

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“EVALUACION DE LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y
LA GENERACION DE IDEAS DE NEGOCIOS DE LOS
ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO - 2017”**

TESIS

PRESENTADO POR:

ARACELI SUAQUITA MANSILLA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PUNO - PERÚ

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
“EVALUACION DE LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y LA
GENERACION DE IDEAS DE NEGOCIOS DE LOS ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
PUNO -2017”

TESIS PRESENTADO POR:

ARACELI SUAQUITA MANSILLA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE :
Dr. NICOLAS ROQUE BARRIOS

PRIMER MIEMBRO :
M.Sc. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA

SEGUNDO MIEMBRO :
M.Sc. ROMULO HUACASI GONZALES

DIRECTOR DE TESIS :
Dr. TOMAS VELIZ QUIspe

Área: Administración de Emprendimientos
Tema: Competencias Emprendedoras

Fecha de Sustentación 21 de diciembre del 2017

DEDICATORIA

A mi madre Diafana Mansilla Segura,
ejemplo en mi vida, por haberme forjado
y brindado todo su apoyo en
cada segundo de mi vida.

A mi hermana Cynthia Suaquita
Mansilla quien junto a su hija Eva
Aishiwayra por estar siempre ahí para
apoyarme y alegrandome la vida.

A mi querida amiga Doris Condori
Nuñez y a Cristhian Denis Mamani
Choquemoroco por su amistad
y amor incondicional .

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso por iluminar, cuidarme
y guiar siempre mi camino.

A la Universidad Nacional del Altiplano
Facultad de Ciencias Contables y Administrativas,
y en especial a la Escuela Profesional
de Administración.

Mi agradecimiento al
Dr. Tomas Veliz Quispe como director del
presente trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3. IMPORTANCIA Y UTILIDAD DEL ESTUDIO.....	19
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20

CAPITULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.1.1. RESEÑA HISTÓRICA DE LAS PRINCIPALES TEORÍAS DE EMPRENDIMIENTO.....	32
2.1.3. IDEAS DE NEGOCIOS.....	62
2.2. MARCO CONCEPTUAL	79
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	83
2.3.1. OPERALIZACIÓN DE VARIABLES	83

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	85
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	86
3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	86
3.2.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	86
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	86
3.3.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	89
3.3.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	90
3.4. ÁMBITO DE ESTUDIO	93
3.4.1. MÉTODO Y ANÁLISIS DE DATOS	94

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DESARROLLADAS POR LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION.....	98
---	----

4.2. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES E ADMINISTRACIÓN EN LOS CONCURSOS DE GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS	109
4.3. DISEÑOS PEDAGÓGICOS PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS	121
4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	131
4.5. DISCUSIÓN	133
CAPÍTULOS V	
CONCLUSIONES	135
CAPÍTULO VI	
RECOMENDACIONES	137
CAPITULO VII	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
ANEXOS	144

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 01: Factores que afectan a la creación y al desarrollo de universidades.....	46
FIGURA 02: Fuentes de generación de ideas de negocios.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 01:	Edad de los estudiantes	96
GRAFICO N° 02:	Genero de los encuestados.....	97
GRAFICO N°03:	Conocimiento de sí mismo	99
GRÁFICO N° 04:	Visión de futuro	102
GRAFICO N° 05:	Motivación de logro.....	104
GRAFICO N° 06:	Planificación	106
GRAFICO N° 07:	Persuasión	108
GRAFICO N° 08:	III Concurso de investigación 2014	111
GRAFICO N° 09:	IV Concurso de investigación 2015.....	113
GRAFICO N° 10:	Ganadores de ideas negocio 2015.....	115
GRAFICO N° 11:	Participación de carreras.....	120

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 01:	Algunas definiciones de teóricos relevantes del emprendimiento.....	37
CUADRO 02:	Tipos de educación empresarial.....	41
CUADRO 03:	Características de la educación empresarial	42
CUADRO 04:	Teorías de enseñanza – aprendizaje.....	48

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 01:	Documentos a entregar.....	74
TABLA 02:	Documentos para la sustentación.....	75
TABLA 03:	Cronograma del concurso 2017.....	75
TABLA 04:	Premios del concurso 2017.....	77
TABLA 05:	Alumnos de la curricula 2008 al 2012.....	87
TABLA 06:	Genero de la Muestra de estudiantes.....	88
TABLA 07 :	Escala de valoración del instrumento.....	91
TABLA 08:	Edad de los alumnos encuestados.....	95
TABLA 09:	Genero de los estudiantes.....	97
TABLA 10:	Resultados de Conocimiento de si mismo.....	98
TABLA 11:	Resultados de Visión de Futuro.....	100
TABLA 12:	Resultados de Motivación de Logro.....	103
TABLA 13:	Resultados de Planificación.....	105
TABLA 14:	Resultados de Persuasión.....	107
TABLA 15:	III Concurso de Investigación 2014.....	110
TABLA 16 :	IV Concurso de Investigación - 2015.....	112
TABLA 17:	Ganadores de Ideas de Negocio 2015.....	114
TABLA 18 :	Ganadores de la II etapa.....	116
TABLA 19:	Relación de participantes en el concurso de selección de ideas de negocio para incubación y consolidación 2017.....	118

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Evaluación de las Competencias Emprendedoras y la Generación de Ideas de Negocios de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno - 2017”; tiene como objetivo principal a través de un estudio de nivel descriptivo, analizar las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de la escuela profesional de administración y la generación de ideas de negocios en los concursos desarrollados por la Universidad Nacional del Altiplano en la ciudad de Puno; la metodología es descriptiva y la muestra es probabilística aleatoria simple siendo un total de 56 estudiantes matriculados del VII al X semestre 2017–II quienes pertenecen a la curricula (2008–2012). Con respecto al objetivo N° 1 e hipótesis N° 1. Se plantea determinar las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de administración, las conclusiones a las que se llegó fue de que la competencia emprendedora desarrollada por los estudiantes de administración es la motivación de logro con un 32 %, se aplicó la Escala de Competencias Emprendedoras, validada por Flores (2003), la misma que cuenta con cinco grupos de competencias: conocimiento de sí mismo, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión. Referente al objetivo N° 2 e hipótesis N° 2, se concluye que la Escuela Profesional de Administración tiene un alto nivel de participación en los diferentes concursos de generación de ideas de negocio, con el 49 % de participación frente a otras carreras profesionales, y para las incubadoras de negocio 3 de 4 equipos son de estudiantes de administración como se puede ver en los gráficos 08, 09, 10 y 11. Aceptando la hipótesis de investigación.

Palabras claves: Emprendimiento universitario, competencias emprendedoras, ideas de negocio, incubación de negocios.

ABSTRACT

The present research work entitled "Evaluation of Entrepreneurial Competences and the Generation of Business Ideas of the students of Administration of the National University of Puno Altiplano - 2017"; Its main objective through a descriptive level study, evaluate the most outstanding entrepreneurial skills for the generation of business ideas of the administration students of the National University of Altiplano in the city of Puno; the methodology is descriptive and the sample is simple random probabilistic, with a total of 56 students enrolled from the 7th to the 10th semester 2017-II who belong to the curricula (2008-2012). With respect to objective No. 1 and hypothesis No. 1. It was stated that the entrepreneurial skills acquired by the students of administration are those of achievement orientation and vision of the future, the conclusions reached were that the entrepreneurial skills acquired by the students of administration effectively are the orientation to achievement with 32%, followed by the enterprising competition of vision of the future with a percentage of 31%; the Scale of Entrepreneurial Competences was applied, validated by Flores (2003), which has five groups of competences: self- knowledge, vision of the future, achievement motivation, planning and persuasion. Regarding objective No. 2 and hypothesis No. 2, it is concluded that the Professional School of Administration has a significant participation in the different contests of generation of business ideas, with 49% of participation compared to other professional careers, and for Business incubators 3 of 4 teams are students of administration as you can see in the graphics 08, 09, 10 and 11.

Key words: University entrepreneurship, entrepreneurial skills, business ideas, business incubation.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Evaluación de las competencias emprendedoras y la generación de ideas de negocio de los estudiantes de la escuela profesional de Administración Universidad Nacional del Altiplano Puno - 2017” la información que contiene nos mostrará las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de Administración y la participación de ideas de negocios en los diferentes concursos organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Los responsables del desarrollo de políticas públicas también creen que el aumento en los niveles de actividad emprendedora puede ser alcanzado a través de la educación Commission (2006). Existe la necesidad de evaluar cuáles son las competencias emprendedoras que desarrollaron los estudiantes en los diferentes cursos de la malla curricular de la escuela profesional de administración, se coloca en estudio las competencias emprendedoras y para poder establecer y conocerlas, esta investigación está basada en el cuestionario validado por Flores (2003). En tal sentido es que la investigación pretende analizar, describir y conocer acerca de las competencias emprendedoras y la

participación de generación de ideas de negocio de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano - 2017.

El trabajo se justifica porque en tiempos actuales notamos que las universidades cada vez se enfocan por impartir información teórica y monótona por ello la inquietud de los estudiantes por un diseño e implementación de modelos pedagógicos para el desarrollo de sus competencias y la orientación hacia una cultura emprendedora basada en la creatividad, la innovación y proporcionando así un instrumento para la generación de nuevos negocios, proyectos productivos y por ende contribuir con el desarrollo local y nacional.

Además que el presente trabajo de investigación será fuente de consulta para los estudiantes durante su formación profesional en las aulas universitarias. A objeto de estudio, el trabajo se desarrolla en el siguiente orden:

En el capítulo I se describe el problema de investigación, así también, se menciona el Problema General y los Problemas Específicos. También se expone los antecedentes en relación a la presente investigación y la importancia y utilidad del estudio; así mismo, se plantea el Objetivo General y los Objetivos Específicos.

En el capítulo II se hace una revisión del marco teórico de las competencias emprendedoras, la generación de ideas de negocio universitaria. Así también se da conocer el marco conceptual de los términos utilizados en el presente trabajo de investigación. Se formula hipótesis general e hipótesis específica.

En el capítulo III se describe la metodología, método, diseño y tipo de la investigación; instrumentos de recolección de datos, la que permitirá enfatizar la razón del trabajo de investigación. Así también se explica la población y muestra.

En el capítulo IV se presenta los resultados, discusión y contrastación de hipótesis de la investigación a través de interpretaciones de las tablas y gráficos que hacen posible su mejor comprensión obtenidos y presentados de acuerdo a los objetivos planteados.

En el capítulo V se presenta las conclusiones respectivas a las que se arribaron al final de todo el proceso de investigación.

En el capítulo VI se hace presente las recomendaciones respectivas a los agentes o instituciones involucradas.

En el capítulo VII se incluye las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación.

Finalmente los anexos y aportes de esta investigación.

Este trabajo contribuirá alcanzar aportes con los resultados obtenidos a los estudiantes de Administración que les permitirá una mejor comprensión y análisis desde la óptica académica respecto a las competencias emprendedoras; a los agentes educacionales tomen conciencia de cuán importante pueden ser en el proceso de enseñanza y aprendizaje, para entregar a la sociedad, profesionales que tengan mejores y más concretas ideas de negocio y con esto contribuir a un mayor desarrollo de nuevas empresas que generen empleo y crecimiento de la economía.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el actual mundo globalizado las organizaciones y la sociedad misma se encuentran en constantes cambios y transformaciones. La competencia define las reglas, incrementando la necesidad de generar nuevos negocios. Por esta razón es importante trabajar desde la parte interna de uno mismo y la enseñanza de las universidades.

El Emprendimiento es uno de los principales motores dinamizadores de las economías e impulsores del desarrollo productivo. Esta afirmación está respaldada por innumerables ejemplos en países de todos los continentes del planeta (Nueva Zelanda, Australia, Sudáfrica, Finlandia, Bulgaria, India, Japón, Israel, Tailandia, Brasil, Colombia, Irlanda, Chile, México, China, etc.). El tema emprendimiento ha formado parte de las recetas de impulso económico y social productivo de las naciones desarrolladas y, sin excepción, todos aquellos países que abrazan el progreso como su camino al desarrollo, apuestan al Emprendimiento entre sus ciudadanos.

El Perú se situó como la quinta economía en el globo con altos índices de emprendimiento, según la medición del Global Entrepreneurship Monitor 2014 (GEM), que evalúa a 73 países, los que representan el 72,4% de la población mundial. Es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de la población de un país para participar en las actividades emprendedoras.

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés Total Early- Stage Entrepreneurial Activity -TEA), ratio que mide las iniciativas empresariales de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre la población de 18 a 64 años de un país, periodo decisivo para la mayoría de los emprendedores. El del Perú fue igual a 28,8%, la segunda más alta de la región, al superar el resultado de Bolivia (27,4%) y Chile (26,6%). No obstante, con un 32,6% de TEA.

Para el 2016, el Perú retrocedió cuatro casillas y se ubicó en el noveno lugar del ranking de países con mayor emprendimiento del mundo, según el más reciente reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015.

En el caso de Perú, César Peñaranda, director ejecutivo del Iedep (Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial), explicó que la TEA de Perú cayó de 28,8% reportada el 2014 a 22,2% el 2015.

Con ese resultado, el país descendió al cuarto lugar en emprendimiento regional, detrás de Ecuador (líder en América Latina y segundo en el ranking global), Chile (puesto 6) y Colombia (puesto 8).

En el nivel local en la ciudad de Puno Aldo Zanabria Gálvez, organizador de la Ruta Start Up 2015, mencionó que el emprendimiento de jóvenes en nuestra región Puno es mínima, ya que a nivel de becarios, instituciones privadas sólo se tiene a 10 jóvenes activos que cuentan con potencial intelectual para el inicio de sus propios negocios.

La universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores sino que está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior. En este contexto, lo que resulta fundamental es tener clara la idea que “los empleados buscan trabajo después que se construye el negocio y que el trabajo del emprendedor comienza antes del negocio”, por lo tanto es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la creación de nuevas empresas. Palacios (2009).

Conociendo estos antecedentes, nace la necesidad de seguir promoviendo el emprendimiento en el departamento de Puno y rol activo que juega la misma Universidad Nacional del Altiplano con sus escuelas profesionales, diseñando y fomentando la enseñanza del desarrollo de competencias emprendedoras a través de concursos de ideas de negocios, incubadoras, programas, talleres y actividades que orienten la mejora de iniciativas empresariales en los alumnos; como se puede ver en los concursos de

“Desarrolla tu idea de Negocio” selección de ideas de negocios para incubación y consolidación donde se selecciona ideas de negocio para incubación, consolidación de emprendimientos en la que la Escuela Profesional de Administración ha tenido participación activa y preponderante.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La necesidad de comprender de mejor manera el desarrollo de las competencias emprendedoras en estudiantes de administración, además de existir un interés creciente de las ideas de negocio, ellas buscan impulsar la participación de estas actividades y como alcance a la generación de nuevos puestos de trabajo, una entrega de valor a la sociedad se realiza esta investigación ya que en nuestro país hay pocas investigaciones notorias respecto al emprendimiento; para este caso particular se coloca a objeto de estudio a los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano del entorno local en la ciudad de Puno.

PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles son las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y como es la participación de generación de ideas de negocio en los concursos organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017?

PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PROBLEMA ESPECIFICO N° 1

¿Cuáles son las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017?

PROBLEMA ESPECIFICO N° 2

¿Cómo es la participación de los estudiantes de la escuela profesional de Administración en los concursos de generación de ideas de negocios organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017?

PROBLEMA ESPECIFICO N° 3

¿Cuál es el diseño pedagógico idóneo a implementar en los componentes curriculares para el mejor desarrollo de las competencias emprendedoras en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017?

1.3. IMPORTANCIA Y UTILIDAD DEL ESTUDIO

La presente investigación releva su importancia por ser un tema de interés social y académico para los docentes y estudiantes en la educación universitaria. Su utilidad es aportar con sus resultados al estudio del conocimiento en mejorar a través del proceso de enseñanza y aprendizaje; la calidad de servicio educativo en materia de emprendimiento.

Desde el punto del conocimiento contribuirá con sus resultados a tener un panorama de cómo los estudiantes desarrollan competencias emprendedoras en los cursos dictados en la carrera profesional de Administración (curricula 2008 – 2012) y como estos repercuten

en los concursos de ideas de negocio organizado por la Universidad Nacional del Altiplano, todo esto permitirá alcanzar aportes con sus resultados obtenidos, a los estudiantes de Administración que les permitirá una mejor comprensión y análisis desde la óptica académica respecto a las competencias emprendedoras y cuán importante pueden ser en el proceso de enseñanza y aprendizaje, para entregar a la sociedad, profesionales que tengan nuevas ideas de negocio y con contribuir a un mayor desarrollo de nuevas empresas que generen empleo y crecimiento de la economía y la sociedad tanto en el ámbito nacional como local profundizar en temas de emprendimiento a posteriores investigaciones.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Analizar que competencias emprendedoras han desarrollado los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y la participación de generación de ideas de negocio en los concursos organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1

Determinar las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 2

Conocer la participación de generación de ideas de negocio de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración en los concursos organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 3

Proponer diseños pedagógicos a los componente curriculares de emprendimiento de la Escuela Profesional de Administración para desarrollar las competencias emprendedoras en la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para la investigación acerca de las competencias emprendedoras y la generación de ideas de negocios en estudiantes universitarios, se ha encontrado algunos trabajos de investigación relacionados al tema de investigación, para lo cual se presenta las siguientes investigaciones al respecto:

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A NIVEL INTERNACIONAL

Ruiz Jimenez, Cabeza Pulles & Briano Turrent (2012) en su tema de investigación universidad y emprendimiento: un caso de estudio de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la UGR, 2012. Las conclusiones sustanciales a las que alcanzo fueron: En la actualidad, las universidades deben comprometerse con la formación de estudiantes con espíritu emprendedor, de tal forma, que al terminar sus estudios universitarios creen empresas y puedan generar empleo y aporten al desarrollo económico y social de las regiones. Si no se comprometen y no actúan como universidades emprendedoras están

condenadas a no prosperar en el entorno que existe hoy en día en nuestra sociedad (Sooreh et al., 2011). Autores como Salamzadeh et al. (2011), resalta la importancia de implantar programas en las universidades en los que se desarrollen capacidades empresariales, se fomente la cultura emprendedora, se dispongan de recursos para la su ejecución, se estipulen la metodología que enseñen a sus alumnos a aprender a emprender. Con el objetivo, de formar personas con habilidades y capacidades emprendedoras, que desempeñen un papel activo en la ámbito empresarial de la ciudad y en el progreso y la cohesión social.

1. Es importante señalar que, los investigadores en sus trabajos científicos han sugerido un conjunto diverso de estrategias, para que las universidades sean más empresariales, como ofrecer mayores incentivos para la participación del profesorado y de los estudiantes en las actividades empresariales (Friedman y Silberman, 2003; Henrekson y Rosenberg, 2001), que estimule el desarrollo de ideas innovadoras, fomentar dentro del ambiente universitario las oportunidades de emprendedurismo y la posibilidad de generar redes sociales de información entre consultores profesionales, emprendedores jóvenes, empresarios exitosos, etc., que transfieran su experiencia a los estudiantes.

2. En cuanto al análisis de la información obtenida a partir del cuestionario administrado a los estudiantes universitarios que participaron es este proyecto, la gran parte de los alumnos encuestados (69%) no habían tenido una experiencia en emprendimiento en el entorno universitario. En cuanto a la preparación percibida, los estudiantes universitarios consideran mayoritariamente que la preparación que realiza la Universidad para la puesta en marcha de una empresa es nivel medio o bajo (41% y 35%).

3. Además, la mayoría de la muestra ha pensado en crear su propia empresa (83%) y desarrollar el proyecto de nueva empresa realizado en esta práctica (71%). Asimismo, los

estudiantes consideran que la universidad debería formar más a sus estudiantes como emprendedores (98%). Finalmente, los estudiantes encuestados que participaron en este proyecto consideran que, esta práctica le ha permitido mejorar su conocimiento en temas relacionados con la creación de empresas.

Uribe Mejía Rubén y Sánchez Valencia Gladys (2012) en su proyecto de grado: “competencias emprendedoras una estrategia para el desempeño exitoso de los bachilleres de la institución educativa Antonio Derka - Santo Domingo. Llegaron a las siguientes conclusiones:

El 62% de los estudiantes de la IEADSD consideran que las competencias emprendedoras analizadas las tiene en un proceso de desarrollo.

La competencia de motivación de logro es la más desarrollada en los estudiantes (60%).

La competencia menos desarrollada tiene que ver con la visión de futuro (27%).

La reseña histórica de la IEADSD fue revisada y se concluye que en la voluntad de su creación es claro el espíritu emprendedor, ya que la institución debe estar comprometida con el desarrollo de Antioquia y del país. En el análisis se incluyeron los siguientes elementos: misión, visión, valores y el proyecto institucional, en el cual el proceso formativo incorpora, como uno de sus ejes de formación, el espíritu empresarial.

Teniendo en cuenta las opiniones de los estudiantes de grado once a los que les fue aplicada la encuesta de esta investigación, se puede concluir el buen trabajo que ha venido realizando la Institución Educativa Antonio Derka - Santo Domingo en cuanto al tema de emprendimiento.

Maria del Pilar Gomez Vallejo y Katerine Satizabal Parra (2011) en su investigación “educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias

emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali”, llegan a las siguientes conclusiones: Es pertinente resaltar que si bien el objetivo del presente trabajo no fue realizar un análisis comparativo de los modelos de educación en emprendimiento desarrollados por las diferentes Instituciones de Educación Superior regionales y nacionales (Universidad IC ESI en Cali, la Universidad de los Andes y la Universidad EAN en Bogotá, la Universidad EAFIT en Medellín, y la Universidad del Norte en Barranquilla), es preciso que un futuro estudio lo desarrolle dado que brindaría elementos importantes para el análisis del impacto de las estrategias utilizadas en la formación de competencias emprendedoras. Lo anterior, sólo es pertinente realizarlo cuando existan resultados tangibles en cada una de las instituciones anteriormente mencionadas.

Sáenz & Aydeé (2013) en su tema de investigación “habilidad emprendedora y expectativa laboral en estudiantes universitarios”, las conclusiones a las que llegó fueron: Los valores de consistencia interna en la muestra conjunta, y en hombres y mujeres fueron altos en el puntaje total y todos los factores, a excepción del factor de Compromiso y Responsabilidad, donde la consistencia interna fue adecuada. La distribución del puntaje total se ajustó a una curva normal en la muestra conjunta, y en hombres y mujeres. El nivel promedio de la habilidad emprendedora de los estudiantes universitarios fue alto en el puntaje total y los cuatro factores.

En cuanto a las variables socio-demográficas, se encontró: 1) que los hombres son más creativos en comparación con las mujeres. 2) que la relación entre la habilidad emprendedora y la edad es independiente; es decir, no existe relación alguna. 3) que los estudiantes que proceden de una preparatoria privada reportan mayor capacidad de realización. Y por último, 4) que el área de acentuación en la que se encuentran los

alumnos (conductual, laboral, clínica, infantil y social) no influye en la habilidad emprendedora.

Con respecto a los factores laborales actuales, se encontró: 1) que los estudiantes con mayor capacidad de planificación son los que trabajan a tiempo parcial, en comparación con los estudiantes que no trabajan. 2) que la habilidad emprendedora es similar entre aquellos estudiantes que tienen un negocio propio con aquellos que no lo tienen. 3) que los estudiantes que tienen experiencia laboral remunerada relacionada con la carrera reportan mayor capacidad de realización. 4) que los estudiantes que tienen experiencia laboral y/o prácticas profesionales afines a sus intereses profesionales muestran mayor capacidad de planificación, y mayor compromiso y responsabilidad. 5) que los estudiantes que tienen pensado un plan de acción sobre cómo llevar a cabo sus objetivos profesionales y que han realizado una acción para poner en marcha sus metas profesionales reportan mayor habilidad emprendedora, mayor realización, planificación, creatividad y compromiso. Y por último, 6) que los estudiantes que no tienen intención de realizar un posgrado muestran mayor habilidad emprendedora, planificación, realización y responsabilidad.

Y en relación a las expectativas laborales, la mayoría de los estudiantes tienen la intención de crear un negocio propio e incorporarse a una empresa, seguido por aquellos estudiantes que solo desean incorporarse a una empresa y por último están los estudiantes que solo desean crear un negocio propio. Además, se halló que los estudiantes que desean crear un negocio promediaron más alto en el Puntaje Total y en todos los factores de habilidad emprendedora.

En base a los resultados obtenidos respecto a la intención emprendedora de los alumnos universitarios es recomendable crear un laboratorio de investigación emprendedora el

cual permita desarrollar en los estudiantes a partir de los primeros semestres las habilidades de emprendimiento a través de metodologías de casos y consultorías de proyectos en pequeñas empresas. Asimismo contar con el apoyo de consultores externos expertos en temas de innovación y crecimiento que sirvan de enlace con el sector empresarial, ampliando la búsqueda de oportunidades y desarrollo de ideas de los estudiantes.

Por lo tanto es conveniente realizar un estudio longitudinal que analice las variaciones en los niveles de habilidad emprendedora a lo largo de la carrera.

Con respecto a las limitaciones de este estudio, al realizar el análisis estadístico de los resultados, fue necesario eliminar los ítems 9 y 17 debido a su baja correlación, lo cual demuestra la posibilidad de que ambos ítems no hayan sido redactados correctamente, sin embargo no es posible asegurarlo ya que no se realizó una prueba piloto. Otra de las limitaciones fue que no se aplicó el instrumento al total de alumnos de noveno y décimo semestre de la facultad.

Palacios (2009), en su tema de investigación “las universidades en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas” las conclusiones a las que llego fueron:

Existe consenso sobre la importancia de contar en el país con empresas como la de la familia Añaños, o de base tecnológica tipo Microsoft, ya que organizaciones como estas son las que generan el desarrollo económico y social de nuestra nación. Si estamos de acuerdo con esta premisa, entonces es fundamental que las universidades jueguen un rol mucho más protagónico en el nacimiento y consolidación de las nuevas empresas, reduciendo la tasa de mortalidad de las nuevas compañías y acrecentando sus posibilidades de éxito, formando una nueva generación de líderes empresariales

dispuestos a asumir riesgos sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con redes de apoyo sólidas. En esta nueva concepción muy pocas universidades han incursionado, por lo que existe un gran mercado para un grande como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; todo depende del consenso entre autoridades y estudiantes.

A NIVEL NACIONAL

Tinoco Gómez (2008) en su investigación “medición de la capacidad emprendedora de ingresantes a la facultad de ingeniería industrial de la UNMSM”, llega a las siguientes conclusiones:

Para determinar la capacidad de emprendimiento de los alumnos que ingresaron a la Facultad de Ingeniería Industrial del año 2008 utilizando la de Habilidad Emprendedora, validada por Flores (2003). Asimismo, se analizaron los factores que marcan diferencias en esta capacidad, tales como el tipo de preparación para acceder a la universidad, el género o la procedencia de colegio de secundaria, Se aplicó un cuestionario a 132 alumnos 2008 de un total de 170, los cuales fueron seleccionados aleatoriamente. Se aplicó la Escala de Habilidad Emprendedora, validada por Flores (2003), la misma que cuenta con cinco áreas: conocimiento de sí mismo y auto confianza, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión. Los resultados revelan que los ingresantes 2008 presentan una alta habilidad emprendedora en todas las áreas evaluadas, hay diferencias en el promedio obtenido por los ingresantes, según su colegio de procedencia. Se observa que el mayor promedio lo obtienen los de colegios privados (79.94%) con una mayor homogeneidad que el de los otros segmentos (12.80%). el mejor promedio respecto al puntaje total corresponde a los ingresantes que tuvieron como principal fuente de preparación para el ingreso a la UNMSM su colegio pre universitario (78,71%), Se observa que los promedios según género son ligeramente diferentes, pero el valor p

obtenido en la prueba t de Student (0.674) denota que dicha diferencia no es estadísticamente significativa. En conclusión, los resultados indicaron que los alumnos sujetos de estudio, de acuerdo al instrumento utilizado, presentan una habilidad emprendedora alta.

Ortiz Huamaní Juan Carlos (2015) en su tesis de investigación “educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de la escuela profesional de administración de empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas” las conclusiones sustanciales a las que llegó fueron:

1. 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.

2. 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.

3. Con referencia a las dimensiones de la investigación los resultados muestran que el P-valor entre gestión – emprendimiento empresarial es 0,004 siendo este menor al nivel de significancia que es de 0,05 esto indica que el nivel de gestión influye con la actitud emprendedora de los estudiantes. Haciendo el análisis respectivo de las tablas de contingencia los estudiantes perciben una regular gestión por parte de las autoridades para impulsar el emprendimiento empresarial, este indicador se ve reflejado con el número total de emprendimientos, las gestiones orientadas al emprendimiento que están realizando las autoridades de la EPAE no están siendo óptimas o son insuficientes, Cabe aclarar que gestión hacia el emprendimiento implica conferencias, charlas motivacionales, convenios con instituciones privadas y públicas, feria de ideas de negocios, espacios que permitan que los alumnos incuben su negocio y herramientas para emprender. De la misma manera para la dimensión de formación profesional – emprendimiento empresarial el P-valor es 0,001 entre siendo este valor menor al nivel de significancia que es de 0,05 por lo tanto se dice que hay evidencia estadísticamente que la dimensión formación profesional y actitud hacia el emprendimiento influyan entre sí. Haciendo el análisis respectivo de las tablas de contingencia los estudiantes perciben una regular formación profesional en emprendimiento empresarial, esto también se refleja con el número total de emprendimientos, por lo tanto la formación profesional no está dando cierta prioridad al emprendimiento empresarial.
4. Con referencia a la relación entre la variable educación universitaria y emprendimiento empresarial el P-valor es 0,036 siendo este valor menor al nivel de significancia 0,05 por lo tanto se dice que hay evidencia estadísticamente que la

variable educación universitaria y emprendimiento empresarial tenga relación de dependencia o influyan entre sí. En general haciendo un análisis de las tablas de contingencia y el chi cuadrado tenemos que los alumnos perciben que la educación universitaria en emprendimiento empresarial es regular, ni tan buena ni tan mala. Por lo tanto, se dice que la educación universitaria influye positivamente en el emprendimiento empresarial pero la Universidad Nacional José María Arguedas no está cumpliendo del todo bien con ese rol.

Correa, Hurtado, & Cardona (2011) en el artículo “formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán. Llegan a las siguientes conclusiones:

A partir de la revisión conceptual sobre emprendimiento y empresarismo, se evidencia que el primero implica no solo la capacidad de generar empresa, sino además la capacidad para generar nuevas ideas, detectar oportunidades y definir el contexto más adecuado para desarrollar un proyecto. La definición de las competencias, debe ser una construcción colectiva que parta de una reflexión sobre la realidad en la que se encuentra inmerso el emprendedor. El desarrollo de competencias para los emprendedores de la Universidad debe ir más allá de la formación en contenidos orientados hacia lo funcional. Es fundamental considerar acciones de desarrollo encaminadas al desarrollo de competencias conductuales para que el emprendedor pueda tener éxito.

A NIVEL LOCAL

Puma & Milagros (2017) en su tesis de investigación “análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de

administración de la Universidad Nacional del Altiplano - 2016”, las conclusiones sustanciales a las que llego fueron:

1. Referente al objetivo N° 1 e hipótesis N° 1, se concluye que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos tal como se pudo ver que la participación en el III concurso de ideas, prototipos e invenciones fue de 19, 35%, en el IV concurso fue de 48,30%, y para las incubadoras de negocio 3 de 4 equipos son de estudiantes de administración. Por tal motivo, se ve claramente en las tablas N°5, N° 6 y N° 7 de que los estudiantes cuentan con conocimientos básicos acerca ideas de negocio lo cual es una satisfacción para la Escuela Profesional.

2. Referente al objetivo específico N° 2 e hipótesis N° 2, las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano son: la norma subjetiva con un 86, 71% que indica que la opinión del entorno es importante para los estudiantes y el control conductual percibido con 78% indicando que ellos tienen control sobre ellos.

2.2. MARCO TEÓRICO

La presente investigación se sujeta fundamentalmente en la revisión y análisis bibliográfico de libros, artículos de revista relacionados con el tema de competencias emprendedoras y generación de ideas de negocio.

2.1.1. RESEÑA HISTÓRICA DE LAS PRINCIPALES TEORÍAS DE EMPRENDIMIENTO

La investigación del hecho emprendedor se aborda a partir de distintas perspectivas, y se ha enriquecido por diversas disciplinas con el fin de ampliar la comprensión de este fenómeno. En dicho ámbito, los enfoques contemporáneos

provenientes de la psicología y la sociología integran por una parte el comportamiento emprendedor y por otra parte diversos aspectos cognitivos relacionados con tal decisión, Hisrich, Langan-Fox, & Grant (2007)

De este modo el fenómeno del emprendimiento en si implicaría una serie de comportamiento, que cesarían una vez que la misma organización creada dejase de existir, el primer elemento del enfoque psicológico hacia la creación de empresas debe ser el enfoque de la persona Ripsas (1998).

“En las últimas dos décadas, se ha evidenciado en el ambiente académico y empresarial el auge del emprendimiento, con la participación de instituciones públicas, privadas y sociales. El surgimiento de este campo de conocimiento se inscribe dentro de la disciplina de la Administración y puede atribuirse a varios fenómenos: de un lado, a la velocidad de los cambios tecnológicos, a los procesos de la globalización, y de otro, a la necesidad de revivir el emprendimiento empresarial que ha caracterizado la humanidad, enriquecido el mundo y la cultura y ha sido importante motor del progreso humano” Orrego (2009). Por otra parte, el rápido desarrollo que ha tenido este campo de conocimiento se debe principalmente a la necesidad de comprender el fenómeno del emprendimiento en sus diferentes dimensiones para luego formular estrategias asociadas al desarrollo de las cualidades necesarias para formar mejores emprendedores.

Por otro lado, cada vez más, “el crecimiento económico, la generación de nuevos puestos de trabajo y la innovación empresarial, preocupan a la sociedad y en general, a los distintos gobiernos y administraciones públicas. La creación de empresas se está manifestando como una de las opciones que incide en la solución de los tres problemas. Prueba de ello es la atención que en las últimas décadas se le está prestando desde los

poderes públicos y el auge que la creación de empresas está teniendo como campo de investigación científica” Casero, Mogollón, & Urbano (2005).

La motivación para crear empresa está determinada en gran parte por las condiciones de desarrollo de los países. De esta manera, “con respecto a la categorización de las acciones de emprendimiento se establecen dos posiciones diferenciadas por las condiciones de desarrollo de los países. Para el caso de los países desarrollados, la motivación al emprendimiento surge en la oportunidad, pues con ingresos per cápita superiores a los 10.000 dólares, los excedentes de capital pueden verse reflejados en inversión en vez de convertirse en ahorro por representar un mayor costo de oportunidad. Por el contrario, en los países no desarrollados, la motivación se orienta hacia el lado de la necesidad, como el caso de Perú. Los altos niveles de desempleo combinados con condiciones contractuales en ocasiones poco favorables para los empleados hacen que las personas busquen oportunidades de mejoramiento en la creación de negocios” Pulgarín Molina & Cardona Acevedo (2011). En ambos casos, cualquier intento de nuevo negocio o creación emprendedora puede contribuir al desarrollo económico de los países impactando directamente indicadores tales como la tasa de desempleo y el PIB.

En el ámbito académico, el estudio del emprendimiento ha sido abordado fundamentalmente en tres escenarios. El primero de ellos es el enfoque psicológico, el cual aborda el emprendimiento como un enfoque típicamente comportamental. “El emprendedor es, entonces, un individuo dotado de una serie de características particulares que pueden terminar en una actuación emprendedora tipificada a cualquier tipo de organización incluyendo la empresarial”. El segundo enfoque es el enfoque sociocultural, es decir, el que aborda el emprendimiento desde la relación existente entre el medio entendido como entorno y su afectación directa sobre el surgimiento de las empresas y emprendedores. El tercer enfoque obedece a los planteamientos de Varela (2008),

inherentes a la comprensión del emprendimiento como un problema de orden económico. Para ello, el autor toma como sustento los postulados de Schumpeter acerca del fenómeno de la destrucción creativa como patrón estructural del emprendimiento y la formulación de nuevos negocios en contextos de mercado.

De los tres enfoques mencionados anteriormente, el más congruente con la construcción de perfiles asociados a la personalidad y comportamiento del individuo es el psicológico. Por tal razón y para efectos de este trabajo, que tiene como propósito establecer las competencias emprendedoras desarrolladas en los estudiantes y la generación de negocios en los estudiantes de administración, es necesario enfocarse en las características particulares que puedan generar comportamientos emprendedores.

Los avances más sobresalientes en el tema de la definición de rasgos de personalidad emprendedora son atribuidos particularmente a McClelland, los cuales han sido de gran importancia en la producción de conocimiento en emprendimiento en los últimos años. Por tal razón, este autor se convierte en un referente principal en el desarrollo de investigaciones asociadas a personalidad y comportamiento emprendedor. El fenómeno del emprendimiento ha sido estudiado como una cualidad de la personalidad inherente a las personas que particularmente toman la decisión de crear empresa, la cual, al mismo tiempo se presenta como un distintivo del común de la población. Factores tales como motivación al logro, propensión a asumir riesgos, necesidad de independencia, locus de control interno, intuición y visión de futuro y desarrollo de iniciativa son características particulares que distinguen a los emprendedores.

Por lo tanto, “ McClelland (1989) describe que un emprendedor nato está impulsado por el logro, lo cual crea en esta persona una necesidad por enfocarse en sí mismo y la búsqueda por optimizar su propio desempeño. También es necesario recalcar que un

emprendedor se caracteriza porque entiende que las tareas de éxito no pueden ser realizadas todas por sí mismo, por lo cual debe manejar un equipo de trabajo que hará cosas por la organización de acuerdo a las exigencias de ésta. De la misma forma, señala que un emprendedor debe tener la facilidad de influenciar a sus subordinados por lo que existe una necesidad de poder inminente que debe ser disciplinada y controlada para ser dirigida al beneficio de la institución como un todo y no hacia una satisfacción personal”. Después de las consideraciones anteriores, resulta oportuno definir los conceptos de emprendedor y emprendimiento, con el fin de comprender la trascendencia de este fenómeno y su importancia en el contexto económico actual. A continuación, se relacionan diferentes conceptos de algunos teóricos del emprendimiento cuya comprensión es importante para desarrollar la presente investigación:

CUADRO 01: Algunas definiciones de teóricos relevantes del emprendimiento.

Autor	Aporte
R. CANTILLON	Es un agente que compra medios de producción a ciertos precios, los transforma y combina en forma ordenada, obtiene de allí un nuevo producto. El emprendedor a diferencia de otros agentes, toma el riesgo, es decir no tiene plena certeza, por ende es un agente tomador de riesgos que afecta el comportamiento de un mercado.
P. DRUCKER	Plantea al empresario como un innovador. EL empresario innovador busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad. Lo define específicamente como el <i>ENTREPRENEUR</i> , como el empresario que es innovador y al <i>entrepreneurship</i> como el empresariado innovador. Hace diferencia entre un pequeño negocio tradicional y un verdadero emprendimiento; el cual es aquel que genera cambios en los mercados. No todo negocio es un emprendimiento innovador.
I. KIRZNER	Plantea que la función empresarial en una sociedad económica no es fácil de entender. Lo explica mediante la definición del elemento empresarial en la acción individual humana. Ésta se define como el elemento o núcleo del impulso y perspicacia que lleva a conseguir los recursos y los medios que se requieren para alcanzar unos objetivos planteados. Para Kirzner el empresario es quien mueve la sociedad de un estado de quietud o de no ganancia hacia el equilibrio gradual e incremental a medida que se perciben precios alternativos.
S.W. KUNKEL	La actividad emprendedora es la renovación estratégica. Ésta se define como la gestión del cambio radical. No importa que ésta se realice dentro o fuera de una organización existente y así mismo que la misma genere una nueva entidad onegocio.
A. MARSHAL	Introduce el concepto de que los factores de producción no son tres sino cuatro. A los factores tradicionales: Capital, Tierra y Trabajo agrega la organización y la define como el factor coordinador el cual atrae otros factores y los agrupa. El <i>entrepreneurship</i> es el elemento que está detrás de la organización manejándola. Plantea que los emprendedores tienen como característica básica el liderazgo y actúan e condiciones de incertidumbre. Aun cuando comparte con otros autores que los emprendedores tienen ciertas habilidades natas, plantea que las mismas se pueden aprender y se pueden adquirir.
S. MILL	Enfatizó la importancia del emprendimiento en el crecimiento económico y que el desarrollo del <i>entrepreneurship</i> requiere de habilidades no comunes.
L. MISES	Para este autor empresario se define como un hombre que actúa de acuerdo con los cambios que tienen lugar en la información y datos de un mercado. La actividad empresarial surge de lo que debería hacerse en contraposición de lo que se está haciendo, de tal forma que se identifican y satisfacen necesidades de los consumidores. Un factor distintivo del emprendedor es el estar alerta a los cambios y los percibe con oportunidad. Descubre los errores e ineficiencias y procura eliminarlos. EL emprendedor descubre lo que otros han pasado por alto.
J.B. SAY	Plantea que un país que cuenta principalmente con comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno que cuenta principalmente con individuos dedicados a las artes o las ciencias. El éxito emprendedor no solo aporta al individuo sino a la sociedad en general, por esto el emprendedor es un líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos que consigue y moviliza recursos de una zona de bajo rendimiento hacia la productividad.

Fuente: Crissien Castillo, Jhon Orlando basado en C. Rodriguez & M. Jimenez Crissien (2011)

EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La mayoría de los estudios empíricos indican que el emprendimiento puede ser enseñado, o cuando menos incorporado, por la educación emprendedora. En los años 70`s el campo del emprendimiento empezó a echar raíces en las escuelas de negocios. En los años 80`s la educación emprendedora se inició en diferentes universidades con cursos sobre emprendimiento y centros especializados. Desde el año 2000 se ha presentado un incremento exponencial en el número de artículos publicados sobre emprendimiento universitario lo cual puede ser atribuido en parte al crecimiento de la demanda de la industria por la innovación tecnológica Rothaermel, Agung, & Jiang (2007).

CARACTERÍSTICAS DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La idea básica detrás de una educación empresarial es el poder producir en el largo plazo más y mejores empresarios. El objetivo tiene que ser que estos nuevos empresarios aprendan cómo proseguir sus carreras empresariales y cómo maximizar sus objetivos empresariales, no sólo para su beneficio personal sino también para el resto de la sociedad. La educación empresarial tiene que mantener la idea de que el centro de su acción es la persona en toda su extensión y que luego, como segunda finalidad, está el qué hacer. Educación empresarial es trabajar sobre actitudes; es ayudar a los educandos a definir su papel y sus acciones; a crear su vida. La idea es poder brindar al ser humano las capacidades y habilidades necesarias para que sea un factor de desarrollo económico y social, para que esté capacitado como empresario capaz de superar sus limitaciones y las del país y de hacer una contribución efectiva a nuestro desarrollo.

La educación empresarial es un asunto de actitud, de una actitud diferente que no acepta la existente; que es revolucionaria, por lo creativa y constructiva; que debe proveer a mujeres y hombres con capacidad de liderazgo, para definir una visión posible, hábiles para reunir recursos de todo tipo alrededor de su idea, fuertes y decididos en la puesta en marcha de esa visión.

La educación empresarial es un proceso que permite desarrollar una cultura empresarial y potenciar una actitud que puede devenir o no en el nacimiento de una empresa con finalidad económica, pero debe proveer un concepto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y trascendente. La educación empresarial exige el desarrollo de virtudes humanas; por ello, debe cubrir a toda la sociedad, sin importar tamaño, función, sector, estructura, etcétera. Dar espíritu empresarial es dar un recurso que potencia la capacidad de realización del ser humano.

La educación empresarial tiene que estar orientada a la solución de problemas, a la ejecución de proyectos, a participar en los diversos aspectos de cada área de conocimiento propia al empresario. Tiene que ser, además, un espacio y un tiempo de alta utilidad. La educación empresarial debe darle a cada individuo una preparación general que abra su mente a muchas oportunidades, pero, sobre todo, debe darle una manera particular de ser, de hacer, de comportarse.

Para lograr los objetivos de la educación empresarial, es necesario proveer medios que permitan al educando mejorar sus comunicaciones, aprender a aprender, racionalizar, priorizar, planear, decidir, observar, sintetizar, implementar, organizar y controlar, entre otros. “En términos de conocimientos, es básico lograr formación en temas como espíritu empresarial, proceso empresarial, técnicas de evaluación de oportunidades, mercadeo de nuevas empresas, comercialización de innovaciones, liderazgo, creatividad e innovación, administración de empresas en crecimiento, planeación financiera para una nueva empresa, plan de empresa, valoración de empresas en crecimiento, estrategia empresarial y mecanismos de apoyo, entre otros” Valera (2011)

En ese mismo sentido, Varela (2010), plantea que “trabajar en espíritu empresarial es trabajar con personas y para las personas, es inspirar a seres humanos a que busquen su máxima realización, es cambiar sus actitudes frente a sus metas, a la ambigüedad, al riesgo, a la toma de decisiones; promover la creatividad, la innovación, la diversidad, la iniciativa, la búsqueda de oportunidades; es dar técnicas y procedimientos específicos para la acción empresarial. En resumen, es educación integral del ser humano la mejor educación que cualquier persona pueda dar y pueda recibir”.

La educación empresarial tiene una serie de características que la diferencian de la educación tradicional. En la actualidad, la enseñanza del emprendimiento se caracteriza

por la combinación entre teoría y práctica, haciendo cada vez mayor énfasis en el segundo componente; participación activa del estudiante en la generación del conocimiento, donde el instructor actúa como un facilitador del proceso de aprendizaje; y la combinación de metodologías pedagógicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Es necesario enriquecer el sistema educativo tradicional con el propósito de que se aproxime a los estudiantes al mundo real. Para ello, en la educación emprendedora, así como en cualquier otro énfasis, el diseño curricular debe contar con el suficiente compromiso por parte de todos los integrantes de la comunidad académica, pero especialmente con el de los docentes, pues se ha comprobado que en muchos casos ellos son el principal obstáculo para la implementación de un esquema novedoso que requiere de un esfuerzo adicional y constante.

La educación empresarial ha demostrado ser una buena estrategia para coadyuvar al desarrollo empresarial; por tanto, se ha empezado a fomentar la creación de empresas no sólo como fuente de empleo sino también de desarrollo empresarial. Por ende, existen diferentes tipos de educación empresarial con características y objetivos específicos. A continuación, se resumen las principales características de los diferentes tipos de educación empresarial:

CUADRO 02 Tipos de educación empresarial.

Tipo	Características	Resultado esperado
Sensibilización sobre la actividad empresarial	Aclaración de qué es una empresa y sus características. Qué es un empresario, qué habilidades, conductas y motivaciones tiene, características de ser empresario como desarrollo profesional y autoempleo.	Optar a ser empresario como proyecto de vida profesional y opción de supervivencia económica.
Educación para la creación de empresas	Pasos para la creación efectiva de empresas, tradicionalmente en los pasos del plan de negocios, fuentes de financiación, identificación de ideas de negocios, calificación y cuantificación de mercados, diseño administrativo y técnico de empresas, evaluación financiera de proyectos y fuentes de financiación.	Creación y puesta en marcha de empresas nacientes, START UPS. Preparación para ser propietarios de pequeños negocios convencionales, que es lo que son la gran mayoría de las nuevas empresas creadas.
Educación para el dinamismo empresarial	En muchos casos primero se orienta a formalizar la empresa en términos legales. Orientación a la administración de la empresa desde el punto de vista formal, orientación a la motivación y sensibilización de la necesidad de organización, gestión y crecimiento de la empresa como fuente de estabilidad personal, familiar y de impacto social y económico	Formalización y crecimiento de empresas nacientes a pequeñas y medianas empresas con potencial. Promover comportamientos empresariales dinámicos y de calidad posteriores a la fase de creación de empresas.
Formación continua para empresarios en acto	Formación en administración y gerencia de empresas para la rentabilidad y crecimiento, desde la supervivencia hasta el crecimiento estratégico, además de las característica especiales como empresas de familia hasta constituirse en multinacionales internacionalizadas. Técnicas y modelos gerenciales.	Empresas fortalecidas, con potencial internacional que aportan de manera importante al fortalecimiento del tejido empresarial y al desarrollo económico, generando valor agregado y desarrollo social.

Fuente: Crissien Castillo, John. Circulo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad (2011).

Es importante que la educación empresarial sea entendida como un proceso de formación integral. Es fundamental la institucionalización de la enseñanza del espíritu empresarial por parte de las universidades, a fin de generar responsabilidad y compromiso para lograr su propósito. Para tener una visión más clara de las características y los objetivos que persigue la educación empresarial, es necesario mencionar algunos aspectos relevantes que se describen en el siguiente cuadro:

CUADRO 03: Características de la educación empresarial

Aspecto	Descripción
Proyecto Educativo Institucional	Debe tener un claro énfasis en Educación Emprendedora, en el que ésta orientación se constituya en el eje transversal del proceso de enseñanza de la institución educativa.
Finalidades	Tiene dos finalidades: la persona como centro de acción y el qué hacer.
Integración	Integra acción con pensamiento y sentimiento.
Énfasis	Se centra en el trabajo sobre actitudes, motivaciones, orientaciones, virtudes y valores personales, tales como autonomía, autoestima, creatividad, liderazgo, perseverancia, trabajo en equipo, inconformismo positivo, recursividad, perseverancia y visión con acción, entre otras. Valores que no sólo necesita el empresario sino cualquier persona que quiera trascender en alguno de los campos del accionar humano.
Metodología	Recurre a múltiples metodologías de clase, dentro y fuera del aula. Utiliza visitas a empresas, conferencias con expertos, presentaciones, análisis de casos, talleres experiencias prácticas, lecturas, charlas con emprendedores, gobernantes y líderes en diferentes campos de la vida social, cultural, económica, entre otras.
Cultura	Busca desarrollar una nueva cultura emprendedora como un proceso que no necesariamente debe conducir a crear una nueva empresa sino a la formación de agentes de cambios positivos para la sociedad.
Formación	Busca producir en el mediano plazo más y mejores emprendedores en los campos empresarial, deportivo, artístico, científico, religioso y político, entre otros.
Requerimientos	Es necesario contar, entre otros aspectos, con la disposición y dedicación de todos los integrantes de la comunidad académica, con un grupo de docentes comprometido con el proceso y un equipo de personas que constantemente reciba cualificación en el tema.

Fuente: Tarapuez, Edwin. Dificultades y potencialidades para el desarrollo de un currículo pertinente para la educación emprendedora. Memorias XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial (2011).

LAS UNIVERSIDADES Y LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

Las universidades contribuyen potencialmente al desarrollo económico de varias formas.

Goldstein (1997), Conceptualizo que las universidades desarrollan capital humano, crean conocimientos básicos a través de la investigación, establecen la transferencia de conocimientos técnicos existentes, aplican los conocimientos a la creación y comercialización de nuevos productos o procesos, realizan inversiones de capital y participan en lograr una infraestructura en la región basada en el conocimiento.

Las presiones de globalización y competitividad económica han hecho que las universidades busquen nuevas maneras de apoyar la economía a través de la introducción de esfuerzos empresariales como incubadoras de negocios, parques científicos,

universidades, centros de investigación especializados; lo cual hace que las instituciones de educación superior estén interactuando con distintas organizaciones con fines específicos establecidos para fomentar la cooperación con la industria. El soporte que prestan las universidades para el emprendimiento puede ser medido a través de indicadores de servicios de consultoría a empresas, formación y entrenamiento en las habilidades críticas para el emprendedor, canales accesibles para financiamiento y un medioambiente favorable para la creación de empresas lo cual logra un impacto positivo en la sociedad. La universidad ha pasado de ser considerada como una institución centrada exclusivamente en la investigación básica para asignarle el papel de convertir los conocimientos científicos y tecnológicos en innovaciones que contribuyan a la competitividad y al crecimiento económico, Este proceso de conversión puede ocurrir ya sea a través de los operadores tradicionales establecidos en universidades y centros de investigación o por medio de innovadores empresariales.

Las universidades en diferentes partes del mundo son las instituciones que se han ido encaminando de una manera más fuerte y sistemática en reforzar los potenciales emprendedores desde la perspectiva de la formación. El enseñar emprendimiento implica un cambio radical, que revaloriza y revitaliza el “aprender haciendo” y une el conocimiento duro con actividades de prácticas y creaciones reales”. Se han identificado características de los emprendedores basadas en su habilidad para identificar oportunidades, reunir y motivar los recursos necesarios para lograr los objetivos y su capacidad de liderar equipos de trabajo de manera equilibrada. Todas estas habilidades son establecidas dentro de programas de educación y formación que promueven el emprendimiento a través de diferentes mecanismos: el suministro de herramientas requeridas para iniciar y crear una empresas, por medio de la mejora de las capacidades cognitivas de los individuos para reconocer las oportunidades así como la creación y

crecimiento de nuevas organizaciones y a través del efecto de las actitudes hacia el emprendimiento.

UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA

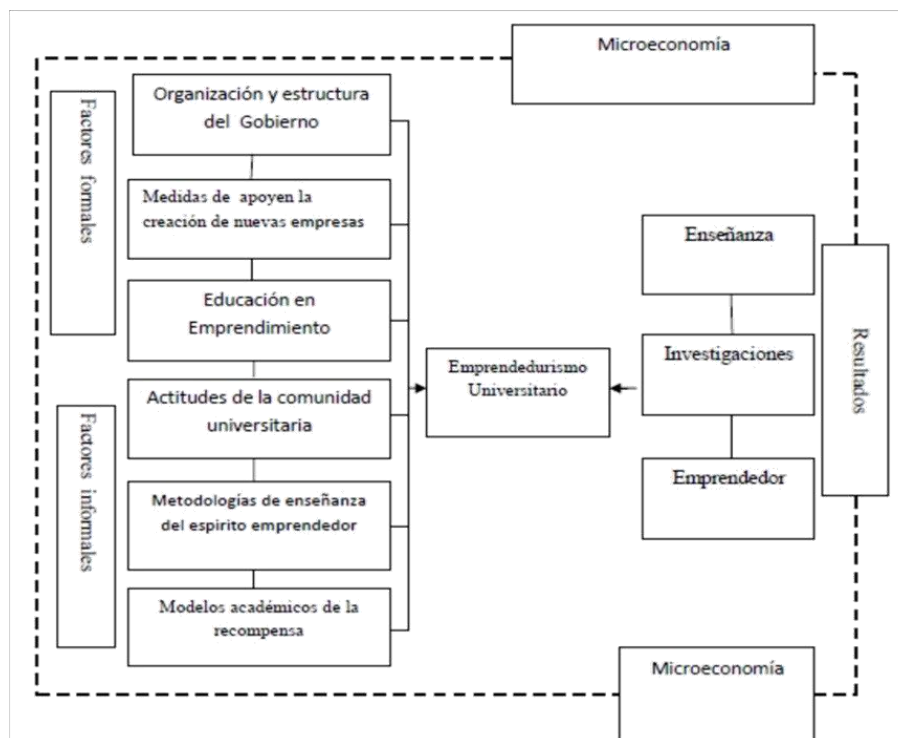
El concepto de universidad emprendedora es como la organización donde el riesgo es un fenómeno normal y las nuevas prácticas de innovación son iniciadas y continúan hasta llegar a una etapa de comercialización y explotación de utilidades Clark (1998). El término “Universidad Emprendedora” fue popularizado por Clark en su investigación *Creating entrepreneurial universities: organizational path ways of transformation*, publicada en 1998. Para Clark las Universidades Emprendedoras son aquellas que maximizan el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. Asume que este tipo de universidades son organizaciones muy flexibles que se insertan en su entorno al responder de manera coherente, estratégica y oportuna ante las exigencias que este les hace, sin que ello signifique una amenaza para su misión académica tradicional Tarapuez Chamorro (2011).

Sin embargo, otros autores consideran que para lograr que las universidades implementen cambios hacia la transformación a una universidad emprendedora, se necesita de importantes innovaciones organizativas, nuevos acuerdos sociales y nuevas vías de interacción, a fin de cumplir su nuevo cometido: actuar como un actor económico por sí misma. Para alentar el potencial emprendedor de las universidades se requiere tener innovaciones en los procesos de formación y entrenamiento en las habilidades críticas para el emprendedor tales como liderazgo, trabajo de equipo, habilidad creativa para conseguir recursos para financiamiento, visión para reconocer oportunidades y un medio ambiente favorable para la creación de empresas. Es muy importante que una universidad emprendedora sea una universidad altamente conectada. Para que una universidad sea

empresarial requiere tener una organización que permita estar en un estado de cambio continuo lo cual facilita la adaptación a una sociedad cambiante y logra que grupos e individuos sean más efectivos. Esta visión de investigadores como Burton Clark sobre emprendimiento universitario, ha permitido definir una serie de características de las universidades emprendedoras: son rápidas y flexibles para cambiar sus capacidades, cambiando rápida y en forma innovadora sus recursos en la administración y los departamentos académicos. Cuentan con programas académicos y de investigación enfocados en disciplinas y áreas interdisciplinarias. Una de las características clave de las universidades emprendedoras es dar un fuerte impulso a la comercialización de ideas que sean económicamente viables y que involucren una cooperación externa con emprendedores para la creación de empresas y con otras organizaciones. Desde la perspectiva del emprendimiento universitario, los resultados de Krueger y Braezal y Shapero & Sokol (1982) nos indican que la mejor manera para animar, motivar, desarrollar y fortalecer las iniciativas emprendedoras de los estudiantes es impactar en sus percepciones de la conveniencia y viabilidad para crear una empresa propia. Cabe resaltar que la creación de nuevas empresas con una base universitaria es muy importante para la economía por su capacidad de generar innovaciones y lograr mayor valor agregado a sus productos y servicios. Además, diferentes autores introducen la expresión “emprededurismo universitario”, para representar los casos en los cuales las entidades universitarias son una pieza fundamental para el desarrollo económico regional. Investigadores consideran 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, 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. Autores como Gibb (2005), destacan 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 que es el motor del progreso Rothaermel et al. (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. En marco a estas definiciones, se puede definir que el emprendimiento universitario es la institución en la cual se debe de cultivar un buen clima de emprendimiento e inyectar en los estudiantes actitudes hacia la iniciativa empresarial.

FIGURA 01: Factores que afectan a la creación y al desarrollo de universidades.



Fuente: Rothaermel, emprendimiento (2007)

En este contexto, las acciones de apoyo a la creación de empresas dentro del ámbito universitario es uno de los principales objetivos estratégicos que todas las universidades emprendedoras deberían implementar.

MODELOS TEÓRICOS PARA LA ENSEÑANZA – APRENDIZAJE DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL

Una vez definida la educación empresarial, es importante abarcar el tema de las teorías de la enseñanza. Empezar la revisión de este tema busca responder a la pregunta:

¿Cómo enseñar a ser empresario? Esto desde una óptica pedagógica, más allá de los contenidos curriculares, es decir, el cómo y no el qué. La forma en cómo se transmiten los contenidos, es un factor clave de éxito en la formación y educación de nuevos creadores de empresa.

En esta investigación se analizan una serie de modelos teóricos de enseñanza-aprendizaje, mediante los cuales una universidad específicamente, puede desarrollar en los estudiantes esa serie de conocimientos, acciones, habilidades y atributos en los empresarios de base universitaria. Esto, de tal forma que no sólo se transmiten contenidos, sino que se desarrollan una serie de competencias y se forma un sistema de creencias y de valores asociados con los empresarios. “El entrepreneurship se puede enseñar, el mito de que el empresario nace, ya se ha debatido lo suficiente. Se hace necesario pasar a la práctica pedagógica, por lo que la pregunta no es, si nace o se hace, sino cómo enseñar a ser.

¿Mediante qué modelo pedagógico se desarrollan los planteados sistemas de creencias, valores, atributos y habilidades?”Crissien (2011).

Es difícil llegar a un consenso acerca de cuáles son los conocimientos y habilidades que un docente debe poseer, pues depende del enfoque teórico y pedagógico que se asuma. A

continuación, se presentan diferentes teorías de enseñanza-aprendizaje que recogen los atributos y características óptimas para desarrollar empresarios de base universitaria.

CUADRO 04: Teorías de enseñanza – aprendizaje.

Denominación	Descripción
Aprendizaje continuo	El aprender surge de la necesidad de mejorar las habilidades, técnicas y conocimientos, en momentos específicos de la vida.
Aprendizaje experiencial	Aprender haciendo, el aprendizaje surge de la autonomía del individuo, por ensayo y error.
Educación liberadora	Se basa en el cambio de creencias e ideologías. Anima al reto y al cuestionamiento del entorno, basado en la discusión y el diálogo para forjar independencia y empoderamiento.
Aprendizaje transformacional	Comparte parámetros con el aprendizaje continuo. Su diferencia radica en que en este, el aprendizaje surge de la necesidad de mejorar lo que se hace y cómo se hace, es decir, de una experiencia negativa.
Constructivismo	Se basa en cómo los individuos construyen lo que saben y entienden. Estos aprenden por lo que viven y contrastan de los conceptos planteados.
Comunidades prácticas	El aprendizaje surge de estar inmerso en una comunidad. El aprendizaje es un fenómeno social, por ende, los individuos aprenden los valores, creencias y lenguaje de la comunidad con la cual se identifican.

Fuente: Crissien Castillo, basado en Johnson-Hunter Paige. Educational experience of habitual entrepreneurs, University of the Incarnate Word (2011).

2.1.2. DEFINICIÓN DE COMPETENCIA EMPRENDEDORAS

Es importante mencionar que las estrategias, metodologías o herramientas utilizadas para la enseñanza del emprendimiento deben estar enfocadas a la formación en competencias emprendedoras. “Las competencias son características permanentes de las personas, se ponen de manifiesto cuando se ejecuta una tarea, se relacionan con la ejecución exitosa en una actividad, tienen una relación causal con el rendimiento laboral y se pueden generalizar a más de una actividad”.

Tobón Tobón (2006), define las competencias como “procesos complejos que las personas ponen en acción, para realizar actividades sistémicas y resolver problemas laborales y de la vida cotidiana, con el fin de avanzar en la autorrealización personal, vivir auténticamente la vida y contribuir al bienestar humano, integrando el saber hacer (aplicar procedimientos y estrategias), con el saber conocer (comprender el contexto) y el saber ser (tener iniciativa y motivación), atendiendo los requerimientos específicos del contexto en continuo cambio, con autonomía intelectual, conciencia crítica, creatividad y espíritu de reto”.

Así, “las competencias son asumidas como un saber hacer razonado para enfrentar la incertidumbre, por lo que no pueden ser abordadas como comportamientos observables solamente, sino como una estructura compleja de atributos necesarios para el desempeño en diversas situaciones donde se congregan actitudes, conocimientos, habilidades y valores con las tareas que se deben desempeñar en situaciones específicas” Gonzci & Athanasou (1996).

De acuerdo con Tobón Tobón (2006), las competencias se proyectan como un enfoque pedagógico y didáctico con el objetivo de mejorar la calidad de la educación, los procesos de capacitación para el trabajo y la formación de los investigadores. Se basan en el análisis y la resolución de problemas con sentido para los individuos; desde estas competencias se pretende identificar los requerimientos del mundo social y laboral con el fin de orientar el diseño de los contenidos y estrategias didácticas de la educación.

Venkataraman, Sarasvathy, Dew, & Forster (2012), menciona que el ejercicio del emprendimiento, requiere competencias como la resolución de problemas, trabajo en equipo, manejo de la incertidumbre y para conformar redes sociales. De igual forma, Kirby (2004) manifiesta que “las competencias que tiene un emprendedor son, entre otras,

la competencia para asumir riesgos, es decir, la capacidad para tolerar la ambigüedad e incertidumbre; el locus de control interno alto, que le permita controlar sus propias emociones; creatividad, que le posibilite el pensar de forma no convencional; orientación al logro y a las oportunidades; autonomía, dado que el emprendedor desea tener el control de las situaciones y competencia para la negociación”.

Gibb (2005), plantea como competencias fundamentales para el emprendimiento, la competencia para comunicarse de manera efectiva; la capacidad para tolerar y sobrellevar la ambigüedad e incertidumbre y tomar decisiones en estas condiciones. Algunas otras competencias críticas del emprendedor son la construcción de relaciones cercanas, saber manejar las paradojas y contradicciones, manejo de la ambigüedad, capacidad para la creación de grupos de trabajo, la perseverancia y la iniciativa dado su insatisfacción constante con el statu quo.

Por consiguiente, la formación en competencias emprendedoras sitúa al sujeto como el centro del proceso de aprendizaje, donde lo trascendente es el saber ser con respecto al contexto, siendo capaz de efectuar transformaciones en él a partir de una actitud crítica del estudiante o futuro profesional emprendedor frente a su realidad externa. En este sentido, “las competencias emprendedoras son todas aquellas capacidades, destrezas, aptitudes y habilidades que le permiten al emprendedor desempeñarse idóneamente en la realización de actividades sistémicas y en la resolución de problemas que se ponen en juego en el proceso emprendedor integrando el saber hacer, el saber ser conocer y saber ser” Vallejoa & Parrab (2011).

Autores reconocidos internacionalmente Sarasvathy (2001); Kirby (2004); Gibb (2005); Timmons & Spinelli (1994), identifican las siguientes competencias indispensables en el proceso emprendedor: competencia para la conformación de redes, competencia para la

resolución de problemas, orientación al logro, competencia para asumir riesgos, trabajo en equipo, creatividad, autonomía e iniciativa. Para lograr mayor comprensión de estas competencias, a continuación se relacionan descripciones generales sobre cada una de ellas.

Gibb (2005), argumenta como una de las competencias claves en el proceso emprendedor, la competencia para la conformación de redes significativas y la promoción del contacto personal como base para la construcción de la confianza. Los emprendedores deben tener la capacidad para congregarse y alinear grupos de personas, cuya cooperación puede ser necesaria para la creación de grupos de trabajo y alianzas; emprendedores que construyan sociedades estratégicas en lugar de hacer análisis competitivos, pues la cantidad de redes sociales que tenga va a determinar los mercados de los que será parte en un futuro.

Venkataraman et al. (2012), plantea que “el ejercicio del emprendimiento también requiere de la competencia para la resolución de problemas, pues el emprendedor debe tener la habilidad para encontrar diferentes alternativas de solución y logro de objetivos. Por lo general, hace uso de un razonamiento factual, el cual no comienza con un logro específico sino con un determinado conjunto de medios y recursos, permitiéndole a los objetivos emerger en el tiempo de acuerdo con su imaginación y aspiraciones. Este tipo de razonamiento es fundamentalmente creativo y requiere de imaginación, espontaneidad, toma de riesgos y capacidad de persuasión”.

“El mejor campo de aprendizaje para el emprendedor es aquel que le permite aprender a través del proceso de resolución de problemas, la identificación y toma de oportunidades, la experimentación y creación, el cometer errores y, en general, haciendo” Gibb (2005).

Para Kirby (2004), “la orientación al logro corresponde a la fuerte necesidad que presenta el emprendedor hacia la consecución del logro y la posibilidad de alcanzar el éxito, así como a la habilidad para identificar oportunidades y hacerlas realidad”.

“Esta competencia está mediada por el compromiso y la determinación, es por medio de ella que el emprendedor ejerce un considerable esfuerzo, logra superar obstáculos y compensar debilidades” Timmons & Spinelli (1994).

La competencia para el trabajo en equipo es básica para el emprendedor. Para Venkataraman et al. (2012), “el emprendedor está continuamente creando el futuro, por lo que necesita trabajar con una gran variedad de personas, con quienes debe sobreponerse a los fracasos para alcanzar sus logros. En la fase de consolidar su equipo debe liderar a las personas correctas, siendo esto una de las claves para crear, fortalecer y hacer prosperar un emprendimiento”.

De acuerdo con Kirby (2004), “el emprendedor puede llegar a ser más creativo que otros individuos, pues tiende a pensar en forma no convencional con el objetivo de desafiar suposiciones existentes; logra ser flexible, es decir, se adapta durante la resolución de problemas”. Gibb (2005), considera al emprendedor como “la fuerza creativa del cambio, la fuerza detrás de los nuevos engranajes de los factores de producción y, el destructor creativo de antiguas formas de realizar las cosas a favor de lo nuevo”.

“La autonomía, condición y estado de un individuo o colectividad que goza de independencia y tiene capacidad de autogobierno, es una competencia emprendedora por excelencia. El emprendedor desea tener el control de las situaciones, presenta mayor necesidad de autonomía y miedo al control externo concediendo importancia a la individualidad y a la libertad. Históricamente, los emprendedores han sido vistos como seres independientes con un alto sentido de confianza en sí mismos, lo que les permite

innovar y colocarse en situaciones en las que son responsables del éxito o fracaso de una operación” Vallejoa & Parrab (2011).

La perseverancia, competencia cardinal del proceso emprendedor se refiere a la constancia y firmeza en la consecución de un objetivo, a pesar de las dificultades que se pueda encontrar, sumado al placer de exigirse y ponerse a prueba en tareas progresivamente más exigentes. Para Timmons & Spinelli (1994), la perseverancia entendida como el compromiso y la determinación, es la competencia más importante a desarrollar en un emprendedor, pues es por medio de ella que logra superar obstáculos y compensar debilidades. Los emprendedores buscan resolver problemas, son disciplinados, persistentes y constantes. Pueden comprometerse fácilmente. No son intimidados por la dificultad, y de hecho, parecen pensar que lo imposible solo toma más tiempo. Sin embargo, son realistas al reconocer lo que pueden y no pueden hacer, y cuándo deben recibir ayuda para resolver determinada tarea, el deseo de ganar no se equipara con la voluntad de nunca darse por vencido, aunque en general son personas competitivas que dirigen toda su energía hacia el logro que quieren alcanzar.

Finalmente, la iniciativa, “competencia comprendida como la decisión de emprender un proyecto que carece de antecedentes y que constituye una novedad, motivado por los propios intereses e ideas y no por sumisión al orden establecido; es característico en el emprendedor, quien posee una fuerte creencia en la libertad de tomar la acción, y adoptar mayor responsabilidad al encargarse de que los objetivos se logren en su trabajo y vida personal”. De acuerdo con Timmons y Spinelli, “los emprendedores generalmente se encuentran insatisfechos con el statu quo, por lo tanto son iniciadores incansables y agentes de cambio en una sociedad” Timmons & Spinelli (1994).

COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Flores (2003), ha agrupado las competencias que deben desarrollar los emprendedores en cinco grupos de competencias así: conocimiento de sí mismo, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión.

Conocimiento de sí mismo, se refieren a las competencias y actitudes esperadas en los ambientes productivos, como autonomía, dominio personal, iniciativa, inteligencia emocional y adaptación al cambio.

Visión de futuro, Son las habilidades necesarias crear, liderar y sostener unidades de negocio por cuenta propia. Por ejemplo, la identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio, consecución de recursos, capacidad para asumir el riesgo y mercadeo y ventas.

Motivación de logro, comprenden aquellas competencias que el emprendedor debe usar con un fin determinado, como toma de decisiones, perseverancia, creatividad, solución de problemas, atención, memoria y concentración.

Planificación, Se refieren a las competencias para aprender de las experiencias de los otros y para aplicar el pensamiento estratégico en diferentes situaciones, como la gestión de la información, orientación al servicio, gestión y manejo de recursos y responsabilidad ambiental.

Por último persuasión, son necesarias para adaptarse a los ambientes laborales y para saber interactuar coordinadamente con otros, como la comunicación, trabajo en equipo, conformación de redes, liderazgo, manejo de conflictos y capacidad de adaptación.

- Competencia Conocimiento de si mismo: Capacidad del sujeto para determinar su propia conducta sin influencia de presiones externas o internas.

- Competencia visión de Futuro: Capacidad de identificar las señales que anuncian el peligro en su entorno antes que los demás, y que se adapta con la máxima velocidad para no solo seguir de pie después de la crisis.
- Competencia Motivación de Logro: Se caracteriza por ser individuos con alta capacidad de concentración en el trabajo, competitivos, centran sus pensamientos y acciones en los modos de mejorar el trabajo, se comprometen a ejecutar sus objetivos, tienen alta potencialidad de dirección y son proactivos.
- Competencia de Planificación: capacidad de observación y de anticipación frente a desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas, como de su realidad interna.
- Competencia Persuasión: Habilidad que tiene una persona para crear un ambiente propicio para la colaboración, logrando compromisos verdaderos que fortalezcan la relación.

La presente investigación se apoyó en la clasificación de capacidades emprendedoras de la investigación “Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM” para analizar las competencias.

FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS A PARTIR DE LA DIDACTICA

La didáctica implica la reflexión sobre la enseñanza, sobre el diseño del material utilizado para educar, y estudia la construcción de los dispositivos didácticos –estrategias de enseñanza aprendizaje– idóneos para el aprendizaje Gomez (2005). De acuerdo con Schunk (2012), este tipo de estrategias (enseñanza-aprendizaje) son planes orientados hacia la consecución de metas de aprendizaje o como bien lo plantea, Bernad (1999) son

el conjunto organizado, consciente y controlado de los procesos realizados por los aprendices con el fin de alcanzar una meta implicada en la realización de una tarea compleja y nueva. Se definen como la secuencia de etapas que se ejecutan para lograr unos determinados objetivos, a través de la regulación y optimización de los procesos afectivos, cognitivos y psicomotrices; constituyen actividades conscientes y deliberadas que requieren planificación y control, e implican la selección de recursos cognitivos, afectivos y del contexto. Son planes dirigidos a metas, se ponen en marcha a partir de la iniciativa de los estudiantes, y se relacionan con el procesamiento de la información en torno a actividades y problemas, buscando el desempeño idóneo Tobón (2006).

Tobón (2006) menciona tres tipos de conocimiento necesarios en el empleo de las estrategias: conocimiento condicional (dónde, cuándo y por qué una estrategia es eficaz y cómo evaluar su eficacia); conocimiento declarativo (qué estrategias aplicar ante una situación de desempeño o aprendizaje) y conocimiento procedimental (cómo implementar la estrategia). Con el objetivo de aplicarlas adecuadamente, el docente requiere saber qué hay que hacer para aprender, saber cómo hacerlo y realizar un control mientras lo hace Beltrán (1996) lo cual implica un cambio de rol en los participantes del proceso de aprendizaje, donde el docente pasa de ser transmisor de información a diseñador de entornos de aprendizaje para el estudiante Gómez (2005).

En este sentido, las estrategias de enseñanza-aprendizaje utilizadas en los programas para educar en emprendimiento deben ser diseñadas con intencionalidad clara sobre los objetivos que se quieren lograr y el tipo de impacto que la institución desea generar en sus estudiantes (cambios en el comportamiento, cambios en el conocimiento, y resultados tangibles). Esto, por medio de la implementación de actividades y experiencias educativas enfocadas al desarrollo de competencias emprendedoras, dentro de lo cual se incluyen

comportamientos, actitudes, habilidades, conocimientos y mentalidad emprendedora, entre otros. Pittaway & Hannon (2008).

Desde la perspectiva de “aprender emprendiendo”, los cursos no se desarrollan en el marco de la clase magistral. Los estudiantes aprenden haciendo, está permitido “equivocarse”, asumir el reto de aprender con la posibilidad de “devolverse” cada vez que fuere necesario; lo que le permite al estudiante desarrollar su proyecto de emprendimiento haciendo los ajustes y cambios que considere pertinentes, a través de su tránsito por las diferentes asignaturas. La metodología activa exige que los estudiantes diseñen y ejecuten en la realidad cada fase del proceso emprendedor.

En esta investigación se ha tomado como referencia en las estrategias de enseñanza-aprendizaje, actividades que describe Gibb (2005) en su artículo “La creación de la Universidad Empresarial Mundial ¿Necesitamos un modelo totalmente diferente del espíritu empresarial?” y del constructo de la investigación “Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali” del cual resume como estrategias las actividades: Talleres de resolución de problemas- oportunidades, casos, búsquedas, circunstancias críticas, grupos de discusión, proyectos, presentaciones, entrevistas, simulaciones, asesorar y guiar los unos a los otros, videos interactivos, juegos, organizar eventos, dibujos, investigación, temas de discusión, actividades outdoors, enseñar a otros, Gómez & Katherine (2011).

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Frecuentemente las instituciones educativas fomentan el emprendimiento a través de la enseñanza de crear empresa y administrar negocios, no educan en emprendimiento, por

lo que no incluyen en sus programas el desarrollo de habilidades, atributos y competencias de un emprendedor exitoso. Para formar estudiantes emprendedores debe fortalecerse también el desarrollo de los atributos, manera de pensar y comportarse de los emprendedores Kirby (2004).

De acuerdo con Gibb (2005), la educación en emprendimiento requiere mayor integración del conocimiento de varias disciplinas, además de mayores oportunidades de espacios de aprendizaje a través de la experiencia, que permitan evaluar conocimientos específicos en la práctica; con mayor tiempo para la reflexión, aprender haciendo más que escuchando o leyendo; pues el proceso de fortalecimiento se da desde la praxis y desde la necesidad de articular, cuidadosamente, los insumos cognitivos de los estudiantes con una pedagogía idónea.

En este acápite se ha considerado el estudio de “Fortalecimiento de competencias emprendedoras”, respecto a formación curricular en emprendimiento, dicha propuesta complementa el modelo pedagógico tradicional y fortalece en los estudiantes de educación superior las competencias propias del emprendedor. Para ello, se documenta la caracterización de las competencias emprendedoras a desarrollar, las estrategias de enseñanza-aprendizaje y la metodología utilizada en las asignaturas agrupadas en la opción complementaria creación de empresa, Gómez & Katherine (2011).

HERRAMIENTAS PEDAGÓGICAS UTILIZADAS PARA LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

“La educación emprendedora juega un papel fundamental en la formación de actitudes, habilidades y cultura desde la educación primaria hasta el final de los estudios. Creemos que las habilidades, actitudes y comportamientos de emprendedores se pueden llegar a aprender, y que la exposición a la formación emprendedora a lo largo de la vida de

aprendizaje del individuo, comenzando desde la juventud pasando por la edad adulta hasta la educación superior, además de llegar a aquellos que están excluidos económica y socialmente, es imprescindible” Coduras, Levie, Kelley, Sæmundsson, & Schøtt (2010).

De acuerdo con Gibb (2005), “la educación en emprendimiento requiere mayor integración del conocimiento de varias disciplinas, además de mayores oportunidades de espacios de aprendizaje a través de la experiencia, que permitan evaluar conocimientos específicos en la práctica; con mayor tiempo para la reflexión, aprender haciendo más que escuchando o leyendo; pues el proceso de fortalecimiento se da desde la praxis y desde la necesidad de articular, cuidadosamente, los insumos cognitivos de los estudiantes con una pedagogía idónea”.

El Global Entrepreneurship Monitor indica que “los requisitos necesarios para educar para el emprendimiento, cuestionan la utilidad de las prácticas tradicionales de educación, lo que implica la necesidad de un cambio de mentalidad respecto de la educación y formación. Nuevas formas pedagógicas de enseñanza y contenidos multidisciplinares, desafían a los educadores e instituciones para poder abordar este cambio” Coduras et al. (2010), por lo tanto, es necesario adoptar nuevas herramientas pedagógicas para la enseñanza del espíritu empresarial, las cuales deben tener en cuenta las condiciones particulares del contexto en el cual los estudiantes están inmersos, ya que de esta manera se pueden generar procesos de aprendizaje significativos, al promover en los estudiantes el análisis crítico y la creación de alternativas de solución a los problemas que afectan a sus comunidades.

“Las estrategias de enseñanza-aprendizaje utilizadas en los programas para educar en emprendimiento deben ser diseñadas con intencionalidad clara sobre los objetivos que se quieren lograr y el tipo de impacto que la institución desea generar en sus estudiantes

(cambios en el comportamiento, cambios en el conocimiento, y resultados tangibles). Esto, por medio de la implementación de actividades y experiencias educativas enfocadas al desarrollo de competencias emprendedoras, dentro de lo cual se incluyen comportamientos, actitudes, habilidades, conocimientos y mentalidad emprendedora, entre otros” Vallejoa & Parrab (2011).

Dentro de las metodologías más utilizadas para la enseñanza del emprendimiento, además de la cátedra de contenidos teóricos, se encuentran, según Casero et al. (2005) las siguientes:

- Seminarios de emprendimiento. Consiste básicamente en un evento que puede durar aproximadamente tres días; para su desarrollo se invita a distintos expositores, preferiblemente con diferentes experiencias en torno al emprendimiento, para que puedan transmitir su experiencia al público.
- Talleres de emprendimiento. Son actividades prácticas guiadas, con un objetivo pedagógico concreto como por ejemplo: desarrollo de habilidades emprendedoras, desarrollo de un plan de negocios, acompañamiento de la puesta en marcha de un negocio, entre otros.
- Concurso de ideas de negocios. Consiste en organizar una competencia con el objetivo de seleccionar las mejores ideas de negocios que sean desarrolladas por un grupo de participantes.
- Entrevistas a emprendedores. Estas pueden ser en formato audiovisual o en un formato más interactivo realizándolas directamente en el aula de clases.

- Construcción de un plan de negocios. La actividad se diseña para darles a los estudiantes una oportunidad de aprender cómo planear un negocio y experimentar el proceso de toma de decisiones.
- Programa de mini-empresas. Los participantes crean a pequeña escala una actividad económica real, con el fin de experimentar todos los aspectos que conlleva la creación de una empresa. Estos pueden ser el diseño de un producto, su producción y comercialización.
- Casos de estudio. Al analizar experiencias de empresarios reales, los estudiantes obtienen conocimiento acerca de los aspectos positivos y negativos que puede conllevar la creación de una empresa y los riesgos en que se incurre al hacerlo.

“Una de las herramientas de enseñanza y aprendizaje más utilizadas para enseñar emprendimiento es el estudio de casos. Sin embargo, la mayoría de los casos que se utilizan en las prácticas docentes son de organizaciones de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional. Este tipo de casos tiene la desventaja que se presentan en contextos organizativos que son percibidos como ajenos a la realidad empresarial local que conocen los estudiantes. Esta limitación puede ser superada utilizando videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales como práctica pedagógica” (Pedraza & Bravo (2011) Existen diversas herramientas pedagógicas utilizadas para la enseñanza del espíritu empresarial, las cuales, si son aplicadas eficazmente, generarán ciertas competencias, comportamientos y habilidades emprendedoras en los estudiantes.

“Entre más centradas en el estudiante sean las estrategias, mayor logro de generación de comportamientos se obtiene. Pedagogías centradas en el estudiante y con significado práctico para el proyecto de vida, aportan al despertar del espíritu emprendedor. Así mismo, se destaca que estrategias tradicionales como la clase magistral, las

presentaciones o exposiciones realizadas de manera tradicional no aportan lo que tradicionalmente se ha esperado de estas. Finalmente, un descubrimiento importante es el hecho que los paneles de empresarios o entrevistas a empresarios en acto, que tradicionalmente se usan como estrategias pedagógicas, sin una implicación directa de los estudiantes, no aportan para la generación de comportamientos en estos”. Por lo tanto, los estudiantes deben ser involucrados en actividades de aprendizaje que impliquen una experiencia vivencial en su proceso de formación en emprendimiento.

2.1.3. IDEAS DE NEGOCIOS

Una idea de negocios es una descripción corta y precisa de las operaciones básicas de un negocio que se piensa abrir. Un buen negocio empieza con una buena idea de negocios. Antes de que usted pueda empezar un buen negocio, es necesario tener una idea clara de la clase de negocio que desea operar. De hecho, se considera que la generación de ideas de negocio es clave para fortalecer el resultado de la innovación puesto que delimita “que entra” en el determinado “embudo” del desarrollo de nuevos productos, Szymasqui (2007).

Según Francisco Rodríguez & Jonathan Moreno (2006), una idea de negocio es la forma inicial que adquieren las primeras nociones de la empresa que se desea crear, presentando como características esenciales la identificación de una necesidad², una manera de satisfacerla a través de un producto (sea este bien o servicio), a cambio de lo cual se espera obtener un beneficio.

Una definición más rigurosa, sería definir la idea de negocio como la conjunción de la percepción de una necesidad cuya satisfacción es valorada por unos clientes (clientes potenciales) y la posibilidad de proponer un producto que la satisfaga en unas condiciones que permitan obtener beneficios para sus promotores.

ATRIBUTOS DE UNA IDEA DE NEGOCIOS

Como se puede apreciar en los ejemplos que se han mencionado, son diversas las ideas sobre ideas sobre lo que puede llegar a ser negocio y son varios los factores que pueden determinar cuando estamos ante una idea de negocio. Ahora bien, para que alguna idea que se nos ocurra sea considerada como idea de negocio, deben cumplirse los siguientes atributos:

- Debe estar asociada a una noción de producto (sea este un bien o un servicio)
- Debe haber clientes que tengan la necesidad del producto y valoren su satisfacción.
- Debe ser posible aprovecharla oportunamente.
- Debe generar los ingresos que necesitamos o aspiramos
- Debe entusiasmarlos.
- Debe representarnos algo hacia lo que podamos comprometernos
- Debe ser ética y legalmente permitida.

GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS

Para entender y obtener ideas de negocio se tiene tres técnicas sencillas para ello, de modo que le sea posible arribar de forma creativa e intuitiva a algunas ideas. Tenemos a bien indicar un paso a paso para la generación de ideas de negocio relacionadas con tres situaciones: a) ideas a partir de lo que a cada quien le gusta., b) ideas a partir de necesidades, y c) ideas a partir de las experiencias laborales que se tiene. Veamos cada una de las técnicas mencionadas.

- a) Ideas a partir de lo que a cada quien le gusta.
- Piense en actividades que le gustan o que con cierta frecuencia le interesan.
 - Ahora piense, ¿Qué partes de la actividad no son de su agrado, considera que pueden mejorarse o simplemente las modificaría?.
 - ¿A cuántas personas le pueden inquietar lo mismo que a Ud?
 - Analice si las soluciones que se le ocurren pueden ser ideas de un nuevo método, un nuevo producto (bien o servicio) o un nuevo concepto
 - ¿Parece una idea de negocio?, o ¿Por los momentos no?.
 - ¿Esta idea solo es aplicable a esta actividad o puede ser aprovechada por otra actividad similar?

Fijémonos en la siguiente manera de ver si era una idea de negocio:

-
- ¿Cual Producto?
 - ¿Quién es el cliente potencial?
 - ¿Cual es la necesidad?
 - ¿Cómo?
 - ¿Por qué lo preferirían?

Fuente: Francisco Rodríguez & Jonathan Moreno (2006).

Esto es un ejemplo sobre cómo surgen ideas de negocio a partir de cosas que nos gustan (hobbies), si tan solo prestamos atención a las necesidades asociadas a la actividad.

- b) Ideas a partir de necesidades.
- Piense en alguna actividad que a Ud. siempre le ha ocasionado problemas.
 - ¿Cuál es el problema?

- ¿A cuántas personas conoce Ud. Con el mismo problema?
- ¿Se puede resolver? ¿De qué manera?

¿Cual Producto?

¿Quién es el cliente potencial?

¿Cuale es la necesidad?

¿Cómo?

¿Por qué lo preferirían?

Fuente: Francisco Rodríguez & Jonathan Moreno (2006).

- c) Ideas a partir de la experiencia laboral que se tiene.

FIGURA 02: Fuentes de generación de ideas de negocios



Fuente: Walter Good en su libro “Building a Dream” (2001).

Este ejercicio es sobre todo útil para aquellas personas que actualmente están empleadas pero tienen interés en trabajar por cuenta propia o para quienes lo estuvieron en algún momento. Desde luego que en ambos casos para aprovechar el ejercicio se requiere que usted conozca muy bien el negocio en el que se encuentra o en el que tuvo alguna experiencia.

FERIAS Y CONCURSOS DE IDEAS DE NEGOCIOS

González & Matozo (2013). La Feria de Ideas de Negocios es una actividad en la cual personas poseedoras de una idea de negocio exponen sus proyectos con el propósito de desarrollar su creatividad e innovación. En esta feria, los estudiantes clasifican sus proyectos en tres categorías: productos y/o servicios tecnológicos, gastronómicos medioambientales, en diseño de innovación y otros productos y servicios innovadores. En cada categoría se premian los dos primeros lugares.

El objetivo es incentivar la cultura emprendedora y de innovación empresarial.

Por otro lado, la visión es contar cada año con la participación de ideas de negocios factibles de ser comercializadas y que tengan como fundamento el conocimiento científico, técnico y administrativo adquirido por todos los estudiantes.

INCUBADORAS DE EMPRENDIMIENTO

González & Matozo (2013). La incubadora de Emprendimientos en Universidades se propone apoyar el desarrollo de proyectos de base cultural, potencialmente rentables y/o sustentables, y el fortalecimiento de empresas existentes relacionadas con las distintas áreas de la economía cultural; brindar a los emprendedores el acceso a los recursos para que puedan desarrollarse; brindar herramientas apropiadas para adaptar las ideas creativas a la concreción de un proyecto sustentable.

Las incubadoras suelen tener las siguientes etapas de acuerdo a las acciones de selección, desarrollo y consolidación de los proyectos a incubarse.

- Etapa de selección de ideas proyecto
- Etapa de preincubación
- Etapa de incubación
- Resultados alcanzados

INCUBADORAS DE NEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

La Ley Universitaria fue aprobada por el Ex Presidente de la Republica, Ollanta Humala Tasso, quien promulgo en el plazo de ley y se publicó el 9 de julio de 2014.

Capitulo VI : investigación

Artículo 48°.- De la investigación

La investigación constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en su propia institución o en redes de investigación nacional o internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas.

Artículo 50°.- Órgano universitario de Investigación

El Vicerrectorado de Investigación, según sea el caso, es el organismo de más alto nivel en la universidad en el ámbito de la investigación. Está encargado de orientar, coordinar y organizar los proyectos y actividades que se desarrollan a través de las diversas unidades académicas. Organiza la difusión del conocimiento y promueve la aplicación de los resultados de las investigaciones, así como la transferencia tecnológica y el uso de las fuentes de investigación, integrando fundamentalmente a la universidad, la empresa y las entidades del Estado.

Artículo 52°.- Incubadora de Empresas

La universidad, como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y micro empresas de propiedad de los

estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial de parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente.

PROGRAMA DE IDEAS DE NEGOCIO

El Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA, de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno (PRIDIN-UNA-PUNO) tiene como objetivo promover el emprendimiento en la primera casa de estudios.

El PRIDIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocios y proyectos con alto potencial innovador, o con propuesta de valor de alta diferenciación.

El Programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del Vice- Rectorado de Investigación de la UNA –PUNO.

Vicerrectorado de Investigación – Incubadora de Negocios de la UNA PUNO, realizó la primera convocatoria de desarrolla tu idea de negocio – concurso 2016 selección de ideas de negocios para Incubación y Consolidación.

CONCURSO DEGENERACIÓN Y SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO 2017

En el 2016 ya existe la nueva ley, en la cual se crea la incubadora de Negocios que está a cargo del Director el Dr. Gustavo Torres Orihuela. Se ha recopilado datos de fuentes primarias acerca los concursos que ha estado organizando la Universidad Nacional del Altiplano acerca las ideas negocios (Investigaciones). Para ello se obtuvo la base de datos de III concurso en el 2014 y IV concursos realizados en el año 2015, 2016 y 2017 el ultimo que todavía esta en proceso.

PROGRAMA DE INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS UNA-PUNO CONVOCATORIA 2017

Bases Concurso del Programa Incubación de Ideas de Negocios

El Programa Incubación de Ideas de Negocios – UNA, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PRIDIN - UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del Concurso “Selección de Ideas de Negocios para Incubación y Consolidación”, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios. El programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del Vice-Rectorado de Investigación de la UNA -PUNO.

El PRIDIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocios y proyectos con alto potencial innovador, o con propuesta de valor de alta diferenciación.

El Programa Incubación de Ideas de Negocios – UNA está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de pre-incubación y

consolidación, varía de 4 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre- incubación y consolidación.

1. Propósito de la convocatoria:

La presente convocatoria tiene como propósito promover el espíritu emprendedor en los negocios y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos y servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

2. Requisitos:

De los participantes: Podrán presentarse equipos de no menos de 3 y no más de 5 participantes, los cuales deberán cumplir con todos los siguientes requisitos:

- Personas entre 19 y 55 años.
- Estudiantes y/o egresados de la UNA –PUNO y de centros de educación superior del Perú.
- Contar con nacionalidad peruana.
- No contar con antecedentes policiales ni penales.
- Los miembros del equipo, no deben tener registros negativos en las centrales de riesgo.
- Los participantes de cada equipo pueden constituirse como máximo de dos alumnos de la misma escuela profesional, es decir, pueden estar conformados por dos estudiantes de la misma escuela profesional y otros dos alumnos, de otra escuela profesional; más otro alumno de una tercera escuela profesional, para conformar el equipo de emprendedores.

- Los participantes de cada equipo, no pueden pertenecer a más de un equipo a la vez.

Cada equipo deberá indicar un responsable, el cual será el representante ante el Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA, para cualquier intercomunicación.

De las propuestas:

Para participar en el concurso, los interesados deberán presentar el Modelo de Negocios de una idea de negocios con potencial de innovación o propuesta de valor diferenciadora, ya sea que implique venta de bienes o la prestación de servicios.

Las ideas de negocio presentados deben ser originales, con alto potencial de innovación y de alto impacto en la sociedad, respetando los derechos de autor y propiedad intelectual de terceros. En ellos se debe aplicar de forma creativa el conocimiento, para el desarrollo de productos o servicios de valor agregado. También, se pueden presentar ideas de negocios para competir con las empresas en operación, pero que muestren los aspectos que la diferencien y le permita tener viabilidad en el mercado. De no cumplir con estos puntos, serán descalificados.

Áreas de las propuestas:

Emprendimientos tecnológicos desarrollando productos o servicios que incorporen la tecnología como su principal insumo:

- Biotecnologías que coadyuven a la conservación, uso sostenible y monitoreo de la diversidad biológica peruana.
- Tecnologías de la Información y Comunicación como un conjunto de servicios, redes, software y hardware que tienen como fin el mejoramiento de la calidad de

vida de las personas dentro de un entorno, la mejora de la competitividad de una empresa y que se integran a un sistema de información interconectado.

- Consultoría y Diseño en las diversas ramas de las ciencias e ingenierías que hagan uso intensivo del conocimiento.
- Tecnologías para industria y las empresas de servicios que proporcionen valor agregado a los productos y procesos.
- Otras tecnologías que generen procesos y productos de valor agregado.
- Emprendimiento gastronómico cuya elaboración y/o presentación incorpore un contenido diferenciador.

Emprendimiento medioambiental con productos o servicios orientados a conservar el ecosistema.

Emprendimiento en diseño que incorpore la innovación en el campo de diseño industrial y gráfico.

Otros emprendimientos con alto potencial de innovación.

3. Comunicación:

La comunicación entre el Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA y los postulantes aceptados será únicamente vía correo electrónico. Sólo se mantendrá la comunicación con equipos que pasen las fases del proceso.

4. Proceso de Admisión:

- Preinscripción:

La preinscripción será desde el 16 de Junio al 14 de Julio del 2017, para ello, los postulantes realizarán la pre inscripción a través de nuestra plataforma web disponible del Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA -UNA (<http://www.contables.edu.pe>), en ella, descargarán los archivos (Ficha de Inscripción y Modelo de Negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindarán un resumen de su idea de negocio e indicarán el área de emprendimiento a la que corresponden. Los archivos diligenciados los remitirán al e-mail incubafcca-unap@hotmail.com. El Programa de Incubación de Ideas de Negocios –UNA Puno comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico el día 16 de Julio de 2017. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: Primer Apellido (del líder)+Letra Inicial de su Primer Nombre (Líder) + Nombre del Formato.

- Inscripción de pre - seleccionados:

Del 17 al 18 de julio del 2017, los postulantes seleccionados en la etapa de pre inscripción, se les brindará un código que usarán para identificación en la Universidad. En PRIDIN – FCCA-UNA-PUNO, ya debimos recibir sus documentos en digital, quedando pendiente los documentos en físico.

Documentos a entregar: Los documentos que deben presentar los postulantes pre - seleccionados estarán en la plataforma mencionada anteriormente, son:

La comunicación de la selección se establece solo por este medio.

TABLA 01: Documentos a entregar

Documentos	Entrega / envío
• “Ficha de Inscripción” del equipo	Habilitado en plataforma
• Formato “Modelo de Negocios”	Habilitado en plataforma
• Declaración Jurada simple que indique que no tiene registros Negativo, en las centrales de riesgo y otros	Habilitado en plataforma
• Declaración Jurada simple que indique: No tener antecedentes policiales ni penales	Elaborar y entregar

Fuente: Oficinas de la Incubadora de Emprendimientos de Negocios de la FCCA – UNAP

Los equipos de emprendedores seleccionados, remitirán los formatos impresos y firmados debidamente, en las Oficinas de la Incubadora de Emprendimientos de Negocios de la FCCA – UNA – PUNO, o en Secretaría del Vicerrectorado de Investigación de la UNA PUNO.

Documentos a entregar:

- Preparación para la sustentación

El equipo debe preparar una representación simple (puede ser una maqueta, dibujo, gráfico, etc.) que explique de una manera clara y precisa el uso y las funciones del producto o servicio, pero de una manera creativa e innovadora. Cabe resaltar que no habrá presentación digital (ppt, información impresa, etc.) de la idea de negocio, salvo así, lo exija las circunstancias, previa evaluación. El día de la sustentación los equipos deben asistir con lo siguiente:

TABLA 02: Documentos para la sustentación

Documentos	Entrega / envío
<ul style="list-style-type: none"> Representación del producto o servicio 	Presentar en la sustentación
Tiempo máximo por equipo: 10 minutos (incluido la ronda de preguntas del jurado calificador).	

Fuente: PRIDIN –FCCA-UNA-PUNO

La no presentación de alguno de los documentos mencionados durante el proceso de admisión invalida automáticamente la participación del equipo en la convocatoria, sin posibilidad de regularización posterior.

* El Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA PUNO, garantiza la confidencialidad de los proyectos presentados.

5. Cronograma de actividades:

La convocatoria se registrará por el siguiente cronograma:

TABLA 03: Cronograma del concurso 2017

Eventos	Fechas
Pre-inscripción	Del 16 de junio al 14 de julio 2017.
Capacitación Modelos Negocios y Lean Canvas	22 y 27 de junio 2017: 4 p.m. en FCCA
Notificación de pre seleccionados	16 de julio del 2017.
Inscripción y envío documentos solicitados	Del 17 al 18 de julio del 2017.
Presentación de la idea de negocios y Sustentación.	Del 20 de julio al 21 de julio. Hora de Inicio: 3.00 p.m.
Notificación de los resultados a los seleccionados	24 de julio de 2017.
Inducción para los seleccionados (capacitación)	25 y 26 de julio de 2017: 4 p.m. en FCCA.
Inicio Pre - Incubación	01 de agosto de 2017.
Evaluación resultado Pre- Incubación	20 de octubre 2017.
Evaluación resultado Consolidación	20 de diciembre del 2017

Fuente: PRIDIN –FCCA-UNA-PUNO

6. Criterios de Evaluación

Durante todo el proceso de la Convocatoria 2017, se realizarán constantes evaluaciones que permitan identificar a los proyectos que cumplan con los objetivos del Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA Puno.

La evaluación tomará en cuenta los siguientes criterios:

- **Creatividad del negocio:** Se medirá el grado de innovación, que el negocio pueda tener en el mercado.
- **Potencial del negocio:** Se medirá el efecto que el negocio pueda tener en el mercado.
- **Conocimientos multidisciplinares de los integrantes del equipo:** Se medirá la composición de los integrantes, con conocimientos o especialidades distintas: ingenierías, biología, administrador o contador, que finalmente replica la esencia de una futura empresa.
- **Grado de Avance en el diseño de la idea de negocio:** Hoy. Se medirá la descripción y detalles de la idea de negocio que presenta el equipo.
- **Riesgo del equipo** Se tendrá en cuenta la capacidad del equipo para llevar a cabo el negocio y al éxito empresarial, además, se evaluará la capacidad que tienen de alinearse e integrarse con el Programa de Incubación de Ideas de Negocios UNA-PUNO.

Para la evaluación de resultados Pre- Incubación y de Consolidación de los equipos emprendedores, adicionalmente se considerará fundamentalmente, el grado de avance del modelo de negocio sustentado, en las validaciones logradas (validation board).

7. Premios

TABLA 04: Premios del concurso 2017

Puesto	Ingreso a PRIDIN	INGRESO	PRE-INCUBACIÓN	CONSOLIDACIÓN	TOTAL
1ro.	SI	S/. 2 000.-	S/. 3 000.-	S/. 3 700.-	S/. 8 700.-
2do.	SI	S/. 1 400.-	S/. 2 000.-	S/. 2 700.-	S/. 6 100.-
3ro.	SI	S/. 700.-	S/. 1 200.-	S/. 1 700.-	S/. 3 600.-
4to.	SI	S/. 400.-	S/. 600.-	S/. 1 000.-	S/. 2 000.-
5to.	SI	S/. 200.-	S/. 300.-	S/. 500.-	S/. 1 000.-
6to. al 12mo.	SI	-----	-----	-----	
				TOTAL	S/. 21 400.

Fuente: PRIDIN –FCCA-UNA-PUNO

Cada premio es independiente en cada etapa (por ingreso, por pre- incubación y por consolidación) y se conformará Jurados Evaluadores. La entrega de los premios dinerarios, estarán sujetos a las normas administrativas de la UNA –PUNO.

Los premios se entregarán al representante acreditado (con DNI y carné Universitario UNA –PUNO) por el equipo incubado.

Los equipos incubados firmaran una Carta de Compromiso, de estricto cumplimiento de las normas establecidas por PRIDIN UNA -PUNO, por la Incubadora de Emprendimientos de Negocios de la UNA –PUNO y el VICE-RRECTORADO DE INVESTIGACIÓN.

8. Beneficios de la Pre-incubación e Incubación

Todos los equipos que ingresen a la incubadora serán considerados pre-incubados, siendo asesorados en el desarrollo de los formatos para su postulación al Programa Start

Up Perú. El Programa Incubación de Ideas de Negocios UNA-PUNO evaluará ofrecer a los incubados los siguientes servicios, sujetos a disponibilidad:

Mentoring en:

- Pre -Incubación de la idea de negocio.
- Consolidación de la idea de negocio.
- Post consolidación (Aceleración) de la idea de negocio.
- Supervisión del Avance Asesoría en:
 - Desarrollo de la idea de negocio.
 - Planificación estratégica del negocio.
 - Asuntos financieros y legales.
 - Marketing y ventas.
 - Administración.
- Constitución de SAC. Soporte de negocios:
 - Mentoring.
 - Sinergias con otros incubados.
 - Acceso a Redes de negocio.

Servicios de negocio:

- Sala de reunión o conferencia.

Finalmente, además de los servicios de Incubación, previa evaluación y aprobación del requerimiento, los incubados podrán acceder a estos beneficios:

- Espacios y/o ambientes de trabajo, sujeto a disponibilidad.
- Asesorías especializadas.
- Apoyo técnico e institucional de la UNA -PUNO para postular a fondos del Estado que promueven la innovación.

- Participación en eventos y ferias.

9. Jurado Evaluador

El Jurado Evaluador estará formado por tres miembros designados por el Programa Incubación de Ideas de Negocios FCCA -UNA, dependiendo de los proyectos se podría convocar a evaluadores ad-hoc., y de las Escuelas de Ingeniería. Para el presente concurso, dos integrantes del Jurado Evaluador, pertenecerán a la Cámara de Comercio y de Producción de Puno y el tercer integrante, por un representante del Ministerio de la Producción. Cualquier situación no contemplada explícitamente en las bases y que influya en el desarrollo del concurso será definida por el Jurado Evaluador en forma irrevocable. PRIDINUNA – PUNO, para el Concurso “Selección de Ideas de Negocios para Incubación y Consolidación”, ha dispuesto las siguientes vacantes: doce emprendimientos.

Sin embargo la Incubadora de Emprendimientos de Negocios de la UNA –PUNO, tiene la potestad de invitar hasta tres equipos emprendedores, que no hayan alcanzado vacantes, de acuerdo a la cláusula décimo cuarta del Reglamento de Concursos del Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA – UNA –PUNO.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Competencia: Se define como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, y están relacionados a los comportamientos que se llevan a cabo cuando se ponen en práctica los conocimientos, aptitudes y rasgos de personalidad.

Currículo: Es el conjunto de criterios, planes de estudio, programas, metodologías, y procesos que contribuyen a la formación integral y a la construcción de la identidad cultural nacional, regional y local, incluyendo también los recursos humanos, académicos

y físicos para poner en práctica las políticas y llevar cabo el Proyecto Educativo Institucional.

Teorías de enseñanza-aprendizaje: Modelos teóricos mediante los cuales una universidad puede desarrollar en los estudiantes esa serie de conocimientos, acciones, habilidades y atributos en los empresarios de base universitaria. Esto, de tal forma, que no sólo se transmiten contenidos, sino que se desarrollan una serie de competencias y se forma un sistema de creencias y valores asociados con los empresarios.

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establecen una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Educación empresarial: La educación empresarial se ha definido como un proceso de cambio, fortalecimiento o replanteamiento de actitud que pretende desarrollar en las personas las capacidades y habilidades necesarias para que sean un factor de cambio positivo que contribuya al desarrollo económico y social de las regiones, capaces de superar sus limitaciones y las de su entorno por su propia acción.

Competencias emprendedoras: Las competencias emprendedoras son todas aquellas capacidades, destrezas, aptitudes y habilidades que le permiten al emprendedor desempeñarse idóneamente en la realización de actividades sistémicas y en la resolución de problemas que se ponen en juego en el proceso emprendedor integrando el saber hacer, el saber conocer y el saber ser.

Herramientas pedagógicas: Son todas las técnicas, los métodos o instrumentos que utilizamos para diseñar e implementar nuestras actividades, talleres, tareas, evaluaciones o procesos de enseñanza aprendizaje de manera significativa. Gracias al uso complejo y variado de herramientas, nuestras evaluaciones son más ricas y significativas. Como ejemplo tenemos el estudio de casos, la construcción de un plan de negocios, entrevistas a emprendedores, juegos gerenciales, simulaciones, entre otros.

Simulaciones: El objetivo de las simulaciones es que los estudiantes experimenten, en un entorno absolutamente real y mediante la toma de sus propias decisiones, lo que implica la gestión diaria de una empresa pudiendo conocer, de forma inmediata, las consecuencias que sus decisiones van generando en los resultados de aquella, tanto desde el punto de vista económico como de posicionamiento de mercado.

Videos: El uso de videos promueve la retención del conocimiento, ya que la información obtenida visualmente se hace más memorable y se puede mejorar la comprensión de conceptos complejos. La aplicación de videos es fundamental para incrementar la comprensión y la motivación de los estudiantes. Además, es importante la utilización de videos sobre empresas innovadoras del entorno empresarial local orientados a complementar el aprendizaje de los estudiantes.

Exposiciones: Una exposición consiste en la presentación pública de un tema sobre el cual se ha investigado. Esta presentación puede ser individual o colectiva y tiene como

objetivo principal realizar una síntesis con la cual sea posible comunicarle al público los puntos esenciales sobre el tema en cuestión.

Temas de discusión: Es una técnica habitual en el salón de clases que se desarrolla de manera informal, en la cual los participantes exponen sus puntos de vista o razones sobre un tema específico. Fomenta el pensamiento crítico, así como el respeto y la tolerancia ante opiniones diferentes. Además, es una herramienta muy útil para transmitir conocimiento, de manera rápida y activa, así como para ampliar y facilitar la comprensión de un tema determinado.

Clase magistral: La clase magistral es un método de enseñanza centrado básicamente en el docente y en la transmisión de unos conocimientos. Se trata principalmente de una exposición continua de un conferenciante. Los alumnos, por lo general, no hacen otra cosa que escuchar y tomar notas, aunque suelen tener la oportunidad de preguntar. Es, por consiguiente, un método expositivo en el que la labor didáctica recae o se centra en el profesor, mientras que los alumnos son receptores pasivos de unos conocimientos. Casi siempre, en la enseñanza universitaria el acento se ha puesto de una forma exclusiva en el docente, siendo el responsable de enseñar a un auditorio de estudiantes.

Organización de eventos: Es la asociación de personas reguladas por un conjunto de normas en función de un fin común. Es importante la identificación de aquellos factores fundamentales para la adecuada organización de un evento, por lo que la planeación es necesaria para el éxito de la actividad. Es habitual que en las universidades los estudiantes realicen eventos académicos como seminarios, debates, foros, visitas empresariales, ferias de mercadeo, asambleas, entre otros.

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

HIPÓTESIS GENERAL

La motivación de logro es la competencia emprendedora desarrollada por los estudiantes de la escuela profesional de administración y los mismos tienen un alto nivel de participación en los concursos de generación de ideas de negocio organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

HIPÓTESIS ESPECÍFICO

HIPÓTESIS ESPECIFICO N° 1

La competencia emprendedora desarrollada por los estudiantes de la escuela profesional de Administración es motivación de logro en la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

HIPÓTESIS ESPECÍFICO N° 2

Los estudiantes de Administración tienen un alto nivel de participación en cuanto a concursos de generación de ideas de negocio organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

2.3.1. OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE 1: COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Indicadores:

- Conocimiento de sí mismo
- Visión de futuro
- Motivación de logro

- Planificación
- Persuasión

VARIABLE 2: GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS

Indicadores:

- N° de concursos de ideas de negocios
- N° de concursos de investigación y planes de negocios
- N° de concursos de Incubadoras de negocios

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología orienta el proceso de investigación proporcionando información detallada sobre las acciones que permiten conocer las competencias desarrolladas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y la participación que estos tienen en los concursos de ideas de negocios organizados por la Universidad Nacional del Altiplano puno.

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación usa el enfoque cuantitativo según, Sampieri, Collado & Lucio (2006); debido a que a través de cuestionarios se han recolectado datos numéricos para probar la hipótesis, que ha sido procesados en términos porcentuales e índices numéricos a fin de determinar las competencias emprendedoras y conocer la participación de generación de ideas de negocios de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración en los concursos realizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Con respecto a ello de este enfoque se dice que: “usa de la recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” según hace referencia (Hernández, Samperio, Fernández Collado, & Baptista).

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es No Experimental, según Sampieri, Collado, & Lucio (2012), podría definirse como el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Por su clasificación no experimental es transeccional; es decir recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único Hernández (2010).

3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación, tiene un alcance descriptivo porque permite comprender la descripción y análisis de la naturaleza actual. Este método tiene como objetivo la descripción de situaciones y eventos. Los estudios descriptivos a su vez buscan propiedades, características y rasgos importantes de los diferentes fenómenos que se esté analizando, en otras palabras, busca medir y recoger información sobre los conceptos (variables) a las que se refieren. “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analiza” Hernández (2010).

3.2.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método para el presente trabajo es deductivo porque nos permite corroborar los resultados obtenidos a través de distintos estudios que se llevaron a cabo. El método deductivo, es aquel que parte de los datos generales aceptados como válidos, para deducir por medio del razonamiento lógico una serie de suposiciones, en otras palabras, esta parte de las verdades previamente establecidas como principios generales, para luego ser aplicados en casos individuales para comprobar su validez.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Para Vara (2010) “La población es el conjunto de individuos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo”.

La Población para la presente investigación son los alumnos matriculados desde el séptimo al décimo semestre del semestre académico 2017 – II de la escuela profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno; que consta un total de

229, los que corresponden a la curricula anterior es decir (2008 – 2012). Según registro académico de la oficina de tecnología informática de la UNA-PUNO.

TABLA 05: Alumnos de la curricula 2008 al 2012

Sexo	Ambos
Edad comprendida	De 18 a 25 años de edad
Turno	Mañana y Tarde
Total de estudiantes	VII Semestre: 44, VIII Semestre: 52, IX Semestre: 56, X Semestre: 77 Total= 229 estudiantes.

Fuente: Coordinación Académica de la FCCA -2017.

MUESTRA

Para Vara (2010) La muestra, “es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método de muestreo”. En la investigación se utilizará la técnica de muestreo no probabilístico aleatoria simple.

Hernández (2010), afirma que, “la muestra no probabilística todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis”. Para la estimación del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Sierra (1994). Que es para poblaciones finitas, la cual permite determinar del total de población, la muestra más adecuada aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_{\alpha}^2}$$

Donde:

- N = Total de la población

- $Z_{\alpha} = 1.96$ (seguridad del 95 %)

- $p =$ proporción esperada (en este caso 5 % = 0.05)

- $q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

- $d =$ precisión (5 %).

Reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{229 \times 1,96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (229 - 1) + 1,96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n = \frac{41,787004}{0,752476}$$

$$n = 56$$

La muestra comprende 56 estudiantes matriculados en el 2017 – II pertenecientes al séptimo al décimo semestre.

TABLA 06: Genero de la Muestra de estudiantes

Genero	N° de estudiantes	%
Femenino	38	68%
Masculino	18	32%
Total	56	100%

Fuente: Resultado de encuestas recogidas por el Investigador.

Considerando este estudio de carácter transversal se recoge los datos de la muestra, en un solo momento, no todos los estudiantes se encuentran en tal instante.

3.3.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Arias (2012), define que las técnicas “es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”. La técnica que se utilizara en la presente investigación será la encuesta.

Según Behar (2008) describe estas formas básicas de recolectar, de los cuales para esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta. A seguir se describe:

La encuesta.- (Arias, 2012), define la encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema en particular”.

A diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados, las encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio. La información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población.

Para la presente investigación se utilizara la encuesta de competencias emprendedoras validada por Flores (2003) la cual cuenta con 5 sub dimensiones: Conocimiento de si mismo, visión de futuro, motivación al logro, persuasión y planificación cada una de ellas consta de cuatro preguntas y la escala es de Likert que para este caso se tomara las escalas de: Nunca, casi nunca, con frecuencia, casi siempre y siempre.

Fichaje: El fichaje como señala Arias (2012) sirve para registrar y acumular datos, recopilar ideas, etc., que puedan ser de interés extraer de las fuentes secundarias que se

abordaron. De esta manera se procede a acumular datos de la realidad, recopilando respecto a las dos variables en estudio, tanto de fuentes primarias y secundarias.

Para la presente investigación se usó el fichaje para recopilar la información que me brindaron los alumnos de administración de forma directa como también la información de la oficina de investigación como también de la facultad de ciencias contables y administrativas quienes vienen realizando concursos de generación de ideas de negocios.

Análisis Documental: Se realizó una investigación exhaustiva de los documentos, archivos y materiales especificados, datos estadísticos, artículos, entre otros.

Ya que para esta investigación era indispensable los datos de los resultados, bases del concurso y documentos como sílabos y otros

La observación.- Consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente.

Se usó la observación directa para recopilar y cerciorar la información brindada por los agentes involucrados en la presente investigación.

3.3.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la presente investigación se utilizará el instrumento cuestionario, la misma que se realiza de forma escrita mediante un formato en papel contentivo de una serie de preguntas y es auto administrado porque deber ser llenado por el encuestador, sin intervención del encuestador Arias (2012).

Para esta investigación se utilizó la técnica de encuesta y como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario de competencias emprendedoras.

La recolección de datos se realiza a través de la encuesta que se aplicara para la presente investigación es la encuesta de competencias emprendedoras validada por Flores (2003) y para conocer la participación de generación de ideas de negocio se recolecto información primaria. La encuesta de competencias emprendedoras está dirigido a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración se usó la escala de Likert:

1=nunca 2=en ocasiones 3=con frecuencia 4=casi siempre 5=siempre

TABLA 07 : Escala de valoración del instrumento

Respuestas	Valoración
Nunca / En ocasiones	Competencia sin desarrollar
Con frecuencia / Casi siempre	Competencia en desarrollo
Siempre	Competencia desarrollada

Fuente: Elaboración propia

La competencia emprendedora tiene 5 sub dimensiones:

- Conocimiento de sí mismo

Para el primer elemento que es el conocimiento de si mismo, estas se miden a través de las siguientes escalas: 01 Identifica sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos, 02 Actúa por iniciativa propia usando sus recursos, 03 Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones, 04 Atribuye a sí mismo las causas y consecuencias de sus acciones.

- Visión de futuro

Para el segundo elemento que son las actitudes, estas se miden a través de las siguientes escalas: 05 Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos, 06 Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones, 07 Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas, 08 Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias.

- Motivación de logro

Para el tercer elemento que son las actitudes, estas se miden a través de las siguientes escalas: 09 Busca perfeccionarse y superarse como persona, 10 Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades, 11 Cumple con los compromisos adquiridos, 12 Aplica controles de calidad (hace bien las cosas).

- Planificación

Para el cuarto elemento que son las actitudes, estas se miden a través de las siguientes escalas: 13 Define metas o propósitos concretos en su desempeño, 14 Investiga, explora, curiosear, pregunta, 15 Administra racionalmente los recursos, 16 Evalúa y corrige las acciones

- Persuasión

Para el sexto elemento que son las actitudes, estas se miden a través de las siguientes escalas: 17 Comprende y satisface las necesidades del interlocutor, 18 Trabaja cooperativamente en equipo, 19 Influye en los demás, 20 Construye redes de apoyo.

Para la recolección de datos de la participación de generación de ideas de negocio de los estudiantes de administración se obtuvo la información de primera mano de la oficina de Investigación de la Universidad Nacional del Altiplano 2017.

3.4. ÁMBITO DE ESTUDIO

La presente investigación se desarrolla en el ámbito geográfico de la Región de Puno, específicamente en la Ciudad de Puno, la misma que se ubica a una latitud de 3,827 m.s.n.m. siendo su latitud sur de 15° 50' 35'' y con una longitud oeste de 71°01'18'', con una expansión a lo largo del lago Titicaca, en la bahía de Puno. De acuerdo al Consejo Universitario del 14 de diciembre de 1994 se decide proponer a la Asamblea Universitaria la creación de la Escuela Profesional de Administración adscrita a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, según resolución Rectoral N° 1884-94-R-UNA del 19 de diciembre de 1994, entra en funcionamiento a partir del año de 1995, entonces es que a partir de 1995 la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas cuenta con dos carreras profesionales: Ciencias Contables y Administración, hecho que fue templado en el Estatuto Universitario de 1998 aprobado por Resolución de Asamblea Universitaria N° 010-98-au- una, de fecha 24 de enero de 1998 y en el Estatuto Universitario de 1999 promulgado por la Resolución de Asamblea Universitaria N°01-2000-au-una de fecha 13 de enero del 2000.

Escuela Profesional de Administración

La Escuela Profesional de Administración, es una unidad académica de la Universidad Nacional del Altiplano, dedicada a la formación profesional de Licenciados en Administración, los cuales deben responder a las exigencias de los cambios que se producen en la vida empresarial y social de la Región de Puno. Asimismo cuenta con un total de 625 estudiantes matriculados en el 2017 II, siendo estos matriculados en diferentes semestres.

3.4.1. MÉTODO Y ANÁLISIS DE DATOS

Así como señala Arias (2012) quien indica que las técnicas de procesamiento y análisis de datos que se obtengan se someten a clasificación, registro, tabulación y codificación si fuese necesario. Por tanto, se ha realizado la tabulación con datos del cuestionario, elaborado los cuadros de resultados de acuerdo a la información obtenida para luego ser registrada, clasificada, agrupada y tabulada.

Con los datos procesados adecuadamente se retoma la labor propiamente teórica, para obtener de ellos la posible respuesta al problema planteado. Es necesario analizar críticamente la información, sistematizarla y sintetizarla para lograr conclusiones acordes con los datos disponibles. Sintetizar es recomponer lo que el análisis ofrezca para integrarlo como un nuevo todo. La síntesis es entonces la conclusión o el resultado que engloba dentro de sí todo el cúmulo de apreciaciones hechas a lo largo del trabajo Sánchez & Reyes (2006).

La sistematización de los resultados obtenidos mediante el cuestionario, se realizó con la ayuda del Office Microsoft Excel y el procesamiento de datos con el programa SPSS 20 para así obtener los cuadros de resultados para su posterior interpretación, prueba de hipótesis y la determinación de las conclusiones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito general determinar dos cuestiones objetivas. Se expone los resultados de la investigación según el Objetivo General y los Objetivos Específicos, de acuerdo a los instrumentos y técnicas empleadas en el trabajo de campo. Para ello, se procederá en identificar y analizar los resultados de competencias emprendedoras, la generación de ideas de negocio por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano.

DATOS GENERALES

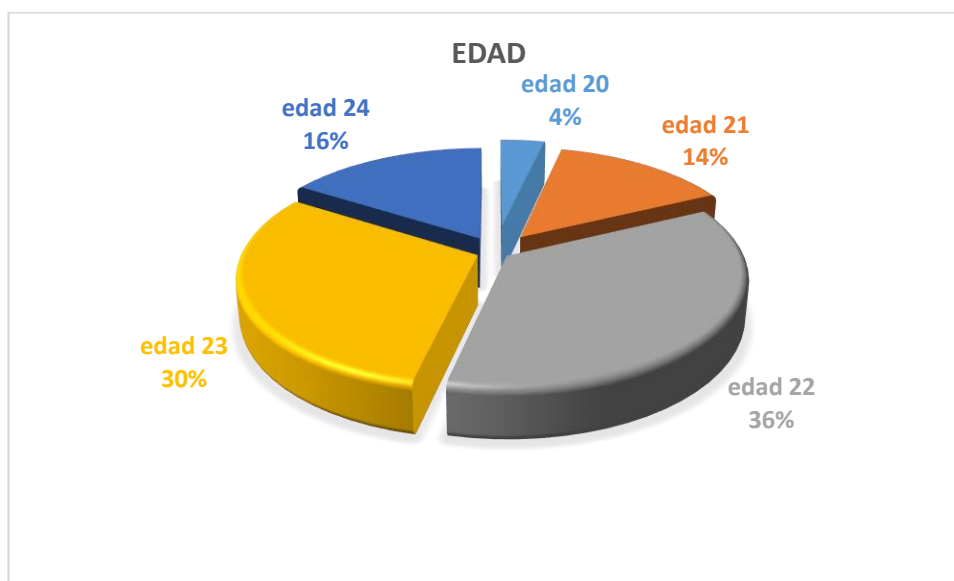
TABLA 08: Edad de los alumnos encuestados

EDAD	N° DE PERSONAS	%
20	2	4%
21	8	14%
22	20	36%
23	17	30%
24	9	16%
TOTAL	56	100%

Fuente: Encuesta de competencias emprendedoras 2017

Dentro de los estudiantes encuestados, las edades varían de entre 20 y 24 años, sin embargo, el mayor número de estudiantes tienen una edad de 22 y 23 años, lo cual nos indica que es la edad promedio que hay entre los alumnos del séptimo al décimo semestre en la Escuela Profesional de Administración, seguido de los estudiantes que tienen 24 años. Mientras que la menor cantidad de estudiantes encuestados son de 21 años de edad.

GRAFICO N° 01: Edad de los estudiantes



Fuente: Encuestas de competencias emprendedoras 2017.

Como se puede ver en el gráfico N° 01, el 36% de los encuestados están en edad promedio de los 22 años, el 30% tiene 23 años, el 16% tiene 24 años y el 14% tiene 21 años, solo un 4% tiene 20 años, siendo estos datos para varones y mujeres.

GENERO DE LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS

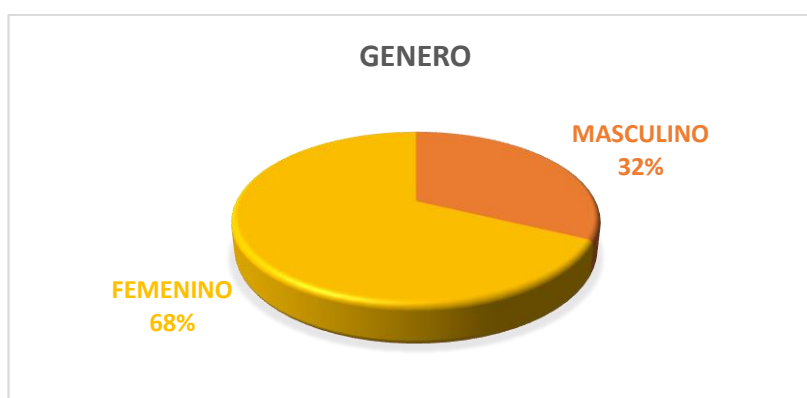
TABLA 09: Genero de los estudiantes

Genero	Cantidad	%
Masculino	38	32
Femenino	18	68
Total	56	100%

Fuente: Encuesta de Competencias Emprendedoras – 2017

Esta información nos permite precisar que en la Escuela Profesional de Administración hay mayor número de mujeres que de varones, doblándolos en número.

GRAFICO N° 02: Genero de los encuestados



Fuente: Encuesta de competencias emprendedoras – 2017

En el Gráfico N° 02 se puede ver que el 68% de los encuestados es del género femenino y el 32% es de sexo masculino del total de los encuestados, la cual se puede ver en la figura anterior.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 1

Determinar las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

4.1. COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DESARROLLADAS POR LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION

A continuación se presenta los resultados obtenidos de los estudiantes de séptimo a decimo semestre quienes ya cursaron los componentes curriculares de: Desarrollo de capacidades y emprendimiento, agro negocios, taller de plan de negocios y empresariado y el curso de taller de simulación de negocios, los mismos que han sido evaluados bajo el cuestionario validado por Flores (2003) que agrupa las competencias en cinco grupos para conocer las competencias desarrolladas por los estudiantes de Administración.

- CONOCIMIENTO DE SI MISMO

TABLA 10: Resultados de Conocimiento de si mismo

N°	PREGUNTA	MUESTRA	VALORACION				
			1	2	3	4	5
1	Identifica sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos			19	9	22	6
2	Actúa por iniciativa propia usando sus recursos	56		6	14	21	15
3	Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones			13	22	13	8
4	Atribuye a sí mismo las causas y consecuencias de sus acciones			5	21	16	14

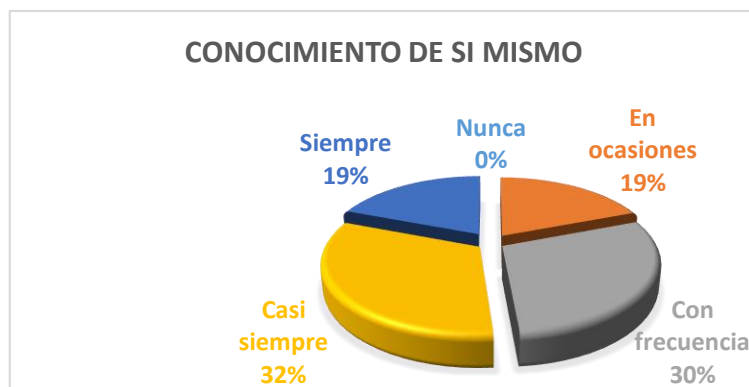
Fuente: Encuesta competencias emprendedoras – 2017.

Resultados:

1. A la pregunta “Identifica sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos” 22 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 19 estudiantes marcaron que en ocasiones (2), 9 estudiantes marcaron la valoración con frecuencia (3) y por

- ultimo 6 estudiantes marcaron la valoración de que siempre (5) identifican sus talentos para alcanzar sus propósitos.
2. A la pregunta “Actúa por iniciativa propia usando sus recursos” 21 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 15 estudiantes marcaron que siempre (5), 14 estudiantes marcaron la valoración con frecuencia (3) y por ultimo 6 estudiantes marcaron la valoración de en ocasiones (2) actúa por iniciativa propia usando sus recursos.
 3. A la pregunta “Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones” 22 estudiantes marcaron la valoración de con frecuencia (3), 13 estudiantes marcaron que en ocasiones (2), 13 estudiantes marcaron la valoración casi siempre (4) y por ultimo 8 estudiantes marcaron la valoración de que siempre (5) identifica, calcula y controla los riesgos al emprender sus acciones.
 4. A la pregunta “Atribuye a sí mismo las causas y consecuencias de sus acciones” 21 estudiantes marcaron la valoración de con frecuencia (3), 16 estudiantes marcaron que casi siempre (4), 14 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 5 estudiantes marcaron la valoración de en ocasiones (5) atribuye a sí mismo las causas y consecuencias de sus acciones.

GRAFICO N°03: Conocimiento de sí mismo



Fuente: Encuesta competencias emprendedoras 2017.

Interpretación: Observamos que el 32% de los estudiantes casi siempre tiene conocimiento de si mismo, el 30% de estudiantes con frecuencia tiene conocimiento de si mismo, 19 % de los estudiantes siempre tiene conocimiento de si mismo, el otro 19% en ocasiones tiene conocimiento de si mismo y por ultimo 0% de estudiantes nunca tiene conocimiento de si mismo. En los resultados obtenidos los que mayor porcentaje tienen son las respuestas de la escala “casi siempre” y “con frecuencia” de acuerdo a la valoración ocasiones tiene conocimiento de si mismo y por ultimo 0% de estudiantes nunca tiene conocimiento de si mismo. En los resultado obtenidos los que mayor porcentaje tienen son las respuestas de la escala “casi siempre” y “con frecuencia” de acuerdo a la valoración podemos deducir que esta competencia está en desarrollo.

- VISION DE FUTURO

TABLA 11: Resultados de Visión de Futuro

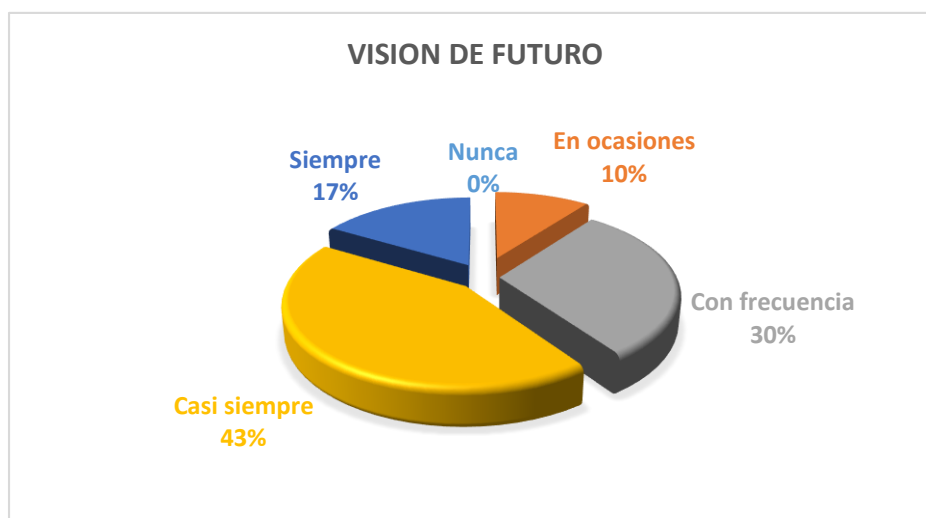
N°	PREGUNTA	MUES TRA	VALORACION				
			1	2	3	4	5
5	Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos	56		5	10	24	17
6	Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones		6	16	28	6	
7	Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas		7	21	24	4	
8	Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias		5	20	21	10	

Fuente: Encuestas competencias emprendedoras 2017.

Resultados:

5. A la pregunta “Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos” 24 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 17 estudiantes marcaron que siempre (5), 10 estudiantes marcaron la valoración con frecuencia (3) y por ultimo 5 estudiantes marcaron la valoración de que en ocasiones (2) propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos.
6. A la pregunta “Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones” 28 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 16 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 6 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 6 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones.
7. A la pregunta “Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas” 24 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 21 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 7 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) y por ultimo 4 estudiantes marcaron la valoración de que siempre (5) da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas.
8. A la pregunta “Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias” 21 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 20 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 10 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 5 estudiantes marcaron la valoración de que en ocasiones (2) busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias.

GRÁFICO N° 04: Visión de futuro



Fuente: Encuesta competencias emprendedoras 2017

Interpretación: Observamos que el 43% de los estudiantes casi siempre tiene visión de futuro, el 30% de estudiantes con frecuencia tiene visión de futuro, 17% de estudiantes siempre tiene visión de futuro, el otro 10% en ocasiones tiene visión de futuro y por ultimo 0% de estudiantes nunca tiene visión de futuro en cuanto a sus competencias emprendedoras. En los resultados obtenidos los que mayor porcentaje tienen son los de la escala de “casi siempre” y “con frecuencia” de acuerdo a la valoración podemos deducir que esta competencia está en desarrollo.

- MOTIVACIÓN DE LOGRO

TABLA 12: Resultados de Motivación de Logro

N ^o	PREGUNTA	MUES TRA	VALORACION				
			1	2	3	4	5
9	Busca perfeccionarse y superarse como persona			2	12	12	30
10	Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades	56		7	17	18	14
11	Cumple con los compromisos adquiridos			4	12	22	18
12	Aplica controles de calidad (hace bien las cosas)		1	8	19	18	10

Fuente: Encuesta de competencias emprendedoras - 2017

Resultados:

- A la pregunta “Busca perfeccionarse y superarse como persona” 30 estudiantes marcaron la valoración de siempre (5), 12 estudiantes marcaron que casi siempre (4), 12 estudiantes marcaron la valoración con frecuencia (3) y por ultimo 2 estudiantes marcaron la valoración de que en ocasiones (2) busca perfeccionarse y superarse como persona.
- A la pregunta “Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades” 18 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 17 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 14 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 7 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) mantiene vitalidad para desarrollar las actividades.

11. A la pregunta “Cumple con los compromisos adquiridos” 22 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 18 estudiantes marcaron que siempre (5), 12 estudiantes marcaron la valoración con frecuencia (3) y por ultimo 4 estudiantes marcaron la valoración de en ocasiones (2) cumple con los compromisos adquiridos.
12. A la pregunta “Aplica controles de calidad (hace bien las cosas)” 19 estudiantes marcaron la valoración de con frecuencia (3), 18 estudiantes marcaron que casi siempre (4), 10 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) 8 estudiantes marcaron en ocasiones (2) y por ultimo 1 estudiantes marcó la valoración de que nunca (1) aplica controles de calidad (hace bien las cosas).

GRAFICO N° 05: Motivación de logro.



Fuente: Encuesta de competencias emprendedoras - 2017

Interpretación: Observamos que el 32% de los estudiantes siempre tiene motivación de logro, el 31 % de los estudiantes casi siempre tiene orientación al logro, 27 % de los estudiantes con frecuencia tiene motivación de logro, el otro 9% en ocasiones tiene motivación de logro y por ultimo 1% de estudiantes nunca tiene motivación de logro. En

los resultados obtenidos el que mayor porcentaje tiene es el de la escala “siempre” de acuerdo a la valoración podemos deducir que esta competencia esta desarrollada.

- PLANIFICACION

TABLA 13: Resultados de Planificación

N°	PREGUNTA	MUES TRA	VALORACION				
			1	2	3	4	5
13	Define metas o propósitos concretos en su desempeño			4	18	28	6
14	Investiga, explora, curiosear, pregunta	56		6	15	24	11
15	Administra racionalmente los recursos			8	26	12	10
16	Evalúa y corrige las acciones			5	18	29	4

Fuente: Encuesta competencias emprendedoras 2017

Resultados:

13. A la pregunta “Define metas o propósitos concretos en su desempeño” 28 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 18 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 6 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 4 estudiantes marcaron la valoración de que en ocasiones (2) define metas o propósitos concretos en su desempeño.
14. A la pregunta “Investiga, explora, curiosear, pregunta” 24 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 15 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 11 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 6 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) investiga, explora, curiosear, pregunta.

15. A la pregunta “Administra racionalmente los recursos” 26 estudiantes marcaron la valoración de con frecuencia (3), 12 estudiantes marcaron que casi siempre (4), 10 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 8 estudiantes marcaron la valoración de en ocasiones (2) administra racionalmente los recursos.
16. A la pregunta “Evalúa y corrige las acciones” 29 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 18 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 5 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) y por ultimo 4 estudiantes marcaron la valoración de que siempre (5) evalúa y corrige las acciones.

GRAFICO N° 06: Planificación



Fuente: Encuesta competencias emprendedoras 2017

Interpretación: Observamos que el 45 % de los estudiantes casi siempre tiene planificación, el 37 % de los estudiantes con frecuencia tiene planificación, 11 % de los estudiantes en ocasiones tiene planificación, 7 % de los estudiantes en siempre tiene planificación y por ultimo 0 % de estudiantes nunca tiene planificación. En los resultados obtenidos los que mayor porcentaje tienen son los de la escala de “casi siempre” y “con frecuencia” de acuerdo a la valoración se deduce que esta competencia está en desarrollo.

- PERSUACION

TABLA 14: Resultados de Persuasión

N ^o	PREGUNTA	MUES TRA	VALORACION				
			1	2	3	4	5
17	Comprende y satisface las necesidades del interlocutor			7	22	23	4
18	Trabaja cooperativamente en equipo	56		12	19	15	10
19	Influye en los demás			11	12	25	8
20	Construye redes de apoyo			14	17	15	10

Fuente: Encuesta competencias emprendedoras 2017

Resultados:

17. A la pregunta “Comprende y satisface las necesidades del interlocutor” 23 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 22 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 7 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) y por ultimo 4 estudiantes marcaron la valoración de que siempre (5) comprende y satisface las necesidades del interlocutor.
18. A la pregunta “Trabaja cooperativamente en equipo” 19 estudiantes marcaron la valoración de con frecuencia (3), 15 estudiantes marcaron que casi siempre (4), 10 estudiantes marcaron la valoración siempre (5) y por ultimo 12 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) trabaja cooperativamente en equipo.
19. A la pregunta “Influye en los demás” 25 estudiantes marcaron la valoración de casi siempre (4), 12 estudiantes marcaron que con frecuencia (3), 11 estudiantes marcaron la valoración en ocasiones (2) y por ultimo 8 estudiantes marcaron la valoración de siempre (5) influye en los demás.

20. A la pregunta “Construye redes de apoyo” 17 estudiantes marcaron la valoración de con frecuencia (3), 14 estudiantes marcaron que en ocasiones (2), 15 estudiantes marcaron la valoración en casi siempre (4) y por ultimo 10 estudiantes marcaron la valoración de que en siempre (5) construye redes de apoyo.

GRAFICO N°07: Persuasión



Fuente: Encuesta competencias emprendedoras 2017

Interpretación: Observamos que el 35 % de los estudiantes casi siempre tiene persuasión, el 31 % de los estudiantes con frecuencia tiene persuasión, 20 % de los estudiantes en ocasiones persuasión, 14 % de los estudiantes siempre tiene persuasión y por ultimo 0 % de estudiantes nunca tiene persuasión. De los resultados obtenidos los que mayor porcentaje tienen son los de la escala “casi siempre” y “con frecuencia” de acuerdo a la valoración establecida se deduce que esta competencia está en desarrollo.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2

Conocer la participación de generación de ideas de negocio de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración en los concursos organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

A continuación se muestra los resultados en cuanto a la participación de los estudiantes de administración en los diferentes concursos organizados por la UNA Puno:

4.2. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES E ADMINISTRACIÓN EN LOS CONCURSOS DE GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS

- **III CONCURSO DE INVESTIGACION, PROTOTIPO DE INVENCION – 2014**

Para este concurso se presentaron un total de 62 equipos de trabajo participantes en modalidades como: ideas de negocio, artículos científicos y prototipo de invenciones. Tomando un papel importante las ideas de negocio.

Ahora estos equipos de trabajo son de las diferentes Escuelas Profesionales que existen en la Universidad Nacional del Altiplano (Ingeniería Agroindustrial, Administración, Derecho, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Geológica, Ingeniería de Minas, Ciencias Contables, Arquitectura, entre otros). Estos concursos lo realizaba la ex oficina de Investigación y lo llevaba a cabo anualmente. Asimismo contaba con un presupuesto designado de la propia universidad.

TABLA 15: III Concurso de Investigación 2014

N°	Escuela Profesional	Equipos	N°estudiantes	%
1	Administración	12	46	19.35%
2	Arquitectura y Urbanismo	2		3.23%
3	Ciencias Contables y Administrativas	2		3.23%
4	Cs. Comunicación	1		1.61%
5	Derecho	8		12.90%
6	FINESI	4		6.45%
7	Físico matemático	2		3.23%
8	Ing. Agroindustrial	9		14.52%
9	Ing. Agronómica	1		1.61%
10	Ing. Electrónica	8		12.90%
11	ING. Mecánica Eléctrica	2		3.23%
12	Ing. minas	3		4.84%
13	Ing. Química	1		1.61%
14	Ing. Topográfica y Agrimensura	1		1.61%
15	Ingeniería Geológica	2		3.23%
16	MVZ	1		1.61%
17	Odontología	3		4.84%
Total		62		100.00%

Fuente: Oficina de Investigación de la UNAP.

De la tabla anterior se tienen el total de 17 carreras profesionales en total, de las cuales la Escuela Profesional de Administración lidera con un total de 12 equipos, siendo la mayor cantidad de equipos pertenecientes a una escuela profesional que se presentó ese año.

GRAFICO N° 08: III Concurso de investigación 2014



Fuente: Oficina de investigación UNAP.

Interpretación: La Escuela Profesional de Administración tuvo alto nivel de participación del 19% seguido por la carrera profesional de Derecho con una participación del 12% al igual que Ingeniería Electrónica. Lo cual nos demuestra que la Escuela Profesional de Administración en el periodo 2014 tiene una alta participación la tabla de posiciones con el mayor número de equipos participantes.

• IV CONCURSO DE ARTICULOS DE INVESTIGACION CIENTIFICA, IDEAS DE NEGOCIO Y PROTOTIPO DE INVENCIONES – 2015

Durante el 2015 se llevó a cabo el IV concurso de artículos de investigación científica, ideas de negocio y prototipo de invenciones. El cual se llevó a cabo el 22 de diciembre. A diferencia del año anterior los equipos de trabajo que se presentaron a este concurso estuvieron conformados por estudiantes de distintas carreras, con el fin de obtener experiencia y conocimientos en distintas áreas y poder presentar ideas innovadoras.

TABLA 16 : IV Concurso de Investigación - 2015

N°	Escuela Profesional	N° Participantes	de	%
1	Administración	45		48.39%
2	Ciencias de la Educación	1		1.08%
3	Contabilidad	5		5.38%
4	Enfermería	1		1.08%
5	Ingeniera de Sistemas	6		6.45%
6	Ingeniera Electrónica	3		3.23%
7	Ingeniera Estadística e Informática	1		1.08%
8	Ingeniería Agrícola	2		2.15%
9	Ingeniería Agroindustrial	12		12.90%
10	Ingeniería Civil	4		4.30%
11	Ingeniería Económica	1		1.08%
12	Ingeniería Electrónica	2		2.15%
13	Ingeniería Mecánica Eléctrica	3		3.23%
14	Ingeniería Metalúrgica	2		2.15%
15	Nutrición Humana	5		5.38%
	Total	93		100.00%

Fuente: Oficina de Investigación UNAP.

Se puede observar en la tabla N° 15. Se presentaron un total de 93 estudiantes de las distintas carreras profesionales, sin embargo, a diferencia del año anterior, solo estuvieron presentes 15 escuelas profesionales; de las cuales, 45 de los estudiantes pertenecen a la Escuela Profesional de Administración, lo cual representa un porcentaje de 48,39%, liderando nuevamente la participación de estudiantes en este tipo de eventos. Seguido de Ingeniera Agroindustrial con un porcentaje de participación del 12,90% y en tercer lugar esta Ingeniería de Sistemas con un 6,45%.

GRAFICO N° 09: IV Concurso de investigación 2015



Fuente: Oficina de Investigación UNAP

Interpretaciones: Se puede observar en el grafico 09 que la escuela profesional de administración tiene un alto nivel de participación en el IV concurso de investigación - 2015 con un 49% lo cual nos indica que dentro de la universidad casi la mitad del total de participantes pertenecen a la escuela profesional de administración como segundo lugar esta la carrera de ingeniería agroindustrial con un 13% de participación.

- GANADORES DEL IV CONCURSO DE ARTICULOS DE INVESTIGACION CIENTIFICA, IDEAS DE NEGOCIO Y PROTOTIPO DE INVENCIONES – 2015

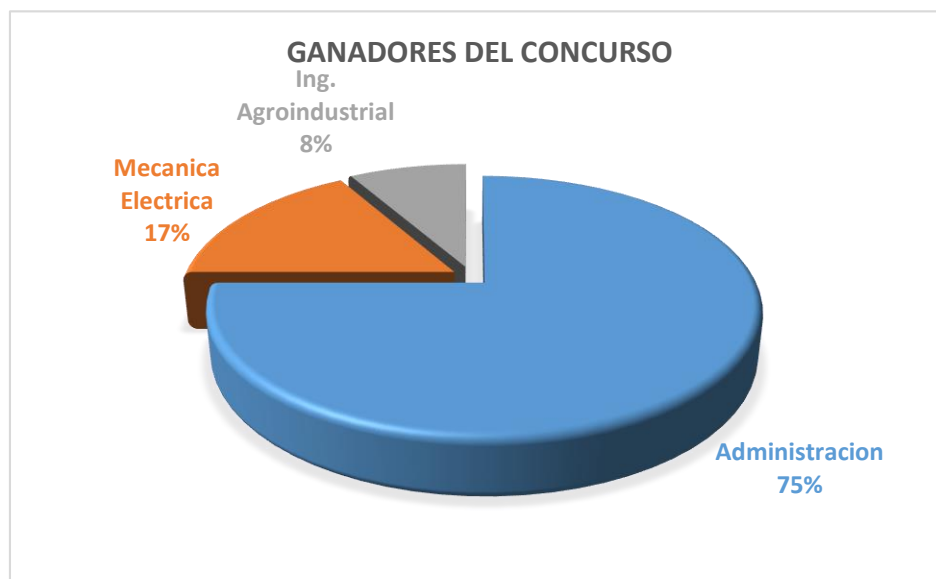
TABLA 17: Ganadores de Ideas de Negocio 2015

Idea de Negocios	Nombres		Carrera
2023 PLAN DE NEGOCIO	Holguino Lope, Yaneth	80.5 1	Administracion
DE CARGADORES	Gutierrez Cori, Jimena		Administracion
SOLARES PARA	Ojeda Casilla, Lenin		Mecánica Eléctrica
DISPOSITIVOS	Mamani Larico, Deysi		Administracion
MOVILES	Cahuana Fuentes, Anabel		Administracion
	Chura Quispe, Oliver		Mecánica Eléctrica
	Cahui Maldonado, Isaias		Administración
2014 “CHIAGEL”GELATIN A	Chauara Pilco, Rudy Maxbel	79 2	Agroindustrial
DE CHIA Y STEVIA	Arana Ticona , Paulina Maura		Administracion
	Ticona Cahui, Ruth Wendy		Administracion
	Mamani Arucutipa, Nora		Administracion
	Escarcena Huanca, Luis		Administracion
	Alberto		

Fuente: Oficina de investigación UNAP.

Como se puede observar en la tabla las dos ideas de negocio ganadoras son las integradas mayormente por alumnos de la carrera profesional de administración acompañados por un menor porcentaje de integrantes pertenecientes a otras carreras profesionales dentro de la universidad nacional del altiplano

GRAFICO N° 10: Ganadores de ideas negocio 2015



Fuente: Oficina de investigación UNAP

Interpretación: En los resultados de las ideas de negocio ganadoras la escuela profesional tiene un alto nivel de participación 75% con el mayor número de integrantes en el concurso realizado por la universidad.

- CONCURSO “TU IDEA DE NEGOCIO” – 2016

El concurso promovido por el VRI estudiantes presentan ideas de negocio.

Novísimas ideas de negocio fueron presentadas durante la segunda etapa de concurso “Tu Idea de Negocio”, actividad organizada por la Dirección de Emprendimiento Empresarial del Vicerrectorado de Investigación de esta casa de estudios y que tuvo la participación de más de 10 propuestas de negocio presentadas en esta etapa.

El Dr. Gustavo Torres Orihuela, director del proyecto comentó que estas actividades son parte de los lineamientos exigidos por la Nueva Ley Universitaria 30220, que promueve el emprendimiento de los estudiantes universitarios, generando sus propios proyectos laborales que tengan una repercusión social, además de generar empleo.

La particularidad del concurso es que se efectúa de manera multidisciplinaria, con grupos de 3 a 6 integrantes de distintas escuelas profesionales que aunaron esfuerzos para emprender con dichas ideas de negocio cuyos resultados finales se conocerán en el mes de abril del 2017, proyectos que recibirán un incentivo económico y la promoción que permita su total financiamiento.

A la muestra y exposición de trabajos se dio cita el Vicerrector de Investigación, Dr. Wenceslao Medina Espinoza, quien saludo el esfuerzo de los estudiantes que apostaron en presentar sus trabajos y que de esta manera se proyectan a encaminar sus propios negocios para posteriormente salir al mercado con un producto o servicio de éxito donde equipos de trabajo de las diferentes carreras profesionales, esto fue para la primera fase, para la segunda fase solo lograron pasar 4 equipos de trabajo de los cuales 3 equipos de trabajo son de la escuela de administración, como a continuación se detalla en la tabla:

TABLA 18 : Ganadores de la II etapa

N°	LUGAR	NOMBRE DEL GRUPO	INTEGRANTES
1	Primer Lugar	Story Hand - Materiales Educativos (Administracion)	Marca Condory Liliana Lacuaña Cahuana Rolando Arana Ticona Paulina Maura
2	Segundo Lugar	Uvindex, Panel Informativo que Alerta en Nivel de Radiacion UV (Administracion)	Condori Cayo, Reina Elizabeth Tito Cruz, Jhasmani Quispe Cari, Edwin
3	Tercer Lugar	ANDEAN	Alfredo Wilber Ccari Berduzco Ccari Berduzco, Alfredo Wilber Calapuja, Saúl Hualpa Mamani, Edgar David
4	Cuarto	Sopa Instantánea De Quinoa Quillpa	Cruz Maydana Angela Yarmila Chipana Huaman Roxana

Fuente: Oficina de Investigación UNAP

Resultados: Se puede observar que la mayoría de ideas de negocios ganadores son pertenecientes a la carrera profesional de administración con un resultado 3 de 4 a diferencia de otras ideas de negocios que desarrollaron diferentes carreras profesionales de la UNAP. Con lo que podemos decir que tiene un nivel alto de resultados favorables.

- CONCURSO SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN - 2017

El Programa Incubación de Ideas de Negocios – UNA, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PRIDIN - UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del Concurso “Selección de Ideas de Negocios para Incubación y Consolidación”, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

El Programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del VICE- RRECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA -PUNO.

El PRIDIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocios y proyectos con alto potencial innovador, o con propuesta de valor de alta diferenciación.

El Programa Incubación de Ideas de Negocios – UNA está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de pre-incubación y consolidación, varía de 4 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre- incubación y consolidación.

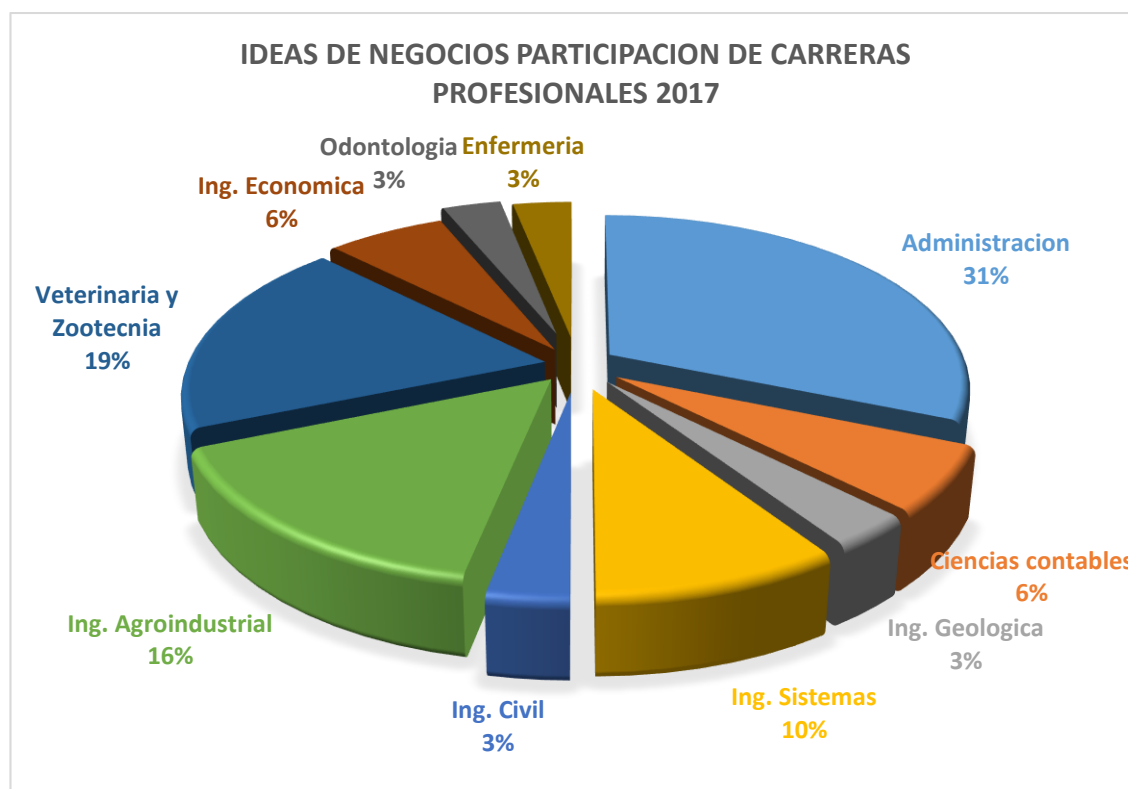
TABLA 19: Relación de participantes en el concurso de selección de ideas de negocio para incubación y consolidación 2017

N ^o	Cod igo	Proyecto	Res pon sabl e	Contácto	Correo	Participantes
1	P072	APLICACIÓN MÓVIL PARA LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE GAS	- (-)	973607958	ivanp151@gmail.com	1. QUISPE SANDOVAL GABRIELA YESENIA * ADMINISTRACION - NOVENO SEMESTRE 2. PALOMINO CALLI ALFREDO IVAN * INGENIERIA DE SISTEMAS - DECIMO SEMESTRE 3. LUQUE OCHOCHOQUE CLADIS * ADMINISTRACION - NOVENO SEMESTRE
2	P071	ALTIPLANOGPS	- (-)	973540388	chrisrodriguez@hotma il.com	1. RODRIGUEZ TUPAYACHI CHRISTIAN ROLANDO * INGENIERIA DE SISTEMAS - DECIMO SEMESTRE
3	P070	QUMARA TARPUY	- (-)	937116766	raquelaa-03@hotmai l.com	1. MAMANI CANAZA YENYFER * INGENIERIA AGROINDUSTRIAL - SEXTO SEMESTRE 2. ARISACA APAZA JENNIFER RAQUEL * INGENIERIA AGROINDUSTRIAL - NOVENO SEMESTRE 3. MAMANI HUARILLOCLA JENNIFER ROSMERY * INGENIERIA AGROINDUSTRIAL - QUINTO SEMESTRE
4	P069	VETCARS : CLINICA MOVIL	- (-)	926048373	hugospeedy_misterio@hotmail.co m	1. ANCHAPURI CLAROS HUGO YIVAN * MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA - OCTAVO SEMESTRE 2. YUCRA HANCCO RUTH NOEMI * CIENCIAS CONTABLES - TERCERO SEMESTRE 3. NUÑEZ USNAYO JHON ADERLLY * MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA - OCTAVO SEMESTRE
5	P068	MANCHAS: IDEAS DE-MENTES	- (-)	992369800	ach.mir19@gmail.com	1. APAZA CHIRA LUZ MIRIAM * INGENIERIA ECONOMICA - TERCERO SEMESTRE 2. URVIOLA GARCIA JESUS ALEJANDRO * INGENIERIA ECONOMICA - SEGUNDO SEMESTRE 3. HUACANI AÑAMURO ROYER JHONATAN * MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA - SEPTIMO SEMESTRE
6	P067	PRODUCCCIÓN DE CERVEZA ARTESANAL DE CAFÉ	- (-)	957112181	gilditha@g mail.com	1. CASTILLO VENTURA GILDA MARIBEL * ADMINISTRACION - NOVENO SEMESTRE

7	P066	MEMORIES BOX - CAJA DE LOS RECUERDOS	- (-)	929415095	reyna.anyer @hotmail.c om	1. OLIVERA MAMANI REYNA LUCILA * ADMINISTRACION - NOVENO SEMESTRE 2. CUTIPA QUISPE YUBER TONY * ODONTOLOGIA - DECIMO SEMESTRE 3. CUTIPA QUISPE RUDY ALEXANDER * ENFERMERIA - DECIMO SEMESTRE
8	P065	CERAL KING	- (-)	951414321	IA.Gustavo. ON@gmail. com	1. ORDOÑEZ NEYRA GUSTAVO MOISES * INGENIERIA CIVIL - TERCERO SEMESTRE 2. PARI VALERIANO LIDIA * INGENIERIA AGROINDUSTRIAL - DECIMO SEMESTRE 3. TORRES CONDORI ALFREDO * INGENIERIA AGROINDUSTRIAL - QUINTO SEMESTRE
	P064	APLICATIVO MÓVIL CONTIGO	- (-)	950321647	germanquea 11@gmail.c om	1. QUEA TRUJILLO GERMAN BROTHERMAN * ADMINISTRACION - OCTAVO SEMESTRE 2. AHUMADA VALDEZ RENZO * ADMINISTRACION - SEPTIMO SEMESTRE 3. QUISPE CARI EDWIN * INGENIERIA DE SISTEMAS - DECIMO SEMESTRE
10	P062	ECO FASHION MODA ECOLOGICA	- (-)	951471792	geomab_roc k2@hotmail l.com	1. MAMANI AQUISE MARIBEL * INGENIERIA GEOLOGICA - SEMESTRE 2. SUPO OCSA BRUNO EMILIO * INGENIERIA DE MINAS (EGRESADO UNSA) - SEMESTRE 3. RODRIGUEZ MAMANI FLOR DE MARIA * CIENCIAS CONTABLES (UANCV) - SEMESTRE
11	P061	OPEN UNIVERSITY APLICATIVO MÓVIL	- (-)	980858524	calapujasaul @gmail.co m	1. MOLLEPAZA MAMANI JOEL NEFTALI * CIENCIAS CONTABLES - DECIMO SEMESTRE 2. AGUILAR FLORES ARACELI FARIDE * ADMINISTRACION - OCTAVO SEMESTRE 3. CALAPUJA CALAPUJA SAUL * ADMINISTRACION - OCTAVO SEMESTRE
12	P059	GALLINAS FELICES ALIMENTO SANO	- (-)	948485955	nataliauruch i@gmail.co m	1. PADILLA CUEVA JAVIER * MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA - SEXTO SEMESTRE 2. HALANOCA SURCO REYNALDO * MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA - SEXTO SEMESTRE 3. URUCHI OSCO NATALIA REGINA * ADMINISTRACION - OCTAVO SEMESTRE 4. HUALLPA VARGAS RODHESIA VIZCARDA * ADMINISTRACION - NOVENO SEMESTRE

Fuente: Oficina de Investigación de la UNA-2017

GRAFICO N° 11: Participación de carreras



Fuente: Oficina de investigación UNAP 2017

Interpretación: Como se puede ver en el grafico N°11 la escuela profesional de administración tiene un nivel alto de participación con un 31 % seguido por la escuela profesional de medicina veterinaria y zootecnia con un 19% de participación. A diferencia que otros concursos organizados por la universidad anteriormente la escuela profesional de administración no ocupa un notable participación en porcentajes, se puede ver que sigue liderando y como primer puesto frente a otras escuelas profesionales.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3

Proponer módulos pedagógicos a los componente curriculares de emprendimiento de la Escuela Profesional de Administración para desarrollar las competencias emprendedoras en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

4.3. DISEÑOS PEDAGÓGICOS PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

• DISEÑO MODULO I CONSTRUYENDO CAMINOS HERRAMIENTAS PARA LA VIDA

INTRODUCCION: El emprendedor hoy día necesita no solo conocimientos teóricos y prácticos, sino también herramientas que complementen su formación integral. En este módulo el estudiante podrá desarrollar diferentes herramientas para la vida que complementaran su formación, hacia una actitud crítica de la realidad y la cultura de cambio. Se pretende introducir al estudiante a las siguientes temáticas retándolo permanentemente a tener una actitud proactiva y enfocada a la acción.

- Convivencia
- Ciudadanía
- Comunicación
- La concientización social y ambiental
- El trabajo en equipo.
- La cultura del cambio
- La asociatividad

OBJETIVO GENERAL: Desarrollar en el estudiante competencias ciudadanas, de convivencia y de comunicación que aporten a sus formación integral, permitiéndole adoptar un posición crítica, orientada hacia la cultura del cambio, la concientización social y ambiental.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Hacer que el estudiante reflexione sobre la importancia del trabajo en grupo, y los equipos emprendedores; retándolo a construir un proyecto en grupo.
- Concientizar al estudiante en sobre la realidad ambiental, social por la que atraviesa el país, y la importancia del trabajo voluntario.
- Hacer que el estudiante reflexione acerca de la importancia de los valores y la comunicación para una buena convivencia.
- Desarrollar en el estudiante la habilidad del manejo del tiempo y la planeación

METODOLOGIA: El desarrollo del modulo se realizará a través de:

- Una Introducción a la temática
- Una o varias actividad relacionadas
- Reflexión personal
- Un Reto, que orientara al estudiante a una solución activa de los problemas y a buscar estrategias alternas
- El alumno se vuelve gestor de su propio aprendizaje, con la aplicación de los conceptos trabajados en el módulo.
- Mantener el ambiente del empoderamiento del proyecto por parte del Docente frente al estudiante.
- Métodos de trabajo en equipo, contribuyendo al fortalecimiento de redes.
- Participación en dinámicas.
- Presentación oral y visual por parte de los estudiantes de su respectivo Proyecto de Vida, fortaleciendo su capacidad expositora.
- Metodología practica y vivencial

COMPETENCIAS A TRABAJAR EN EL MODULO

- Liderazgo. Inspirar y guiar a los individuos y a los grupos.
- Control emotivo y del estrés. Inteligencia emocional. Capacidad para expresar los sentimientos.
- Compromiso, responsabilidad y flexibilidad en las actuaciones.
- Saber la cultura: conocimientos, visiones del mundo, formas de comunicación, normas, valores. Estar inmerso en la realidad del momento, y estar informado.
- Autoaprendizaje (aprender a aprender). Autoevaluación. Aprendizaje a partir de los errores. Formación permanente.
- Uso eficiente de recursos: información, manejo del tiempo. Tener buenos hábitos.
- Adaptación al mundo en cambio
- Expresarse: hablar, escribir y redactar correctamente, dibujar, presentar trabajos y conclusiones con eficacia.
- Comunicarse con sensibilidad hacia los otros (buenas relaciones personales): hablar en público, escuchar, dialogar, comprender, afirmarse, negociar, intercambiar, empatía. Tener un buen nivel de comunicación interpersonal e intercultural, con capacidad de gestionar conflictos, discutir, persuadir y negociar.
- Trabajo en equipo, cooperación. Saber trabajar en colaboración, proyectos conjuntos, solicitar ayuda, asociatividad.
- Resolución inteligente y pacífica de los inevitables conflictos, con comprensión mutua y respeto al pluralismo

- Solidaridad y participación en la vida democrática de la comunidad. Sentido de servicio a la comunidad.

- DISEÑO MODULO II IDEAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EL CAZADOR DE OPORTUNIDADES

INTRODUCCION: El emprendedor debe orientar sus, habilidades, actitudes, valores y competencias a generar ideas de negocio innovadoras y competitivas, para convertirlas en oportunidades de negocio reales y abrirse al mundo; detectando necesidades del mercado, tendencias mundiales, oportunidades comerciales etc. Debe estar abierto al cambio y sentir que los problemas son oportunidades para hacer cosas nuevas o desarrollar nuevos proyectos.

Debe ser un aventurero, teniendo metas claras para conseguir lo que quiere; debe observar, buscar, e Identificar tendencias, comportamientos, modas; mirar los detalles pequeños; combinar ideas; investigar, leer mucho; hablar con las personas; saber preguntar; indagar por lo qué no funciona bien o por lo que no hay; estudiar mercados segregados o despreciados; identificar ideas susceptibles de mejorarse; clientes satisfechos e insatisfechos; superar las barreras empresariales etc. En la mayoría de los casos las oportunidades surgen a partir de: problemas, necesidades o deseos.

En este modulo se pretende incentivar la creatividad y la amplitud perceptual del estudiante para la construcción de un concepto de negocio.

OBJETIVO GENERAL: Incentivar la creatividad y la amplitud perceptual del estudiante para la construcción de un concepto de negocio, orientado a la competitividad y la innovación empresarial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Hacer que el estudiante identifique y aproveche las oportunidades de negocio que le proporciona el mercado
- Motivar al estudiante para que alcance el éxito personal y empresarial.
- Desarrollar en el estudiante la habilidad para transformar los deseos en realidades y las ideas en hechos.
- Que el estudiante basado en necesidades y tendencias, oriente todas sus habilidades a la generación de ideas de negocio innovadoras y competitivas.

METODOLOGIA: El desarrollo del modulo se realizará a través de:

- Una Introducción a la temática
- Una o varias actividad relacionadas
- Reflexión personal
- Un Reto, aprendizaje practico y vivencial
- El alumno se vuelve gestor de su propio aprendizaje, con la aplicación de los conceptos trabajados en el módulo.
- La estimulación de la creatividad, la innovación y el trabajo participativo a través de talleres.
- La Implementación de las principales herramientas y métodos que permitan obtener ideas de negocios que puedan convertirse en oportunidad.
- Paneles de discusión sobre ideas innovadoras y competitivas

COMPETENCIAS A TRABAJAR EN EL MODULO

- Curiosidad, imaginación, creatividad e innovación. Actitud curiosa, observadora y crítica ante lo que nos rodea. Formularse preguntas, investigar. Gusto por aprender.
- Pensamiento conceptual-Amplitud perceptual, capacidad abstracción, de razonamiento y reflexión. Interpretar y valorar con pensamiento abierto lógico y crítico. Análisis de datos.
- Pensamiento estratégico, Informarse: observar, leer, buscar información relevante para hacer juicios multidisciplinares, analizar, combinar el conocimiento de varias disciplinas para adquirir una mayor capacidad de comprensión.
- Autoaprendizaje (aprender a aprender). Autoevaluación. Aprendizaje a partir de los errores. Formación permanente.
- Iniciativa en la toma de decisiones, anticipación a los hechos
- Perseverancia y atención continuada, persistir en las actividades pese a las dificultades.
- Razonamiento crítico y pensamiento sistémico superando la imagen de una realidad dividida.
- Actitud creativa, imaginación, que es una manera de percibir el medio y una manera original de realizar las tareas cotidianas, aportar nuevas ideas, elaborar sus propias percepciones y visiones del mundo
- Exigencia, análisis de situaciones complejas, resolver problemas. Identificar problemas, analizarlos y actuar para solucionarlos: planificar, organizar, aplicar,

evaluar. Discriminar entre lo importante y lo secundario. Experimentar, explorar soluciones diferentes, distinguir causas y consecuencias.

- Orientación al logro: Es la preocupación por realizar bien el trabajo o sobre pasar un estándar
- Expresarse: hablar, escribir y redactar correctamente, dibujar, presentar trabajos y conclusiones con eficacia.
- Comunicarse con sensibilidad hacia los otros (buenas relaciones personales): hablar en público, escuchar, dialogar, comprender, afirmarse, negociar, intercambiar, empatía. Tener un buen nivel de comunicación interpersonal e intercultural, con capacidad de gestionar conflictos, discutir, persuadir y negociar. Integridad.

- **PROPUESTA MODULO III DESAFIO EMPRESARIAL**

INTRODUCCION: Este módulo tendría como objetivo desarrollar capacidad para formular proyectos tanto sociales como productivos, a través de la elaboración del plan de negocios; acorde con las vivencias y las competencias desarrolladas en los módulos previos.

Con la construcción del plan de negocios y aplicando cada uno de los elementos de estudio y las herramientas desarrolladas durante la experiencia, el estudiante tendrá la capacidad de evaluar una verdadera alternativa empresarial, a través de los diferentes componentes de cada área del plan de negocios. También se pretende que en esta etapa del modelo el emprendedor conozca y pueda unirse a las diferentes redes de emprendimiento local; siendo consciente de temáticas como: la financiación, la capacitación, los concursos, las ferias, las ruedas empresariales, y toda la reglamentación vigente en cuanto a emprendimiento.

Contenidos temáticos propuestos para este del módulo:

- Estudio de Mercados – Explotando la mina
- Estudio Técnico – Diseñando y probando mi producto
- Estudio Financiero – Los números de mi empresa
- Estudio Administrativo – Organizando mi empresa

OBJETIVO GENERAL: Desarrollar capacidad para formular proyectos tanto sociales como productivos, a través de la elaboración del plan de negocios; acorde con las vivencias y las competencias desarrolladas en los módulos previos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Desarrollar el estudio de Mercados – Explotando la mina
- Desarrollar el estudio Técnico – Diseñando y probando mi producto
- Desarrollar el estudio Financiero – Los números de mi empresa
- Desarrollar el estudio Administrativo – Organizando mi empresa
- Conocer las redes locales de emprendimiento y la normatividad vigente.

METODOLOGIA: El desarrollo del módulo se realizará a través de:

- Una Introducción a la temática
- Una o varias actividades relacionadas
- Reflexión personal
- Un Reto, aprendizaje práctico y vivencial
- Estudios de caso actuales.
- El alumno se vuelve gestor de su propio aprendizaje, con la aplicación de los conceptos trabajados en el módulo.

- La estimulación de la creatividad, la innovación y el trabajo participativo a través de talleres.
- La Implementación de las principales herramientas y métodos que permitan el desarrollo exitoso de su plan de negocios.
- Paneles de discusión sobre ideas innovadoras y competitivas.

COMPETENCIAS A TRABAJAR EN EL MODULO

Liderazgo. Inspirar y guiar a los individuos y a los grupos.

- Autoconocimiento y capacidad de autocrítica. Buscar el equilibrio, cultivar la interioridad
- Autoestima e identidad personal. Aprender a ser feliz, aceptarse, sentirse persona digna y capaz de tomar decisiones y enfrentarse a las dificultades.
- Flexibilidad, adaptación a las circunstancias cambiantes, a nuevos entornos. Disposición a aprender y desaprender. Aceptar los hechos como una forma de autorrealización, vivir con humor.
- Control emotivo y del estrés. Inteligencia emocional. Capacidad para expresar los sentimientos.
- Curiosidad, imaginación, creatividad e innovación. Actitud curiosa, observadora y crítica ante lo que nos rodea. Formularse preguntas, investigar. Gusto por aprender.
- Pensamiento conceptual, capacidad de abstracción, de razonamiento y reflexión. Interpretar y valorar con pensamiento abierto lógico y crítico. Análisis de datos.
- Compromiso, responsabilidad y flexibilidad en las actuaciones.

- Saber la Cultura: conocimientos, visiones del mundo, formas de comunicación, normas, valores. Estar inmerso en la realidad del momento, y estar informado.
- Pensamiento estratégico, Informarse: observar, leer, buscar información relevante para hacer juicios multidisciplinares, analizar, combinar el conocimiento de varias disciplinas para adquirir una mayor capacidad de comprensión.
- Autoaprendizaje (aprender a aprender). Autoevaluación. Aprendizaje a partir de los errores. Formación permanente.
- Iniciativa en la toma de decisiones, anticipación a los hechos
- Perseverancia y atención continuada, persistir en las actividades pese a las dificultades.
- Razonamiento crítico y pensamiento sistémico superando la imagen de una realidad compartimentada.
- Actitud creativa, imaginación, que es una manera de percibir el medio y una manera original de realizar las tareas cotidianas, aportar nuevas ideas, elaborar sus propias percepciones y visiones del mundo
- Motivación, correr riesgos calculados, estar dispuesto a asumir riesgos y afrontar fracasos o frustraciones
- Exigencia, análisis de situaciones complejas, resolver problemas. Identificar problemas, analizarlos y actuar para solucionarlos: planificar, organizar, aplicar, evaluar. Discriminar entre lo importante y lo secundario. Experimentar, explorar soluciones diferentes, distinguir causas y consecuencias.
- Uso eficiente de recursos: información, manejo del tiempo. Tener buenos hábitos.

- Adaptación al mundo laboral en cambio
- Orientación al logro: Es la preocupación por realizar bien el trabajo o sobre pasar un estándar
- Expresarse: hablar, escribir y redactar correctamente, dibujar, presentar trabajos y conclusiones con eficacia.
- Comunicarse con sensibilidad hacia los otros (buenas relaciones personales): hablar en público, escuchar, dialogar, comprender, afirmarse, negociar, intercambiar, empatía... Tener un buen nivel de comunicación interpersonal e intercultural, con capacidad de gestionar conflictos, discutir, persuadir y negociar. Integridad
- Trabajo en equipo, cooperación. Saber trabajar en colaboración, proyectos conjuntos, solicitar ayuda, asociatividad.
- Resolución inteligente y pacífica de los inevitables conflictos, con comprensión mutua y respeto al pluralismo
- Solidaridad y participación en la vida democrática de la comunidad. Sentido de servicio a la comunidad.
- Empoderamiento, Dar poder al equipo de trabajo potenciándolo.

4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPOTESIS ESPECÍFICA 1: Las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de la escuela profesional de Administración es la motivación de logro en la Universidad Nacional del Altiplano.

Según los resultados de las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de administración, los mismos que se detallan en la tabla N°11 y el grafico N° 5, la

competencia de motivación de logro con un numero de 72 respuesta de estudiantes que dijeron que “siempre” busca perfeccionarse y superarse como persona y cumple con los compromisos adquiridos por lo cual se deduce que la competencia de motivación de logro es la que han desarrollado los estudiantes de la escuela profesional de administración. En base a todo lo expuesto nos permite aceptar y validar la hipótesis específica N° 1.

HIPOTESIS ESPECIFICA 2: En los concursos de generación de ideas de negocios organizados por la Universidad Nacional del Altiplano los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración tienen un alto nivel de participación con sus ideas de negocios y planes de negocio haciendo un gran porcentaje a comparación de las diferentes carreras profesionales dentro de la Universidad Nacional del Altiplano Puno. En los gráficos 8, 9, 10 y 11 se puede observar que la Escuela Profesional de Administración tienen una notable participación y ocupando el mayor porcentaje de primeros puestos en los diferentes concursos de generación de ideas de negocios.

En base a todo lo expuesto en el presente documento, lo que nos permite aceptar y validar la hipótesis específica N° 2.

HIPOTESIS GENERAL: La motivación de logro es la competencia emprendedora desarrollada por los estudiantes de la escuela profesional de administración y los mismos tienen un alto nivel de participación en los concursos de generación de ideas de negocio organizados por la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2017.

Según el consolidado de los resultados en el cual se realiza la evaluación de las competencias emprendedoras, los mismos que se detallan en las tablas N° 10 y 11 y los gráficos N° 4 y 5, se puede ver que la competencia de motivación al logro es la competencia que han desarrollado los estudiantes y que las competencias de

conocimiento de sí mismo, visión de futuro, planificación y persuasión están en pleno desarrollo en el transcurso del aprendizaje universitario y que estos son los que conllevan a un alto nivel de participación en concursos de generación de ideas de negocios. En base a todo lo expuesto nos permite aceptar y validar la hipótesis general.

4.5. DISCUSIÓN

En la presente investigación se pretendió atender la necesidad de conocer las competencias emprendedoras que los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración han desarrollado en el transcurso de su educación universitaria, de manera que se pueda conocer los puntos de interés de los estudiantes en los que los docentes pueden empezar a enfocarse.

Pérez Palacios (2009), las universidades juegan un rol sumamente importante en la formación y consolidación de nuevas empresas con la formación de nuevos profesionales cada vez más enfocados a nuevos aspectos empresariales y sobre todo con los conocimientos básicos necesarios en relación a diferentes negocios, lo cual se manifiesta en saber superar los miedos al momento de asumir retos nuevos y difíciles. Con respecto a las diversas actividades curriculares que se desarrollan son de suma importancia porque permite complementar los conocimientos impartidos en clases, sin embargo es un problema en toda institución superior la falta de motivación por parte de los maestros hacia los estudiantes: lo cual influye drásticamente en el desempeño de estos en diversas situaciones en las que se encontraran.

Las universidades deberían ser más empresariales y mayores incentivos para la participación del profesorado y de los estudiantes en las actividades empresariales, que estimule el desarrollo de ideas innovadoras, fomentar dentro del ambiente universitario las oportunidades de emprendedurismo.

Como se Observó en el III concurso de investigación, prototipo de invención 2014 donde se demuestra la participación del 19,35% de la E.P. de Administración, con el IV concurso de artículos de investigación científica, ideas de negocio y prototipo de invenciones – 2015, con el mayor número de equipos participantes, en comparación al año anterior, la Escuela Profesional de Administración, representa un porcentaje de 48,39%, en el concurso de ideas de negocio 2016 en la cual tuvo una participación considerable con tres de cuatro ideas de negocio incubadas y el 2017 con el concurso de ideas de negocio y consolidación se encuentran un gran número de participantes. Y esto se evidencia en los resultados obtenidos en las tablas 8, 9, 10 y 11 del presente documento; esto seguirá así y mucho mejor aún si los docentes enfocan la didáctica de enseñanza en casos prácticos y nuevas formas de enseñanza coincidiendo satisfactoriamente con los planteamientos de la hipótesis y su respectiva contrastación con los autores referidos.

Gómez & Zatisabal (2011). Las competencias emprendedoras respecto a formación curricular en emprendimiento, complementar el modelo pedagógico tradicional y fortalece en los estudiantes de educación superior las competencias propias del emprendedor. La caracterización de las competencias emprendedoras a desarrollar, las estrategias de la metodología utilizada en las asignaturas de emprendimientos, los alumnos si desarrollaron competencias emprendedoras.

Finalmente se lograron cumplir los objetivos establecidos en el trabajo de investigación, en la cual se pretendía describir los emprendimientos realizados, así como también conocer las competencias emprendedoras que desarrollaron los estudiantes, y proponer algunos modelos y talleres orientados a fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración.

CAPÍTULOS V

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación titulado “Evaluación de las Competencias Emprendedoras y la Generación de Ideas de Negocios de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno - 2017”, llega a las siguientes conclusiones: PRIMERO.- Referente al objetivo N° 1 e hipótesis N° 1, determinar las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de administración se concluye que la competencia orientación al logro con 32% es la competencia que han desarrollado los estudiantes con el mayor porcentaje que “siempre” busca perfeccionarse y superarse como persona y mantiene vitalidad para desarrollar las actividades, cumple con los compromisos adquiridos, aplica controles de calidad (hace bien las cosas) la competencia emprendedora de visión de futuro, conocimiento de si mismo, planificación, persuasión son las que aun están en desarrollo.

SEGUNDO.- Referente al objetivo N° 2 e hipótesis N° 2, se concluye que la Escuela Profesional de Administración tiene un alto nivel de participación en los diferentes concursos de generación de ideas de negocio, como se pudo ver que la participación con

el 49 % de participación frente a otras carreras profesionales, y para las incubadoras de negocio 3 de 4 equipos son de estudiantes de la escuela profesional de administración.

TERCERO.- Referente al objetivo N° 3 se concluye que si bien la escuela profesional tiene dentro de la malla curricular cursos orientados hacia el emprendimiento, no está de más implementar estos cursos con temas que tengan enfoques más prácticos y didácticos para que los estudiantes puedan vivir a ciencia propia las etapas de una creación de idea de negocio y consolidarlas una vez que estos concluyan sus estudios.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

PRIMERO.- A los docentes de la Escuela Profesional de Administración realizar un trabajo educacional en los estudiantes direccionado a estrategias de enseñanza-aprendizaje, en el fortalecimiento de competencias como autonomía, orientación al logro y asunción de riesgos en asignaturas relacionadas a la educación en emprendimiento e implementar un examen de vocación profesional como requisito de ingreso a la carrera de administración y así el docente desarrollaría mejor la enseñanza si cuenta con alumnos idóneos.

SEGUNDO. - Se recomienda que la escuela profesional de Administración desarrolle el centro de emprendimiento con el que cuenta, que brinde asesoría en temas de ideas de negocio, que los estudiantes no solo acudan ahí en ocasiones, sino que sea una actividad permanente y así no solo abarcar en los concursos desarrollados en la universidad sino también los de nivel regional y nacional.

TERCERO. - Que para la enseñanza de los cursos que se dictan en la carrera profesional de administración se designen docentes idóneos y capacitados para poder desarrollar y

fortalecer competencias emprendedoras en las asignaturas que dan valor al proceso en la educación en emprendimiento y así tener una adecuada formación en los estudiantes y con ello reconocer y explotar desarrollo de destrezas y capacidades. Que ahora con la nueva curricula de la escuela profesional de administración se usen modelos y herramientas pedagógicas eficaces para desarrollar habilidades y destrezas.

CAPITULO VII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta.* Fideas G. Arias Odón.
- Beltrán, J. (1996). *Procesos, estrategias y técnicas de aprendizaje.* Síntesis Madrid.
- Bernad, J. A. (1999). *Estrategias de aprendizaje: cómo aprender y enseñar estratégicamente en la escuela.* Bruño.
- Casero, J. C. D., Mogollón, R. H., & Urbano, D. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa, 11(3)*, 209–230.
- Clark, B. R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education.* ERIC.
- Coduras, A., Levie, J., Kelley, D., Sæmundsson, R. J., & Schøtt, T. (2010). Global entrepreneurship monitor special report: Una perspectiva global sobre la educación y formación emprendedora. *Global Entrepreneurship Research Association.*

- Commission, E. (2006). Entrepreneurship education in Europe: fostering entrepreneurial mindsets through education and learning. *The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education in Europe*.
- Correa, Z. C., Hurtado, C. D., & Cardona, Y. A. C. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán= Entrepreneurial formation of business administration students of a Public Institution in Popayan, Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 40–51.
- Crissien, J. O. (2011). Enseñando entrepreneurship creación de empresas. Estrategias pedagógicas para despertar el espíritu empresarial= Teaching entrepreneurship. Pedagogical strategies to develop the entrepreneurial spirit. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 100–125.
- Flores, P. (2003). Capacidad emprendedora en estudiantes ingresantes a la Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Tesis de Maestría.
- Gibb, A. (2005). Creating the entrepreneurial university worldwide.¿ Do we need a wholly different model of Entrepreneurship? In *ponencia presentada en la Cuarta Conferencia de Investigación en Entrepreneurship en Latinoamérica, realizada en Cali, Colombia*.
- González, S., & Matozo, E. (2013). Creatividad e Innovación aplicadas al desarrollo emprendedor. *Experiencias de La Red Latinoamericana de Buenas Prácticas de Cooperación Universidad-Empresa. Santa Fe, Argentina: Ediciones UNL*.
- Gonzci, A., & Athanasou, J. (1996). Instrumentación de la educación basada en competencias. Perspectivas de la teoría y práctica en Australia. *Competencia Laboral y Educación Basada En Normas de Competencia*, 265–288.

- Hernández, R. (2010). Fernández C. Baptista P. *Metodología de La Investigación, 5ta Edic. Mc Graw Hill Interamericana. México.*
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. *American Psychologist, 62(6), 575.*
- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education+ Training, 46(8/9), 510–519.*
- McClelland, D. C. (1989). *Estudio de la motivación humana (Vol. 52).* Narcea Ediciones.
- Orrego Correa, C. I. (2009). Phenomenology and entrepreneurship. *Pensamiento & Gestión, (27), 235–252.*
- Palacios, E. P. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión En El Tercer Milenio, 12(23), 61–65.*
- Pedraza, A. C., & Bravo, E. R. (2011). Changes in Pedagogical Tools. *Revista EAN, (71), 84–99.*
- Pittaway, L., & Hannon, P. (2008). Institutional strategies for developing enterprise education: A review of some concepts and models. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 15(1), 202–226.*
- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2011). caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. *Revista Escuela de Administración de Negocios, (71).*
- Puma, C., & Milagros, S. (2017). Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano-2016.

- Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10(2), 103–115.
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691–791.
- Sáenz, G., & Aydeé, A. (2013). Habilidad emprendedora y expectativa laboral en estudiantes universitarios. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2012). Metodología de la Investigación. *McGraw-Hill*.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2006). Metodología y diseños en la investigación científica.
- Schunk, D. H. (2012). *Learning theories an educational perspective sixth edition*. Pearson.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship.
- Tarapuez Chamorro, E. (2011). Dificultades y potencialidades para el desarrollo de un currículo pertinente para la educación emprendedora.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 4). Irwin Burr Ridge, IL.
- Tinoco Gómez, O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Industrial Data*, 11(2).
- Tobón Tobón, S. (2006). *Formación basada en competencias: pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*.
- Vallejoa, M. del P. G., & Parrab, K. S. (2011). *Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad*

Javeriana Cali. UNIVERSIDAD JAVERIANA-CALI.

Varela, R. (2010). Educación empresarial basada en competencias empresariales.

Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial, 2, 76–119.

Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21–33.

ANEXOS

ANEXO N° 1

ENCUESTA

Dirigido a: Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración

Edad: _____

Genero: _____

	I. COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS		Valoración				
		Preguntas	1 Nunca	2 En ocasione s	3 Con frecuenc ia	4 Casi siempre	5 Siempr e
Conocimiento de ciencia	01	Identifica sus talentos y los usa para alcanzar sus propósitos					
	02	Actúa por iniciativa propia usando sus recursos					
	03	Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones					
	04	Atribuye a sí mismo las causas y consecuencias de sus acciones					
Vision de futuro	05	Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos					
	06	Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones					
	07	Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas					
	08	Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias					
Mmotivación de labor	09	Busca perfeccionarse y superarse como persona					
	10	Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades					
	11	Cumple con los compromisos adquiridos					
	12	Aplica controles de calidad (hace bien las cosas)					
Planificación	13	Define metas o propósitos concretos en su desempeño					
	14	Investiga, explora, curioseas, pregunta					
	15	Administra racionalmente los recursos					
	16	Evalúa y corrige las acciones					
Persuasion	17	Comprende y satisface las necesidades del interlocutor					
	18	Trabaja cooperativamente en equipo					
	19	Influye en los demás					
	20	Construye redes de apoyo					

II. PARTICIPACION EN CONCURSOS DE IDEAS DE NEGOCIOS

¿Usted ha participado en algún concurso de ideas de negocio organizado por la universidad? si es así en cuál de los siguientes cursos desarrollo su idea de negocio.

Estructura Curricular por Competencias 2008 - 2012

a) Desarrollo de capacidades y emprendimiento (1er semestre)

Nombre de su idea de negocio: _____

b) Agronegocios (7mo semestre)

Nombre de su idea de negocio: _____

c) Taller de plan de negocios y empresariado (9no semestre)

Nombre de su idea de negocio: _____

d) Taller de simulacion de negocios (10mo semestre)

Nombre de su idea de negocio: _____

III. ADQUISICION DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

¿Cuál de las siguientes competencias emprendedoras creé usted que adquirió durante sus estudios en la escuela profesional de administración? Marcado múltiple

a) Conocimiento de sí mismo:

Autonomía Iniciativa Adaptación al cambio

b) Visión de futuro:

Identificación de oportunidades Capacidad para asumir riesgos

c) Motivación de logro:

Toma de decisiones Solución de problemas Creatividad

d) Planificación:

Gestión de la información Gestión y manejo de recursos

e) Persuasión

Trabajo en equipo Conformación de redes Liderazgo

¡Gracias por su participación!

ANEXO N° 2

NUMERO DE ALUMNOS DEL PRIMERO AL DECIMO SEMESTRE
CURRICULA 2008- 2012

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
OFICINA DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA
UN@P.NET2

RESUMEN DE MATRICULADOS POR SEMESTRE

[2017-SEMESTRE II]

SISTEMA CURRICULAR: FLEXIBLE

COD	ESCUELA PROFESIONAL	SS	S-01	S-02	S-03	S-04	S-05	S-06	S-07	S-08	S-09	S-10	S-11	S-12	S-13	S-14	T. Doc	T. Est	(*)
06	Ciencias Contables		105	101	123	93	68	84	91	99	71	110						945	SD
07	Administración		55	65	72	77	47	80	44	52	56	77						625	SD
TOTAL :		0	160	166	195	170	115	164	135	151	127	187	0	0	0	0	0	1570	

(*) Ratio Estudiante/Docente

ANEXO N° 3

CURSOS DE PRIMERO AL DECIMO SEMESTRE NUEVA CURRICULA

CIC	CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	N° DE HORAS			N° CRED	PRERREQUISITO
			HT	HP	TH		
I	CFM101	Matemática Básica	3	2	5	4	
	ADM102	Desarrollo de Capacidades y emprendimiento	3	2	5	4	
	HUM103	Seguridad y Defensa Nacional	2	2	4	3	
	ADM104	Teoría General de la Administración	4	2	6	5	
	ANT105	Antropología cultural	3	2	5	4	
	HUM106	Taller de Comprensión de textos académicos	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
II	CMF107	Matemática I	3	2	5	4	
	ADM108	Emprendedurismo	3	2	5	4	
	HUM109	Taller de Redacción de Textos Académicos	3	2	5	4	
	ADM110	Enfoque Operacional de la Administración	3	2	5	4	
	HUM111	Filosofía	3	2	5	4	
	HUM112	Taller de estrategias cognitivas para el Aprendizaje	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
III	CFM113	Matemática II	3	2	5	4	Matemática I
	EST114	Estadística	3	2	5	4	
	CON202	Contabilidad Empresarial	3	2	5	4	
	DER201	Modelo de Asociatividad y ley de sociedades	3	2	5	4	
	ADM203	Teoría del Marketing	3	2	5	4	
	ADM204	Teoría Organizacional	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
IV	ADM115	Matemática Financiera	3	2	5	4	Matemática II
	BIO116	Medio Ambiente y Desarrollo	3	2	5	4	

		Sostenible					
	ECO117	Microeconomía	3	2	5	4	
		Empresariales					
	DER206	Derecho Laboral	3	2	5	4	
	ADM207	Investigación de Mercados	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
V	ECO118	Macroeconomía	3	2	5	4	
	ADM208	Análisis de estados Financieros	3	2	5	4	
	ADM209	Sistemas Administrativos I	3	2	5	4	
	ADM210	Marketing estratégico	3	2	5	4	Investigación de Mercados
	ADM301	Selección del Talento Humano	3	2	5	4	
	ADM302	Diseño de Procesos Organizacionales	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
VI	DER211	Sistemas Administrativos II	3	2	5	4	Sistemas Administrativos I
	ADM303	Desarrollo del Talento Humano	3	2	5	4	Selección del Talento Humano
	ADM304	Administración logística	3	2	5	4	
	ADM305	Mercados e Instituciones Financieras	3	2	5	4	
	ADM306	Metodologías de Negocios	3	2	5	4	
	ADM307	Administración de Operaciones	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
VII	ADM212	Gestión Tributaria de la Empresa	3	2	5	4	
	ADM213	Comercio Internacional	3	2	5	4	
	ADM308	Auditoría Operativa	3	2	5	4	
	ADM309	Administración Financiera I	3	2	5	4	
	ADM310	Gestión de Procesos y Mejora Continua	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	

			18	12	30	24	
VIII	ADM214	Comercio Electrónico	3	2	5	4	
	ADM215	Epistemología de la Administración	3	2	5	4	
	ADM311	Negocios internacionales	3	2	5	4	
	ADM312	Administración Financiera II	3	2	5	4	Administración Financiera I
	ADM313	Modelos y Plan de Negocios	3	2	5	4	Metodologías de Negocios
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
IX	ADM119	Ética en los Negocios y Responsabilidad Social	3	2	5	4	
	ADM216	Administración de Proyectos	3	2	5	4	
	ADM217	Proyecto de Investigación	3	2	5	4	Epistemología de la Administración
	ADM401	Taller de Ventas y Publicidad	3	2	5	4	
	ADM402	Taller de riesgo y Toma de Decisiones	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
X	ADM218	Informe de Investigación	3	2	5	4	Proyecto de Investigación
	ADM403	Prácticas Pre Profesionales	3	2	5	4	
	ADM404	Taller de Emprendedurismo	3	2	5	4	
	HUM405	Inglés Técnico para Negocios	3	2	5	4	
	ADM406	Taller de Simulación de Negocios	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
ELECTIVOS							
VII	ADM314	Cadena de Distribución Logística	3	2	5	4	
	ADM315	Administración de Tiendas Minoristas	3	2	5	4	

	ADM316	Agronegocios	3	2	5	4	
VIII	ADM317	Banca y Seguros	3	2	5	4	
	ADM318	Gestión de Empresas de Servicios	3	2	5	4	
	ADM319	Gestión Municipal	3	2	5	4	
IX	ADM320	Microfinanzas	3	2	5	4	
	ADM321	Administración de Empresas Truchícolas	3	2	5	4	
	ADM322	Taller de Negocios Internacionales	3	2	5	4	
X	ADM323	Gestión Nacional y Regional	3	2	5	4	
	ADM324	Administración de Empresas Turísticas	3	2	5	4	
	ADM325	Administración de Actividades Extractivas	3	2	5	4	

ANEXO N° 4

CONCURSO 2017 SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACION Y CONSOLIDACION

De no cumplir estos puntos, serán descalificados.

PRE-INSCRIPCIÓN:

La preinscripción será desde el 16 de junio al 20 de octubre del 2017, para ello, los postulantes realizaran la preinscripción a través de nuestra plataforma web disponible de: vriunap.pe/proaocie y del programa de ideas de incubación de ideas de negocio de la FCCA -UNA - PUNO (<http://www.comptables.edu.pe>), en ella descargarán lo archivos (ficha de inscripción y modelo de negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindaran un resumen de su idea de negocio e indicaran el área de emprendimiento a la que corresponden. Los archivos diligenciado los remitirán al e-mail: incubafcca-unap@hotmail.com, del Programa de Ideas de Negocios FCCA UNA, comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico el día 22 de octubre del 2017. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: primer apellido (del líder) + más letra inicial de su primer nombre (líder) + nombre del formato.

Cronograma de actividades

EVENTOS	FECHAS
Pre-inscripción	16-junio al 20 octubre.
Capacitación modelo negocios y Lean Canvas	05 y 12 de octubre: 4pm FCCA
Notificación de pre-seleccionados	22 de octubre 2017
Inscripción y envío de documentos solicitados	23 al 24 de octubre 2017
Presentación y sustentación de Ideas de Negocios	26 y 27 de Octubre 2017. Comunicación de Resultados: 31 Oct.
Inducción y Capacitación	07 noviembre: 4pm en FCCA
Inicio pre-incubación	09 de noviembre
Evaluación de resultados pre-incubación	19 de diciembre
Evaluación resultado consolidación	10 de Mayo 2018

PREMIOS PARA LOS EQUIPOS EMPRENDEDORES

PU ESTO	Ingreso a PRIDIN	INGRE SO	PRE- INCUBA CION	CONSO LIDA CION	TOTAL
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
1ro.	SI	2 000	3 000	3 700	8 700
2do.	SI	1 400	2 000	2 700	6 100
3ro.	SI	700	1 200	1 700	3 600
4to.	SI	400	600	1 000	2 000
5to.	SI	200	300	500	1 000
6to. al 12o.	SI	-----	-----	-----	-----
				TOTAL	21 400



PRESENTACIÓN

"El Programa Incubación de Ideas de Negocios - UNA", de la Universidad Nacional del Altiplano (PRIDIN-UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del concurso "Selección de ideas de negocios para incubación y consolidación", con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

El programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA.

El PRIDIN-UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocio y proyectos con alto potencial innovador.

El programa de incubación de ideas de negocio-UNA está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de Pre-incubación y consolidación varía de 4 a 12 meses, la que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre-incubación y consolidación.

OBJETIVOS:

La presente convocatoria tiene como propósito, promover el espíritu emprendedor en los negocios

y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos o servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

REQUISITOS BÁSICOS DE LOS PARTICIPANTES:

Podrán presentarse equipos de no menos de 3 y no más de 5 participantes los cuales deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Personas entre 19 y 55 años.
- Estudiantes y/o egresados de la UNA, Puno y centros de educación superior del Perú o del extranjero.
- Contar con nacionalidad peruana.
- No contar con antecedentes policiales o penales.
- Los miembros del equipo, no deben tener registros negativos en las centrales de riesgo.
- Los participantes de cada equipo pueden constituirse como máximo de dos alumnos de la misma Escuela Profesional, es decir, pueden estar conformados por dos estudiantes de la misma escuela profesional y otros dos alumnos, de otra escuela profesional; más otro alumno de una tercera escuela profesional, para conformar el equipo de emprendedores.

- Los participantes de cada equipo no pueden pertenecer a más de un equipo a la vez. Cada equipo deberá de indicar un responsable, el cual será el representante ante el Programa de Incubación de la Idea de Negocio-UNA.

Para cualquier intercomunicación de las propuestas:

Para participar en el concurso, los interesados deberán presentar el modelo de negocios de una idea de negocios con potencial de innovación o propuesta de valor diferenciadora, ya sea que implique venta de bienes o la prestación de servicios.

Las ideas de negocio presentados, deben ser originales, con alto potencial de innovación y de alto impacto a la sociedad, respetando los derechos de autor y propiedad intelectual de terceros.

En ellos se debe aplicar de forma creativo el conocimiento, para el desarrollo de productos o servicios de valor agregado.

También se debe presentar idea de negocio para competir con las empresas en operación, pero que muestren los aspectos que la diferencian y le permitan tener viabilidad en el mercado.

ANEXO N° 5

PERFIL ACADÉMICO PROFESIONAL DE COMPETENCIAS DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACION

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

PERFIL ACADÉMICO PROFESIONAL DE COMPETENCIAS DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SABERES	DEL PROFESIONAL
Saber Ser	Fortalece su identidad personal y social. Cultiva su autoestima. Es coherente con principios éticos espirituales. Desarrolla y maneja su sensibilidad social
Saber Convivir	Brinda afecto, seguridad y confianza. Práctica la tolerancia y la búsqueda de consensos. Maneja relaciones humanas a diferentes niveles: interpersonal, interinstitucional y trabajo en equipo. Promueve relaciones humanizantes de género, familiares y comunitarias. Vive los valores religiosos de su propia confesión y respeta los de otras confesiones. Se identifica con su cultura y promueve valores patrióticos, la soberanía y defensa Nacional.
Saber Pensar	Domina conceptos y teorías, modelos, herramientas actualizadas, amplias y profundas en la disciplina de la ciencia de la administración Posee una cultura de calidad para el nivel de educación universitaria. Desarrolla los niveles del pensamiento lógico, sistémico, formal, holístico y del juicio moral de la ciencia de la administración Piensa en el entorno, sobre estrategias y toma de decisiones
Saber Hacer	Aplica teorías, enfoques y metodologías contemporáneas de las ciencias de la administración Utiliza técnicas de trabajo en equipo que faciliten la proactividad y liderazgo. Fomenta la identidad cultural de la población a través del uso de la lengua materna y de ésta y del desarrollo y difusión de los respectivos valores culturales Resuelve problemas organizacionales y de negocios Es creativo, innovador, investigador y efectivo en el desarrollo sostenible de la región andina amazónica

ANEXO N° 6

SILABO DEL CURSO DE DESARROLLO DE CAPACIDADES Y EMPRENDIMIENTO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 RECORRIDO
 No: 04 MAY 2017
 AP Negocio: Policia: Financ:

SILABO

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Identificación Académica

a) Denominación del componente Curricular:	Desarrollo de capacidades y emprendimiento
b) Código :	ADM 102
c) Prerrequisito :	Sin pre requisito
d) Número de horas :	Teóricas: 03 hrs Prácticas: 02hrs. Total: 05hrs
e) Créditos :	04 créditos
f) Año y semestre académico :	2017 Sem I Ciclo I-B
g) Duración e la asignatura :	Del 27 de marzo al 28 de julio de 2017
h) Área curricular :	Básica

1.2 Docente

a) Nombres y apellidos :	GEOVANNA SARELA ORTEGA CRUZ
b) Condición :	Contratada
c) Categoría :	Auxiliar
d) Especialidad que requiere el componente curricular :	Licenciada en Administración de Empresas
Formación (X):	Lic. Administración
Especialización (X):	Estrategias didácticas y planes de negocio (UP)

1.3 Ambiente donde se realiza el aprendizaje.

a) Aula N° 302

II. SUMILLA

Este componente curricular corresponde al área de Formación Básica, es de carácter teórico-práctico que busca desarrollar capacidades que coadyuve a una cultura emprendedora en los estudiantes mediante el desarrollo de actitudes, aptitudes y habilidades necesarias para fortalecer el potencial emprendedor de innovación, realización, planificación y relación social, para fortalecer el saber emprender en base al plan de vida e ideas de negocio.

Se pretende mostrar cuáles son los factores que motivan o delimitan el ingreso y avance de los futuros empresarios en el mundo de los negocios y lograr un lugar protagónico en la sociedad contemporánea. Asimismo, busca inculcar en el estudiante el espíritu emprendedor mediante el desarrollo del área motivacional en donde podrá identificar sus capacidades, actitudes y potencial emprendedor, ya sea para emprender un nuevo negocio o bien para trabajar como agente de cambio de su puesto de trabajo

El desarrollo del componente curricular está orientado por los siguientes contenidos-unidades:

- Desarrollo de capacidades emprendedoras
- Generación de la idea de negocio
- Modelaje del negocio

III. COMPETENCIA/ELEMENTO DE COMPETENCIA

- a) Capacidad creativa, crítica y autocrítica. Generar alternativas de emprendimiento en producción de bienes o servicios para dar respuesta a necesidades del entorno socio-cultural o científico.
- b) Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas: Identificar, plantear y resolver problemas considerando alternativas, basada en estrategias.
- c) Capacidad de trabajo en equipo: Demostrar integración y colaboración de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas u organizaciones.

ANEXO N° 7

SILABO DEL CURSO DE AGRONEGOCIOS

SÍLABO

Facultad : CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
Escuela Profesional : ADMINISTRACION

I. IDENTIFICACIÓN ACADÉMICA

1.1. **Asignatura:**

a. NOMBRE : AGRONEGOCIOS
b. CÓDIGO : 04 – 035
c. PRERREQUISITO : Sin Requerimientos
d. NÚMERO DE HORAS : Teóricas: 3, Practicas: 2, Total: 5
e. CRÉDITOS : 4.00
f. AÑO : 2017
g. SEMESTRE ACADÉMICO : VII Semestre
h. DURACIÓN DE LA ASIGNATURA: Del 27 de marzo al 27 de julio del 2017
i. ÁREA CURRICULAR : Complementaria

1.2. **Docente:**

a. Nombres y Apellidos : Veronica Greis Andía Flores
b. Condición y categoría : (Contratado)
c. Especialidad : (Licenciado en Administración. Especialidad Desarrollo Económico Local, CEFE)

1.3. Ambiente donde se realiza el aprendizaje: CC -224

II. SUMILLA Y CONTENIDOS TRANSVERSALES

A. SUMILLA:

La evolución de los mercados han dado como resultado una corriente de revaloración por productos naturales, ecológicos, orgánicos en este entender el curso busca integrar el conocimiento teórico administrativo con la vocación productiva de nuestra Región de manera que el alumno adquiera una visión global y real de los negocios en un contexto agrícola y pecuario, expresado en habilidades y actitudes de planificación, organización y dirección a nivel técnico productivo y de gestión, bajo un enfoque de desarrollo económico local sostenible, amplio respeto por la cultura prevalente, idiosincrasia y costumbres locales con un carácter propositivo innovador que responda ante las tendencias del mercado nacional e internacional y sus condiciones particulares de demanda bajo paradigmas de competitividad y sustentabilidad.

B. CONTENIDOS TRANSVERSALES:

- Reactivación de las relaciones de más cuidado entre los seres humanos y el mundo natural.
- Facilitar la exploración creativa de formas de desarrollo más ambientales y socialmente responsables.
- Desarrollo humano y medio ambiente
- Resolución de tareas desde el ámbito meta cognitivo (control y evolución de su aprendizaje).

III. COMPETENCIA

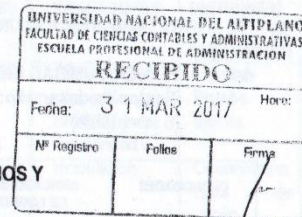
Reconoce e identifica la vocación productiva de su territorio, a través de un análisis de la línea del tiempo logrando determinar aquellas actividades económicas agrícolas o pecuarias que presentan mayor potencial de desarrollo. Analiza el entorno exógeno e identifica fuentes o nichos de mercado amplios, rentables y sostenibles en los cuales generar una demanda respecto a la idea de negocio en desarrollo. Logra la innovación de productos tradicionales a un estadio de transformación idónea para cubrir las demandas competitivas del mercado.

ANEXO N° 8

SILABO DEL CURSO DE PLAN DE NEGOCIOS Y EMPRESARIADO

S I L A B O

FACULTAD : CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL : ADMINISTRACION



I. IDENTIFICACIÓN ACADÉMICA

1.1. Asignatura:

- a. Nombre : TALLER DE PLAN DE NEGOCIOS Y EMPRESARIADO
- b. Código : 9.50
- c. Pre requisito : Sin Pre requisito
- d. N° de horas : T=2, P=4 ; Total= 6 horas
- e. Créditos : 4
- f. Año Académico : 2017-I
- g. Semestre Académico : IX Semestre
- h. Área curricular : Promoción y Gestión de Empresas
- i. Duración : Del 27 de Marzo al 27 de Julio 2017

1.2 Docente.

- Nombres y apellidos : M.Sc. PAULA ANDREA AROHUANCA P.
- Condición : Nombrada
- Categoría : Auxiliar a tiempo completo
- Especialidad/experiencia : Planes de negocio y estrategias didácticas, proyectos de preinversión para el desarrollo. Metodología GIN ISUN MESUN(OIT)- PACA.

1.3 Ambiente donde se realiza el aprendizaje.

- a) Aula N° CA - 302

II. SUMILLA Y CONTENIDOS TRANSVERSALES

a) SUMILLA

El curso de taller de planes de negocios y empresariado, es de carácter principalmente práctico, se destaca por tener un carácter integrador. Para ello se utilizarán los conocimientos adquiridos por los estudiantes a lo largo de los diferentes ciclos académicos de modo que sean aplicados al estudio minucioso de generación de ideas de negocios, integrando los planes tanto estratégico, mercadológico, operativo, de recursos humanos, financiero; aspectos que constituyen pilares del plan de negocio. Al finalizar el curso el estudiante habrá elaborado un trabajo académico que refleje sus conocimientos de administración y la integración de esta con los negocios. Para ello será capaz de elaborar, en equipo, un análisis exhaustivo de la realidad empresarial de un determinado sector y un plan de negocios eficaz que resolverá una problemática empresarial, significará el aprovechamiento de oportunidades de negocio específica.

b) CONTENIDOS TRANSVERSALES

- Formación ética y de compromiso social
- Cultura andina e integración regional
- Desarrollo de una cultura de comunicación e información.