del Espíritu Emprendedor de Jeffry Timmons y Teoría de la Creatividad de Paul Torrance.

### Análisis Temático:

<b>Tema I: Confianza en Sí Mismo.</b>	1.1. ¿Qué es la confianza en sí mismo?	1.2. Reconoces tus dificultades.	1.3. Identificas tus éxitos.	1.4. Autodiagnóstico.
<b>Tema II: Autoestima.</b>	2.1. Cree en ti mismo.	2.2. No te compares con los demás.	2.3. Desarrolla algo nuevo.	2.4. Presentación personal.
<b>Tema III: Seguridad.</b>	3.1. Autodiagnóstico.	3.2. Técnicas para vencer el miedo.		
<b>Tema IV: Asertividad.</b>	4.1. Asertividad.	4.2. Conducta pasiva.	4.3. Conducta agresiva.	4.4. Actividades para desarrollar el asertividad.



### **Metodología:**

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

<b>Introducción</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Motivación.</li><li>2. Comunicación de los objetivos de la reunión.</li><li>3. Repaso y/o control de los requisitos.</li></ol>
<b>Desarrollo</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentación de la materia por el facilitador.</li><li>2. Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li><li>3. Evaluación formativa del progreso de los participantes.</li><li>4. Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</li></ol>
<b>Conclusión</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Evaluación del aprendizaje logrado.</li><li>2. Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación.</li><li>3. Síntesis del tema tratado en la reunión.</li><li>4. Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.</li></ol>

### **Agenda Preliminar de Ejecución del Taller:**

- **Mes:** Diciembre, 2017.
- **Periodicidad:** Una semana por cada tema.

### Cronograma del Taller:

Taller Nº 5				
Cronograma por Temas	Tema Nº 1	Tema Nº 2	Tema Nº 3	Tema Nº 4
08:00				
09:30				
10:15				
11:00	Receso			
12:00				
01:15				
02:30	Conclusión y cierre de trabajo			

### Evaluación del Taller

Siendo esta una actividad recientemente incorporada necesitamos de tu aporte brindándonos las siguientes respuestas. Con tu opinión podremos reforzar o brindar herramientas útiles a otros trabajadores que requieran de este espacio.

1) ¿Las temáticas brindadas fueron de tu utilidad?

Mucho

Medianamente

Poco

☐  
☐  
☐

2) ¿El taller te aportó herramientas para poder lograr un aprendizaje más eficaz?

Si

No

☐  
☐

Explica brevemente por qué:.....

3) El horario de dictado te pareció:

Adecuado

No adecuado

☐  
☐

4) Menciona aspectos positivos del taller que resaltarías: .....

5) Menciona aspectos del taller que modificarías: .....

6) Que sugerirías para el desarrollo de actividades de apoyo al trabajador en el futuro: .....

Agradecemos tu aporte y participación en esta actividad.

### 3.2.6. Alcances, Impacto y Logros a Alcanzar con la Propuesta.

#### Alcances:

Beneficiarios: Estudiantes, sociedad, Universidad.

#### Impacto y logros a alcanzar:

- **En lo Personal:** Los estudiantes serán líderes y con emprendimiento.
- **En lo Pedagógico:** Nuestros docentes están capacitados en el desarrollo de competencias estudiantiles.

### 3.2.7. Cronograma de la Propuesta.

Universidad Nacional de San Martín (UNSM -T), Tarapoto												
Fecha por Taller	Taller N° 1				Taller N° 2				Taller N° 3			
Meses	Agosto				Setiembre				Octubre			
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												

Universidad Nacional de San Martín (UNSM -T), Tarapoto							
Fecha por Taller	Taller N° 4			Taller N° 5			
Meses	Noviembre			Diciembre			
Semanas	1	2	3	1	2	3	4
Actividades							
Coordinaciones previas							
Convocatoria de participantes							
Aplicación de estrategias							
Validación de conclusiones							

### 3.2.8. Presupuesto.

#### Recursos Humanos:

Cant.	Requerimiento	Costo	Total
		Individual	
1	Capacitador	S/ 250.00	S/ 1250.00
1	Facilitador	S/ 250.00	s/ 1250.00
Total			<b>S/ 2500.00</b>

#### Recursos Materiales:

Cant.	Requerimiento	Costo	Total
		Individual	
280	Folders con fasters	S/ 0.50	S/ 140.00
280	Lapiceros	s/ 0.50	s/ 140.00
3 Millares	Hojas bond	-	S/ 75.00
280	Refrigerios	S/ 5.00	S/ 1400.00
5000	Copias	S/ 0.10	S/ 500.00
4	Impresión de tesis	S/. 15.00	S/. 60.00
Total			<b>S/ 2315.00</b>

Resumen del Monto Solicitado	
Recursos humanos	S/ 2500.00
Recursos materiales	S/ 2315.00
<b>Total</b>	<b>S/ 4815.00</b>

### 3.2.9. Financiamiento de la Propuesta.

**Responsable:** SAAVEDRA CORAL, Eliana

## **CONCLUSIONES**

1. El problema de investigación se visibilizó gracias a las características del problema de investigación y a las referencias empíricas.
2. Los docentes no están preparados para entender las teorías del emprendedurismo y de la creatividad y por ende son tributarios a favor del problema de investigación.
3. La naturaleza propositiva del tipo de investigación permitió elaborar la propuesta la misma que se relaciona con la base teórica a través de los objetivos, temario y fundamentación de cada taller. Las teorías fueron elegidas por la naturaleza del problema de investigación.
4. El trabajo de campo describió y caracterizó el problema de investigación.

## **RECOMENDACIONES**

1. El perfil profesional de los estudiantes debe estar definido por las teorías del Espíritu Emprendedor y de la creatividad, a fin de hacer realidad los principios, fines y funciones de la Ley Universitaria N° 30220.
2. Socializar a nivel del resto de Escuelas Profesionales de la UNSM – T la propuesta para formar estudiantes afines a la demanda laboral.

## BIBLIOGRAFÍA

1. AUDRETSCH, D., & PHILLIPS, R. (2007). Emprendimiento, Política de Desarrollo Económico del Estado y Universidad Emprendedora. Hoja de trabajo.
2. BLENKER, P. (2004). Educación Emprendedora y Contexto Universitario, Aarhus School of Business. Dinamarca.
3. BUECKMANN, R. (2014). "Análisis de las Intenciones Empresariales de los Estudiantes Universitarios Mexicanos: Un Enfoque Basado en Variables Personales y del Programa Educativo". Santander.
4. CASTILLO H. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. INTEC. Chile.
5. COMECHE, M. (2004). Una Visión Dinámica sobre el Emprendedurismo Colectivo. España: Universidad de Valencia.
6. DELGADO, A., & NÚÑEZ, P. (2017). "Competencias de Emprendimiento en Estudiantes Universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Unviersidad Señor de Sipán, Pimentel". Pimentel.
7. GIBBS, A. (2005). Creando una Universidad Emprendedora en todo el Mundo. ¿Necesitamos un Modelo Completamente Diferente de Emprendimiento?
8. GUEVARA, A., & GAMBOA, C. (2009). Experiencias de Incorporación de Emprendedurismo en Instituciones de Educación Superior. ICAP-Revista Centroamericana de Administración Pública, 171-182.
9. HERNÁNDEZ, SAMPIERI, & OTROS. (1994). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill, Cap. 4y5.
10. JIMÉNEZ, & ARROYO. (2009). El Fomento del Emprendedurismo Universitario a Través de un Modelo Integrador.
11. KURATKO, D. (2004). Entrepreneurship Education en el Siglo XXI. De la Legitimación al Liderazgo. Conferencia Nacional.
12. LAGUERRE, S. (2001). Los Mandamientos de un Emprendedor en Busca del Éxito.

13. NAVIA, R. (2012). Sistematización de Iniciativas y Propuestas de Emprendedurismo, Innovación y Creatividad en la Educación Básica.
14. RIBEIRO, D. (2003). Modelando el Carácter Emprendedor de las Empresas Europeas. *European Business Review*, 29 -37.
15. ORTIZ, Juan. (2015). "Educación Universitaria y el Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional "José María Arguedas", 2015". Andahuaylas.
16. ROPKE, J. (1998). "La Universidad Emprendedora: Innovación, Creación de Conocimiento Académico y Desarrollo Regional en una Economía Globalizada". Alemania: Philipps Universitat Marburg.
17. ROTHARMEL, F. (2007). "Emprendimiento Universitario: Taxonomía de la Literatura ". Cambio Industrial y Corporativo.
18. RUSQUE, A. M. (2004). Reflexiones en Torno a un Programa Emprendedor para las Universidades Latinoamericanas. *Revista Anales de la Universidad Metropolitana*, 243.
19. SCHULTE, P. (2004). La Universidad Empresarial: Una Estrategia para el Desarrollo Institucional. . *La Educación Superior en Europa*.
20. TIMMONS, A. J (1989) *La Mente Empresarial*. Casa del Ladrillo. ISBN 0931790859
21. TIMMONS, J.A. and SPINELLI, S. (2003). *New Venture Creation: Emprendimiento para el Siglo XXI*, 6th ed., Londres: McGraw-Hill.
22. TORRANCE, E.P. (1974). *Torrance Tests del Pensamiento Creativo*. Scholastic Testing Service, Inc
23. VARELA, Rodrigo. (1997). *El Espíritu Empresarial y la Generación de Empleos*, 1997.

## LINKOGRAFÍA

- [https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento\\_de\\_San\\_Mart%C3%ADn](https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_San_Mart%C3%ADn)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Jeffrey\\_Timmons](https://en.wikipedia.org/wiki/Jeffrey_Timmons)
- <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>
- [http://gestionadministrativaiuta.blogspot.pe/2009/02/plan-de-gestion-empresarial\\_04.html](http://gestionadministrativaiuta.blogspot.pe/2009/02/plan-de-gestion-empresarial_04.html)
- [http://jupiter.utm.mx/~tesis\\_dig/12493.pdf](http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/12493.pdf)
- <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS%20-%20INFORME%20FINAL.pdf>
- <http://nulan.mdp.edu.ar/708/1/00365.pdf>
- <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/jmjm/conclusion-jovenes-emprendedores.html>
- <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>
- [http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265\\_1\\_E--archivos-185.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265_1_E--archivos-185.pdf)
- <http://www.unsm.edu.pe/historia.php>
- [http://www.clipmedia.net/galera/IQS/NdP/2016/012516-Tech-Factory/Tesi%20N%C3%B3riaVallmitjna\\_IQS.pdf](http://www.clipmedia.net/galera/IQS/NdP/2016/012516-Tech-Factory/Tesi%20N%C3%B3riaVallmitjna_IQS.pdf)
- [www.icesi.edu.co/.../el\\_espiritu\\_empresarial\\_y\\_la\\_generacion\\_de\\_empleados.pdf](http://www.icesi.edu.co/.../el_espiritu_empresarial_y_la_generacion_de_empleados.pdf)
- <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.pe/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- <http://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf>
- <http://www.cnc.gob.pe/images/upload/paginaweb/archivo/41/INFORME%20EMPRENDEDURISMO.pdf>



# **ANEXOS**



**ANEXO N°01**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**“PEDRO RUIZ GALLO”**  
**LAMBAYEQUE**



**FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN**

**UNIDAD DE POSTGRADO**  
**GUÍA DE OBSERVACIÓN**

**N°:**.....

**Fecha:**.....

Perfil Emprendedor	Frecuentemente	A Veces	Nunca	Total
Constantemente siente el impulso de crear ideas originales o diferentes.				
Considera que tiene un pensamiento flexible y capacidad imaginativa.				
Tiene habilidad para resolver las dificultades que se le presentan a través de la generación de nuevas ideas.				
La formación profesional aporta al desarrollo o fortalecimiento de la creatividad.				
Busca posibles alternativas de solución y se informa detalladamente frente a la situación que se está presentado.				
Considera que la formación profesional aporta a la toma de decisiones racionales y éticas.				
Identifica las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre ella y sobre otras personas.				
Muestra habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realiza trabajos en colectivo.				

<b>Tiene capacidad para mediar situaciones de conflicto.</b>				
<b>Posee visión y capacidad de convocar y movilizar a otros.</b>				
<b>La formación profesional ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de su liderazgo.</b>				
<b>Se esmera para que otros logren cumplir sus metas.</b>				
<b>Busca constantemente oportunidades que le permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de su vida.</b>				
<b>La formación profesional contribuye a fomentar la necesidad de logro.</b>				
<b>El miedo al fracaso le impide iniciar un negocio.</b>				
<b>Considera que tiene la capacidad de asumir riesgos.</b>				
<b>Posee el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio o potenciar uno ya existente.</b>				



**ANEXO N°02**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**“PEDRO RUIZ GALLO”**  
**LAMBAYEQUE**



**FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN**

**UNIDAD DE POSTGRADO**

**GUÍA DE ENCUESTA**

Por favor marcar con una (“X”) el número que corresponda a su respuesta.  
No deben de marcar dos opciones. Considere lo siguiente:

De antemano: ¡Muchas gracias por su colaboración!

---

**Código A: Emprendedurismo.**

1. ¿Existe formación empresarial en los estudiantes?

Si

No

2. ¿La formación desarrollada responde a conocimientos de emprendedurismo?

Si

No

3. ¿Te perfilas como un estudiante emprendedor?

Si

No

4. ¿Tu perfil desarrollado responde a la demanda del mercado laboral?

Si

No

5. ¿Cuentas con un perfil innovador?

Si

No

6. ¿Desarrollas conocimientos y habilidades?

Si  
No


7. ¿Recibes motivación por parte del Docente?

Si  
No


8. ¿Cuál es el ámbito de trabajo que prefieres?

Empresario  
Empleado


9. ¿Actitudes emprendedoras en los estudiantes?

Motivación  
Autoconfianza  
Liderazgo  
Innovación  
creatividad


10. ¿Cuentas con una Misión y visión?

Si  
No


11. ¿Tienes una idea de negocio?

Si  
No


12. ¿Los Docentes están preparados para impartir clases de Gestión Empresarial?

Si  
No




**ANEXO N°03**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
“PEDRO RUIZ GALLO”  
LAMBAYEQUE**



**FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN**

**UNIDAD DE POSTGRADO**

**GUÍA DE ENTREVISTA**

**Apellidos y Nombres** \_\_\_\_\_

**Edad** \_\_\_\_\_ **Sexo** \_\_\_\_\_

**Lugar y Fecha** \_\_\_\_\_

**Apellidos y Nombres del Entrevistador** \_\_\_\_\_

---

**Código A: Emprendedurismo.**

1. ¿Cuál es la visión que tienen los estudiantes?

.....  
.....  
.....  
.....

2. ¿Enseña estrategias de desarrollo empresarial?

.....  
.....  
.....  
.....

3. ¿Qué opinas sobre el desarrollo de un Plan de Gestión Empresarial?

.....  
.....  
.....  
.....

**Código B: Plan de Gestión Empresarial.**

4. ¿Cuál es su rol como docente en la formación que brindas?
- .....
- .....
- .....
5. ¿Se rumorea que los docentes no siempre enseñan científicamente las ciencias empresariales? ¿Qué opina de Paul Torrence y de Jeffry Timmons?
- .....
- .....
- .....
- .....
6. ¿Crees que es pertinente hacer uso de la tecnología para informarte y formarte como profesional de empresa?
- .....
- .....
- .....
- .....
7. ¿Es una decisión acertada asistir a talleres, foros, debates sobre formación empresarial?
- .....
- .....
- .....
- .....
8. ¿Es pertinente aplicar un Plan de Gestión Empresarial en los estudiantes?
- .....
- .....
- .....
- .....