



VICERRECTORÍA ACADÉMICA

ESCUELA DE POSGRADO

TESIS:

PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ESCUELA
PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE
LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL TARAPOTO, 2016

PRESENTADA POR:

Bach. JENSEN AUSBERTO HEREDIA BACA

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Tarapoto – Perú

2019



VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ESCUELA DE POSGRADO

TESIS:

PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ESCUELA
PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE
LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL TARAPOTO, 2016.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Fortalecimiento de la formación técnico- profesional en conexión al trabajo y el
crecimiento socioeconómico

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Asesor:

Mg. Ynés Torres Flores
Mg. Tomas Antonio Ríos Trigoso

DEDICATORIA

A Angélica Mercedes, quien vive en mi corazón y es parte de mis alegrías, a Angélica y Ausberto, mis padres; a Rodismery, Adela y Maribel, mis hermanas; todos ellos parte de mi vida y están pendientes de mi andar.

Jensen Ausberto

AGRADECIMIENTO

A Dios, eternamente agradecido por todo y por siempre.

A mis Asesores Mg. Ynés Torres Flores y Mg. Tomas Antonio Ríos Trigos por su apoyo incondicional.

El Autor

RECONOCIMIENTO

A mi familia, compañeros de trabajo y amigos, quienes me motivaron a seguir adelante con mi trabajo de investigación durante este año de ejecución, agradecer por su apoyo desinteresado.

Al Director de la Universidad Alas Peruanas filial Tarapoto, docentes y estudiantes de la Escuela de Ciencias Contables y Administración, por brindarme las facilidades y apoyo en la ejecución de la presente investigación.

El Autor

ÍNDICE

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Reconocimiento.....	v
Índice.....	vi
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Gráficos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xv
Introducción.....	xvii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	16
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.2.1. Delimitación espacial	19
1.2.2. Delimitación social	19
1.2.3. Delimitación temporal	19
1.2.4. Delimitación conceptual	19
1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.3.1. Problema Principal	19
1.3.2. Problemas Específicos	20
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.4.1. Objetivo General	20
1.4.2. Objetivos Específicos	20
1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.5.1. Justificación	21
1.5.2. Importancia	21
1.6. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.7. LIMITACIONES DE ESTUDIO	22

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	23
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	23
2.1.1. Antecedentes Internacionales	23
2.1.2. Antecedentes Nacionales	27
2.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	31
2.2.1. Evolución de la palabra emprendimiento	31
2.2.2. Perspectiva del emprendimiento	35
2.2.3. Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica	36
2.2.3.1. Motivaciones como base para emprender	37
2.2.3.2. Emprendimiento y Educación	38
2.2.3.3. Preguntas básicas de la formación para el emprendimiento	38
2.2.3.4. ¿A que grupos se dirige la formación?	39
2.2.3.5. ¿Cuáles deben ser los contenidos?	39
2.2.3.6. ¿Quién debe enseñarlo?	40
2.2.3.7. ¿Cómo debe enseñarse?	41
2.2.4. MER: Modelo de Emprendimiento en Red	41
2.2.5. El Emprendimiento y su dimensión	45
2.2.6. Educación en emprendimiento	46
2.2.7. Sobre la enseñabilidad del emprendimiento	48
2.2.8. El docente como ciudadano emprendedor en la sociedad del conocimiento	51
2.2.9. ¿Qué es el espíritu emprendedor?	56
2.2.10. Fomentar los comportamientos de un/a emprendedor/a	57
2.2.11. La mentalidad emprendedora	58
2.2.12. Creatividad	59
2.2.13. Emprendedurismo	60
2.2.14. ¿Qué es lo que hace a las personas exitosas?	61
2.2.15. Emprendedor/a	63
2.2.16. ¿El/la emprendedor/a nace o se hace?	63
2.2.17. Tipos de emprendedores	63
2.2.18. Las características emprendedoras personales (CEP's)	64

2.2.19. Buscar oportunidades y tener iniciativa	64
2.2.20. Competencias emprendedoras para la formación de emprendedores (CEFE)	71
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	74
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	77
3.1. HIPÓTESIS GENERAL	77
3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	77
3.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	77
3.4. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	78
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	79
4.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	79
4.1.1. Tipo de Investigación	79
4.1.2. Nivel de Investigación	80
4.2. MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	80
4.2.1. Método de la Investigación	80
4.2.2. Diseño de la Investigación	81
4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	81
4.3.1. Población	81
4.3.2. Muestra	81
4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS	82
4.4.1. Técnicas	82
4.4.2. Instrumentos	82
4.4.3. Validez y confiabilidad	85
4.4.4. Plan de análisis de datos	85
4.4.5. Ética en la investigación	85
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	87
5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO	100
Prueba de Hipótesis	100

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	101
CONCLUSIONES.....	104
RECOMENDACIONES.....	106
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	108
ANEXOS.....	113

Anexo 01:	Operacionalización de variables
Anexo 02:	Matriz de Consistencia
Anexo 03:	Matriz de elaboración del instrumento
Anexo 04:	Cuestionario: Características Emprendedoras Personales según la metodología CEFE
Anexo 05:	Consentimiento informado
Anexo 06:	Propuesta para desarrollar características de emprendimiento empresarial personal
Anexo 07:	Cuestionario de validación de la propuesta para desarrollar características de emprendimiento empresarial personal
Anexo 08:	Base de datos
Anexo 09:	Autorización de la Institución donde se desarrolló la investigación
Anexo 10:	Declaración Jurada de Autoría

ÍNDICE DE TABLAS

N°	Título	N° Pág.
Tabla 01:	Características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.....	87
Tabla 02:	Características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.....	90
Tabla 03:	Características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto.....	93
Tabla 04:	Consolidado de las características emprendedoras personales por dimensiones, de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto.....	97
Tabla 05:	Chi cuadrado.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Título	N° Pág.
Gráfico 01:	Características emprendedoras personales, dimensión social por indicador, según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.....	88
Gráfico 02:	Características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.....	89
Gráfico 03:	Características emprendedoras personales, dimensión política por indicador, según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.....	91
Gráfico 04:	Características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.....	91
Gráfico 05:	Características emprendedoras personales, dimensión empresarial por indicaciones, según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto.....	94

Gráfico 06: Características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto.....	95
Gráfico 07: Consolidado de las características emprendedoras personales por dimensiones, de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto.....	98
Gráfico 08: Consolidado de las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto.....	99

RESUMEN

Con la presente investigación se pretende dar una propuesta para desarrollar las características de emprendimiento empresarial a los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, teniendo como base las competencias emprendedoras para la formación de emprendedores (CEFE), para ello se inicia realizando el diagnóstico en la presente investigación, que responde a la siguiente pregunta:

¿Existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?

Objetivo: Determinar si existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Metodología usada en la investigación: investigación fue básica y sustantiva, cuantitativa, descriptiva propositiva, con recolección transversal de datos.

Resultados: Las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto, según dimensión:

En la Dimensión Social, el 38.01% son buenos los hombres y el 36.84% son buenas las mujeres.

En la Dimensión Política, el 35.09% son buenos los hombres y el 25.44% son buenas las mujeres

En la Dimensión Empresarial, el 22.81% son regulares los hombres y el 21.40% son buenas las mujeres

Conclusiones: Las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras

de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto, 2016; las mujeres son buenas (26.84%) y los hombres son buenos (26.14%).

No existe relación entre las características emprendedoras personales y el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016

Por lo tanto, la propuesta metodología CEFE impulsa la sostenibilidad de los proyectos a través de mejorar las competencias empresariales de los estudiantes cumpliendo el ciclo de Experimentar, Publicar, Procesar, Generalizar y Aplicar.

Palabra claves: Propuesta metodológica CEFE, características emprendedoras personales, emprendimiento empresarial.

ABSTRACT

This research is intended to give a proposal to develop entrepreneurial characteristics to students of the Professional School of Accounting and Financial Sciences of the Universidad Alas Peruanas [subsidiary Tarapoto, Based on entrepreneurial skills for the training of entrepreneurs (CEFE), to this end we begin by making the diagnosis in this research, which answers the following question:

Is there a difference between the personal entrepreneurial characteristics according to the sex of the students of the Professional School of Accounting and Financial Sciences of the Universidad Alas Peruanas, subsidiary Tarapoto, 2016?

Objective: To determine if there is a difference between the personal entrepreneurial characteristics according to the sex of the students of the Professional School of Accounting and Financial Sciences of the Universidad Alas Peruanas, branch Tarapoto, 2016

Methodology used in research: research was basic and substantive, quantitative, descriptive propositive, with cross-sectional data collection.

Results: The personal entrepreneurial characteristics of the students of the Professional School of Accounting and Financial Sciences of the Universidad Alas Peruanas. Branch Tarapoto, according to dimension:

In the Social Dimension, 38.01% are good men and 36.84% are good women.

In the Political Dimension, 35.09% are good men and 25.44% are good women.

In the Business Dimension, 22.81% are regular men and 21.40% are good women.

Conclusions: Personal entrepreneurial characteristics according to the sex of the students of the Professional School of Accounting and Financial Sciences of

the Universidad Alas Peruanas. Branch Tarapoto, 2016; women are good (26.84%) and men are good (26.14%).

There is no relationship between the personal entrepreneurial characteristics and the sex of the students of the Professional School of Accounting and Financial Sciences of the Universidad Alas Peruanas, subsidiary Tarapoto, 2016.

Therefore, the proposed CEFE methodology promotes the sustainability of the projects by improving the entrepreneurial skills of the students fulfilling the cycle of Experiment, Publish, Process, Generalize and Apply.

Keyword: CEFE methodological proposal, personal entrepreneurial characteristics, entrepreneurial entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento a través de la historia se ha manifestado como un proceso evolutivo en donde confluyen un sinnúmero de factores sociales, económicos y culturales, dicho proceso ha sido de vital importancia para la creación de proyectos que fundamentan el desarrollo económico social de una sociedad.

En el Perú en la última década ha venido incrementándose la necesidad de aplicar el emprendimiento, si bien inicialmente se consideró en el aspecto de los negocios; el mismo se ha ampliado a las actividades académicas, ya que se han verificado interesantes propuestas desde el nivel universitario.

Al respecto, Quintero (2007), señala que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. Conocer y desarrollar el emprendimiento académico de los estudiantes es muy importante para la formación profesional de estudiantes de la escuela profesional de ciencias contables y financieras de una universidad pública. Para ello, el objetivo de esta investigación es: diseñar una propuesta que permita desarrollar las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto 2016.

El estudio está dividido en 5 capítulos; Capítulo I: El planteamiento del problema, en el que se describe la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos, la justificación y las limitaciones de la investigación; Capítulo II: Marco teórico, en el cual se expone los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y la definición de términos básicos; Capítulo III: Hipótesis y variables de investigación, donde se encuentra la formulación de la hipótesis principal, así como las variables, dimensiones, indicadores y las definiciones conceptual y operacional; Capítulo IV: Metodología, el diseño metodológico y muestral, las

técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, las técnicas de procedimiento y análisis de la información así como los aspectos éticos contemplados; Capítulo V: Resultados donde se presenta el análisis descriptivo así como la comprobación de hipótesis de la investigación, presentado en tablas y/o gráficos; Capítulo VI: discusión de resultados, donde forman parte la comparación de los resultados con las de otros trabajos de investigación, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y finalmente los anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Según el Índice Global de Emprendimiento 2018, la calidad del ecosistema emprendedor latinoamericano está mejorando, sin embargo, los países todavía presentan niveles muy dispares de crecimiento. Con un 59%, Chile supera al resto de la región, seguido por Colombia con un 38%, continuando con Perú, México y Argentina muy parejos con un 28%, 26% y 24% respectivamente (La voz de los emprendedores, 2018).

Ante esto la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA) ha identificado que dentro de las principales problemáticas a las que se enfrentan los emprendedores latinoamericanos están:

“El bajo acceso a financiamiento, donde menos de un 20% de las pymes puede acceder al sistema financiero, sin considerar a las microempresas, cuyo acceso es prácticamente cero”.

“A lo anterior se suma un sistema desigual donde los más chicos deben acceder a tasas de interés 5 ó 6 veces más altas que las empresas grandes, o se ven obligados a recibir pagos a 90 ó 120 días siendo proveedores del Estado o de grandes compañías”.

Por lo tanto, el ecosistema de emprendimiento se ve dañado, limitando las oportunidades de crecimiento e internacionalización, y provocando que las pymes no se mantengan sanas” (Swett J, 2018, p.1)

Investigaciones de Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales (2017), en el reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el Perú continúa siendo uno de los países más emprendedores de la región y se encuentra entre los primeros cuatro con mayor actividad emprendedora dentro del grupo de las economías basadas en eficiencia. En el GEM 2016 – 2017 el índice de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)¹ para esta edición alcanzó un valor de 25.1%; dicho índice permite al Perú ocupar el cuarto lugar como país con mayor actividad emprendedora en el grupo de economías basadas en eficiencia. Dentro de este grupo también se encuentran Ecuador (31.8%), Belice (28.8%), Colombia (27.4%) y Chile (24.2%). A nivel global, la economía peruana ocupa la sexta posición.

En cuanto a la motivación para emprender, se observa que el 68.6% de los emprendimientos en etapa temprana es el resultado del aprovechamiento de oportunidades, mientras que el 12.8% lo es por necesidad. La evolución de estos indicadores para el caso peruano permite identificar que la naturaleza del emprendimiento está cambiando de manera sostenida, en favor del aprovechamiento de oportunidades.

Por otra parte, el número de jóvenes egresados de la educación superior inadecuadamente empleados o subempleados ha crecido en los últimos años, muchos de ellos optaron por el autoempleo al constatar que podían obtener

¹ Mide las iniciativas empresariales que recién comienzan hasta un periodo de 3-5 años, y que sean originadas por personas que se encuentren entre los 18 y 64 años

mayores ingresos trabajando por su cuenta. Es ahí donde las principales ciudades del país presentan oportunidades únicas para desarrollar actividades económicas rentables en el tiempo.

Los ciudadanos de hoy son protagonistas del cambio profundo en el país: introducción de nuevas tecnologías, desarrollo económico focalizado en regiones y sectores, reformas e innovaciones basadas en necesidades de larga data, sobre todo en educación, salud, infraestructura, entre otro. Esta situación requiere de ciudadanos emprendedores. Esta capacidad de crear algo nuevo, puede definirse como: “toda acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un determinado fin” (Instituto Peruano de Acción Empresarial , 2011, p. 9)

Los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, a través de su formación fortalecen sus capacidades en emprendurismo permanentemente sin embargo muchos de ellos se quedan en la teoría y no lo ejecutan en la práctica diaria, por que posiblemente los metodos de enseñanza aprendizaje adoptados por los docentes carecen de impacto en el alumno por lo cual los desmotivan para ejercer el emprendurismo, sin embargo es importante resaltar que existen multiples convocatorias promovidas por el estado y la universidad que no son aprovechadas por los estudiantes lo que limita su aprendizaje y desarrollo profesional.

En la región San Martín se impulsa el emprendimiento empresarial a través de programas del Gobierno Regional o Gobierno Nacional o las financiadas por FONDOEMPLEO; sin embargo, estas oportunidades se pierden por que los estudiantes se asustan de los procedimientos a seguir y poco o nada es aprovechada esta oportunidad por los alumnos universitarios.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Delimitación Espacial

El estudio se realizó en la región San Martín, provincia de San Martín, distrito de Tarapoto, Universidad Alas Peruanas filial Tarapoto.

1.2.2. Delimitación Social

La investigación se realizó a estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.

1.2.3. Delimitación Temporal

El estudio se realizó entre los meses de enero a diciembre del año 2016.

1.2.4. Delimitación Conceptual

Se trabajó con estudios que abarcan el tema de emprendimiento empresarial personal.

1.3. PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema Principal

Con la presente investigación se pretende dar una propuesta para desarrollar las características de emprendimiento empresarial a los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, teniendo como base las competencias emprendedoras para la formación de emprendedores (CEFE), para ello se inicia realizando el diagnostico en la presente investigación, que responde a la siguiente pregunta:

¿Existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Cuáles son las características emprendedoras personales dimensión social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?
- ¿Cuáles son las características emprendedoras personales dimensión política de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?
- ¿Cuáles son las características emprendedoras personales dimensión Empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar si existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

- Identificar las características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.
- Identificar las características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Justificación

El emprendedor al ser una persona que identifica problemas encuentra la oportunidad de iniciar proyectos de negocios, para ello debe desarrollar características que se vuelvan herramientas y les permitan el logro de sus iniciativas, a ello se suma la existencia de un sistema tan competitivo en el ambiente laboral y al tener poca o ninguna experiencia al culminar su carrera universitaria se vuelve más difícil encontrar trabajo en las empresas del sector, por ello la importancia de formar profesionales con visión empresarial, con un modelo educativo adecuado se puede pasar de tener emprendedores potenciales en las aulas a emprendedores activos al culminar la carrera universitaria.

1.5.2. Importancia

La investigación es importante por las siguientes razones:

Socioeconómica: promover el emprendimiento empresarial en los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.

Relevancia social: valorar las características emprendedoras de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, permitirá identificar los puntos de mejora para promover el emprendimiento.

Implicaciones prácticas: se presenta una propuesta que vaya acorde a las necesidades de los jóvenes universitarios en los que puedan desarrollar características emprendedoras personales.

1.6. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El tema de investigación a estudiar cuenta con el suficiente acceso a la información primaria tanto en internet, revistas, libros, etc. El estudio se realizará en los estudiantes de la escuela profesional de ciencias contables y financieras de la Universidad Alas Peruana – Filial Tarapoto, que según datos arrojados de la muestra consta de 57 alumnos, la ejecución de esta investigación no alterará ni causará ningún daño a un individuo, comunidad, ni ambiente, más bien tiene la finalidad de dar una propuesta de emprendimiento en base a las características de emprendimiento de sus estudiantes.

1.7. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Los estudiantes al ser evaluados pueden estudiar sus respuestas y por ello tener variación al momento de determinar sus características emprendedoras.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedentes Internacionales

García García, V.D. (2015) en su Tesis de Maestría: *Emprendimiento Empresarial Juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. México.

Conclusiones:

Las y los jóvenes estudiantes universitarios,

- Las principales problemáticas que enfrentan: 1) las adicciones, 2) la falta de empleo decente, 3) la inseguridad y la delincuencia.
- No existe una cultura empresarial juvenil en México.
- Lo más importante al momento de iniciar un emprendimiento empresarial es contar con desarrollo de competencias, habilidades académicas, sociales y emocionales del sujeto emprendedor.
- La etapa de la juventud (24 a 27 años) es la más propicia para iniciar emprendimientos empresariales.
- El 90% en un futuro inmediato tiene pensado iniciar un emprendimiento empresarial.
- Refieren que el recurso económico es prioritario para iniciar un negocio.
- 6 de cada 10 indican que el gobierno no impulsa el emprendimiento empresarial en jóvenes.

- 8 de cada 10 indican que la universidad impulsa el emprendimiento empresarial juvenil.

Bravo García (2012), en su Tesis Doctoral: *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales*. España.

Concluye:

Existen diferentes formas de impulsar el emprendimiento empresarial, una de ellas son las incubadoras empresariales; las incubadoras de empresas surgen en la década de los 70's del pasado siglo, con la creación de los primeros programas formales de incubación. Desde entonces han sido utilizadas como una herramienta de desarrollo económico tanto en países desarrollados como en vía de desarrollo. Aunque no se conocen cifras exactas, se estima que en el mundo existen aproximadamente 4000 incubadoras clasificadas en mixtas, manufactureras, tecnológicas, de servicio y microempresariales.

Peñaherrera León y et al (2012), en su Artículo Científico: *La Creatividad y el Emprendimiento en tiempos de Crisis*. México.

Concluye:

La formación del espíritu emprendedor en los centros de formación en los diferentes niveles, se basa en el desarrollo de habilidades creativas y se apoya económicamente e institucionalmente la actividad investigadora del aprendizaje como eje transversal de la educación. La combinación de las estrategias educativas y el potencial de la investigación científica pueden generar nuevas habilidades profesionales y empresariales mediante el desarrollo de competencias emprendedoras. Para reforzar el papel de la formación en la creación de una cultura más creativa y emprendedora en los países, se están trabajando nuevos marcos educativos de acción integrados como es el caso del Espacio Europeo de Educación Superior, que se creen un sistema de formación y apoyo docente e institucional para que puedan transmitir al alumnado estas habilidades. También en este plano es importante fomentar la participación de agentes sociales y empresas y estimular las competencias empresariales en la formación. El empresario explota negocios, oportunidades y mercados ya conocidos que le brindan cierta seguridad sobre el riesgo económico que asume

y en muchos casos su principal rol en la empresa es ser capitalista de la misma delegando el mando administrativo y del sistema productivo en subordinados, estructuras y procesos, mientras el entrepreneurship tiene una aguda sensibilidad económica para identificar oportunidades nuevas de mercado, buscando atender al consumidor en sus deseos de nuevos productos y/o servicios como el satisfacer su realización personal y profesional y en muchos casos cumpliendo varias tareas administrativas y de producción a la vez, dentro de la empresa. Para un Entrepreneurship, un buen negocio es aquel que satisface al consumidor y también a él mismo.

Lanero y et al (2011), en su Artículo: *Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios. Implicaciones para el diseño de programas académicos*. España.

Concluye:

El trabajo presentado ha perseguido el objetivo de validar un modelo de variables sociocognitivas aplicado al estudio de la conducta emprendedora de los estudiantes universitarios, esto ha permitido confirmar una estructura de constructos bastante próxima a la esperada, en torno a las dimensiones de autoeficacia emprendedora, expectativas de resultados extrínsecos e intrínsecos, intereses emprendedores y elección de carrera emprendedora. A partir de dicha estructura de componentes, el perfil emprendedor del alumnado de la Universidad de León analizada apareció caracterizado por elevadas expectativas de resultados positivos en la creación de empresas, moderados intereses y percepciones de competencia para el desempeño de tal actividad, y considerablemente bajas propensiones a corto plazo hacia la elección de carreras emprendedoras...Los resultados del estudio también sugieren importantes diferencias en el perfil sociocognitivo de estudiantes de distintas ramas científicas, de forma que los alumnos de ramas Sociales y Técnicas parecen ser partícipes de un mayor sentido de competencia para emprender, atribuyen consecuencias extrínsecas más positivas, y muestran una mayor propensión al autoempleo que sus iguales de ramas Experimentales, de la Salud y Humanidades.

Fuentes y et al (2010), en su Artículo: *Análisis del Perfil Emprendedor: una perspectiva de género*. España.

Concluye:

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una menor iniciativa emprendedora en las intenciones de las mujeres, que además consideran en mayor medida el temor al fracaso como un obstáculo a la hora de pensar en la creación de una empresa propia. También son distintos los atributos asociados a una mayor probabilidad de acometer este tipo de proyecto en el futuro. Así, si para las mujeres destaca la iniciativa, la creatividad y la autoconfianza como aspectos asociados al emprendimiento, para los varones, en cambio, se relaciona con características como el deseo de enfrentarse a nuevos retos o el entusiasmo ante los proyectos. Ello se explica en gran medida por el distinto papel social que nuestra cultura atribuye al varón y a la mujer, sus distintos roles en la célula social básica, la familia, influyen inevitablemente en sus ambiciones personales, en su propensión a aceptar retos, etc. Opinamos que los programas de fomento de la actividad emprendedora deben tener en cuenta las diferencias de percepción y de cultura emprendedora entre géneros. A modo de ejemplo, sería necesario trabajar en la reducción del temor al fracaso empresarial entre las mujeres, por lo que sería recomendable la promoción en todos los estamentos educativos, inclusive desde los primeros niveles formativos, de la figura del emprendedor, incrementando la proyección y el prestigio de esta figura y buscando modelos de empresaria femenina que sirva como referente a este colectivo, aspectos que se echan en falta desde los círculos de empresarias en la actualidad. Pensamos que cualquier programa de apoyo a la actividad emprendedora femenina debería también de diferenciar las diferentes etapas de su vida laboral y personal (edad juvenil-reproductiva-postreproductiva, estabilidad familiar, etc.) y ha de contar necesariamente con una evaluación de su efecto a corto y medio plazo para controlar la eficacia del mismo y desembocar en las actuaciones futuras pertinentes.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Delgado Caramutti, A.M. y et al (2017) en su Tesis: *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán*. Pimentel.

Conclusiones:

- Dimensión interpersonal: la mayoría de los encuestados tienen al menos una relación indirecta con emprendimiento.
- Dimensión sistémica de las competencias emprendedoras, en el plan de estudio existe 2 cursos sobre emprendimiento, resultando un punto crítico para desarrollar una cultura emprendedora.
- El 81.1% de los alumnos tienen una alta percepción de sí mismos como emprendedores, se consideran innovadores, creativos, entusiastas, etc.
- Las mujeres consideran tener una alta influencia del docente en el tema de emprendimiento.
- Se plateó un programa de capacitación empresarial que permita mejorar el desarrollo de las competencias de emprendimiento en los estudiantes.

Benavides y et al (2015), en su Tesis: *Emprendimiento y Perfil del Emprendedor en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2014-2015*.

Concluye:

Concluimos que, en cuanto a la situación actual del emprendimiento en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, las expectativas laborales de los alumnos están centradas en el campo laboral dependiente representado por un 60%, mientras que el 40% de los estudiantes tiene la expectativa de emprender un negocio propio, esto se explica principalmente, porque en las economías con mayores ingresos per cápita hay más oportunidades de conseguir empleo y, por ende, los emprendimientos tienden a disminuir, por ello las instituciones que se encuentran desarrollando programas de fomento emprendedor deben apoyar en este sentido a desarrollar emprendimientos, así mismo los eventos académicos extracurriculares deben motivar a los estudiantes a desarrollar nuevos emprendimientos e incrementar el porcentaje de titulados

bajo la modalidad de caso empresarial es por esta razón que los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas aún tienen un perfil emprendedor medio, con un promedio de 17.14 y 16.93 puntos para las mujeres y varones respectivamente, caracterizado por buscar oportunidades, tener iniciativa, fijar metas y también correr riesgos (p. 121).

Mejía (2015), en su Tesis: *Actitud Emprendedora de los egresados de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*.

Concluye:

Los egresados la Carrera de Administración de la USAT obtuvieron una formación académica a nivel teórico, más no práctico, lo cual dificultó que el egresado se encuentre mejor preparado en este mundo competitivo. Los egresados Independientes a diferencia de los egresados Dependientes, llevaron a la práctica la enseñanza adquirida en la universidad con visión a un futuro prometedor, con deseos de emprender y tener una empresa propia. Sin embargo, los egresados dependientes lo llevaron a la práctica, pero de manera limitada, adquiriendo los conocimientos, plasmándolas en las labores diarias de sus trabajos de manera eficiente como funciones establecidas, mas no ampliando sus conocimientos panorámicamente y de manera emprendedora. Los egresados Independientes como los egresados dependientes, poseen capacidades de iniciativa y predisposición a las actividades que realizan; los egresados independientes decidieron crear sus empresas y ser emprendedores, por otro lado, los egresados dependientes desarrollaron sus capacidades a las labores encomendadas en sus trabajos. Las capacidades de los egresados dependientes en el trabajo como empleados, limitan su potencial y deseos de superación para generar ideas innovadoras, por el hecho de obtener solamente un empleo y ser remunerado por ello. Los egresados independientes y los egresados dependientes poseen habilidades, desarrollándolas de manera satisfactoria en sus respectivos entornos, pero los egresados independientes poseen un espíritu emprendedor de superación en todo momento con una gran motivación de seguir creciendo como emprendedores, a diferencia de los egresados dependientes, que tienen los deseos de seguir creciendo, pero no lo

concretan totalmente. Los egresados independientes a diferencia de los egresados dependientes poseen un nivel de compromiso y un espíritu emprendedor en lo que realizan ya sea crear una empresa. Los egresados independientes, algunos de ellos con un nivel alto de dedicación, esfuerzo, sacrificio, etc. apreciaron la importancia de mantener una empresa a flote de otros que se confiaron, cometiendo errores y asumiendo una baja dedicación, esfuerzo, sacrificio, etc., en sus empresas al extremo de cerrarlas (p. 45-46).

Ortíz (2015), en su Tesis: *Educación Universitaria y el Emprendimiento Empresarial en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015.*

Concluye:

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. Según dimensiones de la investigación los resultados muestran que 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 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. En relación entre la variable educación universitaria y emprendimiento empresarial 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 (p. 93-94).

Bouby Tolentino, F. (2014), en su Artículo: *Fomento del Emprendimiento Empresarial y Formación Profesional Universitaria: Centro de Emprendimiento en la FCA*, Lima.

Concluye:

- La tercera misión de la universidad es establecer fundamentos teóricos de educación empresarial emprendedora.
- Para nuestras universidades el fomento de la educación emprendedora es nuevo.
- Es necesario implementar una política educativa de Estado, que incentive la incorporación de programas académicos en educación superior.
- Desde la universidad generar un modelo de promoción de empresarios innovadores, basado en el desarrollo de competencias personales y competencias de conocimiento y teniendo como objetivo generar un empresario emprendedor integrado al contexto empresarial.
- Se plantea la necesidad de crear un Centro de Emprendimiento en la Facultad de Ciencias Administrativas, con la finalidad de contribuir a la formación de una cultura organizacional emprendedora.

Julca, E. (2011), en su Tesis de Doctorado: *Evaluación de Factores Básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de Turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres*, Lima-Perú.

Concluye:

La universidad latinoamericana conceptualizada desde una perspectiva constitutiva y funcional, presentan dos escenarios bien definidos y contradictorios entre sí. El primero conceptualiza a la universidad desde una perspectiva de mercado, poniendo énfasis en la formación para cubrir las demandas de profesionales dentro de un mercado consumista; mientras que el segundo, pone énfasis en la formación para el desarrollo del país, a tal punto

que se puede asignar a la universidad la función de asesora del sistema en función a las políticas de desarrollo que de manera libre y soberana debería adoptar cada nación. En síntesis, las dos concepciones de universidad que coexisten en el ámbito peruano y latinoamericano son:

- La universidad es una institución de educación superior que forma profesionales para contribuir con el desarrollo económico del país y en función a las solicitudes del mercado globalizado.
- La Universidad es una institución que imparte simultáneamente, conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos e ideología a favor o en contra del sistema; en una búsqueda constante de contribuir con el desarrollo social, económico y político de la nación, es decir, el desarrollo integral; pero, cuando imparte ideología en contra del sistema, esta es intervenida por el Estado, o desprestigiado por los medios de comunicación (p. 210-211).

2.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

2.2.1. Evolución de la palabra emprendimiento

La palabra *entrepreneur*, deriva del término francés que significa estar listo a la toma de decisiones o iniciar algo. Verin (citado en Rodríguez, 2009) muestra que a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba al emprendedor como al arquitecto o maestro de obra de edificios y casas. Dicho concepto se relaciona al término de empresa que se identifica con una actividad económica particular ya que se requiere de una evaluación previa sobre producción y su equivalente en dinero. La economía actual se originó a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, cuyo autor más representativo fue Richard Cantillón (1680-1734), que introduce por primera vez el concepto moderno de entrepreneur, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas. Jaques Turgot (1727-1781), Barón de Laune, en su obra Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza (1766), afirmó que los riesgos que asume

el entrepreneur son respaldados por su propia porción de capital, y distinguió cinco formas de emplear el capital: la compra de tierras, la inversión en agricultura, la industria, el comercio, y los préstamos a interés, que proporcionan ganancias distintas. Adicionalmente, el concepto de emprendedor se caracterizaba por dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales; y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas, y era reconocido por sus funciones (p. 96)

Casson (citado en Rodríguez, 2009) propone dos caminos similares de características personales y funcionales para definir el concepto de emprendedor, con base en la economía, diferenciando al emprendedor del inversionista. La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas. (pp. 97).

Simultáneamente, la escuela inglesa, con Adam Smith (1723-1790), manifestó inferencias indirectas sobre el papel del empresario en la economía, y reconoció la innovación como un sello de actividad profesional en el trabajador superior, (Herbert & Link, citado en Rodríguez, 2009). En la *Riqueza de las naciones* Adam Smith sostiene que la riqueza procede de la división del trabajo, de su especialización basada en la moral práctica, profundizando a medida que se amplía la extensión de los mercados y por ende la especialización. Para resaltar el planteamiento de que, gracias a la apelación al egoísmo de los particulares se logra el bienestar general, pues la empatía con el egoísmo del otro y el reconocimiento de sus necesidades es la mejor forma de satisfacer las necesidades propias (p. 98).

En el contexto de la escuela alemana se destaca en el emprendimiento la influencia de autores como J. H. Von Thunen (1783-1850), quien enuncia

explícitamente los principios fundamentales de la teoría de la productividad marginal, la cual considera al hombre-empresario como un sujeto económico cuyo único objetivo es maximizar los beneficios, y es clara la relación entre el emprendedor y la descripción del beneficio, que se concibe sobre la base de lo complicado del riesgo y el ingenio usado. H. K. Von Mangoldt (1824-1868) manifiesta que el emprendimiento y la innovación son aprobados como factores importantes para la vida empresarial, aunque no observaba un método de crecimiento dinámico (Herbert & Link, citado en Rodríguez, 2009, p. 99).

Para la Escuela Neoclásica, ya en el siglo XX, en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Weber (citado en Rodríguez, 2009) identifica dos tipos de empresarios: el tradicionalista, que surge en la época mercantilista, condicionado a una forma capitalista de producción en la que no se observan rasgos necesarios de mentalidad empresarial para desarrollar su actividad de manera acumulada; y el capitalista, que desarrolla una mentalidad empresarial, una personalidad diferente que lo impulsa a la multiplicación de su riqueza, transformando su actividad en un proyecto de vida, orientado por la moral puritana. Comenta que la acción del empresario no es pacífica ni tranquila, por el contrario, las desconfianzas, la competencia, el individualismo, son manifestaciones que se presentan en el empresario innovador (p. 99).

Otro neoclásico mencionado por Rodríguez (2009), haciendo referencia a Alfred Marshall (1842-1924), enfocó el emprendimiento al considerar el emprendedor como trabajador superior, haciendo referencia a las habilidades de liderazgo requeridas, y añadiendo el factor de la organización industrial. John Maynard Keynes (1883-1946) acoge la doctrina de trabajador superior, y desarrolla el concepto original de impulso espontáneo a la acción, conocido como "*animal spirits*" (p. 100).

En el contexto de la teoría neoclásica americana, según Hérbert y Link (citado en Rodríguez, 2009), el emprendimiento fue analizado por Francis E. Walter (1894-1963), político luterano, quien acentuó los elementos de toma de decisiones y el liderazgo; Frederick Hawley (1827-1889) referenció al tomador de riesgo,

haciendo énfasis en la importancia del emprendedor en el crecimiento económico; John Bates Clark (1847-1938) debate la teoría de los tomadores de riesgo y describió al emprendedor como el director de la actividad económica; y Frank Knight (1885-1972) distingue entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable, y el desarrollo de una teoría de las utilidades que relaciona la incertidumbre no asegurable con el cambio económico y con las diferencias de capacidad empresarial, en las cuales los riesgos no tienen importancia si la incertidumbre puede ser asegurada (p. 100).

Otro neoclásico, Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), economista austriaco, profesor de Harvard, referencia por primera vez el término *entrepreneur* para referirse a aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados de bienes y servicios. Según Castillo (1999), la Escuela Austriaca se contrapuso a esta teoría, manifestando discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes el mercado de bienes pensamiento & gestión, nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial y servicios, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. En la actualidad se aceptan ambos enfoques como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son diferentes, según la escuela que se analice. En sus obras Schumpeter se destacó por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del empresario en los negocios, subrayando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad. Popularizó el concepto de destrucción creativa como forma de describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones (pp. 100-101).

Para Rafael Amit (citado en Rodríguez, 2009), las investigaciones de percepciones de los ejecutivos describen el emprendimiento o espíritu emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Los libros sobre *management* generalmente definen el término como la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas (p. 101).

Hasta el día de hoy no existe una palabra precisa que defina el emprendimiento, ya que todos anhelan ser innovadores, flexibles y creativos; para ello es necesario preguntarse ¿cómo puedo hacer que la innovación, flexibilidad y la creatividad sean más operacionales? Para ello es necesario analizar el comportamiento que se deriva del espíritu emprendedor. (Rodríguez, 2009, p. 101)

2.2.2. Perspectivas del emprendimiento

A lo largo de la historia se han desarrollado diversas teorías y modelos sobre el emprendimiento, para llevar a cabo el desarrollo de un modelo de emprendimiento es indispensable tener la concepción de emprendedor, para ello es necesario analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial. Según Fonrouge (citado en Rodríguez, 2009) lo complejo y variado de su análisis permite identificar cuatro perspectivas del pensamiento del estudio del emprendimiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de proceso, a continuación, se detalla cada una de ellas:

- **La perspectiva comportamental o de comportamiento:** Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios. Al efectuar un análisis de los estudios sobre la personalidad de los emprendedores, Gartner (1988) manifiesta que presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, anotando que este tipo de estudios son vanos y no contribuyen a su definición, siendo fundamental volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De esta forma la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de varias influencias (p. 103).

- **Perspectiva psicológica o cognitiva.** Según Fonrouge (citado en Rodríguez, 2009) esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes:
 - a) La definición de emprendimiento como “eso que es el emprendedor”, no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y
 - b) La definición de emprendimiento de “por eso que hace el emprendedor”, donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones (p. 103).

- **La perspectiva económica:** Esta perspectiva se construye mediante el debilitamiento de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico. La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad (p. 104).

- **La perspectiva de procesos.** Aquí el individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista, estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo (Bygrave & Hofer, citado en Rodríguez, 2009, p. 105).

2.2.3. Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica

Moreno & Espíritu (2010) mencionan que:

El desarrollo de las habilidades para lograr emprendimientos que se traduzcan en empresas, depende en gran medida de la llamada “triple hélice del desarrollo”, que consiste en la relación universidad-gobierno-empresa. Esta relación impulsa las acciones encaminadas a la transformación de ideas-negocio a empresas reales a través de la educación, el soporte económico-financiero y el apoyo de la experiencia empresarial (p. 101).

2.2.3.1. Motivaciones como base para emprender

Castillo (1999), afirma que la formación y desarrollo de nuevas empresas es un proceso complejo. En esto destaca el modelo de Scheinberg y MacMillan, basado no en las implicaciones psicológicas asociadas a la formación de empresas, sino a la identificación de 23 razones por las cuales un grupo de 2278 emprendedores de 14 países comenzaron sus empresas. Un estudio posterior de los mismos autores indicó que en 11 países existen 6 factores asociados a la formación de empresas: necesidad de aprobación, instrumentalidad percibida de la riqueza, grado de sentido comunitario, necesidad de desarrollo personal, necesidad de independencia y necesidad de escapar. Este estudio, con la participación de un grupo internacional de investigadores permitió delimitar los factores a cuatro e incluir razones de beneficios tributarios según las respuestas de los entrevistados. Los cuatro factores son: independencia, reconocimiento, aprendizaje y roles. Al analizar los modelos establecidos con anterioridad por otros autores, es posible incluir dentro de estas cuatro áreas a los motivos señalados por otros autores como relevantes.

Cabe señalar que se aceptan como factores de independencia, las percepciones de empuje y atracción que se contraponen: miedo inminente a la pérdida de empleo o sustento y deseo de aprovechar una oportunidad a pesar del riesgo de la pérdida de fuente de ingreso segura. Amit y Muller determinando una manera de evaluar emprendedores con fines de inversión llegaron a la conclusión de que las motivaciones podrían tener una base de esperanza o desesperanza, complementando los estudios anteriores de MacMillan. Los estudios de las motivaciones permiten enlazar teorías con acción para favorecer la explicación

racional de las decisiones tomadas por emprendedores y su impacto en la empresa. (p. 12).

2.2.3.2. Emprendimiento y Educación

Para poder analizar la relación existente entre los conceptos de educación y de emprendimiento, es necesario definirlos. Como el término emprendimiento ya ha sido definido, sólo resta hacer lo propio con el término educación. Según la definición de las Naciones Unidas de 1968 el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento (Fornichella, 2004)

Comprender la relación entre estos conceptos ayuda a esclarecer una pregunta frecuente que surge al estudiar el tema de emprendimiento, y que tiene que ver con si los emprendedores nace o se forman. Se considera apropiado para responderla transcribir las palabras que la empresaria y académica, Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó en el V Encuentro de Empresarios organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: *“Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y entrepreneurship; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales”* (Fornichella, 2004, pp. 18-19).

2.2.3.3. Preguntas básicas de la formación para el emprendimiento

Pittaway y Cope (citado en Enciso, 2010), distinguen entre la formación *sobre* el emprendimiento (*about entrepreneurship*), de tipo conceptual; la formación *para* el emprendimiento (*for entrepreneurship*), vocacional y centrada en la adquisición de habilidades técnicas, y la formación *a través del emprendimiento* (*practice in*

or through), y se refiere a la forma cómo se aprende a ser empresario; “el punto central en el aprendizaje es llegar a ser practicante, no aprender sobre la práctica”

El mismo autor hace mención que, Klandt y Volkmann enuncian tres principios aparentemente evidentes (*self evident*) sobre el aprendizaje del emprendimiento:

- Puede ser aprendido: no es exclusivamente una habilidad innata.
- Puede ser enseñado: no se aprende solo con la experiencia.
- Puede adquirirse a través de cursos universitarios.

Sobre esta base, formulan una serie de cuestionamientos acerca del proceso:

2.2.3.4. ¿A que grupos se dirige la formación?

Se refiere a la formación de estudiantes universitarios de pregrado que tienen la oportunidad de cursar cuatro o cinco años de carrera con una alta intensidad presencial.

2.2.3.5. ¿Cuáles deben ser los contenidos?

Las competencias que por lo general se asocian al emprendimiento son:

- Motivación al logro.
- Asunción de riesgos.
- Autoconfianza.
- Tolerancia al fracaso.
- Habilidad para identificar oportunidades.
- Capacidad de aprender de las experiencias.

Sin embargo, estas son habilidades individuales que no incluyen las realidades sociales y políticas mencionadas anteriormente. Por ejemplo, la motivación al logro y la tolerancia al fracaso tienen un trasfondo social que se desprende de los factores subjetivos propios de la personalidad y de la interacción propia de la actividad comercial. En el proceso de creación de una empresa, el primer indicador de fracaso no se encuentra en los estados financieros, sino en la

disposición a realizar una “visita comercial en frío” o a intentarlo de nuevo luego de una respuesta negativa que, por lo general, tiene una importante carga de rechazo e indiferencia.

Por otro lado, las consideraciones éticas relativas al emprendimiento tienen importantes consecuencias para la formación universitaria. La educación profesional no puede ser una forma más de segmentación estudiantil que permite el acceso a determinadas posiciones. Es la disyuntiva entre formar para el mercado y para la sociedad. De la Universidad se espera la reflexión académica que facilite la comprensión del concepto. Un profesional debería entender la naturaleza del emprendimiento, que se deriva de la comprensión de su raíz antropológica, porque la Universidad es el escenario para el estudio de la persona.

2.2.3.6. ¿Quién debe enseñarlo?

Si el emprendimiento es un saber práctico, el tutor profesional es el empresario mismo. De ahí que sea tan importante distinguir entre el empresario dedicado a los negocios y el que posee actitudes empresariales, aunque se desempeñe en otros ámbitos.

Aunque hoy se habla de emprendimientos académicos (*academic entrepreneurship*), no hay consenso en torno al significado del término. Este debate es relevante porque plantea la cuestión sobre la capacidad emprendedora de un docente. Beckman y Cherwitz denominan Emprendimiento Intelectual (*Intellectual Entrepreneurship*) a un proceso de innovación cultural cimentado en una sólida fundamentación filosófica de corte humanista. Critican la actitud de algunos académicos que prefieren confinarse en sus espacios y escritos, “producidos para unos pocos”, sin que el conjunto de la sociedad se beneficie de sus resultados.

En otras palabras, la profesionalización de los responsables de la educación para el emprendimiento requeriría primero un ejercicio de autoevaluación sobre las

competencias que poseen los formadores y la posterior definición de procesos orientados a la adquisición de las competencias complementarias. “(...) el emprendimiento intelectual desafía a las comunidades de aprendizaje a dar cuenta (*become accountable*) de sus descubrimientos”.

2.2.3.7. ¿Cómo debe enseñarse?

La lógica de la relación enseñanza-aprendizaje es similar a la que se planteaba para las competencias laborales y organizacionales, basada en entornos de aprendizaje y análisis de proyectos y problemas. Pittaway y Cope (citado en Enciso, 2010) muestran que el aprendizaje activo y el propósito del trabajo en equipo trascienden los intereses individuales: el aprendizaje también es colectivo y las prácticas son de carácter comunitario. Los estudiantes tienen la oportunidad de compartir sus experiencias y reflexiones, y entienden que no hay soluciones únicas para los problemas reales; la interdisciplinariedad surge como respuesta a la complejidad de las situaciones (p. 69-71).

2.2.4. MER: Modelo de Emprendimiento en Red

Hernán & Gálvez (2008) afirman que mediante el MER –Modelo de Emprendimiento en Red–, intentan realizar una adaptación del modelo de Gibb al entorno de las redes empresariales; así pues, introducen una etapa inicial:

Etapa 0. Conocimiento de las redes empresariales.

Esta etapa “previa” debe permitirle al emprendedor conocer generalidades acerca de la razón de ser, el funcionamiento, las ventajas y responsabilidades del trabajo en red. Para que esta etapa se cumpla es fundamental que entidades públicas o privadas como universidades y agremiaciones acopien información pertinente acerca de las redes empresariales y busquen estrategias de divulgación que tengan en cuenta las particularidades del público objetivo. El

producto de esta etapa es un emprendedor sensibilizado respecto al tema, susceptible de desarrollar la visión de crear una empresa para ingresar en una red empresarial.

Etapa 1. Adquisición de la motivación e idea de negocio

Esta etapa está definida por el análisis de diferentes alternativas de negocios y las formas de iniciarlos, el emprendedor debe analizar las motivaciones personales que puede tener para vincularse a ella, a un escenario donde las relaciones, no son sólo comerciales, sino fundamentalmente personales, y donde se busca construir lazos de confianza, solidaridad y cooperación. Si el emprendedor no tiene competencias personales para trabajar en equipo y para solucionar conflictos ni le interesa desarrollarlas, puede en esta etapa descubrir que es insuficiente su motivación para crear una empresa sostenible en una red y desistirá de ello; pero si, por el contrario, cuenta con la motivación suficiente, seguirá adelante en su empeño.

El producto de esta etapa es una serie de ideas de negocios generadas a partir de las motivaciones propias del emprendedor, del conocimiento básico del funcionamiento de la red objetivo, pero sobre todo de las oportunidades que se generan en el interior o en el entorno de ésta, o en ambos.

Etapa 2. Validación de la idea

Le sirve al emprendedor para evaluar las diferentes ideas de negocio y descartar algunas que pueden ser imposibles de lograr. Los elementos que le ayudan al emprendedor a estudiar la red empresarial donde intenta crear la empresa pueden ser los análisis de sostenibilidad de la red; en ellos se revisan los aspectos económicos y comerciales, ambientales y sociales de la cadena y los análisis de competitividad con revisiones sectoriales y de la red en el sector. Esta información es vital para el emprendedor que intenta crear la empresa como un eslabón de la red, porque le permite perfeccionar su idea o desecharla de una

vez y mirar otra opción, que puede generarse partiendo de estos análisis; también le pueden ayudar para definir otra o crear mejor una empresa independiente.

Dentro del análisis de sostenibilidad en el aspecto económico y comercial, es posible incluir la posibilidad de ejecución de proyectos, los proyectos basados en estudios de mercado serios y análisis prospectivos, la creación de oportunidades de mercado, la formulación de un plan financiero y la disponibilidad de una infraestructura básica de servicios. En lo referente a los aspectos sociales, proponen analizar la compatibilidad social, la función de los agentes de promoción y la base social competente alrededor de la red.

Otra estrategia que facilitaría el cumplimiento de la etapa sería la discusión directa de la idea de negocio con algunos de los miembros integrantes de la red objetivo.

Etapa 3. Definición de la escala de operación e identificación de los recursos necesarios.

En esta etapa el emprendedor debe identificar detalladamente los recursos necesarios, el tiempo, la calidad de sus proveedores y materiales, los consumidores y la escala del negocio, en el caso de la creación de una empresa independiente o aislada.

En el caso de la creación de una empresa en red, el emprendedor necesita tener muy claro cómo está compuesta realmente ésta, cómo funciona, cuáles son sus eslabones, cuáles son sus relaciones de interdependencia y cómo se distribuyen los beneficios. Para obtener esta información, el emprendedor debe buscar o realizar un diagnóstico de la red, el cual incluye diferentes variables, como: 1) productos principales; 2) eslabones; 3) características de las unidades productivas; 4) número de unidades productivas; 5) tecnología, equipos y prácticas empleados; 6) perfil del recurso; 7) fortalezas y debilidades de la red y de cada eslabón; 8) importancia de la red en la economía regional y en la

generación de empleo; 9) potencialidad para agregar valor a los productos elaborados en la región.

Etapa 4. Negociación del ingreso al mercado

Esta etapa busca crear y aplicar el plan de negocio; incluye la negociación con bancos (capital), con empleados (mano de obra), con proveedores (materia prima) y con distribuidores (canales de distribución). En esta etapa el emprendedor debería realizar un análisis de asociatividad que le permitiera conocer los procesos de negociación interna y los beneficios y los acuerdos existentes entre los diferentes eslabones de la red.

Etapa 5. Nacimiento o creación de la empresa

Si hablamos de la creación de una empresa en una red, su arranque es el inicio de un conjunto de relaciones con todos los eslabones existentes de dicha red; estas relaciones se consolidan por medio de acuerdos que en su mayoría pueden ser contratos para garantizar la operación. Es muy posible que desde el inicio la nueva empresa disfrute de las ventajas de estar en una red; en otros casos, puede pasar un lapso para comenzar a obtener beneficios.

Etapa 6. Supervivencia

Esta etapa es la consolidación del negocio. Para una empresa independiente o aislada, este proceso involucra el control financiero de sus flujos, el desarrollo del mercado y la estabilización del proceso de aprendizaje de sus empleados. En una nueva empresa dentro de una red, este período de tiempo es constante; los eslabones siempre están aprendiendo y adaptándose decisión de la red al cambio permanente. La supervivencia de una empresa en la red depende de la visión del emprendedor y de las relaciones de confianza, solidaridad y cooperación que sean construidas desde la creación de la empresa. En esta etapa, el emprendedor y los miembros de la red deben realizar constantemente un análisis de solidaridad y equidad, para garantizar la convivencia a largo plazo.

En la realidad empresarial, según Bollingtoft y Ulhoi (citado en Hernán & Gálvez, 2008) muchas de las nuevas empresas que ingresan en una red son creadas por emprendedores que ya están dentro de ella como empleados o socios de una empresa de la red y desarrollan su idea de negocio partiendo de la información que han recolectado y de su experiencia; algunas redes se convierten entonces en incubadoras de nuevas empresas (pp. 24-28).

2.2.5. El Emprendedor y su dimensión

Osorio & Pereira (2010), mencionan que se las ciencias económicas tienen una visión funcional, qué hacer; las ciencias humanas se centran en el sujeto, les interesa quién y por qué; y las ciencias de la gestión se aplican al proceso, cómo la investigación sobre emprendimiento se ha multiplicado en los últimos años, desde diferentes perspectivas: la del actor principal (emprendedor), el entorno, el acto generador (creación de nuevas organizaciones) y la problemática de la pequeña empresa. De origen francés, el término *entreprendre* pasó al inglés como *entrepreneurship*, y traducido al español ha originado los términos emprendimiento, emprendedurismo, empresarismo, espíritu emprendedor y espíritu empresarial, entre otros; que revelan el proceso de construcción del concepto.

En este sentido, un emprendedor es aquel que actúa sobre la motivación de otros para poner en práctica nuevas combinaciones, bien sea en la producción y uso de nuevos productos, en la introducción de nuevos métodos de producción de nuevas formas de organización de la industria, en la conquista de nuevos mercados o en el acceso a nuevas fuentes de aprovisionamiento.

Por último, se debe mencionar la mirada de las ciencias de la gestión, cuyos estudios cubren el análisis de las funciones y los procesos de la estrategia y la gestión. El proceso empresarial es, tal vez, la unidad de análisis que allí se distingue claramente. En esta mirada, el proceso empresarial es el conjunto de

eventos interrelacionados entre los individuos emprendedores y el entorno, proceso que da origen y desarrolla nuevas organizaciones.

Se habla entonces de un individuo que enfrenta la opción de ser emprendedor cuando se dan situaciones que construye de manera permanente y le permiten aprender, dadas sus capacidades, las expectativas de resultados, la intencionalidad y los objetivos que se propone, así como factores distantes y próximos que impulsen o frenen su conversión en emprendedor. Por tanto, la formación del emprendedor debe apuntar en esa dirección. (pp. 16-19).

2.2.6. Educación en emprendimiento

Osorio & Pereira (2010) menciona que los individuos enfrentan cambios en la carrera tradicional, que les permite establecerse como autores de sus vidas económicas, pero también de su independencia, autonomía y logros, y se debaten entre aprender a decidir y salir adelante en el camino empresarial o permanecer en una carrera profesional, acaso más difusa e incierta. Es necesario que la universidad, como agente formador y transformador, ayude a los individuos a participar de un proceso de “acción emprendedora”, reconociendo sus intenciones, pensamientos, expectativas y creencias personales, así como las limitaciones de su entorno.

Es frecuente encontrar programas de emprendimiento que refieren básicamente a tres aspectos (Kirby, 2004):

- a. Programas orientados al emprendimiento que informan acerca de este y fomentan una actitud positiva hacia el emprendimiento como carrera.
- b. Programas de creación de nuevas empresas, diseñados para desarrollar competencias que conducen al autoempleo, autosuficiencia económica o la generación de empleo, y
- c. Programas que se enfocan en la supervivencia y el crecimiento de la pequeña empresa.

En estos programas es claro el énfasis en la enseñanza acerca del emprendimiento y la gestión de pequeños negocios. Ahora bien, con respecto a su calidad y eficiencia existen investigaciones que muestran un desequilibrio en sus contribuciones, pues su desarrollo obedece al punto de vista de los educadores, que buscan y definen conocimientos en un todo coherente, pero que es afectado por la experiencia de los que imparten el curso (Bechard y Toulouse, 1998).

También existen programas donde la educación para el emprendimiento apunta a la tipología propuesta por Interman, (Bechard y Toulouse, 1998). Bechard y Toulouse (1998) establecen tres niveles de enseñanza del emprendimiento; el nivel praxiológico, que combina los conocimientos prácticos que establecen las normas y los límites del comportamiento en situaciones de gestión y desarrollo del emprendimiento (Vesper, 1985; Drucker, 1985). El nivel disciplinar, que comprende el conocimiento teórico y empírico de una o varias ciencias y que se propone entender o predecir el ámbito del espíritu emprendedor siguiendo una metodología científica rigurosa. Este nivel incluye las teorías económicas, las psicológicas, las de organización y las culturales (Bechard y Toulouse, 1998). Y el nivel epistemológico, un grupo de conocimientos meta-teóricos que combina aportes disciplinarios con el fin de definir, modelar, clasificar y evaluar el ámbito del emprendimiento en su conjunto (ibid.). En cuanto a los objetivos específicos de los programas, se hace referencia a los contenidos; en particular, a las habilidades y situaciones propias del emprendedor, de la organización y del entorno. De acuerdo con la revisión de Gorman et al. (1997), los componentes de la estructura educativa se centran en los atributos y capacidades, en las tareas, en la experiencia concreta obtenida en proyectos o similares, y en contenidos dirigidos a la etapa de desarrollo del emprendimiento, haciendo especial énfasis en la integración funcional.

A pesar del aparente consenso sobre la dirección de la educación en este campo, falta un enfoque sistémico del individuo que se desea educar. A diferencia de los resultados de Dainow (1986), parece que ha habido un marcado aumento en la investigación empírica, especialmente en las áreas del proceso y la estructura

educativa. Además, hay una tendencia al crecimiento de los cursos y programas de emprendimiento, aunque muy poca coherencia en el enfoque. También existe evidencia de que muchos cursos crean conciencia sobre el espíritu emprendedor como opción profesional, y que fomentan actitudes favorables (pp. 19-22).

2.2.7. Sobre la enseñabilidad del emprendimiento.

Muñoz (2007) menciona que la tradición de la enseñanza en las escuelas de negocios nos ha permitido demostrar que los currículos en las universidades han estado diseñados bajo lógicas de reproducción que pretenden formar profesionales altamente capacitados para implementar los esquemas y modelos que les fueron enseñados. Se ha trabajado en nuestras escuelas bajo la concepción que para ser un ejecutivo exitoso se debe observar lo que han hecho los grandes dirigentes y actuar como ellos. Pero, ¿es ello cierto? Una consideración importante del fenómeno puntual del emprendimiento requiere que nos detengamos por un momento a reflexionar sobre el tipo de profesional que formamos y preguntarnos si es realmente el profesional que esperamos educar.

Las escuelas de negocios tienen de manera connatural un alto grado de responsabilidad social y por ello, deben responder a la sociedad no sólo desde la función sustantiva de formación para el hacer, sino desde el emprendimiento y su articulación con la proyección social y la investigación.

Actualmente, en muchas escuelas de administración se promueve el capital como el factor más importante, que debe ser preservado y consagrado, y sobre el cual se define la eficiencia en el desempeño de un directivo, ya que, en términos de valoración, capital y trabajo se encuentran directamente relacionados y para ello nada más importante que hacer un detallado estudio sobre el significado real de la administración y su condición desde el punto de vista político y económico bajo una mirada epistemológica. Ahora bien, para abordar este tema acerca de la enseñabilidad del fenómeno del emprendimiento, es necesario apoyarse en la interpretación de la forma como el Ministerio de Educación Nacional concibe el significado general de la enseñabilidad al determinar que ésta es una

característica de la ciencia a partir de la cual se reconoce que cada conocimiento científico, desde su matriz fundamental, puede ser enseñable desde sus dimensiones de confiabilidad, validez, universalidad e intersubjetividad, que portan en sí mismo, según su naturaleza.

Desde esta orientación, la enseñabilidad de una disciplina al relacionarse con el conocimiento objeto de su enseñanza, requiere apoyarse en sus fundamentos históricos y epistemológicos. Y es en este aspecto donde la enseñabilidad del fenómeno que se analiza se vuelve compleja y difícil de sustentar, pues en realidad existe desde su interpretación conceptual –como se mostró en las líneas iniciales- una insuficiente lectura desde su significado. En realidad, frente a la construcción de los fundamentos epistemológicos del emprendimiento los esfuerzos han sido limitados y aislados. Más aún, si somos conscientes que existen serias dificultades en este apartado desde su sustento disciplinar base, tal como lo analiza Francisco Ballina: “... *El problema epistemológico de la teoría administrativa radica en su falta de consistencia y coherencia interna. Se puede mostrar, con base en un análisis sintáctico – semántico, la insuficiencia teórica de su aparato conceptual, en donde se libra una batalla ininterrumpida según aspiraciones, propósitos y proyecciones de diferentes grados. Desde esta perspectiva, la teoría administrativa se revela con tal insuficiencia conceptual que adquiere carácter ideológico debido a sus motivaciones extrateóricas [...]. La técnica administrativa en cada caso se desarrolla en una sociedad con un proyecto histórico determinado [...]. En resumen, se concluye que la problemática de la teoría administrativa se encuentra en dos niveles: por una parte, en el epistemológico, por el hecho de que diversas teorías le atribuyen a un mismo concepto significados distintos, por otra, en el nivel ideológico se constata que esas teorías se inscriben en circuitos sociales distintos de producción y consumo [...]. Desde esta perspectiva, el escollo epistemológico es de carácter extrateórico mientras que la ideológica deriva de su falsa generalización en diferentes ámbitos geográficos, por lo que esta teoría resulta extralógica y descontextualizada” (Citado en Muñoz, 2007, p. 123-124).*

Cuando se maneja una disciplina sin un fundamento epistemológico claro, el avance científico de ella se obstaculiza, los adelantos investigativos son lentos y su producción es limitada. En los textos especializados sobre emprendimiento y empresarismo, es común el vacío de contenidos referentes al conocimiento epistemológico que sustenta los desarrollos que allí se comparten. En general, la literatura en emprendimiento se caracteriza por ser eminentemente técnica y pre-científica. En ella se pretende responder al cómo administrar, pero sin develar el conocimiento básico, descriptivo y explicativo que permita darle fundamentos científicos y sociales al contexto. Si se parte de la concepción formativa e investigativa que el contenido más importante de una disciplina son sus interrogantes, sus problemas y sus hipótesis de solución, se puede establecer que hay un largo camino por recorrer frente a la enseñabilidad de las disciplinas administrativas, pues, uno de los elementos característicos de las ciencias es que para generar la enseñabilidad de una disciplina es necesario conocer el contexto en que tal saber puede ser enseñado, con lo cual se multiplican las posibilidades de ubicar significativamente a los estudiantes. Bajo esta orientación, con relación al emprendimiento se puede expresar que gran parte del éxito en referencia con la enseñabilidad de la disciplina se encuentra en la posibilidad de problematizar ciertas temáticas que despierten interés social de los educandos y el docente.

Las escuelas de negocios preocupadas por mejorar sus prácticas pedagógicas, deben reconocer en sus estudiantes la posibilidad de educarlos bajo la selección y desarrollo de contenidos altamente enseñables, teniendo en cuenta las competencias de sus estudiantes y el contexto donde esas competencias se deben desarrollar, porque para afianzar los postulados acerca de la enseñabilidad de una disciplina se requiere poseer un alto grado de conocimiento en referencia al desarrollo cultural de la región, de los fundamentos epistemológicos de la disciplina y de las competencias de los estudiantes. Así seríamos coherentes con la propuesta de Rusque frente al fenómeno del emprendimiento y puntualmente en relación con el Espíritu Emprendedor.

La tarea de enseñabilidad es por tanto pedagógica, pero implica reflexión epistemológica, pues, lo primero que un docente debe tener claro es si el

contenido de esa teoría es pertinente para el estudiante de la escuela, si el enfoque, a la luz de la situacionalidad de la región, es el apropiado. El educador debe entonces plantearse una didáctica de la disciplina, que incluye inicialmente la comprensión de contenidos por parte del profesor, pero una comprensión situacionalizada (no solo en el sentido de que sea pertinente como se estableció anteriormente, sino que es una reflexión por el cómo hacer del contenido algo pertinente para el estudiante). En este punto la enseñabilidad se liga a la educabilidad porque la primera no puede operar en el vacío de la simple tarea de aproximación de contenidos, sino que tal idea esta permeada por la figura del estudiante entendido como ser humano complejo. Así, el problema de la enseñabilidad conlleva la relación pedagógica educando - educador – saber, como componentes fundamentales de la enseñanza del fenómeno del emprendimiento.

Como se establece de lo planteado, el estudio del emprendimiento debe hacerse desde una perspectiva lógica, no sólo deductiva, sino también inductiva, en tanto se preocupa por entender algunas áreas de gestión para lograr una caracterización del fenómeno del emprendimiento, pero también ubica el fenómeno en su contexto situacional en el cual pueden encontrarse las características propias que le brindan su particularidad y diferencia. De esta forma los conceptos trabajados se convierten en insumo fundamental para poder avanzar en una comprensión educativa integral de la temática enmarcada en el concepto de emprendimiento y no sólo de empresarismo y de las estructuras de pensamiento que orientan su actuación desde las nuevas tendencias de las disciplinas económicas y administrativas. (p. 122-125).

2.2.8. El docente como ciudadano emprendedor en la sociedad del conocimiento.

Según Jaramillo (2008), menciona que: La educación tiene como misión formar al individuo de manera amplia, pertinente y con calidad en una sociedad. Es por ello que no sólo se debe pensar la educación con una visión única externa del proceso de enseñanza-aprendizaje, sino también como una condición interna del

docente. Por lo tanto, la educación debe facilitar el desarrollo de nuevas habilidades personales, como la capacidad de innovar, encontrar soluciones creativas y adaptarse al cambio.

Lo anterior nos lleva a pensar que el docente es un ciudadano de la sociedad del conocimiento que asume el reto ante los cambios, respondiendo de manera positiva con nuevas ideas y formas de hacer las cosas, con iniciativa y decisión ante las distintas circunstancias. Estamos hablando de un docente emprendedor que ha desarrollado unas competencias para el desempeño ciudadano. Una persona competente que sabe y sabe hacer, permitiendo un aprendizaje continuo a lo largo de la vida y para el desarrollo de competencias específicas. Es decir, se necesita desarrollarse como persona para luego tener las competencias profesionales o específicas. El desarrollo de tales competencias debe estar en un marco contextualizado en el ámbito en que se desenvuelve la persona; debe ser un aprendizaje activo y significativo porque, en últimas, es lo que permitirá el uso de las competencias en otros espacios, es la manera de poder transferir lo aprendido.

El mundo al que nos enfrentamos hoy, como educadores infantiles, nos exige estar acordes con un buen desempeño como profesionales, que ayude a mirar que tenemos un alto grado de responsabilidad ante la sociedad, además del apoyo que brindamos a los niños y niñas, sus padres y toda la comunidad educativa en general. Por ello, cuando nos referimos hoy a ser buenos profesionales, no debemos limitarnos a tener ese conocimiento específico de nuestra disciplina, sino que como seres humanos debemos pensar qué podemos hacer para apoyar y sacar adelante nuestros sueños y el de nuestros estudiantes.

La calidad de la educación debe tener **pertinencia en la formación** que se brinda a los futuros egresados. Para ello, el docente debe reflexionar sobre su quehacer pedagógico y metodológico, sobre la pertinencia y aplicabilidad de lo que está enseñando. Así llegará, en consecuencia, a la conclusión de que debe desaprender y aprender nuevas técnicas, y ampliar las fronteras de sus habilidades para brindar a sus estudiantes la formación que necesitan.

De esta manera, el enfoque que se le está dando a este proceso en la nueva concepción de educación superior está orientado a la **formación basada en competencias**. “La formación basada en competencias constituye una propuesta que parte del aprendizaje significativo y se orienta a la formación humana integral como condición esencial de todo proyecto pedagógico; integra la teoría con la práctica en las diversas actividades; promueve la continuidad entre todos los niveles educativos y entre estos y los procesos laborales y de convivencia; fomenta la construcción del aprendizaje autónomo, orienta la formación y el afianzamiento del proyecto ético de vida; busca el desarrollo del espíritu emprendedor como base del crecimiento personal y del desarrollo socio-económico y fundamenta la organización curricular con base en proyectos y problemas, trascendiendo de esta manera el currículo basado en asignaturas compartimentadas”. Sáenz, Zambrano, & cols. (Citado en Jaramillo, 2008, p. 3).

Una formación de este tipo demanda del docente un rol diferente al tradicional. Aquí el centro del proceso es el estudiante: el docente cumple la función de coordinador, acompañante, guía, asesor y orientador de tal proceso. El verdadero protagonista es el estudiante, quien debe ser artífice de su aprendizaje. Para muchos docentes esto implica un cambio radical en su quehacer pedagógico, en su mentalidad, en el sistema de evaluación, en el enfoque que se les da a las asignaturas; no puede seguir usando la clase tradicional como única herramienta pedagógica, es menester cambiar a una nueva pedagogía.

Para conseguir esta formación, el docente debe generar espacios en sus clases que propicien la reflexión, la crítica, el trabajo en equipo y la autoformación. No puede seguir usando la clase magistral como única herramienta de su trabajo. Una buena estrategia para apoyar y facilitar la autoformación de los estudiantes es el trabajo independiente que fue establecido en los diseños curriculares con créditos académicos, pero para que éste produzca los resultados deseados, debe ser planeado y estructurado a través de guías de trabajo independiente, donde se explique claramente el objetivo del trabajo, las fuentes a consultar, las aplicaciones del tema y el tiempo a emplear en dicho trabajo.

Frente a todas estas exigencias del rol del docente, se hace imperativo reflexionar que no se puede dar de lo que no se tiene. Es por eso que, para entrar en esta onda de la formación por competencias, debemos prepararnos en este aspecto, aprovechando los espacios de capacitación que nos brinda la institución en la que nos desempeñamos como formadores. Para ello, debemos orientar el trabajo pedagógico propiciando la formación de competencias en los estudiantes de la siguiente manera:

- Centrar el aprendizaje en los estudiantes y no en la enseñanza ni en el profesor.
- Establecer las estrategias pedagógicas con la participación de los mismos estudiantes.
- Orientar a los estudiantes para que se automotiven y tomen conciencia de su plan de vida y autorrealización.
- Asignar actividades con sentido para los estudiantes; guiarlos en la consecución de recursos para realizar las actividades sugeridas.
- Orientar a los estudiantes para que construyan las estrategias de cada uno de los saberes de las competencias.
- Acordar con los estudiantes las competencias a desarrollar teniendo en cuenta las expectativas y requerimientos socio-ambientales y laborales.

De acuerdo a la competencia o grupos de competencias que se trabajen, la formación del docente debe ir ligada en un mayor acceso a contextos reales en los cuales los niños, niñas y jóvenes las puedan poner en práctica, tales como la familia, el estudio, la comunidad, el trabajo o la propia empresa. Ubicar, de forma real o simulada, las actividades formativas en situaciones que se refieran a los ámbitos: personal, familiar, comunitario o productivo.

Es una condición necesaria para la formación de competencias, puesto que le permite al estudiante ejercitarlas de tal forma que las podría aplicar posteriormente en otros contextos.

La contextualización puede darse a varios niveles, a saber:

- Reflexión sobre las experiencias cotidianas y aprendizajes previos de los estudiantes.
- Práctica de competencias en situaciones simuladas.
- Trabajo de aula organizado en actividades y proyectos en los que cambian el papel del docente, el uso y control del tiempo y la participación de otros actores de la comunidad educativa para parecerse a la vida laboral.
- Acercamiento a espacios reales en los grados más avanzados. En este caso, es posible acceder a las empresas en las que, además de comprender el funcionamiento de las organizaciones productivas, los estudiantes puedan ejercitar, en un entorno distinto al que usualmente enfrentan, las competencias para la vida. Éstas se convierten en experiencias significativas para definir el “ser” y construir el proyecto personal de desarrollo.
- Se deben ejercitar los desempeños asociados a las competencias, en situaciones reales o simuladas en las que los saberes académicos y prácticos de las distintas áreas del conocimiento se utilizan para resolver un problema o enfrentar un caso o llevar a cabo un proyecto.
- Este aprendizaje contextualizado, para ser plenamente efectivo y transferible a nuevos escenarios, debe introducir reflexiones críticas sobre el propio proceso de aprendizaje (aprender a aprender) y una sólida formación en competencias básicas y científico tecnológicas para lograr la comprensión holística del entorno.

En conclusión, para asumir un apropiado papel como docente, acorde con las metodologías y habilidades de nuestro tiempo, debemos hacernos un examen autocrítico para saber cómo estamos frente a las exigencias del medio en que nos desempeñamos y tomar la firme decisión de capacitarnos, aprovechando al máximo estos espacios de reflexión que la institución nos está ofreciendo. Cambiar no es fácil, implica sacrificios, dedicación, tiempo, trabajo, y en algunos casos inversión; pero no podemos seguir repitiendo los mismos errores de toda la vida. Nuestros estudiantes confían en nosotros y no podemos defraudarlos. Hemos hablado de cómo los docentes deben tener ciertas competencias y cómo desarrollar estrategias para que puedan ser verdaderos modelos para imitar, y de esta manera ser réplica de emprendedores, facilitando las habilidades a una

persona para actuar adecuadamente en distintos escenarios de su vida. (pp. 2-6).

2.2.9. ¿Qué es el espíritu emprendedor?

Rioja, y otros (2010), mencionan que: Para algunos es un atributo innato que algunas personas tienen. Si este fuera realmente el caso, entonces el Espíritu Emprendedor (EE) aparecería como algo que no puede ser enseñado ni formado. Es algo que está en la sangre. Y esto no es así, el EE puede ser enseñado, aunque no como un método.

Las escuelas de negocios y la educación formal han buscado el método y por eso el espíritu ha sido dejado de lado. ¿Por qué usar la palabra espíritu? La palabra espíritu apunta a varias cosas. En primer lugar, apunta a que no puede consistir en reglas. Tiene que consistir más bien en sensibilidades, en estados de ánimos, en una cierta apropiación de la historia, en un cierto estilo. Entonces la pregunta es ¿cómo y dónde se forman los espíritus? Porque las universidades lo que saben es enseñar reglas.

Podríamos afirmar que el EE, es el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener beneficios; la capacidad de comprar a precios ciertos, para vender a precios desconocidos, o lo podemos considerar como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad socialmente rentable y productiva (no todas las personas emprendedoras buscan el beneficio económico, existen personas que buscan objetivos sociales o políticos) (p.27).

En esta línea Timmons (citado en Rioja, et al., 2010) realiza la siguiente definición: El espíritu emprendedor es la habilidad de crear y construir algo prácticamente de la nada. Es empezar, forjar, lograr y construir una empresa o una organización en vez de simplemente imaginarla o describirla. Es la capacidad para visualizar una oportunidad donde otros ven caos, contradicción y confusión.

En realidad, definir el EE no es cuestión sencilla, ya que las personas tienen diversas características que de cualquier manera los hace exitosos; en la actualidad el EE es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una nueva empresa o la toma de riesgos.

La dificultad aumenta, cuando encontramos emprendedores que no han fundado empresas o que no han sido innovadores y simplemente han copiado una idea existente, o que en lugar de asumir riesgos buscan que otros las corran.

Existen muchas preguntas acerca de cuáles son las cualidades psicológicas, sociales y comportamientos que identifican el EE en algunos individuos. Los mismos rasgos detentados por dos personas diferentes pueden conllevar a resultados completamente distintos: emprendedores exitosos o fracasados pueden compartir características comúnmente identificadas. Además, investigaciones sobre la vida de los emprendedores han demostrado muchas veces que el EE decrece luego del éxito, hecho que tiende a refutar la centralidad del carácter y la personalidad como base suficiente para definir a un emprendedor. (p. 27-28).

2.2.10. Fomentar los comportamientos de un/a emprendedor/a

Una forma es hacernos sensibles y atacar prejuicios. Esos prejuicios están profundamente arraigados en nuestras concepciones de lo educativo. El prejuicio que tenemos, es el ideal de la educación, que consiste en producir conocimientos que se adquieren y después se aplican. Entonces, el que sabe tiene mejores reglas y mejores mapas. Uno aprende en salas donde le transmiten información, lee libros donde absorbe información. Y siempre hay una separación entre el aprender y la vida. Eso deja sin explicar el fenómeno de la innovación, por definición, es lo que no tiene reglas, es lo que surge, es lo nuevo.

Otro prejuicio es el hecho que creemos que el éxito es cuestión de suerte. Reza un dicho popular que la suerte “es la estimación que tiene un perezoso sobre el éxito de un hombre trabajador”. La suerte no es más que una oportunidad bien

aprovechada que requiere que se presente, pero el individuo debe estar preparado para explotarla.

No en vano decía Pablo Picasso: “la inspiración llega, pero tiene que encontrarte trabajando”. En términos sencillos, el que busca encuentra, y nosotros nos formamos nueve de cada diez oportunidades que se nos presentan. La premisa detrás de este concepto es simple y bastante conocida: el que no arriesga no gana. Sin embargo, no es fácil ganar, y en la mayoría de los casos este privilegio está reservado solo a los más constantes y luchadores. (Rioja, et al, 2010, p.28).

2.2.11. La mentalidad emprendedora

El emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que han tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas. Es capaz de acometer un proyecto que es rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes a su competencia. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le atravesase en su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación que le de la estructura requerida.

No existe un prototipo de emprendedor. A uno le debe gustar lo que uno hace, debe tener pasión por lo que hace. Esta pasión debe estar presente en todo, tanto en la concepción general del emprendimiento la iniciativa de los demás. Un emprendedor debe estar dispuesto a arriesgar más y recibir menos hoy, con la esperanza de arriesgar menos y recibir más mañana.

El emprendedor es capaz de enfrentar eficazmente los desafíos que presenta el cambio constante, así como satisfacer a los clientes por sobre lo que la competencia ofrece, y promover un enriquecimiento del que todos ganan. Un emprendedor tiene un sentido de compromiso y responsabilidad social y el cambio es parte de su naturaleza, busca adelantarse al tiempo y tiene interés en agregarle valor a lo ya existente, mejorar e innovar continuamente. No solo tiene

ideas brillantes, sino que requiere ponerlas en práctica; no solo las señala, sino que se compromete con ellas.

En la preparación personal del emprendedor, es aconsejable poseer experiencia previa en el ámbito en el que pretende se desenvuelva su futura empresa. No se trata de ser un especialista en cada uno de los diferentes campos que afectan a la vida de la empresa (producción, comercialización, administración, etc.), pero sí debe tener un conocimiento global de los mismos, además de poseer la facultad de saber relacionarse, en este caso, de colaboradores eficientes en cada uno de esos campos de la empresa. (Rioja, et al, 2010, pp. 28-29).

2.2.12. Creatividad

Es la capacidad de inventar algo nuevo, de relacionar algo conocido de forma innovadora o de apartarse de los esquemas de pensamiento y conducta habituales.

En Psicología, se le asignan los siguientes atributos: originalidad (considerar las cosas o relaciones bajo un nuevo ángulo), flexibilidad (utilizar de forma inusual pero razonable los objetos), sensibilidad (detectar problemas o relaciones hasta entonces ignoradas), fluidez (apartarse de los esquemas mentales rígidos) e inconformismo (desarrollar ideas razonables en contra de la corriente social).

Hasta el momento se sabe muy poco sobre el origen de la creatividad y su relación con otras capacidades mentales, pero existen numerosos estudios sobre la 'personalidad creativa' y sobre el desarrollo de tests de creatividad. Es muy probable que la creatividad, en tanto que capacidad de innovación, tenga también una influencia biológica importante en la preservación del hombre.

Los empresarios creativos se distinguen de los que no lo son, cuando afrontan problemas. Por lo tanto, el sub módulo motivador de ideas se ubica en el punto crucial entre las competencias personales y empresariales que deben adquirirse para una carrera empresarial exitosa. (Rioja, et al, 2010, p. 29).

2.2.13. Emprendedurismo

Según Bowen y Hisrich (citado en Rioja, et al, 2010) mencionan que: Es el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión (sueño), que puede ser una idea novedosa, una mejor manera de hacer las cosas, o simplemente una oportunidad cuyo resultado final es la creación de una empresa bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre.

Por ello, el/la emprendedor(a), es aquella persona que sueña con poseer una actividad económica propia que le permita generar riqueza para mejorar su calidad de vida y la de los suyos.

La teoría del anclaje de Schein, referida a las carreras profesionales, sostiene “que las personas avanzan en el logro de sus éxitos profesionales cuando reconocen y evalúan sus capacidades a través de:

- Descubrir aquello para lo cual son buenos y para lo que no son buenos, toman conciencia de sus talentos y habilidades.
- Desarrollar una auto-evaluación con el fin de determinar fortalezas y debilidades.
- Determinar qué es lo que están buscando, al definir si es seguridad, rentabilidad, oportunidad para surgir, etc.
- Definir el tipo de empresa o ambiente de trabajo, producto o servicio que van a desarrollar.
- Identifican y desarrollan ideas de negocio que realmente satisfagan a sus necesidades propias y de la sociedad.

Al tener todas estas características investigadas, analizadas, evaluadas y asumidas por la propia persona, es capaz de tener las metas claras y bosquejar un plan de vida a desarrollar y lograr los objetivos propuestos.

El emprendimiento se refiere al esfuerzo adicional por alcanzar una meta, será entendido como una serie de características desarrolladas por una persona que

establecen una actitud de vida donde está presente la innovación, la creatividad, la autoconfianza y la capacidad para desarrollar proyectos.

El concepto de capacidad emprendedora va más allá de circunscribirla solo a la empresa privada y lucrativa, ya que abarca una concepción más amplia, que va desde proyectos individuales, relacionados incluso con el propio plan de vida, cuando las personas buscan romper con situaciones no deseadas, ya sea, en sus espacios de trabajo o de estudio, o en un sentido más amplio, abarca propuestas que conciernen a la creación de organizaciones, perfeccionamiento o cambio de identidad de una organización ya existente. Es así como los proyectos que se pueden emprender pueden ser individuales o colectivos.

La capacidad emprendedora, generalmente se manifiesta mediante la concepción de un proyecto que contenga elementos innovadores y el grado en que se logra materializarlo, es decir, de transformar, cambiar de forma, de idea a realidades en un plazo y con recursos definidos. (p. 30).

2.2.14. ¿Qué es lo que hace a las personas exitosas?

Para Rioja y et al (2010), las personas con éxito son aquellas que, con cualidades innatas o adquiridas, incluyendo su visión de lo que quieren lograr en la vida son aptas para lograr lo que desean en su entorno económico específico.

Tres son las categorías cualitativas que tienen los emprendedores exitosos:

- **“Recursos”**, entre los cuales se encuentran el marco referencial familiar, las relaciones, la habilidad para recaudar fondos, etc.
- **“Cualidades”** entre las cuales se encuentran el talento personal, la educación o los conocimientos y habilidades, las características individuales, etc.
- **“Visión”**, que comprende la motivación, las metas de la vida, la escala de valores, etc.

Todas las cuales están ligadas entre sí, y que definen las prioridades y la decisión de ser dueños de empresas.

Todos los emprendedores se enfrentan día a día a una situación económica individual que depende del tiempo y del entorno (lugar, poder adquisitivo, cultura, ambiente para los negocios, tamaño y tipo de organización con la cual se trabajara, la política gubernamental, etc.) es decir, la situación que se dará con más probabilidad en el micro y macro entorno futuro y que rara vez corresponde a los designios formulados en la política y la planificación.

Las interrelaciones entre estas categorías describen básicamente las oportunidades económicas presentes o futuras que se presentan a los emprendedores. Es posible que el emprendedor necesite el apoyo de otras personas para hacerlo, pero será el mismo quien solicite ese apoyo si lo desea. Si los/as emprendedores/as se dan cuenta de que se avecinan problemas o situaciones críticas, su estrategia consiste en:

- a) **Adaptar y ajustar sus habilidades** a los requerimientos, siendo la capacitación uno de los métodos más conocidos para hacerlo, o
- b) **Complementar sus deficiencias** utilizando las habilidades de otros; las sociedades son uno de los ejemplos clásicos de esta estrategia, o
- c) **Intentar transformar los requerimientos impuestos por la situación:** sindicatos, asociaciones industriales o la creación de sociedades accidentales, forman parte de esta estrategia.

Si los obstáculos que se le presentan al(a) emprendedor/a son demasiados grandes y no le es posible vencerlos, pese a sus esfuerzos, puede cambiar de actividad o mudarse a otro lugar.

La capacidad o habilidad del(a) emprendedor/a para compaginar su situación económica, es la que le conducirá a identificar las oportunidades económicas existentes en el entorno, que son inaccesibles, e incluso invisibles, para aquellas personas que carecen de dicha competencia. (p. 30-31).

2.2.15. Emprendedor/a

El/la emprendedor(a) es una persona que crea algo valioso dedicando tiempo y esfuerzo, asumiendo riesgos financieros, sociales y físicos, para obtener como premios: un resultado financiero positivo y una satisfacción personal.

El emprendedor organiza y dirige el emprendimiento, asumiendo el riesgo y esperando una potencial ganancia. Además, el/la emprendedor(a) evalúa la oportunidad percibida y lucha para tomar las decisiones que permitan que la nueva empresa alcance un crecimiento sostenido.

El término emprendedor proviene del vocablo francés “entreprendre”, cuya traducción podría ser “forjador”. Por lo tanto, el/la emprendedor/a es un “forjador/a”, alguien que “hace que las cosas sucedan”. Como resultado de ello, él o ella perturban el statu quo, y por lo tanto, también es considerado/a como un agente de cambio. (Rioja, et al., 2010, pp. 31-32).

2.2.16. ¿El/la emprendedor/a nace o se hace?

Los/as emprendedores(as) no nacen, se hacen (Shapero-1980). Las características que han sido encontradas muestran que los(as) emprendedores(as) no son genéticamente determinados ni tampoco en sus primeros años. Ellos/as surgen a través de las diversas experiencias de vida que tienen. Son fuertemente influidos por la educación y son capaces de elegir y tomar decisiones. Justamente los humanos tenemos ese don de decidir y de escoger muchas de las experiencias que determinan quiénes seremos en el futuro”. (Rioja, et al., 2010, pp. 32).

2.2.17. Tipos de emprendedores

Según Rioja et al (2010) menciona que existen dos tipos de emprendedores:

- **Corto plazo.** Se puede indicar que hay emprendedores que empiezan emprendimientos por necesidad, porque tienen la obligación de generar ingresos económicos que les permitan sustentar a sus familias.
- **Largo plazo.** Pero hay otras que se han capacitado para encontrar oportunidades y que emplean energía y esfuerzo en aplicar lo que han aprendido en la vida real. (p. 32).

2.2.18. Las características emprendedoras personales (CEP's)

Las características emprendedoras personales (CEPs) son atributos personales considerados como prerequisites para la actividad emprendedora. La corriente teórica afirma que los emprendedores poseen características personales que los diferencian de otros individuos que tienen una larga tradición.

Un estudio realizado resalta el hecho que los patrones de comportamiento más importantes entre los empresarios exitosos son las 10 CEPs, que son las más acertadas para detectar y reforzar el potencial empresarial. Y estas son:

2.2.19. Buscar oportunidades y tener Iniciativa

- a. Oportunidades.** Son las diferentes situaciones que identifica el/la emprendedor(a) para iniciar o ampliar su negocio.

Empresarios y aquellos que no lo son, sostienen: no existe muchas oportunidades en la actividad que realizamos, es decir, que las perspectivas para el futuro son limitadas.

En realidad, existen oportunidades todo el tiempo y en todo lugar, lo que debemos hacer es mirarlas y agarrarlas en el momento oportuno. Las oportunidades no van a hacia uno, sino uno tiene que salir a su encuentro, no es cuestión de suerte.

Tomar la iniciativa **significa salir a la acción** (emprender un negocio, producir algún producto, dar servicios, comercializarlo, etc.) **para apropiarse del esperado beneficio**. A esto se adhiere una situación de riesgo, de dejar lo que uno tiene o perder para ello.

Las oportunidades no se dirigen necesariamente a uno, y quizás ni aun es una real oportunidad, Tiene mucho que ver con la comunicación para informarse como para mantener a otros informados sobre lo que uno busca y le interesa. A esto se vincula con la construcción de redes de apoyo y de integración para conseguir buenas oportunidades en la vida empresarial como obtener financiamiento, un lugar de trabajo, maquinaria y equipo, asistencia técnica, etc. La iniciativa depende mucho de nuestra capacidad de correr riesgos y nuestro nivel de confianza en nosotros mismos.

Para identificar oportunidades o cazar ideas de negocios se deben considerar los siguientes cambios:

- Cambios en los estilos de vida
- Cambios de gustos y de preferencias
- Cambios tecnológicos y científicos.
- Cambios en el entorno
- Cambios en la demografía
- Cambios climáticos

b. Correr Riesgos: El riesgo es un aspecto común en la vida del/a emprendedor/a acompañándolo/a permanentemente en el vaivén de sus ocupaciones diarias, ya sea: en el comercio, industrias, préstamos crediticios u otras actividades, siendo una eventualidad que toma en cuenta para cubrir la posibilidad de que se haga cierto en caso probable.

Sucede que este concepto que determina fuertemente el comportamiento del(a) emprendedor/a, a menudo se hace presente solo en sus formas extremas, mientras que, en los otros casos, él/ella lo asume sin darse cuenta. Por lo tanto, vale la pena descubrir su impacto y su influencia dentro de los(as)

emprendedores/as en toda su dimensión, justamente para integrarlo más conscientemente y con mayor naturalidad al desarrollo de la vida del(a) emprendedor/a.

En este sentido, el riesgo **se caracteriza por la posibilidad del fracaso y las pérdidas causadas por él**, estos dos componentes determinan la dimensión del riesgo al emprender una acción que se quiere llevar a cabo, sea en el campo empresarial u otro.

Por lo tanto, el riesgo trata básicamente de un problema para tomar decisiones, la elección de opciones, y por consiguiente buscar un equilibrio entre posibles beneficios al cumplirse el propósito y los costos involucrados. Un/a emprendedor/a entonces debe realizar un gran esfuerzo para hacer funcionar y para manejar su empresa, planificando adecuadamente sus actividades, de manera de minimizar los riesgos.

c. Exigir Eficiencia y Calidad: Eficiencia y Calidad son dos palabras, dos cualidades en el empeño (constancia) de uno, y su impacto dentro de uno mismo.

d. Eficiencia; se refiere al uso de recursos involucrados en la realización de una meta, es decir, una persona es eficiente cuando realiza su trabajo rápido, sin demoras; hace un buen uso de su tiempo con relación al resultado vendido.

La búsqueda de calidad está relacionada al estado final del resultado, como la terminación de un producto o un servicio, el concepto de calidad debe estar presente a lo largo del proceso de elaboración, porque es la suma de pasos que determina la calidad final. En los/as emprendedores(as) el nivel de eficiencia y calidad puede ser aumentado al organizar y planificar mejor sus actividades.

Aparte de un mejor aprovechamiento de los recursos (disminuir costos), una duración prolongada de lo elaborado (mayor ciclo de vida) y la reputación de la empresa, estos criterios conllevan sobre todo en parte a nivel personal, específicamente hablando en la parte de autorrealización.

e. Persistencia: La persistencia, es desplegar fuerza, energía hacia algo en particular, esto demuestra un alto nivel de motivación en las personas y en sus actividades, independientemente de lo que puedan ser los incentivos (dinero, realización personal, afecto, etc.), la motivación no es en el fondo otra cosa que saber exactamente lo que uno como emprendedor quiere y busca la realización al volcar todas sus fuerzas hacia este objetivo, entonces, persistencia **es la expresión del deseo de realización a lo largo del tiempo**, puesto que no todo lo que aspiramos alcanzar se puede lograr de un solo golpe. No existe logro sin persistencia; la persistencia es una condición para transformar una idea en algo real.

La persistencia está ligada entonces con objetivos, metas y acciones para llevar a cabo una estrategia, de manera de hacer frente y superar los obstáculos que se presenten en el camino para alcanzar objetivos pre-establecidos.

f. Compromiso: Es importante darse cuenta qué impacto deja el cumplimiento en nosotros, tanto por estar expuestos al incumplimiento de otros, como en nuestra propia actitud, sucede que se toman en cuenta por lo general las consecuencias verdaderas de no cumplir lo comprometido.

Cada día hacemos compromisos, grandes, chicos, explícitos o en silencio, dando nuestra aprobación callada. Los compromisos que uno realiza son primero compromisos con uno mismo; por otra parte, los compromisos incumplidos se presentan en momentos insólitos impidiéndonos actuar con más energía y más libertad.

Tampoco se trata de buscar ciegamente el cumplimiento independientemente de los costos u otras consecuencias, los compromisos son renegociables al dar razones válidas y mostrar voluntad.

Por último, el cumplimiento del empresario para con sus empleados, con sus clientes, a los cuales debe mantenerlos siempre satisfechos y motivados, es una

acción que el/la emprendedor(a) siempre tendrá presente, ya que gracias a ellos la empresa continuará desarrollando sus actividades.

g. Búsqueda de Información: Estar bien o por lo menos suficientemente informado actualmente, ha adquirido para el/la emprendedor/a de hoy un carácter existencial, que decide a menudo sobre la supervivencia de la empresa.

Sin embargo, existen muchos empresarios, y sobre todo en el ámbito de los más pequeños que aún no les atribuye la suficiente importancia para incluirlos en sus actividades; la búsqueda de información deberá estar dirigida a sus clientes acerca de los productos que desean; en cuanto a sus proveedores, relacionado al tipo de materia prima, la calidad que necesitan para elaborar el producto, además de proporcionar un servicio por el producto vendido, etc. Y, por último, conocer a sus competidores que tienen en el mercado.

Recopilar esta información necesaria y útil requiere muchas veces una actitud de persistencia, ya que las fuentes no son fácilmente accesibles. Entonces la información significa un costo, se debe planificar esta actividad en términos de tiempo, recursos y responsabilidades. Para esto, se necesita un punto de referencia que guíe al conjunto de elementos del proceso: el objetivo de buscar y lograr información de calidad, ya que ésta es el futuro de llevar a cabo las actividades y la sobre vivencia de la empresa.

h. Fijar Metas: La producción de ideas, son muchas veces etapa previa a la identificación de objetivos cuya realización es de suma importancia para el/la emprendedor(a).

“Una meta u objetivo es el fin al cual quiere llegar el/la emprendedor(a)”.

La meta no es nada diferente de un objetivo, pero con un contenido claro y específico; y, por lo tanto, verificable, así como definido en su plazo de realización.

Para establecer una meta se deben tomar en cuenta los siguientes criterios:

- **Medible.** Una meta debe ser verificable, es decir, debe contar con algún indicador que señale si la meta fue lograda o no. Si esto no se determina, nunca se sabrá si se involucraron los recursos suficientes y se utilizó el método correcto para alcanzarla.
- **Alcanzable.** Una meta debe ser factible, es decir debe encontrarse realmente dentro de lo objetivamente posible. Por ello, se debe ver el entorno para establecer si es o no alcanzable.
- **Realista.** Una meta debe tomar en cuenta los recursos personales como materiales.
- **Específico.** Una meta debe ser concreta en su contenido para no dar lugar a otras interpretaciones. Una meta está clara y específica cuando también terceros están en condiciones de buscar su realización sin grandes explicaciones adicionales.
- **Acotado.** Una meta debe ser definida en el tiempo, o sea, debe tener determinado el tiempo que abarcara hasta lograrla. Según el plazo que doy a la realización, tendré que planificar mis actividades y mis recursos.
- **Reto.** La meta tiene que provocar un desafío en la emprendedora. La aplicación de estos cinco criterios (MAREAR) no garantiza automáticamente la realización de la meta. Pero ahorra tiempo en acciones mal pensadas, ahorra también el uso de recursos, y por último, disminuye considerablemente el riesgo.

i. **Planificación Sistemática y Seguimiento:** La planificación es prever anticipadamente lo que se va a hacer, esta función establece los objetivos (tanto en el ámbito personal como laboral). El tener presente los objetivos que uno persigue, permite ser más realistas a la hora de definir metas, se debe determinar cuál el camino a tomar para alcanzar cada meta, ya que esto se vincula con el hecho de que generalmente no hay un único camino para lograrla.

Las distintas actividades necesarias para lograr la meta, suponen diferencias en los recursos, en los tiempos previstos, las técnicas aplicadas, etc. Definidas estas actividades se comenzará con la ejecución, para que la planificación sea efectiva,

hay que organizar y realizar posteriormente un seguimiento y control, permitiendo así detectar si; efectivamente se está llevando a cabo de acuerdo a lo planeado las acciones empresariales.

Una forma sencilla de planificar es respondiendo a cinco preguntas: qué, cómo, cuándo, quién, cuánto.

- **¿Qué hacer?** Consiste en fijar el objetivo, es decir, el fin al cual se dirige la empresa.
- **¿Cómo hacer?** Consiste en definir los medios que se utilizaran para lograr el objetivo.
- **¿Cuándo hacer?** Consiste en determinar el tiempo que abarcaran las tareas que se han definido.
- **¿Quién debe hacer?** Consiste en designar las tareas que desarrollara cada integrante de la empresa.
- **¿Cuánto?** Consiste en determinar los recursos que se necesitaran para cumplir con el objetivo.

j. Persuasión y Redes de Apoyo: El/la emprendedor/a ha desarrollado la capacidad para persuadir. La persuasión tiene que ver con la fuerza y eficacia para inducir, obligando a otros con razones a creer o hacer algo. Es importante que el/la emprendedor/a, al momento de establecer los objetivos de la empresa, utilice estrategias deliberadas para influenciar y persuadir a las redes de apoyo para que la apoyen en el logro de los mismos.

Cada emprendedor/a es una combinación de debilidades y fortalezas. Las redes de apoyo tienen la función de complementar los lados flacos de/la emprendedor/a al buscar la fortaleza de otros y poner a disposición la suya. En este sentido, el/la emprendedor/a es tanto beneficiario/a como integrante de las redes de apoyo.

El/la emprendedor/a desarrolla sus actividades en grupo, donde la forma más común de organizarse es la familia, como son en la actualidad los talleres y las microempresas de nuestro medio. Estas organizaciones aportan una función de apoyo a sus miembros en todas las áreas y etapas de la vida, entonces hablamos

de redes de apoyo. Donde la emprendedora administra el negocio, desempeñando además otras funciones como atender a la clientela o apoyar en la producción; asimismo, los hijos realizan ciertas tareas como apoyo al proceso productivo o de ventas; y contratando en algunos casos personal para la producción y/o ventas. Por lo tanto, es necesario que el/la emprendedor/a acepte la necesidad de contar con el apoyo de otras personas, creando activamente redes de apoyo o aprovechando al máximo las existentes para avanzar en el trabajo.

k. Auto confianza e Independencia: Uno de los aspectos fundamentales en el comportamiento empresarial o de la persona es la auto confianza, siendo este el punto de apoyo que tiene en cualquiera de las otras características. La auto confianza del(a) emprendedor/a se puede comparar con una fuente de energía de la cual provienen la fuerza e intensidad con la que comenzaría una actividad.

Sin autoconfianza el/la emprendedor/a sufriría indecisiones y pasividad, no podría dirigir sus acciones hacia el logro de un objetivo, no podría ser coherente, ni asumir realmente la responsabilidad por las cosas que hace. Tener auto confianza no significa pensar que no se cometen errores, sino que no tiene que cometerlos. No significa que el/la emprendedor/a es capaz de todo, sino que asume y acepta, tal cual es, con todas sus fuerzas y debilidades; aprovechando lo mejor que sabe hacer o mejorando lo que le hace falta. (Rioja, et al., 2010, pp. 32 - 37).

2.2.20. Competencias emprendedoras para la formación de emprendedores (CEFE)

Kolshorn (1988) La metodología, Competencia Emprendedoras para la Formación de Emprendedores CEFE; la misma es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia

de grupos meta, mayormente en el contexto de generación de ingresos y empleo y de desarrollo económico.

CEFE, como capacitación, se basa en el supuesto que el enriquecimiento de la sociedad depende esencialmente de sus recursos humanos, cuanto más productiva y responsable sea su gente, mayor será la riqueza de esa nación.

CEFE ha evolucionado en el transcurso de los años desde el planteamiento para capacitar a personas que deseaban iniciar su propia empresa hasta alcanzar una metodología de amplio alcance, diseñada a evocar una conducta y una competencia empresarial en una variedad de situaciones. El supuesto fundamental es que la gente con una visión clara de sus metas y equipadas con las habilidades para alcanzarlas, tiene más posibilidad de ser personas productivas en la sociedad.

CEFE es un concepto altamente adaptable que ha sido utilizado para promover una amplia gama de grupos sociales muy diferentes, como el caso de los soldados desmovilizados en Etiopía, los refugiados en Mozambique, las mujeres en capacitación vocacional en Tunes, ex prisioneros en Chile, gente de las barriadas en Brasil, universitarios diplomados en Vietnam, personal profesional de empresas privatizadas en Uzbekistán, solamente para mencionar algunos.

CEFE ha probado ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico. Los principales resultados de la evaluación del Ministerio Alemán para la Cooperación Económica que se realizó en diferentes países de Asia, Latinoamérica y África reflejan que:

- Los participantes declaran que CEFE es útil o muy útil
 - para el desarrollo de sus competencias empresariales: 91%
 - para su propio desarrollo personal: 93%
 - para el desarrollo de sus negocios: 86%

- 98% de empresarios con 1-2 empleados y 100% de empresarios con 6-10 empleados manifiestan que sus ingresos y su facturación se incrementaron en por lo menos 30% después de asistir a un curso de capacitación CEF
- De un curso de capacitación para potenciales empresarios
 - 44% no se inició en ningún negocio, mientras que
 - 45% se convirtieron en empresarios de éxito.

Hasta ahora, CEFE parece tener éxito y ser de provecho particular cuando es utilizado por gente con menor nivel educativo y/o de menores ingresos.

Cuando se considera el número de empleados, el incremento es significativo después de un curso de capacitación CEFE, con un promedio de 4 nuevos puestos creados por participante.

La participación de las mujeres en los círculos CEFE es de casi un 38%. Un curso de capacitación CEFE puede dividirse en varios módulos. Esto ayuda a las mujeres y a otros participantes que tienen obligaciones que cumplir a que participen aun cuando tengan obligaciones que consumen su tiempo.

El objetivo principal de **CEFE** es mejorar el desempeño empresarial del actor económico a través de:

- Un autoanálisis guiado
- El estímulo al comportamiento empresarial
- El fortalecimiento de competencias empresariales

La metodología **CEFE** ha sido aplicada a una variedad de situaciones. El foco central continúa siendo el estímulo del crecimiento en el proceso de desarrollo de la pequeña y mediana empresa en el cual el énfasis para los empresarios es el desempeño en sus negocios mientras que para el personal de las instituciones de apoyo y regulación empresarial, es la creación de un entorno positivo a nivel macro y meso.

Existen seis etapas básicas en el programa CEFE, independientemente del grupo meta. La primera etapa es la toma de consciencia, en la cual se alienta a los participantes a examinar quienes son, a aclarar sus propios valores, y evaluar su propia personalidad, sus motivaciones, capacidades y recursos personales. La segunda etapa es la aceptación o el reconocimiento de sus propios puntos fuertes y débiles – no todos tienen que ser líderes o héroes, pero ser más creativo, innovador y competente muy posiblemente resulte en una compensación en cualquier profesión.

La tercera etapa es fijarse las metas, y donde el énfasis es lograr una claridad en el objetivo con respecto a las metas a corto y largo plazo, en la vida de la persona. La cuarta etapa implica el desarrollo de estrategias o planes de acción orientadas a generar crecimiento. Esto último se logra luego de analizar los componentes pertinentes de los seis factores antes mencionados e incluye el perfeccionamiento de los conocimientos sobre economía y toma de decisiones empresariales. La quinta es la experiencia directa en la cual el énfasis es el quehacer diario; experiencias de aprendizaje estructuradas y el enfrentarse a situaciones de la "vida real" ayuda a fortalecer esa experiencia en la cual las estrategias son puestas a prueba, evaluadas y modificadas. La última etapa es la transformación y la capacidad de empoderamiento donde las competencias adquiridas se reúnen en un patrón que compara los puntos fuertes y las debilidades personales con las metas.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Emprendedurismo:** Es el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión (sueño), que puede ser una idea novedosa, una mejor manera de hacer las cosas, o simplemente una oportunidad cuyo resultado final es la creación de una empresa bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Emprendedor(a):** Es una persona que crea algo valioso dedicando tiempo y esfuerzo, asumiendo riesgos financieros, sociales y físicos, para obtener

como premios: un resultado financiero positivo y una satisfacción personal (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).

- **Eficiencia:** Uso de recursos involucrados en la realización de una meta, es decir, una persona es eficiente cuando realiza su trabajo rápido, sin demoras; hace un buen uso de su tiempo con relación al resultado vendido (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Calidad:** Está relacionada al estado final del resultado, como la terminación de un producto o un servicio, es la suma de pasos que determina la calidad final. En los/as emprendedores(as) el nivel calidad puede ser aumentado al organizar y planificar mejor sus actividades (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **CEFE:** Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de generación de ingresos y empleo y de desarrollo económico (Kolshorn, 1998, p. 20).
- **Creatividad:** Es la capacidad de inventar algo nuevo, de relacionar algo conocido de forma innovadora o de apartarse de los esquemas de pensamiento y conducta habituales (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Persistencia:** Es desplegar fuerza, energía hacia algo en particular, esto demuestra un alto nivel de motivación en las personas y en sus actividades, independientemente de lo que puedan ser los incentivos (dinero, realización personal, afecto, etc.) (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Medible:** Una meta debe ser verificable, es decir, debe contar con algún indicador que señale si la meta fue lograda o no. Si esto no se determina, nunca se sabrá si se involucraron los recursos suficientes y se utilizó el método correcto para alcanzarla (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).

- **Alcanzable:** Una meta debe ser factible, es decir debe encontrarse realmente dentro de lo objetivamente posible. Por ello, se debe ver el entorno para establecer si es o no alcanzable (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Realista:** Una meta debe tomar en cuenta los recursos personales como materiales (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Específico:** Una meta debe ser concreta en su contenido para no dar lugar a otras interpretaciones. Una meta está clara y específica cuando también terceros están en condiciones de buscar su realización sin grandes explicaciones adicionales (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Acotado:** Una meta debe ser definida en el tiempo, o sea, debe tener determinado el tiempo que abarcara hasta lograrla. Según el plazo que doy a la realización, tendré que planificar mis actividades y mis recursos (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).
- **Reto:** La meta tiene que provocar un desafío en la emprendedora (Rioja, et al., 2010, p. 29-31).

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. HIPÓTESIS GENERAL:

Hi: Existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016

Ho: No existe diferencias entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Por ser un estudio propositivo, no se considera hipótesis específicas

3.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

Variable X: Características emprendedoras personales.

- **Definición Conceptual:** Es la identificación clara e inequívoca del comportamiento específico que pueda observarse y que está estrechamente asociado al éxito empresarial por una persona (CEFE)

- **Definición Operacional:** Es el comportamiento específico que tiene el estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias Económicas y Financieras en relación al éxito empresarial.

3.4. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Características de emprendimiento personal	Es la identificación clara e inequívoca del comportamiento específico que pueda observarse y que está estrechamente asociado al éxito empresarial de cada persona (CEFE)	Social	Es el comportamiento específico que tiene cada persona, en este caso el estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad Alas Peruanas –	Se fija metas
				Busca y consigue información
				Planifica y hace seguimiento sistemático
		Política	Escuela Profesional de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad Alas Peruanas –	Es persuasivo y crea redes de apoyo
				Tiene confianza en sí mismo y es independiente
				Busca oportunidades y tiene iniciativa
		Empresarial	filial Tarapoto, en relación al éxito empresarial	Es persistente
				Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajo
				Exige eficiencia y calidad
				Corre riesgos

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1. Tipo de Investigación

La investigación fue básica y sustantiva

Fue una investigación básica porque estuvo orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y nuevos campos de investigación sin un fin práctico específico e inmediato. Tiene como fin crear un cuerpo de conocimiento teórico sobre los fenómenos educativos, sin preocuparse de su aplicación práctica. Se orienta a conocer y persigue la resolución de problemas amplios y de validez general (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Fue una investigación sustantiva porque trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos o específicos, en tal sentido, está orientada, a describir, explicar, predecir o retro decir la realidad, con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.1.2. Nivel de Investigación

La investigación fue cuantitativa descriptiva propositiva, con recolección transversal de datos.

Fue investigación cuantitativa, porque permite establecer las características de la variable que suponen una explicación del objeto de investigación, se basa sobre muestras grandes y representativas de una población determinada, utiliza la estadística como herramienta básica para el análisis de datos. Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se requiere analizar. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Fue propositiva, porque es una mezcla de las teorías existentes que están relacionados al hecho de la investigación, pretende dar una solución o iniciativa a la cual se denomina propuesta para mejorar las competencias de los estudiantes de la escuela de ciencias contables y financieras (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Fue una investigación transversal porque registró la información según van ocurriendo los fenómenos, siguen una línea presente-futuro. La dirección que sigue el investigador es la variable única, es decir, se conoce o se manipula una variable y se miden sus condiciones (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.2. MÉTODOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

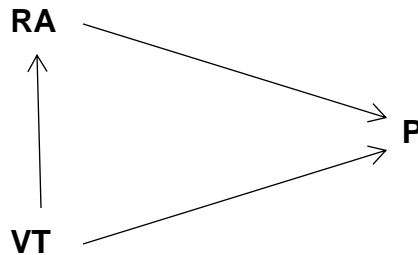
4.2.1. Métodos de Investigación

La investigación fue cuantitativa, de corte transversal porque el investigador acopia datos sin tratar de introducir tratamientos nuevos ni cambios; se hacen observaciones o mediciones acerca de estados, circunstancias, conductas o características existentes.

4.2.2. Diseño de la Investigación

El diseño de la presente investigación es propositivo.

Esquema:



Dónde:

RA : CEFE

VT : Características de emprendimiento personal

P : Propuesta

4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1. Población:

Estuvo constituida por 57 estudiantes varones y mujeres del noveno y décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias contables y financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto 2016.

4.3.2. Muestra

Estuvo conformada por el 100% (57) de la población, estudiantes varones y mujeres del noveno y décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto 2016.

4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.4.1. Técnicas:

La técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta tomada en forma directa a los estudiantes del noveno y décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto 2016.

4.4.2. Instrumentos

Para la presente investigación se utilizó el test de las Características Emprendedoras Personales (CEP's) que utiliza la metodología CEFE, (Competency-based Economies Through Formation of Enterprise), es un sistema comprehensivo de herramientas que nació hace 25 años gracias al Ministerio Alemán de Economía (GME), tiene como principal objetivo poder estimular un cambio positivo en diferentes procesos de desarrollo. El mismo que es utilizado por el Ministerio de la Producción del Perú (PRODUCE), que es utilizado en su componente CRECEMYPE en la que apoya las Nuevas Iniciativas Empresariales (NIE), el NIE es un programa presencial de capacitación y asistencia técnica que apoya a poner en marcha el negocio propio de los emprendedores. Consta de 55 preguntas en las cuales se aborda sobre las 10 CEP's, de esa manera se determina el nivel de avance da cada una de estas características. Las mismas que se dividen en:

Dimensión social:

- Indicador 1: Se fija metas. Consta de 6 preguntas.
- Indicador 2: Busca y consigue información. Consta de 5 preguntas.
- Indicador 3: Planifica y hace seguimiento sistemático. Consta de 5 preguntas

Dimensión Política:

- Indicador 4: Es persuasivo y crea redes de apoyo. Consta de 4 preguntas
- Indicador 5: Tiene confianza en sí mismo y es independiente. Consta de 11 preguntas

Dimensión Empresarial:

- Indicador 6: Busca oportunidades y tiene iniciativa. Consta de 6 preguntas
- Indicador 7: Es persistente. Consta de 5 preguntas.
- Indicador 8: Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajo. Consta de 2 preguntas.
- Indicador 9: Exige eficiencia y calidad. Consta de 5 preguntas.
- Indicador 10: Corre riesgos. Consta de 6 preguntas.

Las respuestas fueron calificadas según Likert, de la siguiente manera:

1 = Nunca

2 = Raras veces

3 = Algunas veces

4 = Usualmente

5 = Siempre

Puntaje:

Dimensión Social:

Puntaje	Indicador 1	Indicador 2	Indicador 3
Muy malo	De 1 a 6	De 1 a 5	De 1 a 5
Malo	De 7 a 12	De 6 a 10	De 6 a 10
Regular	De 13 a 18	De 11 a 15	De 11 a 15
Bueno	De 19 a 24	De 16 a 20	De 16 a 20
Excelente	De 25 a 30	De 21 a 25	De 21 a 25

Dimensión Política:

Puntaje	Indicador 4	Indicador 5
Muy malo	De 1 a 4	De 1 a 11
Malo	De 5 a 8	De 12 a 22
Regular	De 9 a 12	De 23 a 33
Bueno	De 13 a 16	De 34 a 44
Excelente	De 17 a 20	De 45 a 55

Dimensión Empresarial:

Puntaje	Indicador 6	Indicador 7	Indicador 8
Muy malo	De 1 a 6	De 1 a 5	De 1 a 2
Malo	De 7 a 12	De 6 a 10	De 3 a 4
Regular	De 13 a 18	De 11 a 15	De 5 a 6
Bueno	De 19 a 24	De 16 a 20	De 7 a 8
Excelente	De 25 a 30	De 21 a 25	De 9 a 10

Puntaje	Indicador 9	Indicador 10
Muy malo	De 1 a 5	De 1 a 6
Malo	De 6 a 10	De 7 a 12
Regular	De 11 a 15	De 13 a 18
Bueno	De 16 a 20	De 19 a 24
Excelente	De 21 a 25	De 25 a 30

Puntaje por dimensiones:

Puntaje	Social	Político	Empresarial
Muy malo	De 1 a 16	De 1 a 15	De 1 a 18
Malo	De 17 a 32	De 16 a 30	De 19 a 36
Regular	De 33 a 48	De 31 a 45	De 37 a 54
Bueno	De 49 a 64	De 46 a 60	De 55 a 72
Excelente	De 65 a 80	De 61 a 75	De 73 a 90

Puntaje Total	
Muy malas Características Emprendedoras Personales	De 1 a 55
Malas Características Emprendedoras Personales	De 56 a 110
Regular Características Emprendedoras Personales	De 111 a 165
Buenas Características Emprendedoras Personales	De 166 a 220
Excelentes Características Emprendedoras Personales	De 221 a 275

4.4.3. Validez y confiabilidad:

Por ser un instrumento elaborado y validado por el Ministerio de la Producción y al no haber realizado cambios en el mismo es que no amerita validar o realizar la prueba de confiabilidad alfa de Cronbach.

4.4.4. Plan de análisis de datos:

- Se revisó la bibliográfica, se elaboró el proyecto de investigación y se presentó a la Escuela de Posgrado para su revisión y aprobación.
- Se presentó el proyecto de investigación y la solicitud de permiso dirigida al Director la Universidad Alas Peruanas filial Tarapoto, para que nos brinde las facilidades para la recolección de datos.
- La recolección de datos del estudio se realizó considerando la población y muestra.
- Para el procesamiento y análisis de datos, se diseñó una base de datos en Excel 2011 y SPSS 21, que permitió la elaboración de tablas y gráficos.
- Se elaboró el informe de tesis, se presentó ante la Escuela de Posgrado para su aprobación y designación de jurado para sustentación.
- Posteriormente se procederá con la sustentación de la tesis.

4.4.5. Ética en la investigación

El cuestionario por ser anónimo cumple la condición ética, ya que se les informó a los estudiantes que los datos que brinden sólo serán usados con fines de

investigación, de esta manera como investigadores garantizamos la práctica de una buena conducta responsable en investigación.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

Objetivo Específico 01: Identificar las características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Tabla N° 01: Características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

	Puntaje	INDICADOR 1		INDICADOR 2		INDICADOR 3		DIMENSIÓN SOCIAL	
		Se fija metas		Busca y consigue información		Planifica y hace seguimiento sistemático		f	%
		f	%	f	%	f	%		
MASCULINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Malo	2	3.51%	0	0.00%	0	0.00%	2	1.17%
	Regular	2	3.51%	4	7.02%	3	5.26%	9	5.26%
	Bueno	24	42.11%	19	33.33%	22	38.60%	65	38.01%
	Excelente	0	0.00%	5	8.77%	3	5.26%	8	4.68%
FEMENINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Regular	4	7.02%	3	5.26%	12	21.05%	19	11.11%
	Bueno	24	42.11%	22	38.60%	17	29.82%	63	36.84%
	Excelente	1	1.75%	4	7.02%	0	0.00%	5	2.92%
	TOTAL	57	100.00%	57	100.00%	57	100.00%	171	100.00%

Fuente: Elaboración propia, datos de la encuesta anexo N° 03

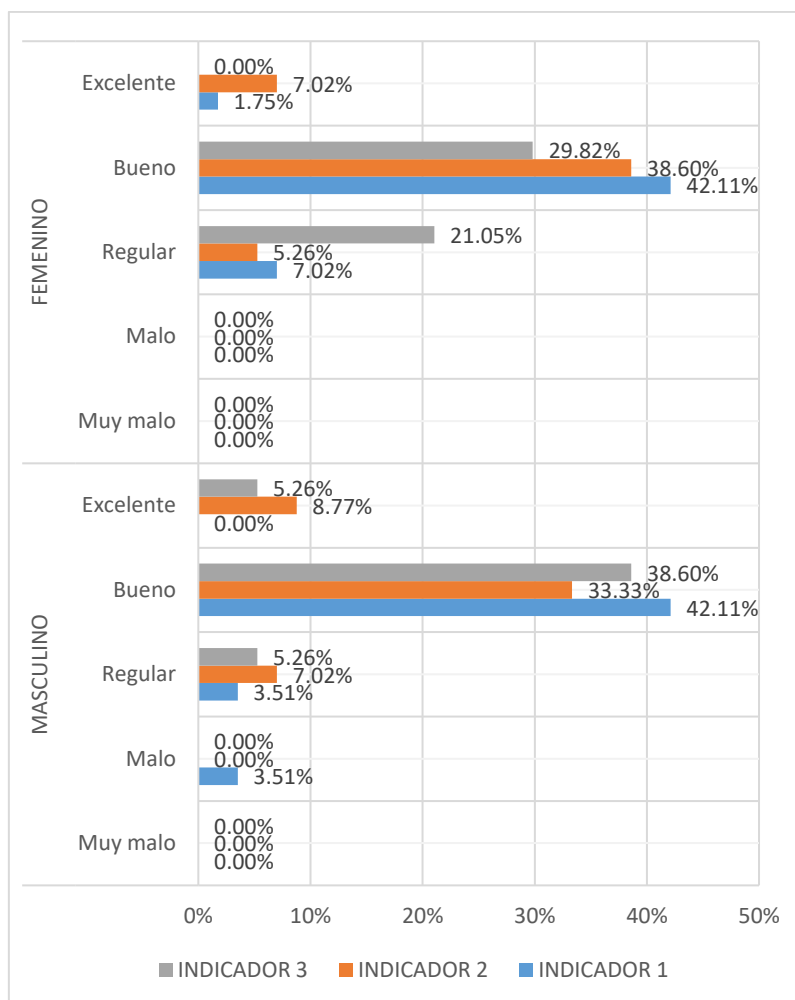


Gráfico N° 01: Características emprendedoras personales, dimensión social por indicador, según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Fuente: *Elaboración Propia, referencia a la tabla N° 01*

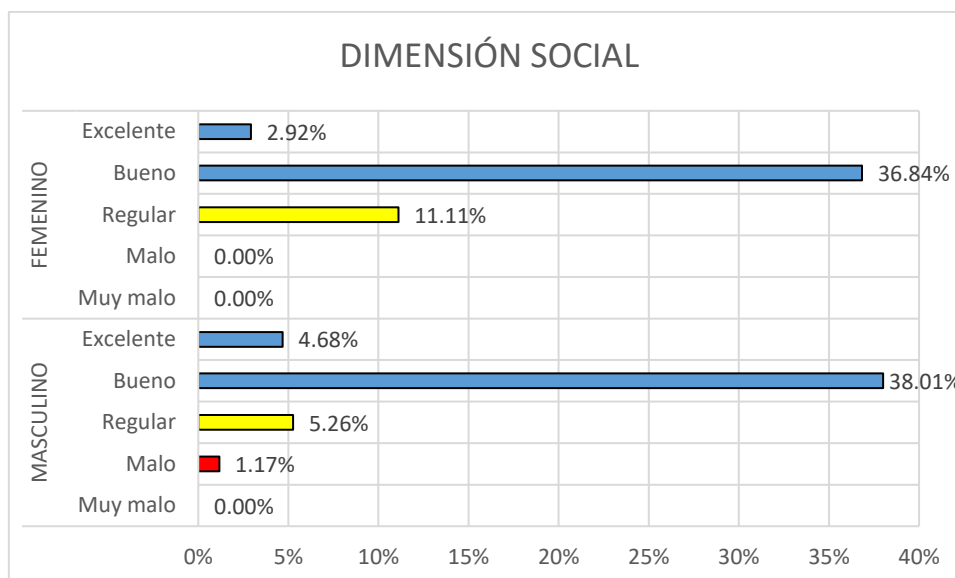


Gráfico N° 02: Características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Fuente: *Elaboración Propia, referencia a la tabla N° 01*

Interpretación

Tabla 01 y gráfico 01: Dentro de la característica emprendedora personal dimensión social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto en el rango de:

- Indicador 1: Se fijan metas. El 42.11% (24) son buenos tanto las mujeres como los varones, con tendencia a disminuir.
- Indicador 2: Busca y consigue información. El 38.60% (22) mujeres son buenas y el 33.33% (19) varones son buenos, con tendencia a aumentar.
- Indicador 3: Planifica y hace seguimiento sistemático. El 38.60% (22) varones son buenos y el 29.82% (17) mujeres son buenos, con tendencia a disminuir.

Tabla 01 y gráfico 02, Dimensión social: el 38.01% indica que los varones son buenos y el 36.84% indica que las mujeres son buenas, ambos con tendencia a disminuir.

Objetivo Específico 02: Identificar las características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016

Tabla N° 02: Características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

		INDICADOR 4		INDICADOR 5		DIMENSIÓN POLÍTICA	
		Es persuasivo y crea redes de apoyo		Tiene confianza en sí mismo y es independiente			
		f	%	f	%	f	%
MASCULINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Regular	0	0.00%	6	10.53%	6	5.26%
	Bueno	17	29.82%	23	40.35%	40	35.09%
	Excelente	12	21.05%	0	0.00%	12	10.53%
FEMENINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Malo	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Regular	4	7.02%	14	24.56%	18	15.79%
	Bueno	15	26.32%	14	24.56%	29	25.44%
	Excelente	9	15.79%	0	0.00%	9	7.89%
TOTAL		57	100.00%	57	100.00%	114	100.00%

Fuente: Elaboración propia, datos de la encuesta anexo N° 03

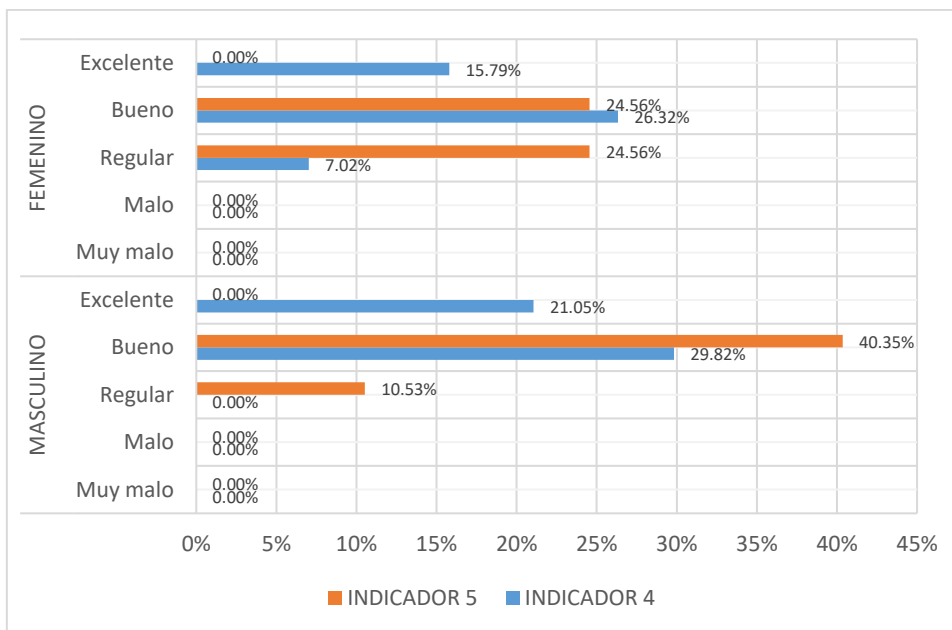


Gráfico N° 03: Características emprendedoras personales, dimensión política por indicador, según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Fuente: Elaboración Propia, referente a tabla N° 02

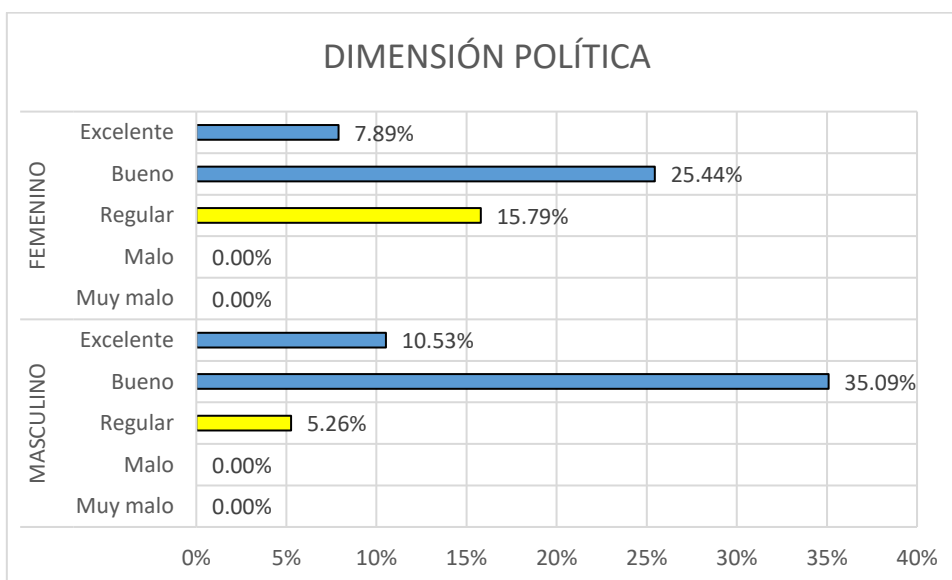


Gráfico N° 04: Características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Fuente: Elaboración Propia, referente a tabla N° 02

Interpretación:

Tabla 02 y gráfico 03: Dentro de la característica emprendedora personal dimensión política de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto en el rango de:

- Indicador 4: Es persuasivo y crea redes de apoyo. El 29.82% (17) son buenos los varones y el 26.32% (15) son buenas las mujeres, con tendencia a aumentar.
- Indicador 5: Tiene confianza en sí mismo y es independiente. El 40.35% (23) son buenos los varones y el 24.56% son buenas las mujeres, con tendencia a disminuir.

Tabla 02 y gráfico 04: Dimensión Política, el 35.09% son buenos los varones y el 25.44% son buenas las mujeres, los varones con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.

Objetivo Específico 03: Identificar las características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016

Tabla N° 03: Características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

		INDICADOR 6		INDICADOR 7		INDICADOR 8		INDICADOR 9		INDICADOR 10		DIMENSIÓN EMPRESARIAL	
		Busca oportunidades y tiene iniciativa		Es persistente		Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajos		Exige eficiencia y calidad		Corre riesgos			
Puntaje		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
MASCULINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	12	21.05%	0	0.00%	0	0.00%	12	4.21%
	Malo	4	7.02%	0	0.00%	5	8.77%	0	0.00%	0	0.00%	9	3.16%
	Regular	20	35.09%	5	8.77%	4	7.02%	11	19.30%	25	43.86%	65	22.81%
	Bueno	5	8.77%	15	26.32%	2	3.51%	18	31.58%	4	7.02%	44	15.44%
	Excelente	0	0.00%	9	15.79%	6	10.53%	0	0.00%	0	0.00%	15	5.26%
FEMENINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	7	12.28%	0	0.00%	0	0.00%	7	2.46%
	Malo	0	0.00%	0	0.00%	9	15.79%	0	0.00%	1	1.75%	10	3.51%
	Regular	17	29.82%	4	7.02%	7	12.28%	5	8.77%	24	42.11%	57	20.00%
	Bueno	11	19.30%	22	38.60%	5	8.77%	20	35.09%	3	5.26%	61	21.40%
	Excelente	0	0.00%	2	3.51%	0	0.00%	3	5.26%	0	0.00%	5	1.75%
TOTAL		57	100.00%	57	100.00%	57	100.00%	57	100.00%	57	100.00%	285	100.00%

Fuente: Elaboración propia, datos de la encuesta anexo N° 03

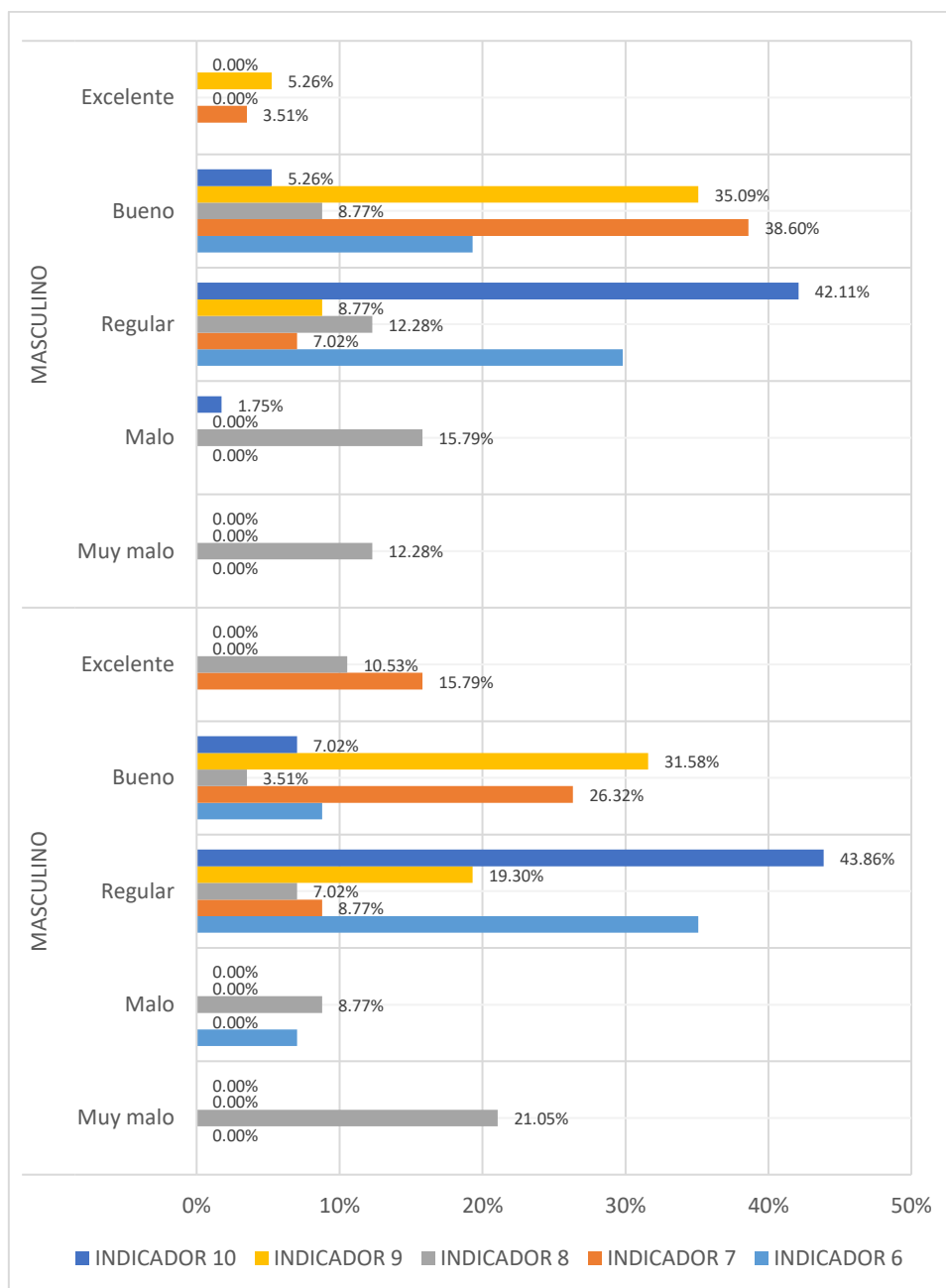


Gráfico N° 05: Características emprendedoras personales, dimensión empresarial por indicadores, según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

Fuente: Elaboración Propia, referente a la tabla N° 03

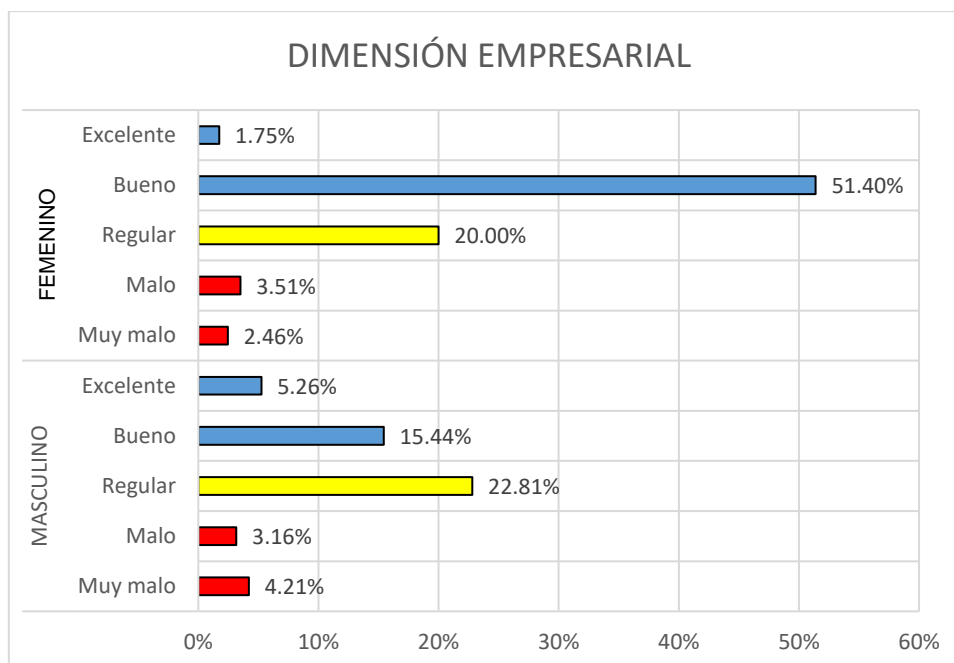


Gráfico N° 06: Características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

Fuente: Elaboración Propia, referente a la tabla N° 03

Interpretación:

Tabla 03 y gráfico 05. Dentro de la característica emprendedora personal dimensión empresarial de los estudiantes de la escuela profesional de ciencias contables y financieras de la universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto en el rango de:

- Indicador 6: Busca oportunidades y tiene iniciativa. El 35.09% (20) son regulares los varones y el 29.82% (17) son regulares las mujeres, ambos con tendencia a aumentar.
- Indicador 7: Es persistente. El 38.60% (22) son buenas las mujeres y el 26.32% (15) son buenos los varones, los varones con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.
- Indicador 8: Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajos. El 21.05% (12) son muy malos los varones y el 15.79% (9) son muy malas las mujeres, ambos con tendencia a aumentar.

- Indicador 9: Exige eficiencia y calidad. El 35.09% (20) son buenas las mujeres y el 31.58% (18) son buenos los varones, ambos con tendencia a disminuir.
- Indicador 10: Corre riesgos. El 43.86% (25) son regulares los varones y el 42.11% (24) son regulares las mujeres, ambos con tendencia a aumentar.

Tabla 03 y gráfico 06. Dimensión Empresarial. El 22.81% son regular los varones y el 21.40% son buenas las mujeres, los varones con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.

Objetivo General: Determinar si existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Tabla N° 04: Consolidado de las características emprendedoras personales por dimensiones, de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

		SOCIAL		POLÍTICO		EMPRESARIAL		CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES	
Puntaje		f	%	f	%	f	%	F	%
MASCULINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	12	4.21%	12	2.11%
	Malo	2	1.17%	0	0.00%	9	3.16%	11	1.93%
	Regular	9	5.26%	6	5.26%	65	22.81%	80	14.04%
	Bueno	65	38.01%	40	35.09%	44	15.44%	149	26.14%
	Excelente	8	4.68%	12	10.53%	15	5.26%	35	6.14%
FEMENINO	Muy malo	0	0.00%	0	0.00%	7	2.46%	7	1.23%
	Malo	0	0.00%	0	0.00%	10	3.51%	10	1.75%
	Regular	19	11.11%	18	15.79%	57	20.00%	94	16.49%
	Bueno	63	36.84%	29	25.44%	61	21.40%	153	26.84%
	Excelente	5	2.92%	9	7.89%	5	1.75%	19	3.33%
TOTAL		171	100.00%	114	100.00%	285	100.00%	570	100.00%

Fuente: Elaboración propia, datos de la encuesta anexo N° 03

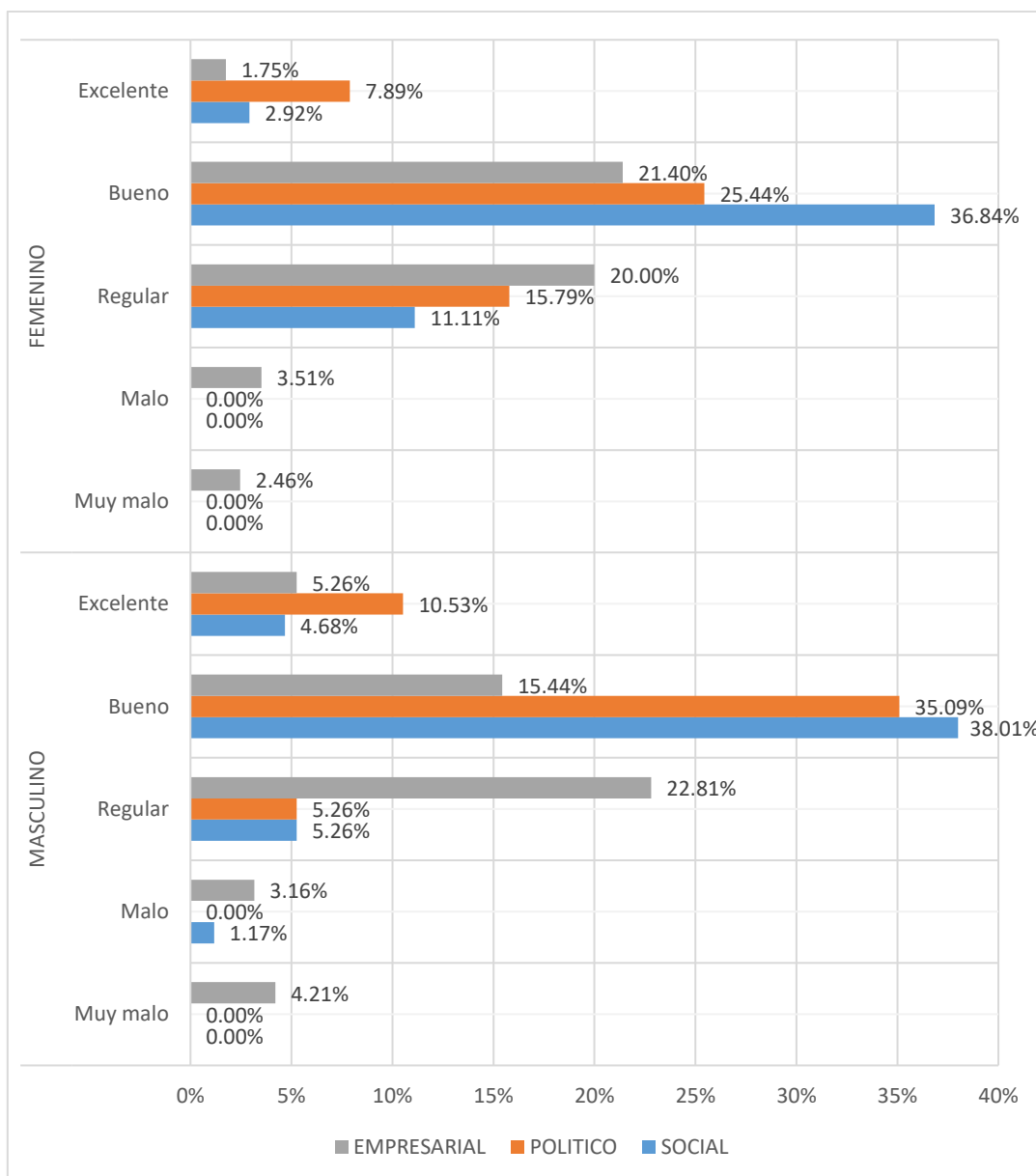


Gráfico N° 07: Consolidado de las características emprendedoras personales por dimensiones, de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

Fuente: *Elaboración Propia, referencia a la tabla N° 04.*

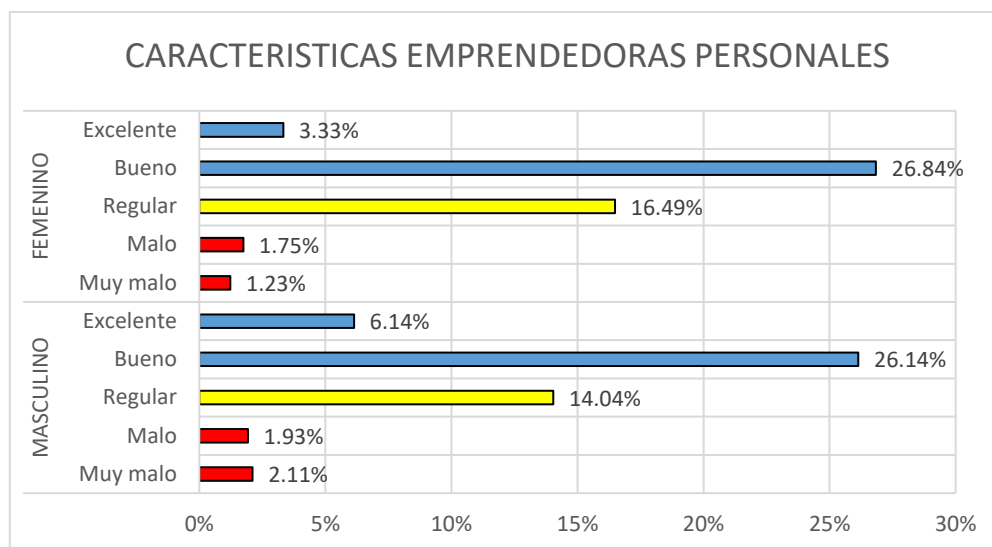


Gráfico N° 08: Consolidado de las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

Fuente: *Elaboración Propia, referencia a la tabla N° 04.*

Interpretación

Tabla 04 y gráfico 07. Las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto según dimensión:

- Dimensión Social, el 38.01% son buenos los varones y el 36.84% son buenas las mujeres, ambos con tendencia a disminuir.
- Dimensión Política, el 35.09% son buenos los varones y el 25.44% son buenas las mujeres, los varones con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.
- Dimensión Empresarial, el 22.81% son regulares los varones y el 21.40% son buenas las mujeres, los varones con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.

Tabla 04 y gráfico 08, las características emprendedoras personales, el 26.84% son buenas las mujeres y el 26.14% son buenos los varones, ambos con tendencia a disminuir.

5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Prueba de Hipótesis: Características emprendedoras personales según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas- Filial Tarapoto, 2016.

Tabla N° 06: Chi Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	39,661	37	0,352
Razón de verosimilitud	54,361	37	0,033
Asociación lineal por lineal	0,537	1	0,464
N de casos válidos	57		

Fuente: Resultados del software SPSS de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

En el marco de la investigación se planteó la siguiente hipótesis:

Hi: Existe relación entre las características emprendedoras personales y el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Ho: No existe relación entre las características emprendedoras personales y el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

Como p-valor: $0.352 > 0.05$. Se concluye con un 95% de confianza que existe evidencia suficiente para **aceptar la hipótesis nula** y afirmar que: No existe relación entre las características emprendedoras personales y el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las características emprendedoras personales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto según dimensión:

En la Dimensión Social, el 38.01% de los hombres son buenos y el 36.84% de las mujeres son buenas, ambos con tendencia a disminuir.

García García (2015) en su Tesis de Maestría: *Emprendimiento Empresarial Juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. México. Concluye: Lo más importante al momento de iniciar un emprendimiento empresarial es contar con desarrollo de competencias, habilidades académicas, sociales y emocionales del sujeto emprendedor.

En la Dimensión Política, el 35.09% de los hombres son buenos y el 25.44% de las mujeres son buenas, los hombres con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.

En la Dimensión Empresarial, el 22.81% de los hombres son regulares y el 21.40% de las mujeres son buenas, los hombres con tendencia a aumentar y las mujeres con tendencia a disminuir.

Peñaherrera León y et al (2012) en su Artículo Científico: *La Creatividad y el Emprendimiento en tiempos de Crisis*. México. Concluye: La combinación de las estrategias educativas y el potencial de la investigación científica pueden generar nuevas habilidades profesionales y empresariales mediante el desarrollo de competencias emprendedoras.

Ortíz (2015) en su Tesis: *Educación Universitaria y el Empredimiento Empresarial en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015*. Concluye: La relación entre la variable educación universitaria y emprendimiento empresarial, los alumnos perciben que la educación universitaria en emprendimiento empresarial es regular, por lo tanto, la universidad no está cumpliendo del todo bien con ese rol.

Respecto a las características emprendedoras personales, el 26.84% de las mujeres son buenas y el 26.14% de los hombres son buenos, ambos con tendencia a disminuir.

Delgado Caramutti y et al (2017) en su Tesis: *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán*. Pimentel. Concluye que el 81.10% de los alumnos tienen una alta percepción de sí mismos como emprendedores, se consideran innovadores, creativos, entusiastas, etc. Las mujeres consideran tener una alta influencia del docente en el tema de emprendimiento.

Benavides y et al (2015) en su Tesis: *Emprendimiento y Perfil del Emprendedor en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2014-2015*. Concluye que el 40% de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas tiene la expectativa de emprender un negocio propio, con un perfil emprendedor medio, con un promedio de 17.14 puntos para las mujeres y 16.93 puntos para los varones respectivamente, caracterizado por buscar oportunidades, tener iniciativa, fijar metas y también correr riesgos.

Ortíz (2015) en su Tesis: *Educación Universitaria y el Empredimiento Empresarial en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015*. Concluye que la presente investigación ha permitido identificar claramente que el número de iniciativas emprendedoras (06) seis son mujeres y (03) tres son hombres.

CONCLUSIONES

Del presente trabajo se concluye:

Conclusión Parcial 01: Características emprendedoras personales dimensión social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016. Según la metodología CEFE, ésta dimensión tiene 3 indicadores, de los cuales se concluye: En el caso de las mujeres, son buenas fijándose metas (42.11%), buscando y consiguiendo información (38.60%), planificando y haciendo seguimiento sistemático (29.82%). Mientras que los hombres son buenos fijándose metas (42.1%), planificando y haciendo seguimiento sistemático (38.60%), buscando y consiguiendo información (33.33%).

Conclusión Parcial 02: Características emprendedoras personales dimensión política de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016. Según la metodología CEFE, ésta dimensión tiene 2 indicadores, de los cuales se concluye: En el caso de las mujeres son buenas, persuadiendo y creando redes de apoyo (26.32%), tienen confianza en sí mismas y son independientes (24.56%). En los varones, son buenos en que tienen confianza en sí mismos y son independientes (40.35), son persuasivos y crean redes de apoyo (29.82%).

Conclusión Parcial 03: Características emprendedoras personales dimensión empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016. Según la metodología CEFE, ésta dimensión tiene 5 indicadores, de los cuales se concluye: En el caso de las mujeres son buenas, son persistentes (38.60%), exigen eficiencia y calidad (35.09%), son regulares: corriendo riesgos (42.11%), buscado oportunidades y tiene iniciativa (29.82%) son muy malas cumpliendo los contratos de trabajos (15.79%). En el caso de los hombres son buenos en: Exigen eficiencia y calidad (31.58%), son persistentes (26.32%), son regulares:

corriendo riesgos (43.86%), buscando oportunidades y tienen iniciativa (35.09%), son muy malos comprimiendo los contratos de trabajos (21.05%).

Conclusión Final: En el presente trabajo las características emprendedoras personales según el sexo, se dividen en 3 dimensiones:

En las mujeres, son buenas en las 3 dimensiones: social (36.84%), política (25.44%) y empresarial (21.40%). En el caso de los hombres, son buenas en 2 dimensiones: social (38.01%), política (35.09%) y regular en la dimensión empresarial (22.81%).

En resumen: Las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – Filial Tarapoto, 2016; las mujeres son buenas (26.84%) y los hombres son buenos (26.14%), ambos con tendencia a disminuir.

No existe relación entre las características emprendedoras personales y el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.

RECOMENDACIONES

- A los Directivos y docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas, promover el método CEFE mediante alianzas estratégicas con el Ministerio de la Producción, Empresas privadas y asociaciones de productores de bienes y servicios para que los estudiantes mediante la estrategias aprendizaje servicio, realicen prácticas y asesoramientos para fortalecer las características emprendedoras en los estudiantes y potenciar las características emprendedoras personales, empresarial sociales y políticas.
- A los Directivos institucionalizar la metodología CEFE “aprender – haciendo”, para lo cual se deben implementar laboratorios, equipos, materiales, recursos humanos con experiencia y que tengan participación o ser promotores de actividades productivas, a fin que con sus componentes conjunto de logro, conjunto de planificación y conjunto de poder como método ideal para generar emprendimiento en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto.
- Los docentes de ciencias contables y financieras deben fortalecer las características emprendedoras de los estudiantes de ambos sexos a fin de fortalecer o garantizar el logro de competencias empresariales, mediante alianzas con los colegios profesionales, gremios empresariales a fin de actualizar y modernizar la curricular de estudios, donde se enfatice el emprendimiento desde los inicios de los estudios universitarios en forma académica y practica alineados al entorno empresarial.
- Tomar la propuesta basada en la metodología CEFE para fortalecer las competencias empresariales e impulsar la sostenibilidad de los proyectos empresariales cumpliendo el ciclo de Experimentar, Publicar, Procesar, Generalizar y Aplicar. Todo esto mediante alianzas estratégicas Universidad, empresas privadas y organismos del sector público tales como el Ministerio

de Educación, Sunedu, Mincetur, Ministerio de la Producción, y demás instituciones en las que brinden las oportunidades, medios y recursos para poner en práctica esta metodología.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Begoña, B. (2014). *El Fomento del Emprendimiento y el Apoyo a la Pyme*. España: Minetad.
<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/394/CRISTETO%20BLASCO.pdf>
- Benavides, M., y et al (2015). *Emprendimiento y Perfil del Emprendedor en la Escuela Profesional de ciencias administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2014-2015*. [Tesis] Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco [Cusco-Perú] 121p.
- Bouby Tolentino, F. (2014). *Fomento del Emprendimiento Empresarial y Formación Profesional Universitaria: Centro de Emprendimiento en la FCA, UNMSM*. [Artículo] Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM Vol. 17-I, Nº 33, Lima, Junio 2014. [Citado el 16/03/2019] Disponible en: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FvkuhuV1XOYJ:revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/download/11677/10470+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe>
- Bravo García, S. (2012). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales*. [Tesis Doctoral] Universidad de Sevilla [Sevilla-España] https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/14890/M_TD-PROV15.pdf?sequence=1
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Empredimiento*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2es tadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>

Cristeto Blasco, B. (2014). *El Fomento del Emprendimiento y el Apoyo a la Pyme*. España: Minetad.

<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/394/CRISTETO%20BLASCO.pdf>

Delgado Caramutti, A.M. y et al (2017) *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel*. [Tesis de Licenciatura] Universidad Señor de Sipán. 1 [Pimentel-Perú] 311p. Disponible en: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4156/Delgado%20Caramutti%20-%20Nu%F1ez%20Vera%20Pierina%20Mirella.pdf;jsessionid=8D98071718759EAC5AE6B4BE726B1FAA?sequence=1>

Enciso, J. (2010). El emprendimiento y el bien común ¿competencias complementarias o excluyentes? *Redalyc*, 63-76. Obtenido de Universidad de la Sabana: <http://www.redalyc.org/pdf/834/83416264005.pdf>

Ferreto, E., y et al (2014). *Las Emprendedoras y Emprendedores en Ciencia y Tecnología en Costa Rica: Un Contraste de Realidades de Género*. Costa Rica: Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Obtenido de Municipios: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Fuentes, F., y et al (2010). *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género*. Estudios de economía aplicada. Vol. 28-3. 2010. Págs. 1-28. ISSN 1697-5731 (online) -ISSN 1133-3197 (print). España. Disponible en: <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>

- García García, V.D. (2015) *Emprendimiento Empresarial Juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. [Tesis de Maestría] Universidad Politécnica del Valle de México [Tultitlán-México] 229p. Disponible en: https://cojetac.files.wordpress.com/2015/04/tesis_admon_final_2015.pdf
- Hernández Sampieri y et al (2014). *Metodología de la Investigación*. 4ta Edición Mc Graw Hill.
- Hernán, C. y et al (2008). Modelo de Emprendimiento en Red - MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Revista Latinoamericana de Administración*, 13-31. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/716/71612100003.pdf>
- Instituto Peruano de Acción Empresarial (2011). *Modelo Educativo de desarrollo empresarial*. Lima: IPAE.
- Jaramillo, L. (Diciembre de 2008). Emprendimiento: Concepto Básico en Competencias. *Instituto de Estudios en Educación*, 1-6. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Julca, E. (2011). *Evaluación de Factores Básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de Turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*. [Tesis Doctorado] Universidad San Martín de Porres [Lima-Perú].
- Juliá, J. (2013). Tribuna de Opinión: *Emprendimiento y Universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV*. *Revista de Estudios Corporativos*, 7-27.
- Kolshorn, R. (1998). *CEFE Manual para facilitadores*. Chile: CEF-International.

La voz de los emprendedores (2018). *¿Cuáles son los principales problemas de los emprendedores latinoamericanos?*

<https://www.pqs.pe/emprendimiento/emprendedores-latinoamericanos-principales-problemas>

Lanero Carrizo, A. y et al (2011). *Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios: Implicaciones para el diseño de programas académicos*. [Artículo] PECVNIA. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Pecvnia, num. 12 (enero-jinio, 2011), pp. 219-243 [Aceptado 29/03/2011. Citado el 14/12/2018] Disponible en: <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/Pecvnia/article/view/623/555>

Mejía, D. (2015). *Actitud Emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Moreno, H. y et al (2010). Portes, Revista Mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico. 101-122. Obtenido de <http://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/portes/article/download/176/150>.

Ortíz, J. (2015). *Educación Universitaria y el Empredimiento Empresarial en los estudiantes de la escuela profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015*. [Tesis] Universidad Nacional José María Arguedas [Andahuaylas-Perú]:

Osorio, F. y et al (2010). *Hacia un modelo de Educación para el Emprendimiento: Una mirada desde la Teoría Social Cognitiva*. Colombia: Universidad de Cali.

Peñaherrera León, M. y et al (2012). *La Creatividad y el Emprendimiento en tiempos de Crisis*. Revista Iberoamericana sobre Calidad. Eficacia y Cambio en Educación - REICE. Volumen 10, Número 2. ISSN: 1696-4713.

pp. 238-247. [Aceptado el 05/05/2012. Citado el 06/12/2018] Disponible en: <https://www.redalyc.org/html/551/55124596016/>

Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Director de la oficina de egresados y emprendimiento, Evolucionaria. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/202379726/Carlos-Quinteros>

Rioja, J. y et al (2010). *Módulo de Formación para el Espíritu Emprendedor*. Bolivia: Fundación FAUTAPO.

Rodríguez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Colombia: Universidad del Valle. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>

Serida, J. y et al (2017). *Global entrepreneurship Monitor Perú 2016-2017*. Lima: Universidad Esan.

ANEXOS

Anexo 01:



Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Características emprendedoras personales de estudiantes universitarios (CEFE)	Es la identificación clara e inequívoca del comportamiento específico que pueda observarse y que está estrechamente asociado al éxito empresarial de cada persona	Social	Es el comportamiento específico que tiene cada persona, en este caso el estudiante de la	Se fija metas
				Busca y consigue información
				Planifica y hace seguimiento sistemático
		Política	Escuela Profesional de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad	Es persuasivo y crea redes de apoyo
				Tiene confianza en sí mismo y es independiente
				Busca oportunidades y tiene iniciativa
		Empresarial	Alas Peruanas – filial Tarapoto, en relación al éxito empresarial	Es persistente
				Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajo
				Exige eficiencia y calidad
				Corre riesgos

Anexo 02:



Matriz de Consistencia

TESIS: PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL TARAPOTO, 2016

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL</p> <p>¿Existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?</p>	<p>OBJETIVO PRINCIPAL</p> <p>Determinar si existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Hi: No existe diferencia entre las características emprendedoras personales según el sexo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016</p> <p>Ho: Existe diferencias entre las características emprendedoras personales según el sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016</p>	<p>Variable: Características de emprendimiento personal</p> <p><u>DIMENSIÓN SOCIAL:</u></p> <p>Indicadores: 1. Se fija metas 2. Busca y consigue información 3. Planifica y hace seguimiento sistemático</p> <p><u>DIMENSIÓN POLÍTICA:</u></p> <p>Indicadores: 4. Es persuasivo y crea redes de apoyo 5. Tiene confianza en si mismo y es independiente</p> <p><u>DIMENSIÓN EMPRESARIAL:</u></p> <p>Indicadores:</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica y sustantiva</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativa, descriptiva, propositiva, con recolección transversal de datos.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Propositivo</p> <p>POBLACIÓN: 57 estudiantes del 9° y 10° ciclo Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras-UAP Tarapoto 2016.</p> <p>MUESTRA: Censal.</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuáles son las características emprendedoras personales dimensión social de los estudiantes</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Identificar las características emprendedoras personales, dimensión social según sexo de los</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA:</p> <p>Por ser estudio propositivo, no se considera hipótesis específica.</p>	<p><u>DIMENSIÓN EMPRESARIAL:</u></p> <p>Indicadores:</p>	<p>MUESTRA: Censal.</p>

<p>de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?</p> <p>¿Cuáles son las características emprendedoras personales dimensión política de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?</p> <p>¿Cuáles son las características emprendedoras personales dimensión empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016?</p>	<p>estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.</p> <p>Identificar las características emprendedoras personales, dimensión política según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.</p> <p>Identificar las características emprendedoras personales, dimensión empresarial según sexo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016.</p>		<p>6.Busca oportunidades y tiene iniciativa</p> <p>7.Es persistente</p> <p>8.Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajo</p> <p>9.Exige eficiencia y calidad</p> <p>10.Corre riesgos</p>	<p>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Encuestas,</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario: Características Emprendedoras Personales según la metodología CEFE</p>
--	--	--	--	---

Anexo 03:



Matriz de elaboración del instrumento

Dimensiones	Definición conceptual	Indicadores	Definición operacional	Ítems (indicadores)
Empresarial	Se centra en la disposición, habilidad y tendencia del participante a ir en busca y mejorar su nivel de Calidad, productividad y ganancia. Atribución del éxito al esfuerzo personal, como opuesto a factores ambientales. Se mantiene la expectativa de éxito en la tarea	Buscar Oportunidades y Tener Iniciativa	Actúa antes de que se lo pidan o antes de ser esforzado por las circunstancias Actúa para extender el servicio hacia nuevas áreas, productos o servicios Se aprovecha de oportunidades poco usuales para lanzar un negocio, obtener financiamiento, equipo, terreno, lugar de trabajo, etc.	1 = Nunca 2 = Raras veces 3 = Alguna veces 4 = Usualmente 5 = Siempre
		Correr riesgos	Calcula riesgos deliberadamente y evalúa alternativas. Toma acción para reducir los riesgos o controlar los resultados. Se coloca en situaciones que conllevan un reto o riesgo moderado	
		Exigir Eficiencia y calidad	Se esmera por hacer las cosas mejor, más rápidas y más baratas. Toma acción para garantizar que se cumplan o se excedan normas de excelencia. Desarrolla o utiliza procedimientos para cerciorarse que el trabajo se termine o que llene los requisitos establecidos	
		Persistencia	Toma acción frente a un gran desafío.	

			<p>Toma acciones repetidas o cambia de estrategia para hacerle frente a un reto o para superar obstáculos.</p> <p>Se responsabiliza personalmente por hacer todo lo necesario para alcanzar sus metas y objetivos</p>	
		Cumplimiento	<p>Se esmera en forma extraordinaria para terminar un trabajo llegando inclusive a sacrificios personales.</p> <p>Colabora con sus empleados u ocupa su lugar si es necesario para terminar un trabajo.</p> <p>Se esmera por mantener satisfechos a sus clientes y valora la relación a largo plazo por encima de las ganancias a corto plazo</p>	
Social	Está diseñado para fortalecer las actividades asociadas con la gestión administrativa y la planificación de un negocio	Búsqueda de Información	<p>Personalmente procura información sobre. Clientes, proveedores y/o la competencia.</p> <p>Personalmente investiga cómo fabricar un producto o proporcionar un servicio.</p> <p>Consulta a expertos técnicos y comerciales</p>	<p>1 = Nunca</p> <p>2 = Raras veces</p> <p>3 = Alguna veces</p> <p>4 = Usualmente</p> <p>5 = Siempre</p>
		Fijar metas	<p>Fija metas y objetivos que tienen significado personal y que conllevan un reto.</p> <p>Tiene visión clara y específica a largo plazo.</p> <p>Fija objetivos realistas, alcanzables y medibles a corto, mediano o largo plazo</p>	
		Planificar y hacer seguimiento sistemático	<p>Planifica sistemáticamente dividiendo grandes tareas en sub-tareas con tiempos de entregas, y seguimientos establecidos previamente.</p> <p>Constantemente revisa sus planes para tomar en cuenta resultados obtenidos y circunstancias cambiantes.</p>	

			Mantiene registros financieros y los emplea en la toma de decisiones	
Política	Está diseñado para mejorar la habilidad de los participantes de influenciar el resultado final en sus situaciones de ventajas	Crear redes de apoyo (persuasión)	Se vale de estrategias deliberadas para influenciar y persuadir a otros. Usa a personas claves como agentes para alcanzar objetivos propios. Desarrolla y mantiene una red de contactos de negocios	1 = Nunca 2 = Raras veces 3 = Alguna veces 4 = Usualmente 5 = Siempre
		Tener autoconfianza	Busca autonomía de las reglas y el control de otros. Atribuye a si mismo las causas de sus éxitos y sus fracasos. Expresa confianza en su propia habilidad de terminar una tarea difícil o hacerle frente a un desafío	

Anexo 04:



Cuestionario: Características Emprendedoras Personales según la metodología CEFE

El presente cuestionario consta de 55 declaraciones breves, lee cuidadosamente cada una ellas y decide tu respuesta de manera que se ajuste a tu comportamiento real. Recuerda algunas declaraciones o preguntas pueden ser similares, pero nunca exactamente igual y asigna una declaración numérica para todas las declaraciones según la siguiente escala de valoración:

1 = Nunca; 2 = Raras veces; 3 = Algunas veces; 4 = Usualmente; 5 = Siempre

PREGUNTAS	PUNTAJE				
	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN SOCIAL					
Indicador 1: Se fija metas					
1. Termine mi trabajo a tiempo					
2. Me gusta pensar sobre el futuro					
3. No me involucro en algo nuevo a menos que tenga la certeza que tendré éxito					
4. Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo					
5. Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida mayores serán mis posibilidades de éxito					
6. Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales					
Indicador 2: Busca y consigue información					
7. Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, recaudo toda la información posible antes de darle curso					
8. No importa quién sea mi interlocutor, lo escucho con atención					
9. Busco el consejo de personas que son especialistas en lo que me estoy desempeñando					

PREGUNTAS	PUNTAJE				
	1	2	3	4	5
10. Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea					
11. Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos					
Indicador 3: Planifica y hace seguimiento sistemático					
12. Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura					
13. Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida					
14. Cuento con un plan claro en mi vida					
15. Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona					
16. Mi familia y vida personal son más importantes para mí que la fecha de entrega de trabajos que yo mismo determino.					
DIMENSIÓN POLÍTICA					
Indicador 4: Es persuasivo y crea redes de apoyo					
17. Logro que otros apoyen mis recomendaciones					
Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas					
19. En ciertas ocasiones he sacado provecho de otras personas					
20. Puedo lograr que las personas con firmes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar					
Indicador 5: Tiene confianza en sí mismo y es independiente					
21. Me siento confiado que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar					
22. Soy fiel a las promesas que hago					
23. Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo					
24. No invierto mucho tiempo en pensar cómo puedo influenciar en otras personas					

PREGUNTAS	PUNTAJE				
	1	2	3	4	5
25. Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista					
26. Me resiento cuando no logro lo que quiero					
27. Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar					
28. Cuando estoy desempeñándome en algo difícil o desafiante, me siento confiado en mí triunfo					
29. Me enfrento a los problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos					
30. Trato de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas, de formas diferentes					
31. Cuando no sé algo, no reparo en admitirlo					
DIMENSIÓN EMPRESARIAL					
Indicador 6: Busca oportunidades y tiene iniciativa					
32. Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse					
33. Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente me desplazo hacia otras actividades					
34. Cuando estoy haciendo un trabajo para otras personas me esfuerzo en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo					
35. A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que benefician a todas las personas involucradas en un problema					
36. Busco manera para terminar labores en forma rápida, tanto en el trabajo como el hogar					
37. Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, opto por otro					
Indicador 7: Es persistente					
38. Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto una gran cantidad de tiempo en encontrar una solución					
39. Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero que hagan					
40. Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto en mi cometido.					
41. He sufrido fracasos en el pasado					

PREGUNTAS	PUNTAJE				
	1	2	3	4	5
42. Me mantengo firme en mis decisiones, aun cuando otras formas me contradigan enérgicamente					
Indicador 8: Es fiel al cumplimiento de los contratos de trabajo					
43. Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga					
44. Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro					
Indicador 9: Exige eficiencia y calidad					
45. Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente					
46. Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final					
47. Me molesta cuando pierdo tiempo					
48. Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas; siempre considero que hay manera de hacerlo mejor					
49. El trabajo que rindo es excelente					
Indicador 10: Corre riesgos					
50. Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades					
51. Tomo acción sin perder tiempo buscando información					
52. Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitan					
53. Llevo a cabo tareas arriesgadas					
54. Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado					
55. Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas					

Anexo N° 05



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Joven estudiante:

Soy egresado de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas, que está ejecutando la Tesis: “*PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL TARAPOTO 2016*”, tiene como finalidad Diseñar una propuesta que permita desarrollar las características emprendedoras personales de los estudiantes de Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas – filial Tarapoto, 2016. Para lo cual se aplicará un test de características empresariales personales.

Dicho cuestionario será anónimo para proteger la identidad del participante informante y se desarrollará dentro de un ambiente de respeto mutuo, confidencialidad y responsabilidad, con el compromiso de no utilizar esta información para otros fines que puedan perjudicar a los sujetos de estudio.

Cordialmente,

Jensen Ausberto Heredia Baca
Investigador Principal

(firma aceptando)

Anexo N° 06:

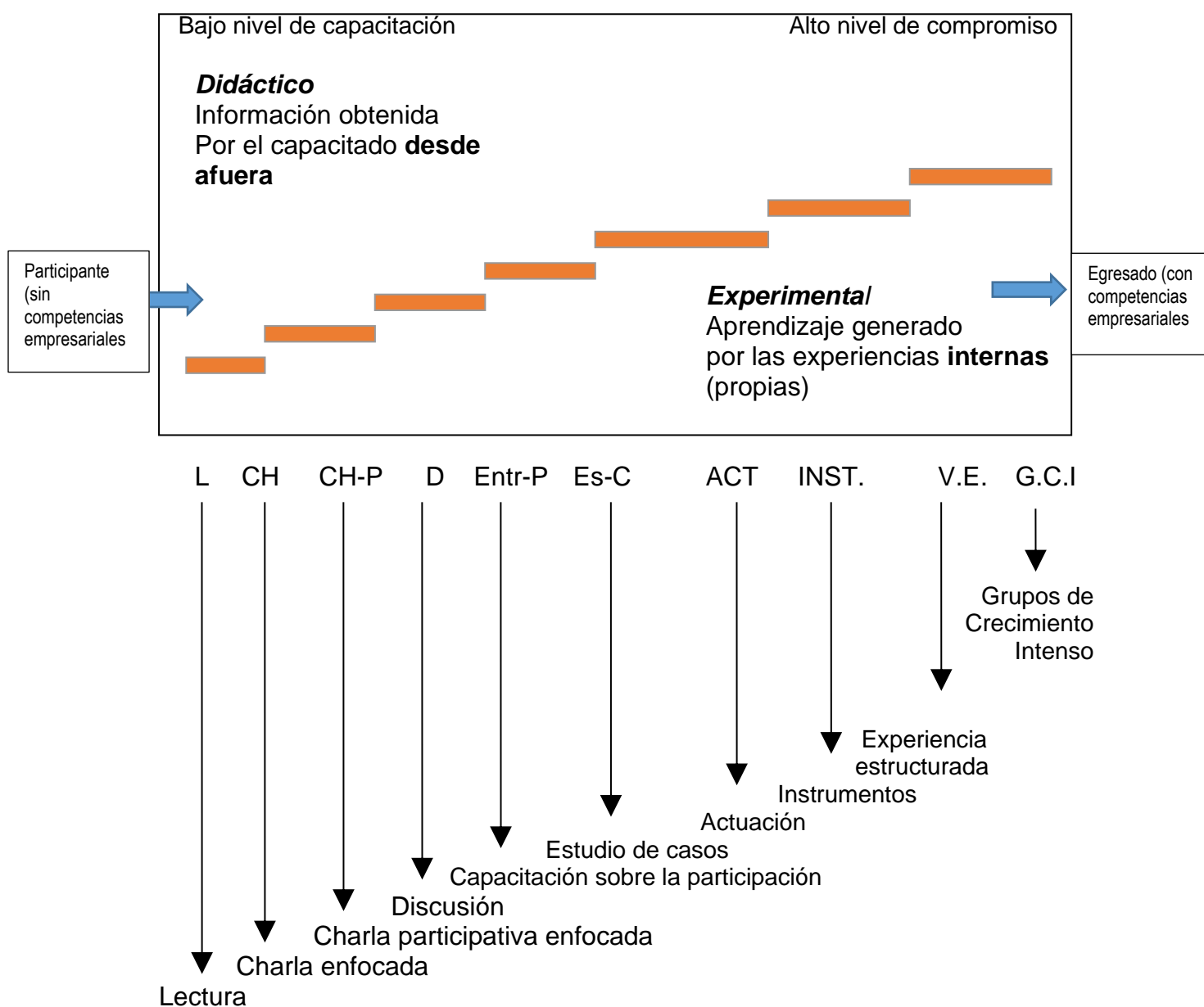


**PROPUESTA PARA DESARROLLAR CARACTERÍSTICAS DE
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL PERSONAL**

PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL PERSONAL

El cuadro titulado “La tecnología de la capacitación de las relaciones humanas”² demuestra la relación entre el grado de participación y el significado de los métodos para la capacitación.

Tecnologías de capacitación:



² Describe un método de enseñanza donde los participantes luego, se desempeñan en una actividad para reflexionar sobre la vivencia misma.

Metodología

Método CEFE

El método “aprender - haciendo”

Aprendizaje por experiencia en la capacitación empresarial.

Condición: para formar adultos es imprescindible aprovechar la amplia experiencia de vida, profesional y de negocios que tienen los (potenciales o actuales) empresarios. Lo que evita las experiencias traumáticas de la educación escolar y responde a la regla básica de la andragogía. La capacitación se realiza en base a un aprovechamiento estructurado de sus experiencias y enriquecimiento de su conocimiento.

Por ello es indispensable:

- Utilizar y aprovechar estas experiencias y conocimientos;
- Establecer un grupo de aprendizaje con las mismas inquietudes para lograr un intercambio entre ellos;
- procesar y analizar las experiencias y conocimientos de tal forma que permitan estructurar las futuras actuaciones y decisiones en el mundo de los negocios.

1) El método permite al participante sacar mayor provecho de lo aprendido y le sirve para su futura aplicación. La propia experiencia y el aprendizaje a través de la experiencia (individual y/o grupal) amplían las opciones de acción en vista de futuras situaciones nuevas, pero similares.

2) El método “aprender - haciendo” exige una máxima participación de todos, lo cual genera su máximo involucramiento en el proceso de aprendizaje.

3) El aprendizaje en grupo es más rápido y eficaz que el individual.

4) Ejercicios de experiencias de aprendizaje estructuradas; juegos de rol y ejercicios de autointrospección permiten el aprendizaje activo y vivencial.

Síntesis, “aprender - haciendo” y aprender por experiencia:

- Asegura el compromiso e involucramiento personal,
- Se inicia en la persona misma,
- Penetra al ser humano en su totalidad,
- Está autoevaluado por la persona misma,
- Es útil para la persona en su desempeño diario y a largo plazo.

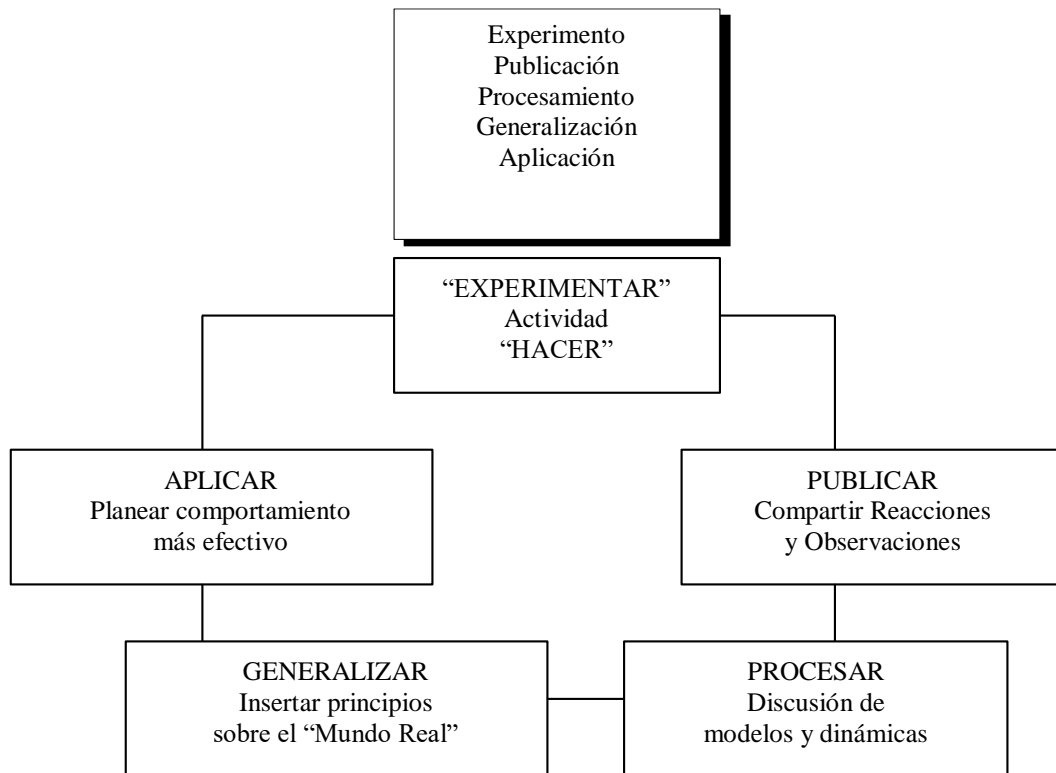
El siguiente ciclo de aprendizaje, según el cual se estructura todos los ejercicios, sirve para una mejor comprensión. El ciclo consiste en los pasos:

- a) La vivencia o experiencia del ejercicio permite generar la información individual en cada uno de los participantes respecto a sus sentimientos, pensamientos, comportamientos y formas de actuar en situaciones específicas; adicionalmente activa e integra los conocimientos existentes de la persona acerca de la problemática tratada.
- b) Compartiendo esta experiencia individual con los compañeros del taller permite conocer y confrontar las distintas posibles reacciones y formas de actuar; ampliando de esta manera el propio horizonte con alternativas y nuevos caminos.
- c) El procesamiento posterior con el apoyo de un facilitador profesional permite ampliar y enriquecer aún más la experiencia, al “hacer ver” a los participantes informaciones y resultados vividos, pero todavía no articulados por ellos.
- d) Mediante la generalización se estructuran informaciones e interpretaciones de la experiencia generada para después desarrollar una síntesis abstracta pero aplicable.
- e) Mediante su aplicación inmediata en el aprendizaje o su aplicación posterior en la vida y el negocio se permite hacer puente entre el presente y el futuro.

Componentes y contenidos de la metodología desarrollo de las características emprendedoras empresariales personales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras

Componentes	Contenidos
Conjunto de logro	Búsqueda de oportunidades
	Iniciativas
	Correr riesgos
	Exigir eficiencia y calidad
	Persistencia
	Cumplimiento
Conjunto de planificación	Búsqueda de información
	Fijar metas
	Planificación
Conjunto de poder	Persuasión y redes de apoyo
	Autoconfianza e independencia

Propuesta Metodológica



a) Fase 1: "Experimental"

Llevar a cabo una actividad de aprendizaje para discutirla luego.

En esta fase inicial se generan los datos de la "Experiencia estructurada". Muchos llaman a esa fase del "placer" o de los "juegos". Obviamente, si no continua el proceso después de esta fase, el aprendizaje puede detenerse, y el facilitador no ha logrado el propósito de la actividad. Cualquier actividad que fomenta la auto evaluación o interacción personal puede ser usada como "experiencia" en el proceso del aprendizaje. La siguiente es una lista con actividades grupales o individuales comunes.

- Fabricar productos o modelos
- Crear objetos de arte
- Escribir
- Actuar roles (sociodrama)
- Transferir

- Solucionar problemas, compartir informaciones
- Dar y recibir retroalimentación.
- Autoexposición.
- Fantasear.
- Elegir, mostrar preferencias
- Comunicar verbal o no verbalmente
- Analizar casos de estudios.
- Negociar
- Planear
- Competir o colaborar
- Enfrentar

Todas estas actividades pueden ser ejecutadas por individuos de dos, tres o grupos pequeños, actividades o “peceras” (configuraciones que involucran dos grupos³). Por supuesto, las dinámicas a elegir deben fomentar el logro de los objetivos.

Es importante anotar que los objetivos de las “experiencias estructuradas” suelen expresarse en términos “generales” como “... explorar”, “... estudiar”, “... examinar”, “...identificar”, etc. El aprendizaje inductivo significa “aprender descubriendo”, y lo que exactamente se aprenderá puede ser determinado con anticipación. En esta fase sólo se busca el desarrollo de un “archivo de datos común”, para la discusión posterior. No importa que pasa durante una actividad, previsto o no previsto; lo que se vive se convierte en la base de un análisis crítico; los aprenderán los participantes mucho de pura casualidad.

A veces, los facilitadores gastan mucho tiempo en la planificación de una “experiencia”, pero, por otro lado, están ignorando la parte de la evaluación. Como consecuencia, el aprendizaje no puede ser facilitado.

³ Una configuración “grupo a grupo” consiste en dos grupos de participantes. Un grupo forma un círculo y participa activamente. El otro grupo forma un círculo alrededor del primero para observar las actividades del grupo dentro del círculo.

Es axiomático que los siguientes cuatro pasos del círculo de aprendizaje por vivencia son todavía más importantes que el paso de la experiencia. Por consiguiente, el facilitador debe tener mucho cuidado para que la “experiencia estructurada” no genere exceso de datos o que no cree un ambiente que dificulte la discusión del resultado. Puede haber mucho estímulo y diversión, como así interacciones humanas conflictivas, etc., pero estos no son sinónimos que concuerdan con el aprendizaje, proveen las referencias comunes para la investigación en grupo.

b) Fase 2: “Publicar”

La segunda fase del círculo de aprendizaje por experiencia tiene un poco de análogo con la fase de ingresar nuevos datos, utilizando un término de procesamiento de datos. Los participantes “viven” una actividad, y se supone entonces que están listos para compartir lo que han visto, y/o como se sintieron durante la actividad. En este caso se trata de hacer accesible la experiencia de cada individuo para todo el grupo. Esta fase significa averiguar que pasó con el individuo durante la ejecución de la actividad, tomando en cuenta los niveles cognoscitivos y afectivos. Varios métodos ayudan a facilitar la fase de “Publicar”, o “Declarar” las reacción y observaciones de los participantes individuales:

Anotar datos durante la fase experimental (guardar los datos “en una caja” para la discusión posterior; estimar ítems como la productividad, satisfacción, confianza, comunicación, etc.; anotar objetivos que expresan o captan los sentimientos durante diferentes momentos.

- Movimientos rápidos: cada miembro opina libremente sobre varios aspectos de la actividad.
- Compartir en pequeños grupos: generar listas sobre: ¿Que vimos/que sentimos?
- Anotar en un rotafolio los datos generados por el grupo entero, y pegar los resultados a la pared.

- Clasificaciones: clasificar las dimensiones relevantes de una actividad, comparar los resultados, calcular los promedios, etc.
- Encuesta total: Entrevistar a cada individuo de manera sistemática con respecto a sus experiencias durante la actividad.
- Nominaciones: pedir a los participantes que nombren uno al otro sobre los roles que tomaron durante la fase experimental.
- Dadas las encuestas: se forman grupitos de dos; uno hace preguntas al otro sobre el “¿Qué?” y el “¿Cómo?” de la actividad.

La fase de “Publicar” puede ser realizada a través de una discusión libre, pero eso requiere que el facilitador esté absolutamente seguro en cuanto a sus conocimientos de las fases del círculo de aprendizaje por experiencia y debe distinguir claramente entre las intervenciones en la discusión. Con frecuencia, los participantes o miembros de un grupo tienen la tendencia de encerrarse dentro de una actividad, y lo que hace falta es darles un codazo suave para que ellos se desprendan de la experiencia con el fin de aprender de ella. Técnicas estructuradas como las descritas arriba, facilitan una transición suave y completa de una fase a otra. En realidad, el trabajo del facilitador, crea claridad - con naturalidad.

c) Fase 3: “Procesar”

Esta fase se considera como el punto fundamental del aprendizaje experimental. Es la evaluación de una vivencia comunalmente compartida por todos los participantes. Es la fase de las “dinámicas grupales” del ciclo, donde los participantes esencialmente reconstruyen los modelos e interacciones de la actividad, utilizando los informes individuales. Esta parte del “hablar de todo bien profundamente” es una fase crítica del ciclo y no puede ser ignorada ni diseñada espontáneamente, si uno quiere facilitar un proceso útil de aprendizaje. El facilitador debe planificar como será ejecutado y enfocado hacia el próximo paso, la “fase de la generalización” los datos “no procesados” son como “negocios no - terminados” y pueden inhibir la continuación de aprendizaje de cada

participante. A continuación, se indican algunas técnicas seleccionadas que pueden ser utilizadas durante la fase de “Procesar”:

- Observadores de procesos: informes, discusiones en panel (con frecuencia, los observadores son demasiado críticos y necesitan un poco de entrenamiento para ejecutar sus funciones más adecuadamente).
- Discusiones temáticas: buscar temas que surgen repentinamente en los informes de los participantes individuales.
- Completar frases: escribir respuestas individuales con respecto a temas como: “el liderazgo ha sido...”, “la participación en esta actividad hizo que...”
- Cuestionarios: escribir respuestas individuales con respecto a ítems desarrollados especialmente para la experiencia estructurada.
- Análisis de datos: estudiar las tendencias y correlaciones en las clasificaciones y adjetivos solicitados durante la fase de “Publicar”.
- Términos claves: pegar una lista de grandes dimensiones para guiar la discusión.
- Retro - alimentación interpersonal: enfocar la atención hacia el efecto de los roles de miembros que fueron significativos en una actividad.

Este paso debería atravesarse con mucho énfasis antes de proceder hacia la próxima fase. Los participantes deberían ser animados a considerar lo que pasó en cuanto a dinámicas, en vez de interpretar “significados”. Lo que ocurrió ha sido real, por supuesto, pero también fue fabricado artificialmente a través de la estructura de la actividad. Es importante tomar en cuenta que la conciencia de las dinámicas de la actividad es crítica para el aprendizaje sobre relaciones humanas fuera de la sala del seminario. Muchas veces, los participantes anticipan el próximo paso del círculo de aprendizaje y hacen declaraciones generales inmaduras. El facilitador debe enfatizar que el procesamiento debe desarrollarse adecuadamente antes de continuar.

d) Fase 4: “Generalizar”

En ésta fase de la experiencia estructurada debe haber un salto ilativo de la realidad “interior” hacia la realidad de cada día fuera de la sala del seminario. La

pregunta clave es: ¿Entonces qué? el facilitador hace que los participantes enfoquen sus pensamientos hacia situaciones en sus vidas personales o sus puestos de trabajo o que son similares a los trabajos vividos en la experiencia estructurada. Su tarea es abstraer algunos principios que han surgido durante la fase de “Procesar”, para aplicarlos afuera, en la vida real. Este paso es lo que hace que sean practicas las experiencias estructuradas, y en caso que se omita este paso, o si se lo trata de manera superficial no se lograra un aprendizaje profundo. A continuación, algunas estrategias para desarrollar “generalizaciones”, partiendo de la fase del “Procesar”.

- Fantasía: Guiar a los participantes a imaginar situaciones realistas “en la casa” y determinar lo que se aprendió durante la discusión que pueda aplicarse en la vida real propia.
- Verdad o No - verdad: anotar comentarios de la fase de “Procesar” sobre todo lo que es verdad en la vida real.
- Análisis individual: Escribir “¿Que aprendí?”, “¿Que estoy comenzando a aprender?”, “¿Que aprendí de nuevo?”.
- Conceptos claves: pegar en la pared temas de “Liderazgo”, “comunicación”, “Sentimientos”, etc., para generalizaciones potenciales.
- Completar frases: escribir completando ítems como (por ejemplo): “La eficacia de liderazgo depende de

Es bastante beneficioso en esta fase de interacción dentro de un grupo, es beneficioso llegar a una serie de “productos - generalizaciones”, los cuales no solamente se presentan oralmente, sino también visualmente. Esta estrategia ayuda a facilitar un proceso de aprendizaje dinámico entre los participantes. El facilitador necesita adoptar una posición “no - evaluativa” en cuanto a los contenidos del aprendizaje, extraer las reacciones de los demás en cuanto a generalizaciones que parecen estar incompletas, o que son controvertidas. A veces es necesario que los participantes no pierdan de vista lo que se aprendió antes de entrar en una discusión sobre los cambios necesarios.

En esta fase de generalización, es posible que el facilitador incluya la presentación de conceptos científicos o resultados de investigaciones para aumentar el aprendizaje. Eso provee un marco de aprendizaje que se produjo inductivamente, y el cuál analiza el grado de orientación realista del proceso. Sin embargo, ésta práctica puede estimular también la dependencia en el facilitador como fuente de conocimientos sustentables y pueden disminuir la dedicación necesaria del participante para llevar a cabo el último paso del ciclo de aprendizaje. La información que viene de afuera no “pertenece” al participante, un fenómeno común de los procesos deductivos.

e) Fase 5: “El Aplicar”

La fase final del ciclo de aprendizaje por experiencia es el propósito para lo cual toda la “experiencia estructurada” fue diseñada. La pregunta ahora se llama “¿Y ahora qué?”.

El facilitador ayuda a los participantes a aplicar las generalizaciones hacia situaciones actuales en las cuales los participantes están involucrados. El ignorar tales discusiones sabotea la posibilidad de que el aprendizaje sea útil. Es esencial que se preste atención, para el diseño de métodos para que los individuos y grupos, utilicen lo que se aprendió durante las experiencias estructuradas para planear una conducta más eficaz. Varias prácticas podrían ser incluidas en esta fase:

- Consultas de dos o tres: tomar turnos ayudando uno al otro a aplicar las generalizaciones referentes a las situaciones problemáticas de la casa.
- Fijarse metas y objetivos: escribir usos de acuerdo con las metas, tomando en cuenta la especialidad, el desempeño, el compromiso, el realismo y la percepción.
- Contratar: hacer promesas explícitas frente a otros, o hacia otros en cuanto a los usos.

- Grupos pequeños: trabajar en grupos de intereses comunes, discutiendo las generalizaciones específicas en cuanto a lo que se podría hacer con más eficacia.
- Unidades de aprendizaje prácticas: hacer representaciones de situaciones reales en la casa para desempeñarse con una conducta cambiante.

Es más probable que los individuos implementen sus aplicaciones planeadas después de haberlas compartido con los demás. Se puede pedir que algunos voluntarios hagan un informe sobre sus intenciones de lo que harán con lo que aprendieron, y eso puede también estimular a los demás para experimentar con su modo de comportamiento.

Es importante notar que el diagrama del ciclo de aprendizaje por experiencia la flecha entre “Aplicar” y “Vivir” es una línea quebrada. Se quiere indicar que la aplicación actual de los contenidos de aprendizaje presenta una nueva experiencia para el participante, la cual también debería ser examinada inductivamente, lo que enseñan las experiencias estructuradas es la manera de utilizar nuestras experiencias diarias como datos de aprendizaje sobre las interacciones humanas. Algunos se refieren al “Re - aprender como aprender”. En realidad, hay otras maneras de aprendizaje. Por ejemplo, la mejor manera de adquirir destrezas es a través de una práctica dirigida hacia un modelo ideal, el conocimiento de los resultados y la animación positiva. Además, las experiencias estructuradas no facilitan el desarrollo de perspectivas en gran escala; las disertaciones y discusiones probablemente son más adecuadas para tales fines. Sin embargo, el aprendizaje por experiencias logra crear un sentido de “propiedad” en cuanto a los contenidos adquiridos del aprendizaje. Esto se puede lograr fácilmente siempre y cuando cada fase del ciclo de aprendizaje por experiencias este desarrollada adecuadamente.

Anexo N° 7:



**CUESTIONARIO DE VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA PARA
DESARROLLAR CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL PERSONAL**

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Pinchi Vargas, Anibal
- 1.2 GRADO ACADÉMICO : Maestro en Ciencias Económicas - Gestión Empresarial
- 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad Nacional de San Martín
- 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : Propuesta para desarrollar las Características de Emprendimiento Empresarial en la Escuela Posgradual de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas - Tarma
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : CEEF - Modificado por Juan Heredia Baza
- 1.6 PROGRAMA DE POSGRADO : M. Administración y Dirección de Empresas
- 1.7 MENCIÓN :
- 1.8 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario de Autoevaluación de las CEP
- 1.9 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 - a) De 01 a 09: (No válido, reformular)
 - b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 - c) De 12 a 15: (Válido, mejorar)
 - d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 - e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (12-15)	Muy Bueno (15-18)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					05
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					05
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					05
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					05
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					05
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					05
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					05
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					05
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					05
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					05
Sub Total						50
Total						50

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 20
 VALORACIÓN CUALITATIVA : Valido Aplicar
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : Instrumento que se aplico
 Lugar y Fecha: Tarma, 05 de Marzo del 2019


M.S.C. Anibal Pinchi Vásquez
 CONTADOR PÚBLICO QUELEADO DELEGADO
 MAT. Nº 18 0093

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS


I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : *Rodriguez Sanchez Jesus*
- 1.2 GRADO ACADÉMICO : *Maestría en Docencia Universitaria y Gestión Educativa*
- 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : *Universidad Nacional de San Martín*
- 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : *Propuesta para desarrollar las Características del Emprendimiento Empresarial en la Escuela Superior de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas - filial Tarma*
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : *CEFE - Modificado por Jesus Huedia*
- 1.6 PROGRAMA DE POSGRADO : *Administración y Dirección de Empresas*
- 1.7 MENCIÓN :
- 1.8 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : *Cuestionario de autoevaluación de las CEFEs*
- 1.9 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 - a) De 01 a 09: (No válido, reformular)
 - b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 - c) De 12 a 15: (Válido, mejorar)
 - d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 - e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Buena (12-15)	Muy Buena (15-18)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					5
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					5
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					5
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					5
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					5
Sub Total						50
Total						50

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : *20*
 VALORACIÓN CUALITATIVA : *Valido Aplicar*
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : *Instrumento valido para ser aplicado*
 Lugar y Fecha: *Tarma, 06 de Mayo 2019*


Mg. Jesus Rodriguez Sanchez
 C.I.T. 010-001

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : HEREDIA BACA GLADIS MARIBEL
- 1.2 GRADO ACADÉMICO : DRA. GESTIÓN EMPRESARIAL
- 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIVERSIDAD PERUANA UNION
- 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDEDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : CEFE - MODIFICADO POR JENSEN A. HEREDIA BACA
- 1.6 PROGRAMA DE POSGRADO : M. ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
- 1.7 MENCIÓN : -
- 1.8 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN DE LAS CEFS
- 1.9 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 - a) De 01 a 09: (No válido, reformular)
 - b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 - c) De 12 a 15: (Válido, mejorar)
 - d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 - e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (12-15)	Muy Bueno (15-18)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					05
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					05
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					05
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					05
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					05
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					05
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					05
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					05
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					05
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					05
Sub Total						50
Total						50

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 20
 VALORACIÓN CUALITATIVA : VÁLIDO APLICAR
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : EL INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO
 Lugar y Fecha: TARAPOTO, 04 DE MARZO 2019


 GLADIS MARIBEL HEREDIA BACA
 DRA. GESTIÓN EMPRESARIAL

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

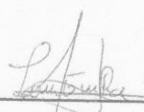
I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Guevara Rabanal Lourdes
- 1.2 GRADO ACADÉMICO : Magister en Administración de Negocios - M.B.
- 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad Cesar Vallejo
- 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : Propuesta para desarrollar las características de Emprendimiento Empresarial en la escuela profesional de Ciencias Contables y financieras de la Universidad Alas Peruanas - T
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Cete - Modificado por Jensen Heredia Baca
- 1.6 PROGRAMA DE POSGRADO : Administración y Dirección de empresas
- 1.7 MENCIÓN :
- 1.8 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario de autoevaluación de las Ceps
- 1.9 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 - a) De 01 a 09: (No válido, reformular)
 - b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 - c) De 12 a 15: (Válido, mejorar)
 - d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 - e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (12-15)	Muy Bueno (15-18)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					5
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					5
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					5
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					5
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					5
Sub Total						50
Total						50

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 20
 VALORACIÓN CUALITATIVA : Valido, aplicar
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : Instrumento validado para ser aplicado
 Lugar y Fecha: Tarma, 4 de marzo



Mg. Lourdes Guevara Rabanal
 DNI 42817344

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : MEDINA VELASQUEZ GISELA DEL PILAR
- 1.2 GRADO ACADÉMICO : MAESTRO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Y GESTIÓN EDUCATIVA
- 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
- 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDEDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : CEFE - MODIFICADO POR JERÓNIMA HEREDIA BACA PERUANA
- 1.6 PROGRAMA DE POSGRADO : ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
- 1.7 MENCIÓN :
- 1.8 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN CEFS
- 1.9 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:

- a) De 01 a 09: (No válido, reformular)
- b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
- c) De 12 a 15: (Válido, mejorar)
- d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
- e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (12-15)	Muy Bueno (15-18)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					05
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					05
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					05
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					05
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					05
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					05
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					05
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					05
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					05
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					05
Sub Total						50
Total						50

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 20
 VALORACIÓN CUALITATIVA : VÁLIDO LÓGICA
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO
 Lugar y Fecha: TAMPICO 01 DE MARZO 2019


 Mg. Gisela Medina Velásquez
 C.L.T. 099

Anexo N° 08:



BASE DE DATOS

		DIMENSIÓN SOCIAL			DIMENSIÓN POLÍTICA		DIMENSIÓN EMPRESARIAL				
		I-1	I-2	I-3	I-4	I-5	I-6	I-7	I-8	I-9	I-10
1	M	19	20	18	14	30	16	15	1	14	15
2	M	22	22	17	18	28	14	22	10	18	18
3	M	19	18	13	16	37	18	15	1	14	16
4	M	12	15	16	16	36	17	15	1	12	14
5	M	23	19	17	17	37	17	17	4	18	20
6	M	22	20	19	16	36	17	17	9	18	16
7	M	19	18	16	13	38	16	18	4	15	16
8	M	22	19	17	14	35	18	18	8	16	14
9	M	23	22	23	18	36	20	22	6	19	20
10	M	19	18	16	17	36	16	16	1	15	14
11	M	22	19	18	16	34	16	22	4	12	14
12	M	19	15	19	14	38	12	15	2	12	15
13	M	24	22	23	18	35	19	22	6	19	20
14	M	16	15	13	16	35	18	16	1	16	15
15	M	22	20	18	16	38	18	17	6	18	18
16	M	19	19	17	16	36	12	22	1	16	16
17	M	23	17	16	15	29	20	22	9	19	18
18	M	12	20	18	14	30	12	16	4	17	14
19	M	22	17	17	13	32	18	15	2	14	15
20	M	22	19	23	20	38	18	18	9	14	20
21	M	23	17	17	17	37	17	21	3	19	16
22	M	23	17	16	19	36	16	17	10	16	15
23	M	24	19	16	16	38	20	18	8	16	18
24	M	24	22	19	17	38	19	22	1	18	18
25	M	16	22	19	18	28	9	17	1	16	14
26	M	19	18	16	16	35	18	17	1	18	16
27	M	21	19	17	17	36	18	18	9	15	18
28	M	19	20	13	17	37	17	18	1	17	18
29	M	19	15	18	16	34	18	22	6	12	15
30	F	21	22	13	17	36	17	21	4	19	17
31	F	15	17	15	11	33	21	15	1	13	15
32	F	21	15	14	12	33	18	16	3	13	12
33	F	21	20	13	19	33	19	17	5	19	13

		DIMENSIÓN SOCIAL			DIMENSIÓN POLÍTICA		DIMENSIÓN EMPRESARIAL				
		I-1	I-2	I-3	I-4	I-5	I-6	I-7	I-8	I-9	I-10
34	F	21	18	17	15	33	16	14	4	16	16
35	F	23	17	15	16	29	19	19	5	15	15
36	F	22	11	12	20	30	16	15	1	17	17
37	F	22	16	17	19	37	20	17	5	16	16
38	F	23	19	18	19	36	15	19	6	18	17
39	F	17	13	14	12	29	16	16	4	16	14
40	F	25	22	16	17	36	17	19	8	17	19
41	F	20	16	15	16	32	18	15	3	17	17
42	F	22	19	17	16	34	21	18	5	16	16
43	F	22	17	17	14	39	18	21	3	21	18
44	F	20	18	19	20	33	19	19	7	18	19
45	F	21	21	19	17	32	19	17	2	17	21
46	F	19	19	17	15	36	18	20	4	21	18
47	F	23	18	16	16	35	17	19	6	16	16
48	F	22	18	15	14	30	13	16	1	16	13
49	F	23	18	16	16	34	20	20	3	16	13
50	F	20	20	15	12	35	20	16	1	18	15
51	F	21	19	16	14	32	15	18	8	21	18
52	F	22	20	17	19	34	17	18	3	16	16
53	F	18	16	14	14	33	16	17	1	13	14
54	F	23	21	19	13	35	19	17	2	18	15
55	F	21	17	16	14	35	15	18	7	16	15
56	F	18	19	15	16	30	16	18	5	12	15
57	F	24	20	16	16	39	21	20	8	18	18

Anexo N° 09:



COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

ANÁLISIS DE FIABILIDAD ALFA DE CRONBACH

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,784	10

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Buscas oportunidades y tienes iniciativa.	159,77	184,786	,282	,785
Eres persistente.	158,98	170,839	,546	,754
Eres fiel al cumplimiento de los contratos de trabajo.	158,75	164,510	,475	,763
Exiges eficiencia y calidad.	160,61	176,456	,446	,766
Corres riesgos.	160,75	168,439	,679	,742
Te fijas metas.	156,28	159,027	,613	,743
Buscas y consigues información	158,56	176,251	,441	,767
Planificas y haces seguimiento sistemático.	160,33	177,798	,418	,769
Eres persuasivo y creas redes de apoyo.	160,98	180,875	,390	,773
Tienes confianza en ti mismo y eres independiente.	157,65	176,053	,313	,787

Anexo N° 10:



**AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN DONDE DESARROLLÓ LA
INVESTIGACIÓN**



FILIAL TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Tarapoto 27 de Octubre del 2016

CARTA N° 0120-2016-UAP/FCEyE/T

SEÑOR: : Ing. JENSEN AUSBERTO HEREDIA BACA

ASUNTO : AUTORIZA REALIZAR ENCUESTA.

Mediante el presente es grato saludarle y al mismo tiempo en relación a su solicitud, se le autoriza a realizar las encuestas para la elaboración de la Tesis " Propuesta para desarrollar las características de emprendimiento empresarial en "la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras – Filial – Tarapoto - 2016"

Agradeciendo por su gentil atención, me suscribo de usted

Atentamente:



.....
CPC. TOMAS RION TRIGUROS
DIR. ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
FILIAL TARAPOTO

Anexo N° 11:



DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA

ANEXO 3: DECLARACIÓN JURADA TESIS

DECLARACIÓN JURADA

Yo, JENSEN AUSBERTO HEREDIA BACA..... Estudiante de la
Escuela de Postgrado, Programa MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
de la UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS, con código N° 2008231317
identificado/a con DNI N° 01123253..... con la Tesis titulado:
" PROPUESTA PARA DESARROLLAR LAS CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDEURISMO
EMPRESARIAL EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINAN-
CIERAS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS-FILIAL TARAPOTO 2016.....
....."
....."

Declaro bajo juramento que:

- 1) La Tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la Tesis no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (utilizar información sin citar autor/es), piratería (uso ilegal de información ajena) o de falsificación (presentar falsamente ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS.

Tarapoto, 16 de MARZO..... del 2019

Firma: .....

DNI: 01123253.....