

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE PARA
PROMOVER EL EMPRENDEDURISMO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS DOS
ÚLTIMOS AÑOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS, CHACHAPOYAS - 2017**

**INFORME DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS : Bach. LLANOS GOMEZ, Mallury Jhordana.

Bach. SANCHES GASLAC, Flordelis

ASESOR: Ma. Cs. BUENDÍA FERNÁNDEZ, Juan Manuel

Chachapoyas, diciembre de 2018

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE PARA
PROMOVER EL EMPRENDEDURISMO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS DOS
ÚLTIMOS AÑOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS, CHACHAPOYAS - 2017**

**INFORME DE TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS: Bach. LLANOS GOMEZ, Mallury Jhordana.

Bach. SANCHES GASLAC, Flordelis

ASESOR: Ma. Cs. BUENDÍA FERNÁNDEZ, Juan Manuel

Chachapoyas, diciembre de 2018

Dedicatoria

Dedicamos la presente tesis en primer lugar a Dios porque ha estado con nosotras en cada paso de nuestra vida, y sobre todo porque durante nuestra formación universitaria nos brindó la protección y fortaleza necesaria para no dejarnos vencer en el camino y así poder seguir adelante.

En segundo lugar a cada uno de los miembros de nuestra familia a nuestros padres, hermanos, tíos y amigos por habernos brindado su apoyo incondicional, depositando en nosotras su entera confianza en cada paso dado para lograr concluir nuestros estudios.

Por último a nuestro Asesor de tesis **BUENDÍA FERNÁNDEZ, Juan Manuel, Ma. Cs.** quién nos guio en todo momento de la realización de este trabajo de investigación.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y felicidad.

Le damos gracias a nuestros padres por apoyarnos en todo momento, por los valores que nos inculcaron, y por habernos dado la oportunidad de tener una buena educación en el transcurso de nuestras vidas. Sobre todo por ser ejemplos de vida a seguir.

A nuestro Asesor Ma. Cs. Juan Manuel Buendía Fernández, por habernos brindado su tiempo, esfuerzo y conocimientos que permitieron la realización de este trabajo de investigación.

A las Autoridades y Docentes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, quienes a través de sus experiencias y conocimientos permitieron nuestra formación profesional.

Son muchas las personas que han formado parte de nuestra vida profesional, a las cuales nos gustaría expresarles agradecimiento por el apoyo, ánimo y dedicación que nos brindaron incondicionalmente y por ende siempre estarán en nuestros recuerdos.

AUTORIDADES
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS

Dr. Policarpio Chauca Valqui

RECTOR

Dr. Miguel Ángel Barrena Gurbillón

VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. Flor Teresa García Huamán

VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

DECANO

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, **BUENDÍA FERNÁNDEZ, Juan Manuel, Ma. Cs.** y docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de esta casa superior de estudios; como asesor de tesis **“PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE PARA PROMOVER EL EMPRENDEDURISMO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS, CHACHAPOYAS - 2017”** elaborado por la Bachilleres, Llanos Gomez, Mallury Jhordana y Sanches Gaslac, Flordelis, considero que cumple con los requisitos de fondo y de forma, por lo que **DOY EL VISTO BUENO** respectivo para su evaluación y sustentación correspondiente.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.

Chachapoyas, Diciembre de 2018

Ma. Cs. Buendía Fernández, Juan Manuel

ASESOR

JURADO EVALUADOR

Dr. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR

PRESIDENTE

Econ. EDINSON CUEVA VEGA

SECRETARIO

Mg. ADOLFO CACHO REVILLA

VOCAL

DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO

Nosotras, **LLANOS GOMEZ, Mallury Jhordana**, identificado con DNI: 48514086, y **SANCHES GASLAC, Flordelis**, identificado con DNI: 467716871; bachilleres de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Declaro bajo juramento que:

1. Somos autoras de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE PARA PROMOVER EL EMPRENDEDURISMO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS, CHACHAPOYAS - 2017”**.

La misma que presento para optar el título profesional de Administración de Empresas.

2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.

4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo toda responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para la UNTRM en favor de

terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones civiles y penales que de mi acción se deriven.

Chachapoyas, diciembre de 2018

Bach. LLANOS GOMEZ, Mallury Jhordana.
DNI: 48514086

Bach. SANCHES GASLAC, Flordelis
DNI: 467716871



ANEXO 3-N

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 28 de Diciembre del año 2018, siendo las 11:30 am horas, el aspirante LLANOS GOMEZ MARLLURY JHORDANA

defiende en sesión pública la Tesis titulada: "PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE PARA PROMOVER EL EMPRENDedurISMO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS, UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS, CHACHAPOYAS 2017"

para obtener el Título Profesional de Licenciadas en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente : Dr. Carlos Alberto Hingosa Salazar
Secretario : Coor. Edinson Cueva Vega
Vocal : Mg. Adolfo Cacho Revilla



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

.....
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:



ANEXO 3-N

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 28 de Diciembre del año 2018, siendo las 11:30 am. horas, el aspirante SANCHES GASLAC FLORELLIS defiende en sesión pública la Tesis titulada: "PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE PARA PROMOVER EL EMPRENDERISMO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS, CHACHAPOYAS-2018" para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:



Presidente : Dr. Carlos Alberto Inojosa Salazar
Secretario : Econ. Edinson Cueva Vega
Vocal : Mg. Adolfo Cacho Revilla

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:
Aprobado () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]
VOCAL

[Signature]
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

TABLA DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	II
AUTORIDADES	IV
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	V
JURADO EVALUADOR.....	VI
DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
RESUMEN	XIV
ABSTRACT	XV
I. INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
II. OBJETIVOS	- 4 -
2.1. Objetivo general:	- 4 -
2.2. Objetivos específicos:	- 4 -
3.1.1. INTERNACIONALES.....	- 4 -
3.1.2. NACIONALES.....	- 8 -
3.1.3. LOCAL.....	- 11 -
3.2. BASES TEÓRICAS:	- 12 -
• RESEÑA HISTÓRICA DEL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO.....	- 12 -
• ACTITUD EMPRENDEDORA:	- 18 -
• FACTORES QUE MOTIVAN EL EMPRENDIMIENTO:	- 20 -
• CONCEPTO DE SUSTENTABILIDAD.	- 22 -
• EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLES.....	- 23 -
• EMPRENDIMIENTO DESDE LA UNIVERSIDAD	- 23 -
• MODELO DE EMPRENDIMIENTO	- 25 -

3.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:	- 33 -
IV. MATERIAL Y MÉTODOS:	- 34 -
4.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:	- 34 -
4.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO:	- 34 -
Población:	- 34 -
Muestra:	- 34 -
4.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y PROCEDIMIENTOS:	- 35 -
Métodos.	- 36 -
Técnica.....	- 36 -
Instrumento	- 37 -
Procedimiento	- 37 -
V. RESULTADOS	- 39 -
5.2. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE	- 47 -
ESQUEMA DE TRABAJO “FERIA DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE”	- 61 -
VI. DISCUSIÓN	- 68 -
VII. CONCLUSIONES	- 75 -
VIII. RECOMENDACIONES	- 77 -
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	- 78 -
ANEXOS	- 80 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conocimiento sobre emprendimiento sustentable.....	- 39 -
Tabla 2: Considera Ud. Que se debe tener en cuenta dentro del modelo factores como lo social y ambiental propios para el emprendimiento sustentable es:.....	- 40 -
Tabla 3:¿Considera que los conceptos que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas son relevantes?	- 40 -
Tabla 4: Métodos para fomentar el emprendimiento sustentable	- 41 -
Tabla 5: La malla curricular es la adecuada para fomentar emprendimiento sustentable.	- 41 -
Tabla 6: ¿Consideras que la existencia de un Programa Emprendedor o un Centro de Emprendedurismo Juvenil, ayudaría a la creación de nuevas empresas?	- 42 -
Tabla 7: Beneficios de fomentar el emprendimiento sustentable en los estudiantes....	- 42 -
Tabla 8: ¿Cree usted que en nuestra facultad se está fomentando la actitud emprendedora en los estudiantes?	- 43 -
Tabla 9: Métodos tenidos en cuenta para la construcción del modelo	- 43 -
Tabla 10: Barreras que impiden crear un negocio	- 44 -
Tabla 11: Proceso de plantear tu proyecto o negocio por cuenta propia, te resulta: ...	- 44 -
Tabla 12: Resultados que obtendrían, si se llegara a ejecutar el proyecto.....	- 45 -
Tabla 13: Un modelo de emprendimiento sustentable, fomentará el emprendedurismo en los estudiantes.	- 45 -
Tabla 14: Usted, ¿cree que al proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes les permitirá crear una empresa sustentable?	- 46 -
Tabla 15: ACCIONES PARA EL TALLER DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE.....	- 60 -

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo fue proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas. Se ha propuesto un modelo teórico, un cambio estratégico en el modo de actuación frente al emprendimiento sustentable en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. En el desarrollo de la investigación se tomó como base teórica el análisis documental de las experiencias de emprendimiento general y universitario desarrolladas con éxito a nivel internacional, nacional y local. El método de investigación utilizado es cuantitativo e inductivo, con el objeto de partir de aspectos generales de la investigación para llegar a situaciones particulares, tomando en cuenta las técnicas de observación directa y encuesta; cuyos datos de la población y muestra estuvo determina por los estudiantes de los dos últimos años de la escuela profesional de Administración de Empresas, desde el séptimo al décimo ciclo. Los resultados obtenidos en la investigación, son que de los 90 alumnos encuestados solo 44 consideran que el modelo es beneficioso. Con referencia al modelo de emprendimiento sustentable y emprendedurismo en los estudiantes, a través de la prueba se aprecia que un 49% respondieron de Acuerdo con el modelo y con 1% Totalmente en desacuerdo, se percibe que la educación universitaria en emprendimiento sustentable es regular. En conclusión los estudiantes mencionan que para fomentar el emprendedurismo se necesitan talleres y ferias de emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento, emprendedurismo, modelo sustentable, educación universitaria

ABSTRACT

The objective of this work was to propose a model that allows to promote sustainable entrepreneurship in the students of the last years of the professional career of Business Administration. A theoretical model has been published, a strategic change in the mode of action against sustainable entrepreneurship at the National University Toribio Rodríguez de Mendoza, through the Faculty of Economic and Administrative Sciences. In the development of the research, the documentary analysis of the experiences of general and university entrepreneurship successfully developed at an international, national and local level was taken as a theoretical basis. The research method used is quantitative and inductive; The data of the population and the sample was determined by the students of the last years of the professional school of Business Administration, from the seventh to the tenth cycle. The results were included in the investigation, and the 90 students surveyed alone. With reference to the model of sustainable entrepreneurship and entrepreneurship in students, through the test we can see that 49% responded with the model and with 1% Totally disagree, it is perceived that university education in entrepreneurship is sustainable. In conclusion, the students mention that to encourage entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurship, sustainable model, university education.

I. INTRODUCCIÓN

Las bajas tasas de emprendimientos universitarios indican que tal vez las universidades deberían fomentar la mentalidad emprendedora entre sus estudiantes. La combinación de la audacia de la juventud, el espíritu aventurero y las ganas de explorar nuevos horizontes tanto académicos como laborales. El emprendimiento se ha convertido en un tema de gran importancia para todos los estamentos gubernamentales y no gubernamentales del país, y aquellas entidades de educación superior, que ven en su gestión una oportunidad para ser partícipes del crecimiento económico y social donde tengan su foco de atención. Entre los campos de investigación insuficientemente explorados, cabe destacar el del emprendimiento educativo (González, 2016)

En la actualidad, algunas de las universidades más destacadas del mundo intentan revertir esta situación, planteando soluciones específicas. A nivel mundial tenemos como la primera a la Stanford University, en esta universidad existe el Stanford University Entrepreneurship Corner, algo así como el Rincón del Emprendedor, iniciativa que demuestra los numerosos servicios y la importancia que los profesionales de esta institución conceden al emprendimiento. La Harvard University, su escuela de negocio es una de las más populares. En el Perú algunas de las universidades que destacan dentro de este contexto son la Pontificia Universidad Católica del Perú a través de su Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) se dedica a incubar proyectos tecnológicos y otros de rubros tradicionales. Y la Oficina de Emprendimiento de Universidad de Lima, donde brindan apoyo a los estudiantes universitarios para crear un modelo de negocio y apoyarlos con asesoría personalizada. (blog.jobandtalent. 2015).

En la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza esta problemática no es ajena debido que el emprendedurismo dentro de la carrera profesional de Administración de Empresas – Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA), no es un tema de mucha importancia por lo cual existe limitaciones para fomentar emprendedores desde las aulas, trayendo como consecuencia un porcentaje elevado de egresados únicamente con la noción de trabajar para alguna entidad pública o privada dejando a un lado la idea de crear su propio negocio, perdiendo su actitud emprendedora, actitud que debe de ser

fomentado en cada estudiante y con mucha más fuerza en los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas, abriendo a los estudiantes las puertas a un camino personal y aun impacto social que transitará formas de cambio y de mejora en muchos aspectos.

La universidad debe educar para el “emprendimiento empresarial”, esto significa no sólo enseñar a formar empresas elemento fundamental sin duda, sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado. Este nuevo enfoque requiere de una gran voluntad de las autoridades universitarias y de tener una amplia visión del nuevo entorno en el que se mueven los centros de formación superior, ya que a la fecha no ha sido explotada como una excelente estrategia de diferenciación. (Pérez, 2009).

El modelo propuesto tiene implícito la sencillez de su aplicación, que solo requiere la apropiación de los conceptos en su metodología por parte de la alta dirección y su compromiso con la implementación dentro de un proceso sistémico en el tiempo, generando un cultura emprendedora a todo nivel y en especial, en los estudiantes. Es la manera de pensar, sentir y actuar, crear, o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades viables en términos de los factores económicos, sociales, ambientales, y políticos inmersos en el entorno. Así mismo factores endógenos con capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permitan al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida y su aporte al desarrollo social. (Grupo Azimut22, 2011) y se formuló el siguiente problema de investigación.

¿De qué manera contribuirá el desarrollo de un modelo de emprendimiento sustentable en promover el emprendedurismo en los estudiantes de los dos últimos años de la carrera profesional de administración de empresas de la FACEA?

Esta investigación tuvo una justificación social, ya que nos damos cuenta que nuestra Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza (UNTRM), no puede estar ajena a esta realidad, dada la importancia que trae consigo fomentar el emprendedurismo dentro de

una universidad y en especial consideración dentro de la carrera profesional de Administración de Empresas; Para el mejor desarrollo de nuestro trabajo de investigación nos enfocaremos en la metodología de enseñanza de los docentes hacia los estudiantes, dentro de la carrera profesional de administración de empresas, centrándonos en los cursos que están ligados especialmente con el tema de emprendimiento, así también tomaremos en consideración las diferentes actividades que desarrolla la escuela profesional con el fin de incrementar y mejorar la actitud emprendedora de cada estudiante, y con este estudio se logró responder a la; hipótesis de la investigación, La propuesta del modelo de emprendimiento sustentable, contribuirá significativamente en promover el emprendedurismo sustentable en los estudiantes de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la UNTRM-A

Los objetivos de esta investigación refieren; proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. En segundo lugar, definir los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes. En tercer lugar, identificar los métodos de análisis que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento basado en el estudiante. Y por último, Identificar los factores de éxito y los vacíos relevantes del fomento al emprendimiento en los estudiantes universitarios de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas de la FACEA-UNTRM, de acuerdo con el análisis de los métodos establecidas.

Finalmente esta investigación presenta la propuesta teórica de un nuevo modelo de emprendimiento universitario, que centra su atención en los estudiantes de pregrado, como segmento básico, en la construcción de una cultura institucional que tiene su modo de actuación de arriba hacia abajo (desde las instituciones) como de abajo hacia arriba (los estudiantes), y este último punto, es uno de los más importantes en el modelo propuesto, la incorporación metodológica de la visión empresarial en los estudiantes.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general:

- ✓ Proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes de los dos últimos años de la escuela profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

2.2. Objetivos específicos:

- ✓ Definir los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de los dos últimos años de la escuela profesional de Administración de Empresas de la FACEA, UNTRM.
- ✓ Identificar los métodos de análisis que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento basado en el estudiante.
- ✓ Identificar los factores de éxito y los vacíos relevantes del fomento al emprendimiento en los estudiantes universitarios de los dos últimos años de la escuela profesional de Administración de Empresas de la FACEA-UNTRM.

III. MARCO TEÓRICO.

3.1. ANTECEDENTES.

3.1.1. INTERNACIONALES.

- ✓ Viadana C.A y Zubeldía, M.L *et al* (2015), Argentina. En su trabajo que tuvo como título “La cultura emprendedora, como desarrollar emprendimientos sustentables”, cuyo objetivo fue, difundir la importancia del emprendedurismo y más específicamente su ubicación, sostiene que dentro del ámbito académico existe la posibilidad de desarrollar una vinculación con la sociedad que permita la capacitación en el área de

emprendedurismo, desarrollando planes de negocios a partir de las ideas de cada uno de los actores intervinientes. Otro de los objetivos fueron fomentar la cultura emprendedora en los actores sociales mediante la creación y desarrollo de una red entre docentes, profesionales, empresarios y organismos públicos y privados. Para ello se llevó a cabo una exploración sobre el desarrollo de emprendimientos en la ciudad de Casilda, así como también un relevamiento de la estructura productiva de la misma que nos permitió identificar las oportunidades y necesidades que han sido satisfechos a través de emprendimientos en el área de la producción de bienes intermedios o servicios. Después de realizar, los procedimientos de la metodología de este trabajo obtuvieron resultados favorables, teniendo como respuesta a esto elaborar un plan de trabajo para poder enmarcar las diferentes formas de desarrollo de emprendimiento dentro de la ciudad de Casilda.

- Mediante este trabajo se pudo lograr obtener el título del proyecto, ya que la importancia del emprendimiento sustentable que al ser desarrollado dentro de una sociedad o un grupo seleccionado trae consigo beneficios.
- ✓ Gómez Gómez M.H y Ríos Sánchez L.S *et al* (2013), Colombia. En su trabajo de investigación que tuvo por título “Modelo Teórico para Potenciar el Emprendimiento Innovador en los Estudiantes de Pregrado de las Universidades de Manizales”, Colombia. Propusieron un modelo teórico que tuvo como fin principal generar un cambio estratégico en el modo de actuación frente al emprendimiento universitario de Manizales. La necesidad de potenciar el emprendimiento innovador desde la base de los estudiantes de pregrado, permite concluir sobre la pertinencia de la propuesta no solo por el vacío existente, sino por la disposición de la ciudad en convertirse en un ecosistema de emprendimiento donde las IES (Instituciones de Educación Superior) están llamadas a ser protagonistas. El modelo propuesto tiene implícito la sencillez de su aplicación, que solo

requiere la apropiación de los conceptos en su metodología por parte de la alta dirección y su compromiso con la implementación dentro de un proceso sistémico en el tiempo, generando una cultura emprendedora a todo nivel y en especial, en los estudiantes. Para lograr el objetivo de crear un modelo innovador, se tomó como base el análisis documental de las experiencias de emprendimiento general y universitario que han sido relevantes y desarrolladas con éxito a nivel internacional, nacional y local; continuando con el estudio de las estrategias de emprendimiento que actualmente desarrollan las universidades, unido a una entrevista estructurada realizada a los líderes naturales de las áreas de emprendimiento y otros expertos en el tema de estudio, informantes claves, muestra no probabilística conocida como intencional y utilizada dentro de la metodología. Finalmente esta investigación presentó la propuesta teórica de un nuevo modelo de emprendimiento universitario, que centra su atención en los estudiantes de pregrado, como segmento básico, en la construcción de una cultura institucional que tiene su modo de actuación de arriba hacia abajo (desde las instituciones y las empresas) como de abajo hacia arriba (los estudiantes), y este último punto, es uno de los más importantes en el modelo propuesto, la incorporación metodológica de la visión empresarial en los estudiantes.

- Las autoras de este trabajo concluyen; que los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de pregrado separados de los conceptos macro de emprendimiento en las universidades, dejan en evidencia la cantidad de información que se teje alrededor de la temática, generando confusión en el foco de acción y la dispersión en la dirección estratégica frente a la misión de las universidades en su compromiso con el tercer rol.(...)

- ✓ Krauss, C. *et al* (2011), en su trabajo de investigación titulado, “Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay” Uruguay, buscó conocer cuáles eran las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y su evolución. Se analizó la figura del emprendedor desde diferentes ópticas, y especialmente según las actitudes emprendedoras definidas como: necesidad de logro, autoestima, innovación, control percibido interno y asunción de riesgo. El estudio empírico se basó en la investigación realizada por la Dra. Ibáñez (2001) en España, específicamente, en el País Vasco. De esa investigación se extrajeron los cuestionarios para ser aplicados a los estudiantes que ingresaban a la Universidad Católica de Uruguay, el mismo se volvió a pasar al segundo año y al tercer año de permanencia en dicha universidad, a fin de conocer la evolución de las actitudes emprendedoras de los estudiantes. Finalmente se realizó entrevistas en profundidad para conocer las razones de la variación de sus actitudes y se propusieron diferentes formas de incentivar el emprendimiento en la universidad. Las metodologías empleadas fueron: análisis factorial, diferencias de las medias poblacionales, análisis de varianza, análisis de componentes principales y análisis de correspondencias múltiples. En base a la investigación, se pudo concluir que: Los estudiantes de carreras empresariales presentan una mayor necesidad de logro y un mayor control, y que la actitud emprendedora global es mayor en estudiantes cuyos padres son emprendedores y en aquellos estudiantes que trabajan para sustentar sus gastos. El Resultado que se obtiene es la disminución de las actitudes emprendedoras y se proponen diferentes acciones.
 - De esta investigación se obtuvo el modelo de cuestionario para ser aplicados en los actores intervinientes del trabajo de investigación.

3.1.2. NACIONALES

✓ Ortiz Huamani, J.C *et al* (2015), en su trabajo de investigación titulada “Educación Universitaria y el Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de La Escuela Profesional de Administración de Empresas de La Universidad Nacional José María Arguedas”, Lima. El propósito de su investigación fue determinar el grado de influencia de la educación universitaria en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas en el período 2015. La metodología que se empleó es la explicativa; la investigación se inicia con la interrogante ¿En qué grado la educación universitaria influye en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, en el período 2015?; la población estuvo conformada por los estudiantes de primero al décimo años en una muestra de 110 alumnos. Los resultados que obtuvo la investigación es que los alumnos poseen una actitud emprendedora de intermedia a favorable, de los 110 encuestados solo nueve registran un emprendimiento que está en funcionamiento. Con referencia a las variables gestión y emprendimiento empresarial a través de la prueba de chi cuadrado registran un P-valor de 0,004 siendo este menor a 0,05 lo cual indica una relación de dependencia e influencia entre sí, con relación a las tablas de contingencia los alumnos perciben que la gestión en emprendimiento empresarial es regular. Con referencia a la variable formación profesional y el emprendimiento empresarial es un P-valor de 0,001 siendo este menor a 0,05 lo cual indica una relación de dependencia e influencia entre sí, con relación a las tablas de contingencia los alumnos perciben que la formación profesional en emprendimiento empresarial es regular.

- El propósito de esta investigación fue determinar el grado de influencia de la educación universitaria en el emprendimiento

empresarial de los estudiantes de Administración de Empresas, debido a ello vemos por conveniente enmarcar este proyecto en parte en la metodología de educación que está usando la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

- ✓ Julca Meza, J. *et al* (2011). En su tesis doctoral titulada “Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES”, LIMA. En dicha investigación se aplicó el cuestionario COE (ETP) Cuestionario de Orientación Emprendedora a tres grupos diferenciados de alumnos (1º Años, 5º Años y 9º Años) con la finalidad de medir las actitudes de dichos universitarios hacia el emprendimiento empresarial y cómo dicha competencia evoluciona con la formación profesional. La población objeto de estudio de la presente investigación está conformado por 975 estudiantes de Hotelería y Turismo de la Universidad San Martín de Porres matriculados en el semestre académico 2011. La muestra del estudio está integrada por un total de 706 estudiantes de la titulación de Turismo de la Universidad de San Martín de Porres. Del total de estos estudiantes 213 son hombres (30,2%) y 493 mujeres (69,8%). Los estudiantes se distribuyeron, principalmente, entre primero (282, 41,4%), quinto (212, 29,9%) y noveno años (151, 22,2%), el resto de los estudiantes se distribuyeron en los años segundo, tercero, cuarto, sexto y séptimo. El año de nacimiento de los estudiantes oscilaba entre 1974 y 1998, situándose el mayor porcentaje en los años 1990 (9,5%) a 1994 (11,3%). La edad media fue de 21 de años (con una desviación típica de 3,73). En los resultados que arrojaron existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en lo que se refiere a: control externo (los hombres manifiestan mayor control externo que las mujeres), norma subjetiva (las mujeres son más dependientes de la norma que los hombres), el contexto emprendedor (como por ejemplo el contexto cercano al sujeto, familia, amigos,

compañeros, etc.) (Las mujeres perciben un contexto más favorable que los hombres), opciones en la creación de una empresa (las mujeres perciben más opciones de crear una empresa que los hombres).

Aunque no se llegó a una diferencia significativa entre hombres y mujeres en intención emprendedora ($p. <.06$), la tendencia demostró que las mujeres tienen mayor tendencia a ser emprendedoras que los hombres. Respecto al año de estudios en los que se encontraban estudiando los estudiantes, nos interesó analizar si podían existir diferencias en estos años con respecto a nuestras variables de estudio. Los análisis correspondientes dan como resultado que existen diferencias significativas respecto a las variables de: control interno, risk taking, atracción por tareas dinámicas, control conductual percibido, norma subjetiva, contexto, motivos por los que la gente crea la empresa, y la intención emprendedora. En concreto, las diferencias 199 más patentes las encontramos entre los estudiantes de primeros años y los de noveno años. Los estudiantes de primeros años puntuaron más bajo en las variables antes enunciadas que los estudiantes de noveno años.

- La población objeto de estudio de esta investigación conformada por una muestra amplia de estudiantes de una sola carrera profesional, por lo que la investigación que se desarrollara tendrá como muestra a la gran parte de los estudiantes de una sola carrera profesional.
- ✓ Córdova Sobrino, A. y Campoverde Guerrero, V. *et al* (2008), En su trabajo de investigación titulado “Influencia del programa de formación “jóvenes en acción” en el desarrollo de las capacidades empresariales en los/las estudiantes del 5º grado de educación secundaria del área educación para el trabajo de la institución educativa Parcemón Saldarriaga Montejo” Piura 2008, realizaron un estudio cuantitativo de tipo aplicativo evaluativo, con diseño experimental sobre la Influencia del programa formación Jóvenes en

acción del 5to grado de secundaria en la Institución Educativa Parcemón Saldarriaga Montejo de Piura. El programa utilizado consistió en una evaluación previa, seguido por sesiones y una evaluación final. Los autores concluyeron que las capacidades empresariales de los estudiantes tienen relación con la creatividad e innovación, trabajo en equipo, relaciones interpersonales, visión de mercado e iniciativa labora, Los autores concluyeron que las capacidades empresariales de los estudiantes tienen relación con la creatividad e innovación, trabajo en equipo, relaciones interpersonales, visión de mercado e iniciativa laboral, Los autores recomendaron a los docentes implementar programas innovadores adecuándolos a la realidad de los alumnos para fortalecer la conciencia de auto desarrollo personal, promover prácticas de elaboración de proyectos empresariales entre alumnos, diversificar el currículo en todas las áreas.

- Las capacidades empresariales de los estudiantes están estrechamente relacionados con la creatividad e innovación por lo que es recomendable enmarcar el tema de investigación estas dos habilidades mencionadas.

3.1.3. LOCAL.

- ✓ Respecto al tema de investigación formulada, en la provincia de Chachapoyas, se realizó consultas a diferentes profesionales, técnicos y personal auxiliar que laboran en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, a las diferentes Facultades de Administración y Contabilidad, al Colegio de Licenciados en Administración de Amazonas, etc; estableciendo que por la característica del estudio no se encontró trabajos similares o iguales que puedan reforzar la investigación. Por tal motivo, nuestro estudio cobra mayor importancia su ejecución.

3.2. BASES TEÓRICAS:

❖ RESEÑA HISTÓRICA DEL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO

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

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

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

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas.

Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro.

- ✓ Cantillón (1755); Define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro.
- ✓ Jean-Baptiste Say (1803); Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus

empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

- ✓ Schumpeter (1942); Utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones.
- ✓ Peter Drucker (1964); Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.
- ✓ Howard Stevenson (1975); El emprendimiento es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente.
- ✓ Burnett (2000); Expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.
- ✓ Pinchot (1999); Utilizó el termino intrapreneurship para referirse al “espíritu empresarial” y hacer referencia a los emprendedores dentro de

las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas. Este autor expresa que el emprendedor que habita en la empresa posee un importante rol, y que es quien puede hacer realmente que una idea se desarrolle comercialmente, ya que muchas empresas logran crear ideas, pero no llevarlas a cabo.

- ✓ Ludwig Von Mises (2000); Identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.
- ✓ Stevenson (2000); Este autor afirma que la importancia en el estudio del emprendedurismo ha ido aumentando en el tiempo y rescata ciertas hipótesis que emergen de la observación en 40 países diferentes. Estas hipótesis son las siguientes:
 - El emprendedurismo se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles.
 - El emprendedurismo es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en proyectos de otros miembros de la comunidad. Es decir que existe capital disponible.

- El emprendedurismo es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de los miembros de la misma son celebrados por los demás miembros.
 - El emprendedurismo es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.
 - Stevenson también afirma que el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está predispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios. A su vez, rescata especialmente el rol del emprendedor en la asimilación de cambios, dado que el mundo está modificándose continuamente, y plantea al futuro como un verdadero desafío.
- ✓ Bygrave y Hofer (1991); Define a los procesos de emprendedurismo como “Todas las funciones, actividades o acciones asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación de una organización para desarrollarlas”. Poco a poco, el campo de estudio de la gestión estratégica se ha desplazado del análisis de funciones y responsabilidades de la gestión, hacia el estudio de los procesos estratégicos en las organizaciones. El emprendedurismo, algunas veces descrito como una subdisciplina de la estrategia habría conocido los mismos cambios, la atención largamente prestada a las características del emprendedor la cual se encuentra igualmente sobre la descripción de los procesos empresariales.
- ✓ Scott Kundel, citado por Dehter (2001), También rescata la importancia de los intra emprendedores. Él plantea la existencia de emprendedores independientes y de emprendedores que se desenvuelven dentro de las empresas como empleados. Y destaca que estos últimos también pueden renovar las estructuras existentes, formar nuevas estructuras o crear nuevos productos o nuevos procesos de producción o gestión.

- ✓ Lina Marcela Arbeláez²¹ (2008); Manifiesta que el emprendimiento es. “Una manera de pensar, y actuar orientada hacia la creación de capital social. Esa forma de pensar, razonar y actuar centrada en oportunidades, planteada como visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.”
- ✓ Para el grupo de investigación Azimut²² (2011); Es la manera de pensar, sentir y actuar, crear, o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades viables en términos de los factores económicos, sociales, ambientales, y políticos inmersos en el entorno. Así mismo factores endógenos con capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permitan al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida y su aporte al desarrollo social.

Características del emprendedor:

Según Guedez (2003), existe una serie de características de la personalidad emprendedora que orientan y posibilitan el desarrollo personal, influyendo en la creación de niveles de auto exigencia personal y en la búsqueda activa de medios para lograr sus metas. De éstas las más relevantes son:

- ✓ **La creatividad:** Permite a la persona ser flexible, cambiar con la experiencia, ser espontánea, buscar nuevas experiencias superando dificultades, manejar las presiones del ambiente, imaginar ideas con facilidad, proponer soluciones originales y saber analizar e investigar.
- ✓ **La seguridad emocional:** Induce a que la persona controle y maneje adecuadamente la frustración, asuma la responsabilidad de su comportamiento, sea consciente de sus alcances, y en consecuencia pueda enfrentarse a obstáculos y controlar emociones sin demasiadas

restricciones. Además, le permite establecer y mantener relaciones interpersonales viables, porque tiene percepciones realistas de sí misma y de los demás.

- ✓ **La autonomía e independencia:** Proporcionan una gran satisfacción a quienes las logran. Construyen valores, comportamientos y objetivos propios, lo que les lleva a vivir más plenamente; funcionar sin necesidad de una supervisión inmediata, elegir, tomar iniciativas y decisiones.
- ✓ **La necesidad de logro:** Los individuos fuertemente motivados por el deseo del triunfo muestran mayor desenvolvimiento e iniciativa que los otros. Ellos buscan continuamente en su medio las ocasiones de llevar a cabo desafíos interesantes y de probarse a sí mismos que ellos podrán triunfar. Los emprendedores son personas con una elevada necesidad de logro, suelen estar fuertemente motivados por el deseo de llevar a cabo una idea o de probarse a ellos mismos que son capaces de crear una nueva empresa y tener éxito.
- ✓ **El locus de control (sitio de mando):** Los emprendedores tienen la fuerte creencia de que ellos pueden controlar el resultado de sus acciones y que éste no será producto del azar. Se encuentran **relacionados con esta variable:** la autoconfianza, la audacia, autodeterminación la perseverancia. Entendida como tenacidad, tener una actitud positiva y decidida para alcanzar los objetivos propuestos.

❖ **ACTITUD EMPRENDEDORA:**

Sobre la actitud emprendedora, Anzola (2009) sostiene que “las personas deben tener un perfil y desarrollar ciertas características y actitudes como el positivismo, la innovación, la valentía y la capacidad que lo impulsen a lograr sus propósitos y metas”.

De igual modo García (2001), define la actitud emprendedora como la “capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de nuestras inquietudes con perseverancia hasta hacerlos realidad”.

Kets de Vries (citado por García, 2001), establece que: La actitud emprendedora es la capacidad de innovar, gestionar, coordinar y asumir riesgos. Asimismo, dice que las personas emprendedoras tienen una realización orientada, de asumir responsabilidades por decisión y no les gusta trabajos repetitivos, son personas creativas que poseen un alto nivel de energía y óptimo grado de persistencia e imaginación que combina con la espontaneidad de asumir riesgos moderados y calculados, de manera que le permita transformar lo que frecuentemente como una idea, en algo concreto. Las personas emprendedoras tienen cualidades y habilidades, que generan optimismo, entusiasmo que contagian al equipo de trabajo dentro de una organización.

En nuestra sociedad existen personas con actitudes emprendedoras, llamados también emprendedores. García (2001) considera que “un emprendedor es la persona que tiene iniciativa y decisión para emprender negocios o acometer empresas”.

En el Diccionario de Ciencias Sociales (1964, citado por García, 2001), se define el término emprendedor como “la persona que ejercita total o parcialmente funciones de: iniciar, coordinar, controlar e instituir cambios grandes en el negocio de la empresa y asume riesgos que resulten de la naturaleza dinámica de la sociedad y del conocimiento imperfecto del futuro”.

Para Diez Canseco (2008) un “emprendedor es la persona que tiene la actitud de emprender, quien con fuerza y convicción acomete y comienza

una obra, un negocio, un empeño. El que toma un camino con resolución de llegar a un punto, no importándole ni las dificultades ni los esfuerzos que tenga que hacer para llegar a su objetivo”

❖ **FACTORES QUE MOTIVAN EL EMPRENDIMIENTO:**

La motivación emprendedora es un factor importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad. También es importante el proveer instrumentos para canalizar las acciones de los emprendedores/as potenciales para obtener el éxito.

Los factores que motivan el emprendimiento son variados y de acuerdo al sector económico; pero, en forma general, los principales son:

- ✓ **Oportunidad de negocio:** Existe una diferencia conceptual entre negocio y empresa, y, ésta es que el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio. Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas; el negocio sienta sus bases (principalmente) en una oportunidad (coyuntura), y, gira en torno a una misión que por lo general tiene finalidad económica. Una empresa consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que beneficien a otras personas; la empresa gira en torno al cumplimiento de una misión, pero, a diferencia del negocio, su directriz es la visión. En síntesis, un negocio es algo similar a una empresa, con la diferencia de que un negocio también puede abarcar actividades.
- ✓ **Las demandas insatisfechas:** Es otro factor que motiva el emprendimiento empresarial debido a que el emprendedor forma parte

de la sociedad y no puede aislarse de ella, luego, ante una demanda en la población aun no cubierta, el emprendedor busca cubrir dicha demanda mediante la constitución de una empresa orientada a cubrir la demanda en cuestión.

- ✓ **En cuanto a la independencia laboral**, que también aparece como un factor motivador relevante, corrobora lo que diversos estudios muestran como una posición casi unánime: que los jóvenes no consideran más sus empleos como un proyecto de vida.

- ✓ **El factor motivador más relevante para los emprendedores/as** potenciales es la independencia económica más aún que la laboral, es decir, perciben que ser empresarios/as va a otorgarles, como consecuencia inmediata, la posibilidad de prescindir de otras fuentes de recursos económicos.

- ✓ **El desarrollo profesional:** Es un factor que motiva el emprendimiento empresarial, ya que por lo general los futuros profesionales mediante cursos de formación básica, general o profesional, dependiendo de la profesión, desarrollan competencias de empresario; y debido a dicha formación, el profesional considera como parte de su pleno desarrollo profesional, el aspecto empresarial.

- ✓ **Aumento en la aceptación de un bien o servicio:** El cual genera actividades y acciones orientadas a sacar el máximo provecho de una determinada coyuntura; por ejemplo, la aceptación de la comida peruana es un factor importante para el emprendimiento empresarial en ese rubro.

❖ CONCEPTO DE SUSTENTABILIDAD.

El término “sustentabilidad” sufrió diferentes transformaciones a lo largo del tiempo hasta llegar al concepto moderno basado en el desarrollo de los sistemas socio ecológicos para lograr una nueva configuración en las tres dimensiones centrales del desarrollo sustentable: la económica, la social y la ambiental. El presente trabajo pretende abordar la evolución de este concepto y mirar un poco más allá sobre el futuro de la sustentabilidad.

Esta definición se expresó por primera vez, haciendo referencia al desarrollo sustentable, en el informe Brundtland, “Our Common Future”, publicado en 1987. Luego de ese informe quedó bautizada la definición y es la que más aceptación tiene en toda la comunidad cuando se habla de desarrollo sustentable. En la actualidad el World Commission on Environment and Development de las Naciones Unidas adoptó esta definición para desarrollo sustentable.

Suecia, uno de los líderes actuales en sustentabilidad tiene una definición un poco más holística y define una sociedad sustentable como: “una sociedad en la cual el desarrollo económico, el bienestar social y la integración están unidos con un medioambiente de calidad. Esta sociedad tiene la capacidad de satisfacer sus necesidades actuales sin perjudicar la habilidad de que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas”

Plantean que buscar el “equilibrio” entre ambiente, economía y sociedad perjudicará el progreso económico. La confusión radica en que muchas veces se confunde a la sustentabilidad con volver a estados anteriores primitivos. En pos de estar en “armonía con la naturaleza” muchas personas piensan que la sustentabilidad y el progreso no son cosas que vayan de la mano. Sin embargo es interesante entender que; “lo que esencialmente se busca a partir de la sustentabilidad es avanzar hacia una relación diferente entre la economía, el ambiente y la sociedad. No busca frenar el progreso ni

volver a estados primitivos. Todo lo contrario. Busca precisamente fomentar un progreso pero desde un enfoque diferente y más amplio, y ahí es donde reside el verdadero desafío.”

Finalmente, así llegamos al sistema nervioso central de la sustentabilidad, también conocido como "sistemas socio ecológicos" o "sistemas ecosociotécnicos". Este sistema contiene los tres componentes esenciales para el desarrollo sustentable de la especie Humana. Pero mucho más importante aún, al ser un sistema, tienen una relevancia primordial las relaciones que existen entre las partes, ya que, nos permiten comprender de qué forma estas partes o “agentes” interactúan, se afectan y regulan entre sí. (Calvente, A.M. 2007)

❖ **EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLES**

Se define al emprendimiento sustentable como un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales.

❖ **EMPRENDIMIENTO DESDE LA UNIVERSIDAD**

La universidad desde sus comienzos en el siglo XII y hasta la fecha ha tenido importantes avances en su misión, no obstante, se le reconocen modificaciones transcendentales en dos ocasiones. En un primer momento la única función atribuida a estas instituciones era la docencia, transmitiendo conocimiento sin participar en su generación. En este contexto surgieron tensiones que llevaron a un segundo momento, las universidades incluyeron la investigación como otra de las actividades que debían llevar a cabo.

Etzkowitz en los años 90 fue uno de los primeros en insistir en una nueva función de las universidades, que tenía que ver con el aporte al desarrollo económico y social de su entorno, y en este punto refería a lo que representaba la transferencia de tecnología y la relación universidad de Empresa. De aquí ha partido el proceso de mutación de los entes universitarios a lo que se le ha dado a llamar Universidad Emprendedora, constituyéndose en el potencial para contribuir, con su nueva función, al desarrollo económico y social.

En este salto, si bien tiene como base el emprendimiento, el modelo de universidad mantiene la línea investigativa incorporando mecanismos que mejoren la transferencia de conocimiento, razón por la cual en muchos centros universitarios coexisten oficinas de transferencia de resultados de investigación, oficinas de patentes, semilleros y en general instrumentos de enlace entre los grupos de investigación y el tejido empresarial.

Los líderes de los grupos, por lo general, en su actividad investigativa, han adquirido también la experiencia de consecución de recursos para financiar sus estudios a través de las empresas, lo cual ha significado un avance hacia la capacidad emprendedora de una universidad.

Por tanto, las universidades ya no tienen como únicas funciones la formación y la investigación, sino que también deben contribuir al crecimiento económico de su entorno. Operando básicamente reformas que involucren la reorientación de los contenidos curriculares con enfoque hacia el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes, convirtiendo el aula en un lugar y oportunidad para influir en la actitud emprendedora de los estudiantes de todos los programas académicos y brindándoles los espacios pertinentes para que se forjen como creadores y realizadores de proyectos teniendo en cuenta que el emprendedurismo se da en todos los

ámbitos no estando necesariamente ligado a las carreras del área económico-empresarial o industrial.

Finalmente se define a la universidad emprendedora como aquella vinculada con el entorno para responder en forma asertiva a las necesidades del mercado, sin dejar de lado sus valores académicos, ni su misión tradicional, como entidad educativa que trabaja en función del conocimiento (Tarapuez, Osorio y Parra, 2012).

❖ **MODELO DE EMPRENDIMIENTO**

Existen diferentes modelos que intentan explicar el funcionamiento de los procesos de emprendimiento. Éstos han sido desarrollos apoyándose en ciencias como la Psicología, la Sociología, la Economía, la Administración y la Pedagogía, entre otras. Dichos modelos abarcan desde la motivación, la decisión por la vida empresarial, los procesos iniciales en la creación de empresas o productos, pasan por el plan de negocio y llegan hasta complejos modelos organizacionales centrados en la administración de actividades, con fortalezas en lo humano, lo financiero o lo operativo, e incluyen no sólo la creación sino la gestión del negocio (Bruyat y Julien, 2000; Bygrave, 1989).

La motivación, el riesgo, la incertidumbre, las decisiones, el futuro, la oportunidad, las competencias o el mercado son algunos de los componentes relevantes en la mayoría de estos modelos; las barreras de entrada, el tamaño del mercado, el tiempo, el tipo de producto, el número de competidores, los proveedores, los clientes, sus preferencias y necesidades, los productos sustitutos, la diferenciación o la especialización, son algunas variables importantes y puntos de referencia al iniciar un proceso de emprendimiento y forman parte de algunos de los modelos (Shane, Locke y Collins, 2003).

La mayoría de los modelos se formulan desde la academia en procesos de investigación teórica o empírica, identificando y analizando fenómenos y variables comunes y que ocurren en la realidad (Brazeal y Herbert, 1999). Por esta razón algunos de los modelos son delimitados por el sector económico, la región, el país donde fue realizada la investigación o el tipo de producto. También existen modelos que por su especificidad sólo tienen aplicación en un contexto determinado, el cual, al variar, no ofrecería los resultados óptimos para los que fueron desarrollados.

Transitar a un modelo de universidad emprendedora demanda poner en marcha con carácter de urgencia un cambio integral, instaurando el emprendimiento como un aspecto transversal en las tres funciones misionales de la universidad: enseñanza, investigación y proyección social, consolidándose como verdaderos centros de generación de ideas y de creación.

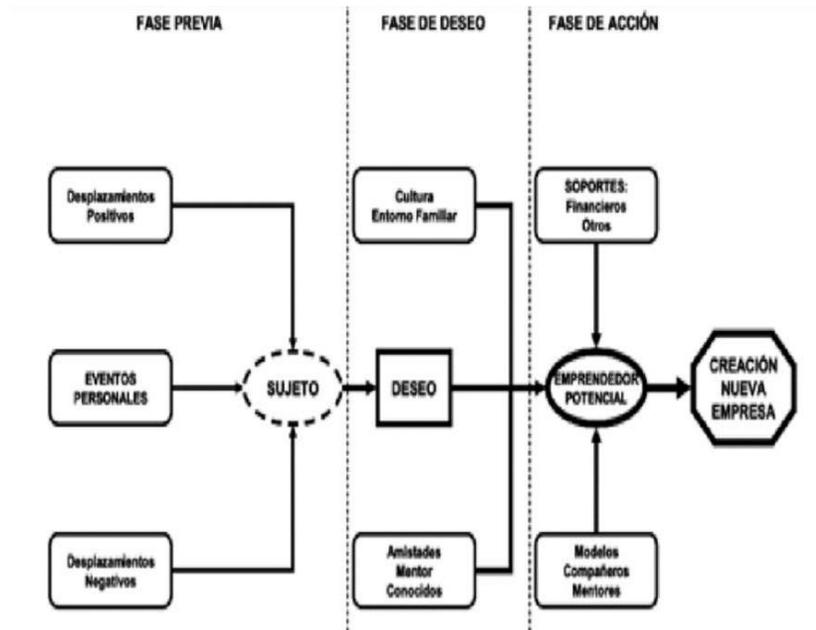
Por ello la transición hacia un modelo de universidad emprendedora es iniciada por unas pocas universidades que en un primer momento fueron consideradas anómalas para posteriormente pasar a ser pioneras. El Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) y la Universidad de Stanford, son dos de las primeras instituciones revolucionarias en su cometido con la tercera misión destinada al desarrollo económico y social.

Modelos de proceso emprendedor con énfasis en la formación de la vocación emprendedora. Entre los modelos existentes, tenemos:

- ✓ **Modelo de Shapero (1984):** Shapero en el proceso emprendedor distingue tres fases: la primera la denomina fase previa durante la cual ocurren una serie de eventos personales, eventos negativos y positivos que inciden en el sujeto creándole el deseo a ser emprendedor, la segunda es la fase de deseo: en esta fase se presentan una serie de

factores y circunstancias que pueden hacer que el sujeto se transforme en un emprendedor potencial, la tercera el autor la denomina fase de acción es la etapa en la cual el sujeto actúa para crear la empresa, lo que sucederá si consigue los recursos necesarios.

IMAGEN N° 1: Modelo de tres fases de Chaperó

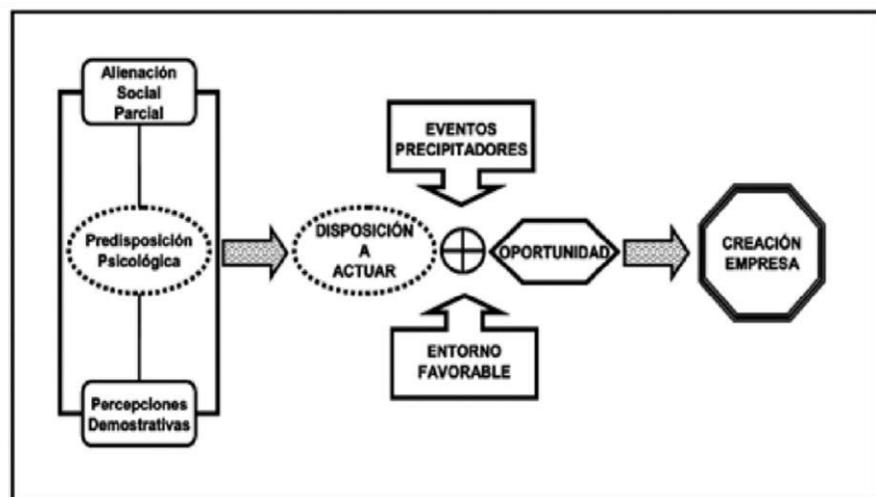


Fuente: Gonzales, 2004

- ✓ **Modelo de Martin (1989):** El modelo propuesto por Martin en 1989, considera que existen una serie de factores que se van presentando en la situación personal del individuo que hacen cada vez más probable que cree su empresa. Para Martin lo que él denomina disposición a actuar depende de tres circunstancias:
 - a) Predisposición psicológica a la acción emprendedora: es que el individuo tenga factores como alta necesidad de logro, compromiso, responsabilidad, etc.

- b) Alineación social parcial: es decir que el individuo pertenezca a una minoría étnica, sea emigrante, etc.
- c) Percepciones demostrativas: se refiere a elementos del contexto del emprendedor que sean favorecedoras a la creación de empresas como por ejemplo incubadoras, empresarios exitosos conocidos y ejemplos próximos de emprendedores.
- d) Si a la disposición actual se le añade que el individuo detecta una oportunidad y que se encuentre en un entorno favorable (por ejemplo: servicios educativos, infraestructura, servicios financieros, recursos técnicos y laborales, buen clima emprendedor) y se producen eventos precipitadores (desempleo, cambio de estado civil, culminación de estudios, etc.), entonces hay una elevada posibilidad de que la disposición a actuar se haga a través de la creación de una empresa.

IMAGEN N° 2: Modelo de proceso emprendedor de Martin



Fuente: Gonzales, 2004

- ✓ **Modelo de C. Greenburger y Sexton (1988):** Según estos autores deben presentarse tres componentes imprescindibles para que la

persona adopte una disposición positiva a crear una empresa: visión, percepción y personalidad. La visión es la imagen que el emprendedor tiene inicialmente sobre el tipo de negocio que desea emprender y la forma con que debe actuar para alcanzar el éxito, lo cual incluye su comportamiento personal y el de todo el equipo de personas de la empresa.

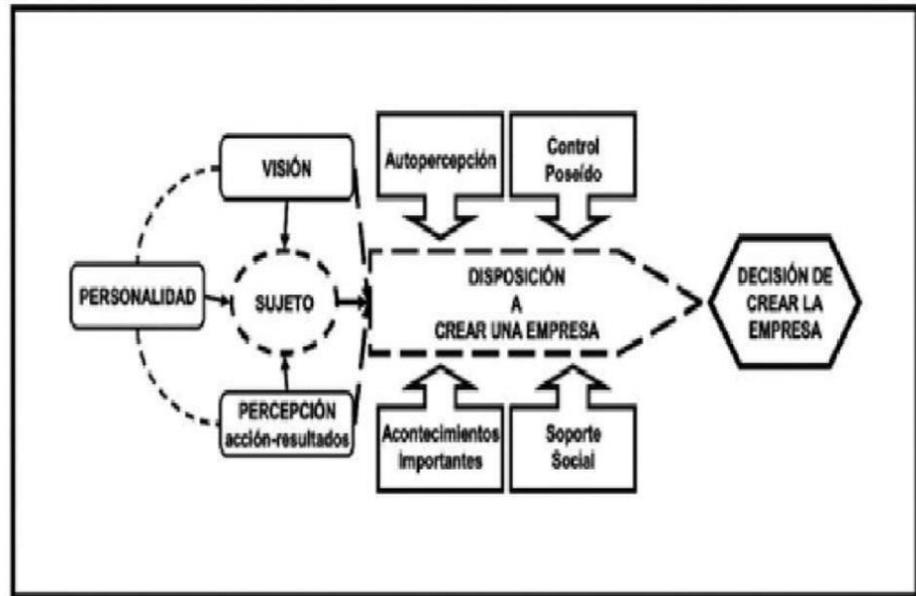
La percepción hace referencia a cómo las personas imaginan o estiman que serán los resultados de sus futuras acciones. La propia personalidad del emprendedor, sus capacidades esenciales y características.

Una vez que la persona tiene una disposición positiva a crear una empresa, hace falta que se comprometa con ese deseo, para eso los autores dicen que se debe dar la acción conjunta de cuatro factores críticos que son: autopercepción, control poseído, acontecimientos importantes y soporte social.

La autopercepción es cómo se percibe a sí mismo el sujeto. Consideran que sólo si el individuo se considera a sí mismo como un emprendedor entonces terminará siéndolo. El control poseído, para Greenburger y Sexton, es que el individuo considere que la creación de su empresa es el medio para incrementar su control sobre las cosas, permitiéndole la realización de sus aspiraciones. Los acontecimientos importantes que ocurren en la vida del futuro emprendedor, influirán positiva o negativamente en la decisión de crear una empresa.

Es importante que el emprendedor tenga un soporte social que reafirme su creencia en la nueva empresa. El soporte social está formado por la actitud de sujetos próximos al emprendedor como la familia, amigos y otros emprendedores.

IMAGEN N° 3: Modelo de Greenburger y Sexton



Fuente: Gonzales, 2004

❖ EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

El emprendimiento se ha convertido en un tema de gran importancia para todos los estamentos gubernamentales y no gubernamentales del país, y aquellas entidades de educación superior, que ven en su gestión una oportunidad para ser partícipes del crecimiento económico y social donde tengan su foco de atención. Entre los campos de investigación insuficientemente explorados, cabe destacar el del emprendimiento educativo (González, 2016)

Cuando Bill Gates creó el sistema operativo Microsoft Windows soñó con lograr que un día exista “un computador en el escritorio de cada hogar”; cuando la familia Añaños lanzó su gaseosa Kola Real soñaron que un día podrían competir con Coca Cola y Pepsi Cola.

Ambas historias tienen similitudes, Primero: lo limitado de los recursos con los que se iniciaron Gates en la cochera de su casa en Seattle Washington (Estados Unidos) y los Añaños en el patio de su casa en Ayacucho (Perú).

Segundo: la actitud con la que se enfrentaron a sus sueños. Tomaron la iniciativa frente a problemas que supieron detectar en sus entornos, asumieron riesgos, confiaron en sus posibilidades, fueron perseverantes, transmitieron confianza, supieron tejer sus redes de apoyo; en resumidas cuentas, tienen una característica común: son emprendedores.

Imaginemos ahora que éstos emprendedores pudieran ser identificados por los centros de estudios superiores al inicio de sus carreras, y empiecen a ser “formados” para crear su propia empresa y, en lugar que inicien sus emprendimientos en sus casas, lo hagan en las universidades. Imaginemos que, además del consejo del papá, la mamá y los mejores deseos de los hermanos, cuenten con el apoyo técnico de los catedráticos, y que tuvieran la posibilidad de usar la infraestructura de la universidad para dar rienda suelta a su creatividad e iniciativa empresarial.

En la actual sociedad del conocimiento, las universidades se transforman, cada vez más y de manera más directa, en promotoras del desarrollo económico. Desde los ochenta se comienza a definir una corriente de pensamiento, donde varias de ellas lo han hecho de manera innegable y sus logros se reconocen a nivel internacional. El caso posiblemente más acreditado es el de la Universidad de Stanford en la promoción del Silicon Valley, proceso que viene desarrollándose en un número importante de instituciones de educación superior de distintos países, bajo una modalidad propia que responde de una forma particular a las necesidades de su entorno y a las tendencias de la globalización (Tarapuez, Osorio y Parra, 2012).

Aprender a emprender es una responsabilidad a incorporar en los alumnos de las universidades por parte de los profesores. El profesor universitario, no sólo debe transmitir conocimiento, debe además generar una cultura de vida, una cultura emprendedora, tanto para los alumnos que quieran crear su propia empresa, en las temáticas que dominen o bien también en los

alumnos que busquen integrar o formar parte de organizaciones existentes, en este caso esta orientación , favorecerá al intraemprendedor, quienes van a sobresalir en las entidades donde le toque participar, permitiendo a las mismas enfrentar la complejidad actual y futura.

La universidad es importante en la medida en que sus procesos académicos sean pertinentes y contribuyan a solucionar los problemas de la región, además de responder al avance de la ciencia. De tal modo, las universidades deben formar en los futuros profesionales una actitud emprendedora, porque los egresados están cada vez más llamados a generar empleo y no a buscarlo (Universidad Industrial de Santander, 2009).

En nuestro país las universidades a partir de la década de los 90 tienen la oportunidad de generar recursos propios, gracias a que el gobierno decretó normas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades. Este contexto se presenta como una oportunidad para a un más fomentar el emprendimiento.

De acuerdo a la Ley Universitaria (Ley N. ° 30220); “las universidades pueden organizar institutos, escuelas, centros y otras unidades con fines de investigación, docencia y servicio”; así también “las universidades pueden establecer, órganos y actividades dedicadas a la producción de bienes económicos y a la prestación de servicios, siempre que sean compatibles con su finalidad. La utilidad resultante es recurso propio de cada universidad”.

Finalmente se precisa que “las universidades están exoneradas de todo tributo fiscal o municipal, creado o por crearse”.

Aprender a emprender es una responsabilidad a incorporar en los alumnos de las universidades por parte de los profesores. El profesor universitario, no sólo debe transmitir conocimiento, debe además generar una cultura de vida, una cultura emprendedora, tanto para los alumnos que quieran crear su

propia empresa, en las temáticas que dominen o bien también en los alumnos que busquen integrar o formar parte de organizaciones existentes, en este caso esta orientación , favorecerá al intraemprendedor, quienes van a sobresalir en las entidades donde le toque participar, permitiendo a las mismas enfrentar la complejidad actual y futura.

3.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

Emprendimiento: Es la manera de pensar, sentir y actuar, crear, o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades viables en términos de los factores económicos, sociales, ambientales, y políticos inmersos en el entorno. (anónimo)

Sustentabilidad: acción decisoria, programa relacionado con emprendimientos humanos evaluado desde tres áreas críticas, la económica, la social y la ambiental. (anónimo).

Emprendedor universitario: El emprendedor universitario es quien siendo miembro de una institución de esta categoría, tiene la iniciativa de generar cambio, y ser gestor de nuevas oportunidades a partir de un conocimiento científico. (anónimo).

Formación de emprendedores: alentar el pensamiento creativo y estimular el sentido de autorrealización personal y el hábito de autoevaluar el rendimiento. (anónimo).

Modelo de emprendimiento: esquema compuesto por conceptos y procedimientos de mejora, en un tema específico, que dan resultados favorables para el grupo o persona al cual está dirigido.(anónimo)

Emprendedurismo: proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto sea esta con fines de lucro o beneficencia social, generando innovación y empleo.(anónimo)

Emprendedor social: son personas con soluciones innovadoras para los problemas más acuciantes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes en su lucha por los asuntos sociales más importantes y en la búsqueda de nuevas

IV. MATERIAL Y MÉTODOS:

4.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

Se eligió el diseño no experimental porque no se aplicará un estímulo a la muestra ni se manipulará deliberadamente las variables, solo se observará los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Además, se recolectarán las observaciones en un momento único en el tiempo para la descripción de las variables y sus relaciones.

4.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO:

Población:

Estuvo determinada por 249 estudiantes que hacen el 100% de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas, del séptimo al décimo ciclo, de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Muestra:

Esta investigación utilizó el muestreo estratificado ya que se dividió la población en estratos en este caso de los dos últimos años (VII a X ciclo) y se aplicó un muestreo aleatorio simple dentro de cada estrato. Para la determinación del tamaño de muestra se tomó en cuenta la siguiente fórmula y los siguientes parámetros:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

Z=nivel de confianza	1,96
P=probabilidad a favor	0,1
Q= probabilidad en contra	0,9
N= universo	249
E= error de estimación	5%

Una vez remplazada los valores con los datos del cuadro se procede hacer los cálculos correspondientes arrojando un $n= 90$, que vendría hacer el tamaño de muestra para la investigación, pero para poder determinar el tamaño de muestra por ciclos se utiliza la siguientes fórmula.

$$n(\text{ciclo}) = \frac{\text{subpoblación}}{\text{población}}$$

Donde:

n=muestra 90

Población general

Sub población Estudiantes por ciclo

Estuvo determinada por el 80% de los estudiantes del séptimo al décimo ciclo, de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, que hacen un total de 90 estudiantes.

4.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y PROCEDIMIENTOS:

La recolección de la información se realizó mediante la técnica de la encuesta a través de la herramienta del cuestionario como instrumento de recogida de la información. El estudio que se realizó mediante una investigación por encuesta por la técnica del cuestionario como instrumento de recogida de la información

Métodos.

Cuantitativo: se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población; y para esto se necesita una recaudación o acopio metódico u ordenado, y analizar toda la información numérica que se tiene.

Método Inductivo: Se realizó el trabajo mediante el uso de instrumentos (encuesta a los estudiantes del séptimo al décimo ciclo), los que permitirán analizar la muestra desde diferentes puntos de vista para que al final del proceso generen los resultados

Método Analítico: El cual nos permitió realizar el procesamiento de los datos obtenidos en la investigación (Análisis de Resultados Obtenidos), para su interpretación y explicación.

Técnica.

- **La Observación Directa:** Es la acción de observar y es el hecho de analizar, examinar, advertir o estudiar la problemática con la finalidad de buscar la opción más óptima al problema en estudio.
- **La encuesta:** Estuvo conformada por una serie de preguntas puntuales, el cual fue aplicado a los estudiantes del séptimo al décimo ciclo de la carrera profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza para poder determinar un diagnóstico de la situación actual de emprendimiento sustentable en dicha institución. La encuesta está conformada por 14 preguntas divididas en (conocimiento, beneficios de fomentar emprendimiento, métodos , barreras)

Encuesta, una prueba que consta de catorces (14 preguntas) ítems estudiantes de la carrera profesional de administración de empresas en un tiempo máximo de cuarenta (40) minutos, acoplada a los estudiantes de la UNTRM, dentro de sus aulas. Cabe destacar, que los ítems están conformados por una afirmación o juicio que presentan los resultados individuales para cada uno de los ocho primeras preguntas (8) de los encuestados, que está relacionado con el emprendimiento sustentable y que le permite al sujeto exteriorizar su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala.

- La calificación es de la siguiente manera:
- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Neutral
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

Instrumento

□ **Cuestionario:** Se realizó la recopilación de datos mediante preguntas impresas en cédulas o fichas, las que el encuestado responde de acuerdo a su criterio, de esta manera el grupo investigador obtiene información útil que puede concentrar, clasificar e interpretar por medio de su tabulación y análisis.

Procedimiento

- ✓ El procedimiento que llevó a emplear es el programa de computación EXCEL y el detalle fue el siguiente:
- Se formularon encuestas.
- Las encuestas fueron aplicadas a los estudiantes de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas de la

facultad de Ciencias económicas y Administrativas y si se detalla en el siguiente:

- Se exportó datos a Excel
- Exploración de los datos. Análisis, visualización por variable de estudio
- Se realizó el análisis estadístico descriptivo de cada variable de estudio
- Se efectuó el análisis estadístico inferencial respecto a la hipótesis planteada
- Presentación de resultados

V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 1: Conocimiento sobre emprendimiento sustentable

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Es de carácter ambiental, económico y social.	29	32%
b. Son las acciones que se implementan para mejorar el medio ambiente.	34	38%
c. Es de desarrollo social y la integración están unidos con la economía	22	24%
d. Busca únicamente el desarrollo económico	5	6%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: El resultado en dimensión de conocimiento sobre emprendimiento sustentable, oscila desde los rangos 32% consideran que es de carácter ambiental, económico y social, y en los demás ítems existe una mínima diferencia porcentual, y por último el rango 6% busca únicamente el desarrollo económico del total de encuestado.

Tabla 2: Considera Ud. Que se debe tener en cuenta dentro del modelo factores como lo social y ambiental propios para el emprendimiento sustentable es:

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Muy Adecuado	22	24%
b. Bastante Adecuado	18	20%
c. Adecuado	27	30%
d. Poco Adecuado	13	14%
a. Inadecuado	10	11%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: La respuesta a la dimensión, que se debe tener en cuenta dentro del modelo factores como lo social y ambiental propios para el emprendimiento sustentable, se aprecia que un 30% de los estudiantes consideran que es Adecuado, observando una variación regular entre los demás ítems y con el menor porcentaje tenemos un 11% inadecuado.

Tabla 3: Considera que los conceptos que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas son relevantes?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente de acuerdo	16	18%
b. De acuerdo	48	53%
c. Neutral	10	11%
d. En desacuerdo	10	11%
e. Totalmente en desacuerdo	6	7%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Los estudiantes responden que los conceptos que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas son relevantes, con un 50% están De Acuerdo y un 7% están totalmente en desacuerdo que sea relevante.

Tabla 4: Métodos para fomentar el emprendimiento sustentable

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Talleres	18	20%
b. Ferias de emprendimiento	22	24%
c. Cursos adicionales de emprendimiento	28	31%
d. Capacitaciones	19	21%
e. Conferencias	3	3%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Con esta afirmación se pudo encontrar que los métodos para fomentar el emprendimiento sustentable, es decir que los estudiantes encuestados consideran en un 31% que es mejor los cursos adicionales de emprendimiento, y finalmente un con el porcentaje más bajo de 3%

Tabla 5: La malla curricular es la adecuada para fomentar emprendimiento sustentable.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente de acuerdo	11	12%
b. De acuerdo	26	29%
c. Neutral	31	34%
d. En desacuerdo	13	14%
e. Totalmente en desacuerdo	9	10%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: De acuerdo al resultado consideran si la malla curricular es la adecuada para fomentar emprendimiento sustentable; es un 12% Totalmente de Acuerdo, un 29% están De Acuerdo; y no tienen opinión alguna un 34% con respecto a la malla curricular para fomentar el emprendimiento; seguido de un 4% En Desacuerdo y un 10% están totalmente en desacuerdo.

Tabla 6: ¿Consideras que la existencia de un Programa Emprendedor o un Centro de Emprendedurismo Juvenil, ayudaría a la creación de nuevas empresas?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.Totalmente de acuerdo	39	43%
b. De acuerdo	31	34%
c. Neutral	10	11%
d. En desacuerdo	8	9%
e.Totalmente en desacuerdo	2	2%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN. De acuerdo si consideran que la existencia de un Programa Emprendedor o un centro de Emprendedurismo Juvenil, ayudaría a la creación de nuevas empresas, responden a la interrogante; con un 43% Totalmente de Acuerdo, un 2% están totalmente en desacuerdo. Asimismo se puede observar que en un gran porcentaje están en de acuerdo y en un porcentaje mínimo en desacuerdo.

Tabla 7: Beneficios de fomentar el emprendimiento sustentable en los estudiantes.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Beneficios económico, social y ambiental	51	57%
b. Beneficio Social	28	31%
c. Ambiental	11	12%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En la carrera profesional de Administración de Empresas el 57 % de los estudiantes encuestados señalan que es beneficioso fomentar el emprendimiento sustentable en los estudiantes, porque trae como beneficios en lo económico, social y ambiental, y el 12% consideran que es un beneficio ambiental.

Tabla 8: ¿Cree usted que en nuestra facultad se está fomentando la actitud emprendedora en los estudiantes?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente de acuerdo	15	17%
b. De acuerdo	34	38%
c. Neutral	10	11%
d. En desacuerdo	28	31%
e. Totalmente en desacuerdo	3	3%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Los estudiantes responden; que si consideran que se está fomentando la actitud emprendedora en los estudiantes; con un 38% de Acuerdo, con una diferencia de 3% están totalmente en desacuerdo.

Tabla 9: Métodos tenidos en cuenta para la construcción del modelo

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Muy Adecuadas	9	10%
b. Bastante Adecuadas	12	13%
c. Adecuadas	49	54%
d. Poco Adecuadas	14	16%
e. Inadecuadas	6	7%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Según la interrogante se pudo verificar que el 54% de los encuestados señalan que es Adecuada el método tenido en cuenta (talleres, ferias, cursos adicionales de emprendimiento, capacitaciones y conferencias) para la construcción del modelo, sin embargo entre los otros ítems hay una leve diferencia, y finalmente con una gran diferencia del porcentaje que considera adecuado esta el 7% que lo encuentra como Inadecuadas.

Tabla 10: Barreras que impiden crear un negocio

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Falta de conocimiento	31	34%
b. Falta de financiamiento	30	33%
c. Falta de tiempo	10	11%
d. Falta de asesoría	19	21%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En las interrogante planteado se obtuvo como resultado que las barreras que impiden crear un negocio, el 34% de los estudiantes encuestados señala que es por Falta de conocimiento es que no emprende su negocio, encontrando una diferencia regular entre dos items, mientras un 11.5% señala que es por falta de tiempo.

Tabla 11: Proceso de plantear tu proyecto o negocio por cuenta propia, te resulta:

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Desafiante	19	21%
b. Motivadora	51	57%
c. Una Oportunidad	12	13%
d. Un Problema.	6	7%
e. Otra	2	2%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: En el proceso de plantear un negocio, el 57% de los estudiantes considera de que si le resulta una Idea Motivadora, el 13% le resulta una oportunidad, y 7% que se encuentra en un problema con la afirmación, mientras que un 2% considera otro resultado con la expresión.

Tabla 12: Resultados que obtendrían, si se llegara a ejecutar el proyecto

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Mayores empresas sustentables	30	33%
b. Deserción laboral en entidades publicas	14	16%
c. Mejor desarrollo social	23	26%
d. Mayores oportunidad laboral	23	26%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados en la dimensión que se obtendrían con el modelo de emprendimiento sustentable, si se llegará a ejecutar, se aprecia que un 33% de los estudiantes consideran que obtendrían mayores empresas sustentables, como una oportunidad de desarrollo, un 16% deserción laboral en entidades públicas.

Tabla 13: Un modelo de emprendimiento sustentable, fomentará el emprendedurismo en los estudiantes.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente de acuerdo	34	38%
b. De acuerdo	44	49%
c. Neutral	9	10%
d. En desacuerdo	2	2%
e. Totalmente en desacuerdo	1	1%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: De acuerdo que si considera que un modelo de emprendimiento sustentable en la carrera de Administración de Empresas, fomentará el emprendedurismo en los estudiantes, se aprecia que un 49% respondieron de Acuerdo, un 10% no opinan, un 2% están en desacuerdo, y seguido de 1% están Totalmente en desacuerdo.

Tabla 14: Usted, ¿cree que al proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes les permitirá crear una empresa sustentable?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.Totalmente de acuerdo	24	27%
b. De acuerdo	45	50%
c. Neutral	11	12%
d. En desacuerdo	7	8%
e.Totalmente en desacuerdo	3	3%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del total de 100% de encuestados, los estudiantes responden a la interrogante; sí al proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes les permitirá crear una empresa sustentable, las cuales éstos tiene un 50% de Acuerdo hacia un modelo de emprendimiento y observando una gran diferencia entre el resultado final con un 3% están totalmente en desacuerdo.

5.2. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE

El modelo que se presenta a continuación, es un modelo adaptado para los estudiantes de la carrera profesional de administración de empresas, del sexto al décimo ciclo. Es un modelo que se ha elaborado con el aporte de investigaciones y de acuerdo a la encuesta realizada.

5.2.1. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE.

INTRODUCCION:

La gran discusión en torno al emprendimiento en las universidades, es si realmente puede enseñarse o constituye una cualidad natural imposible de transmitir. La respuesta más aceptada actualmente es que la enseñanza de técnicas, herramientas y habilidades potencia las cualidades de los estudiantes más proclives al emprendimiento pero también ayuda a ser competentes en el área a aquellos que no poseen esta competencia. En las sociedades modernas, la universidad debe trascender desde su medio interno, hacia una posición abierta a influencias externas, desde una relación recíproca, de constante retroalimentación con el medio circundante. En este entorno, la responsabilidad de las instituciones de educación superior (IES) adquiere dos connotaciones: la primera, se refiere al logro de la eficiencia en el cumplimiento de las funciones, lo que se denomina gestión de la calidad universitaria; y la segunda, hace énfasis en el cumplimiento de las funciones en el marco de los requerimientos y de la dinámica de la sociedad, lo que se define como pertinencia (Bernal y Rivera, 2011)

La idea de un modelo de emprendimiento con base en la sustentabilidad que busca un desarrollo económico que por sobre todo, tenga consecuencias a nivel social y ambiental a través de distintos proyectos. No solo se presenta como una opción por su compromiso con la sociedad sino que en un punto es atractivo como factor diferencial, como una garantía de deber en las empresas.

El desarrollo empresarial se aprende en la práctica, pero sin un marco de conocimientos que permitan moverse en ese escenario, las probabilidades de accidentes o fracasos serán mayores. En resumen, los módulos del taller deberán incorporar los conocimientos necesarios para transmitirlos a sus estudiantes, al tiempo que crean formas de experimentación para que ellos mismos adquieran las habilidades necesarias en el área.

Iniciar un proyecto atravesado por el eje de la sustentabilidad excede el simple ejercicio de la actividad económica. La sustentabilidad se presenta como una de las tendencias más importantes en el último tiempo. Nos hace preguntarnos si el emprendedurismo sustentable es una forma diferente de emprender o si acaso no se puede emprender sin ser sustentable. Tal vez sea, en realidad, una característica intrínseca a emprender, ya que abrirse pasó así, es entender que hace falta un cambio y responde a una mirada de necesidad de modificación de los sistemas existentes.

También mencionamos los conocimientos que se requieren para emprender, de modo que puedan incluirlos en las prácticas para transmitirlos en su idea, teniendo en cuenta que algunos son fácilmente transferibles y otros deberán aprenderlos en su propia experiencia. Para ello, se precisa un plan de estudios que integre horizontalmente actitudes del emprendimiento, cuyo modelo facilitamos en este trabajo dedicado al desarrollo del emprendimiento sustentables dentro de la universidad aplicando la teoría del aprendizaje por proyectos.

DIAGNOSTICO:

❖ Aspectos generales:

El emprendimiento sustentable ha venido cobrando importancia a nivel mundial como un factor clave para el crecimiento económico, social y la competitividad. Perú no puede ser ajena a esta realidad y le ha apostado a la consolidación de un ecosistema que favorezca los procesos emprendedores.

- ✓ **El rol de las universidades en el emprendimiento:** Las universidades deben facilitar la información teórica y de la práctica para que los estudiantes puedan considerar el emprendimiento como una opción laboral real. Para ello, necesitan incluir en su sistema educativo los conocimientos y las habilidades que se requieren para crear un negocio competitivo.

El emprendimiento abre las puertas al desarrollo del mercado, a la compatibilización de la vida profesional con la personal gracias a la flexibilidad y creer en una empresa sustentable a la posibilidad de ser el propio jefe, evitando depender de terceros. Es una herramienta para el cambio que permite el empoderamiento de las personas, mejorando su capacidad autónoma y de participación en el mercado.

Es importante comprender que la universidad no garantizará el éxito de un negocio porque hay varios actores en juego, pero sí brindará el marco adecuado para potenciar una idea creativa e innovadora y minimizar los riesgos cuando se traslade a la vida real. Además, será su deber como institución asociarse con empresas y organizaciones que puedan aportar a la formación de los estudiantes.

Por otra parte, educar en emprendimiento sustentable no solo implica definir temarios para una asignatura sino integrar esta enseñanza de forma horizontal. Los estudiantes recibirán capacitación (programas, talleres, módulos) para emprender sin asistir a una clase particular dedicada con ese fin, ya que se requiere de habilidades transversales y la mejor manera de adquirirlas, es mediante el aprendizaje interdisciplinar que obligue a reflexionar sobre la relación de los contenidos

Aunque no existe un consenso generalizado sobre qué debe tener un plan de estudios que incluya emprendimiento, hay algunos aspectos básicos que los estudiantes deben incorporar. Tendrán que aprender a desarrollar una idea sustentada por un modelo de negocio sustentable, sus implicaciones, los

marcos legales en que se despliegan, las ventajas y conlleva su elección. La posibilidad de subsanar por completo el dilema que se genera entre el medioambiente puede parecer ficticia, no obstante puede abrirse una nueva ventana desde el campo de la gestión que permita desarrollar empresas que se enfoquen en el camino de lo económico, social y ambiental que llevaría a la sustentabilidad. La tarea requiere de métodos exhaustivos y es en este sentido que los sistemas de información pueden jugar un rol fundamental.

- ✓ **Incluir el emprendimiento en el aula:** El acceso a entornos de aprendizaje no tradicionales es fundamental para propiciar el emprendimiento sustentable, salidas didácticas, análisis de situaciones cotidianas y proyectos de corto, mediano y largo plazo. De hecho, el aprendizaje basado en proyectos sustentables en una técnica pedagógica que está marcando tendencia a nivel mundial por su efectividad para enseñar aplicación contextual que permita razonar sobre la resolución más pertinente para cada caso, en lugar de desentrañar problemas con una fórmula preestablecida. “El riesgo más grande es no arriesgar. En un mundo que está cambiando tan rápido, la única estrategia que tiene el fracaso garantizado es no asumir riesgos”. Esta frase de Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, resume el espíritu que ha impulsado a miles de emprendedores en su camino hacia el éxito. Para triunfar hay que arriesgar, pero también es necesario contar con unas bases sólidas que garanticen un futuro prometedor, el cual es un ejemplo de empresario exitoso, pero también se puede ser emprendedor exitoso en crear una empresa sustentable. En este sentido, la formación universitaria juega un papel fundamental.

❖ **Situación Actual:**

En la actualidad las universidades no son ajenas y trabajan día a día, establecen programas y proyectos, con el objetivo de afrontar la **necesidad** de preparar a los alumnos hacia los nuevos retos que tendrán que superar fuera del mundo académico.

Realizando programas con el objetivo de apoyar y desarrollar las habilidades personales del alumno, con una visión que excede la formación académica.

Existe una gran variedad de modelos que tratan a profundizar la forma de comprender el espíritu emprendedor de una persona. Desarrollado bajo un determinado momento, impulsado a crear su empresa. Salvador et al. (2004) Refiere “la intensión emprendedora como un factor determinante para la creación de un emprendimiento” (Herrera E., 2012). La universidad y todos sus colaboradores deben ser gestores primordiales en la intensión emprendedora basados en su entorno y región (Trujillo & Guzmán, 2012). La incorporación de la tecnología a la actual sociedad se ha convertido en un instrumento principal mediante el cual se lleva a cabo los emprendimientos.

En nuestro país son escasas las universidades quienes tienen en cuenta la importancia que se debe de dar al tema del emprendedurismo sustentable, dado que las universidades deben de fortalecer la participación del docente en incentivar en la preparación y motivación de los jóvenes estudiantes, para que entiendan que no necesariamente deben de salir a devengar un salario, sino que pueden ser emprendedores, que salgan con la iniciativa de querer poner en marcha un negocio sustentable.

En la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza este tema no es ajeno debido que el emprendedurismo dentro de la escuela profesional de Administración de Empresas – Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA), no es un tema de mucha importancia por lo cual existe limitaciones para fomentar emprendedores desde las aulas, trayendo como consecuencia un porcentaje elevado de egresados únicamente con la noción de trabajar para alguna entidad pública o privada dejando a un lado la idea de crear su propio negocio, perdiendo su actitud emprendedora, actitud que debe de ser fomentado en cada estudiante y con mucha más fuerza en los dos últimos años de la escuela profesional de Administración de Empresas, abriendo a los estudiantes las puertas a un camino personal y aun

impacto social que transitará formas de cambio y de mejora en muchos aspectos.

Dentro de la línea de administración de la FACEA, se encuentra como línea principal la de desarrollo de empresas competitivas y la su sub línea Innovación y desarrollo, tomamos en cuenta esta línea para ver cómo se está poniendo en práctica, encontrándonos con una realidad poco motivadora, ya que no se le está dando mucha importancia. Por otro lado tenemos también el contenido de la malla curricular de la escuela profesional de administración de empresas, vimos que dentro de su contenido pedagógico, solo encontramos cuatro ciclos de todo la escuela que llevan cursos relacionado con emprendimiento. Viendo esta realidad vemos por conveniente, brindar propuestas innovadoras de mejora.

❖ **Situación Esperada:**

Hoy en día las organizaciones esperan que los centros universitarios provean los conocimientos prácticos y los procesos de transformación productiva demandan. En ese sentido y, dadas las condiciones actuales de la globalización, se debe promover en los estudiantes el aprendizaje y la práctica del emprendimiento como una actitud que les permita generar una capacidad creativa sobre el entorno, actuando así como empresarios innovadores e sustentables, capaces de asumir riesgos, dar solución a problemas, ser productores de empleo y de riqueza, después de egresar de la universidad.

Dada a la importancia y considerando las iniciativas de estas universidades, nos damos cuenta que nuestra Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza (UNTRM), debe estar acorde con esta realidad, el grado que trae consigo fomentar el emprendedurismo dentro de una universidad, centrándonos en los cursos que están ligados especialmente con el tema de

emprendimiento, así también tomaremos en consideración las diferentes actividades que desarrolla la escuela profesional con el fin de incrementar y mejorar la actitud emprendedora de cada estudiante.

Nuestra motivación e importancia principal al realizar este modelo, parte del sentir que hoy en día no sólo es de gran vitalidad formar buenos profesionales académicamente hablando, sino que también se requiere la necesidad de formar personas con competencias básicas que les permitan desarrollarse como Emprendedores desde las aulas y poder salir con una idea, que poniéndola en marcha, traiga consigo resultados encaminadas al desarrollo social, económico y ambiental.

Imaginemos ahora que éstos emprendedores pudieran ser identificados por los centros de estudios superiores al inicio de sus escuelas, y empiecen a ser “formados” para crear su propia empresa. La universidad es importante en la medida en que sus procesos académicos sean pertinentes y contribuyan a solucionar los problemas de la región, además de responder al avance de la ciencia. De tal modo, las universidades deben formar en los futuros profesionales una actitud emprendedora, porque los egresados están cada vez más llamados a generar empleo y no a buscarlo (Universidad Industrial de Santander, 2009).

El modelo presenta un contenido de métodos para mejorar la iniciativa de una actitud emprendedora en cada uno de los estudiantes, que contribuirán al desarrollo y mejora de cada actor involucrado en el tema.

**ESQUEMA DE TRABAJO “TALLER EMPRENDIMIENTO
SUSTENTABLE PARA PROMOVER EL EMPRENDEDURISMO EN LOS
ESTUDIANTES”**

Curso taller intensivo de formación y acompañamiento de un proyecto desarrollado para jóvenes del séptimo al décimo.

El taller será de carácter presencial, y se dividirá en módulos que orienten etapa por etapa el desarrollo de un negocio sustentable a emprender.

1. Objetivos.

Objetivo general

- ✓ Orientar y capacitar a los estudiantes que estén cursando del séptimo al décimo ciclo de la escuela profesional de administración de empresas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza conozcan los orígenes.

Objetivo Especifico

- ✓ Promover el espíritu emprendedor sustentable en los jóvenes de la escuela profesional de administración de empresas.
- ✓ Impartir un taller formativo en emprendedurismo para que los estudiantes desarrollen una idea de negocio, analicen su factibilidad, evalúen su rentabilidad y logren generar un plan estratégico
- ✓ Invitar a jóvenes empresarios de la ciudad de Chachapoyas para que compartan sus experiencias y brinden consejos a emprender sus ideas de negocio.
- ✓ Genera al menos 10 propuestas de negocio sustentables, que sean viables y consistentes de emprender en el corto y mediano plazo.

METAS:

- Alcanzar un mayor porcentaje de estudiantes con capacidad de crear su propio negocio.
- Generar un mayor nivel de aprendizaje en temas de negocios sustentable.
- Llegar a tener más del 50% de la participación de estudiantes, en beneficio económico, social y medio ambiente

3. Lugar y fecha.

Esta actividad se realizará en Auditorium de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. En cualquier mes del año.

4. Periodo: un mes, cuyos días de desarrollo serán los días sábados

Tiene por propósito que el participante contraste su idea de negocios sustentable valiéndose de las herramientas de análisis más actuales y así poder comprender las fortalezas y debilidades que su idea de negocio tiene, para actuar en consecuencia.

Esta actividad se contara contando con la participación de dos ponentes para llevar acabo el taller en los días y horas establecidos.

5. Dirigido a:

Se centra su atención en los estudiantes de pregrado de la escuela profesional de Administración de empresas, como segmento básico.

6. Cronograma y Temario general:

A. Módulo 1: Perfilamiento de la idea negocia

- ✓ Introducción al emprendimiento sustentable
- ✓ Implicaciones del emprendimiento sustentable

- ✓ La creatividad como negocio
- ✓ Metodología para evaluar y validar un negocio sustentable
- ✓ Exposición y discusión de casos de éxitos de jóvenes emprendedores

Sábado 1. 08:00 am a 12:30 pm. 5:30 Hrs.

B. Módulo 2: Generación de la filosofía organizacional

- ✓ Filosofía organizacional: misión, visión y valores
- ✓ ¿Cómo determinar mi ventaja competitiva?
- ✓ Ecosistema de una empresa: ¿qué beneficio obtengo de las alianzas estratégicas? ¿Cómo las genero?
- ✓ Coaching en liderazgo

Sábado 2. 08:00 am a 12:30 pm. 5:30 Hrs

C. Módulo 3: Validación del mercado

- ✓ Análisis sectorial, oportunidad y adversidades en el negocio
- ✓ Investigación en el mercado: enfoque cuantitativo y cualitativo
- ✓ Herramientas para validar un mercado
- ✓ Mi competencia: Bench marking
- ✓ ¿Cómo validar mi producto?

Sábado 3. 08:00 am a 12:30 pm. 5:30 Hrs.

D. Módulo 4: Análisis financiero, análisis de costos:

- ✓ Directos, indirectos y provisorios
- ✓ Calculo del punto de equilibrio
- ✓ Definición de objetivos de ventas
- ✓ Estimación de inversión inicial
- ✓ Proyecciones financieras

Sábado 4. 08:00 am a 12:30 pm. 5:30 Hrs.

E. Módulo 5: Planeación estratégica

- ✓ Planeaciones por área
- ✓ Estructura organizacional requerida
- ✓ Elementos de un plan de marketing
- ✓ Contingencia en los planes
- ✓ Métodos CANVAS

Sábado 4. 08:00 am a 12:30 pm. 5:30 Hrs.

- *10:00am a 10:15am: Breack en cada día de asistencia al evento programado*

7. Otra información de interés:

- Cupos: Los asistentes a este taller abonarán en forma previa al inicio del mismo un monto de s/. 15 soles por persona. (Para otorgar certificado de asistencia)
- El pago podrá efectuarse mediante depósito en efectivo al finalizar el taller (módulos)

- La actividad que llevan a cabo o la idea de negocio sustentable.
- Materiales: Manual del Participante, cuadernos de apuntes y bolígrafos.

8. Metodología

Trabajamos con la metodología aprender- haciendo, a través de un proceso vivencial, lo que permite integrar el conocimiento con mayor rapidez y eficacia, dentro de un modelo que incluye todos los sentidos mentales. Generamos espacios de confianza para el desarrollo de habilidades humanas junto con procesos de participación que permiten liberar el genio colectivo favoreciendo los procesos de aprendizaje.

Este curso de formación apunta hacia un proceso de aprendizaje participativo, el cual conducirá al grupo de estudio hacia un aprendizaje en acción, para que esta forma pueda autodefinirse y explorar los pasos a seguir. Se facilita un proceso para poder extraer las ideas y motivaciones que están en cada uno de los miembros, de esta forma logrando un resultado participativo y por lo tanto aceptado por todos.

Se utilizan diferentes dinámicas que permiten generar confianza, buen humor, calidez humana, facilitando una apertura hacia el aprendizaje de emprendimiento sustentable. Se generan círculos participativos donde todas las opiniones son válidas, favoreciendo la asociatividad.

5.2.2. ACTORES PRINCIPALES

- ✓ **Decano de la facultad:** Es el responsable, de la Dirección, coordinación y Supervisión de las actividades académicas y administrativas de la Facultad
- ✓ **Director de escuela:** Es el responsable de la planificación, coordinación, supervisión y evaluación del área académica, apoyando el PEI a través de la Operacionalización de las políticas educacionales, y procurando que se cumplan los lineamientos y metas de la facultad.

- ✓ **Docentes:** responsables de impartir conocimientos con los estudiantes dentro de las aulas, además de ello fomentar actitudes y aptitudes dentro de las mismas.
- ✓ **Estudiantes:** Ser universitario es una escuela de la vida, un rol que tiene principio y final y que se limita al tiempo que tarde el alumno en alcanzar su título universitario.
- ✓ **Talleres en temas de emprendimiento:** son espacios dinámicos, son recursos que todo emprendedor e incluso todo autónomo debe de tener siempre presente, ya que estos talleres ayuda a ganar experiencia.

Tabla 15: ACCIONES PARA EL TALLER DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE

NOMBRE DEL PROGRAMA	Taller de Emprendimiento Sustentable para los Estudiantes del Séptimo al Decimo Ciclo de la Carrera Profesional de Administración de Empresas.
RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN	Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
	Contando con la participación de dos ponentes para llevar acabo el taller en los días y horas establecidos.
DURACION	El taller tendrá una duración de un mes, cuyos días de desarrollo serán los días sábados en horarios de 8:00 am – 12: 30 pm, con un breack a las 10:00am de 15 min.
LUGAR	Auditórium de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	Promover el espíritu emprendedor sustentable en los jóvenes de la escuela profesional de administración de empresas.
	Impartir un taller formativo en emprendedurismo para que los estudiantes desarrollen una idea de negocio, analicen su factibilidad, evalúen su rentabilidad y logren generar un plan estratégico.
	Invitar a jóvenes empresarios de la ciudad de Chachapoyas para que compartan sus experiencias y brinden consejos a emprender sus ideas de negocio.
	Genera al menos 10 propuestas de negocio sustentables, que sean viables y consistentes de emprender en el corto y mediano plazo.
ACTIVIDADES	Taller de emprendimiento sustentable que contará con cuatro módulos:
	Módulo 1: Perfilamiento de la idea negocia
	Módulo 2: Generación de la filosofía organizacional
	Módulo 3: Validación del mercado
	Módulo 4: Análisis financiero, análisis de costos.
	Módulo 5: Planeación estratégica
METAS	ü Alcanzar un mayor porcentaje de estudiantes con capacidad de crear su propio negocio
	ü Generar un mayor nivel de aprendizaje en temas de negocios sustentable.
PRESUPUESTO	En cuanto al costo para llevar acabo el taller: 1. El local, muebles y los equipos a utilizar serán financiados por la misma facultad.
	2. Los materiales que utilizaran dentro del taller tendrán un costo aproximado de s/.150 soles
	3. Para el Breack de todo el taller, se necesitará s/.500 soles aproximadamente.
	4. Los certificados de asistencia, tendrán un costo de s/.200 soles para su elaboración.
	5. El pago mensual al ponente va ser s/. 900.00
ESTRATEGIAS	Realizar actividades extracurriculares como: Clubes de emprendimiento, y ruedas de competencia. Realizar alianzas estratégicas con instituciones que apoyen el desarrollo de emprendedores jóvenes.

Fuente: Elaboración propia.

ESQUEMA DE TRABAJO “FERIA DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE”

La feria, tendrá como finalidad de motivar y reconocer el espíritu empresarial de los participantes que presenten ideas innovadoras y la creatividad aplicada en la creación de nuevas empresas.

Por otro lado, también tiene el propósito de generar un pensamiento crítico, reflexivo y proactivo en los estudiantes respecto de las condiciones de deterioro ambiental, falta de desarrollo económico y social, entre otros.

1. PRIMERA ETAPA: PRE-FERIA (ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN)

Forma de cómo planificar y organizar este tipo de eventos previo a su ejecución. Especialmente, trata de las actividades concretas que debe realizar cada una de las comisiones asignadas. Así mismo, se definen las funciones o roles de cada uno de los miembros que integran el comité organizador, patrocinadores y comunidad.

A. ORGANIZACIÓN

a. El Grupo Organizador:

El entusiasmo, responsabilidad y buenas relaciones personales, son la clave para que el grupo organizador tenga el éxito deseado. En primera instancia se puede nombrar una comisión o comité de trabajo. Es fundamental elegir una persona encargada de la coordinación general del evento, quien tendrá bajo su responsabilidad coordinar todas las actividades relacionadas con la feria.

b. Equipo de trabajo:

Además de la coordinación general, se debe de definir el equipo de trabajo, el cual debe estar dividido en diferentes comisiones, dependiendo de las necesidades de la feria. La función de cada equipo de trabajo es: llevar a cabo cada actividad que le corresponde en el

tiempo, recursos y espacio descrito en el plan de trabajo. Es importante que los miembros de cada comisión tomen en serio y con responsabilidad las acciones que deberán llevar a cabo ya que si se producen atrasos en su ejecución puede entorpecer todo el proceso.

B. LA PLANIFICACIÓN

Es un proceso racional para organizar y optimizar la utilización de los recursos, para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados.

- a. Nombre de la feria: FERIA DE EMPRENDIMIENTO SUSTENTABLE**
- b. Fecha de realización;** se llevara a cabo por el lapso de tres días
- c. Público objetivo:** el público objetivo son el micro y pequeños empresarios de la ciudad de Chachapoyas, así también el público en general juntamente con los estudiantes de toda la universidad.
- d. Lineamientos:**
 - ✓ **Promover una visión de negocios con enfoque de marketing;**
Este lineamiento plantea trabajar por un cambio de actitud en los productores, para que su enfoque de los negocios esté centrado en los clientes; de tal manera que los productos y servicios que se les ofrece, sean instrumentos para conseguir nuevos segmentos e ingresar a nuevos nichos de mercado.
 - ✓ **Organizar la feria como una actitud empresarial:** La feria es un evento de negocios y de promoción, y por lo tanto es una actividad empresarial, y tiene que organizarse en esos términos.
- e. Periodo:** 3 días en un mes de cada año, cuyos días de desarrollo serán en la cual se cuenten con más participación. Tiene por propósito que el

participante contraste su idea de negocios sustentable valiéndose de las materiales y productos de la zona y así poder comprender las fortalezas y debilidades que su idea de negocio tiene.

Esta feria se contará con la participación de los estudiantes del séptimo al décimo ciclo de la escuela profesional de administración de empresas para llevar a cabo en horas establecidos.

- f. Lugar:** frontis de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- g. Stand:** cada ciclo contara con su propio stand, donde presentaran sus productos o servicios
- h. Durante de la feria:** Cada área ofrecerá una buena atención a los visitantes. Además de colocar precios justos a los productos. Los participantes mantendrán la limpieza y el orden de los espacios del área asignado. Además, es importante que cumplamos con los horarios de la feria.

C. OBJETIVOS.

Objetivo general

- ✓ Promover e incentivar el espíritu emprendedor de los estudiantes y brindar un espacio que permita en conjunto, la materialización de sus ideas.

Objetivo Especifico

- ✓ Brindar a los estudiantes la oportunidad de alcanzar un mejor desarrollo personal y profesional, así como un espíritu de grupo, creatividad, superación, trabajo en equipo y solidaridad.
- ✓ Motivar en los alumnos la actitud de emprendimiento sustentable, para desarrollar habilidades directivas, de cooperación.

- ✓ Promover la generación de emprendimiento sustentable con propuestas creativas, innovadoras, y con pertinencia social.
- ✓ Dar a conocer los productos y servicios
- ✓ Mejorar las capacidades empresariales por participar en ferias

D. METAS:

- ✓ Que el 50% de participantes tenga éxito.
- ✓ En la feria de emprendimiento sustentable deben participar más del 50% de estudiantes.

E. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Es importante:

- ✓ Elaborar una estrategia de promoción aprovechando los recursos de las diversas instancias y organizaciones, establecer un periodo de promoción y posteriormente realizar un chequeo una semana antes del evento, para conocer si realmente el evento ha sido promocionado adecuadamente.

2. SEGUNDA ETAPA: EJECUCIÓN DE LA FERIA (DESARROLLO DE LA FERIA)

En este capítulo se habla de la ejecución del evento, se toma en cuenta una lista de chequeo (check list) de todas las actividades pendientes a desarrollar, y las que hay que tomar en cuenta, ya que la falta de una de ellas podría ser algo muy lamentable para los organizadores y para el éxito de una feria.

A. INAUGURACIÓN

La inauguración tiene que ser un gran acontecimiento, lo importante es causar un gran impacto en la opinión pública.

En la inauguración es necesario presentar alguna novedad que promueva al sector productivo o muy bien puede complementarse con una presentación cultural propia de la región o país. La inauguración es una invitación que permitirá que los organizadores presenten una feria innovadora.

B. MONITOREO DE LAS ACTIVIDADES

a) Lista de Chequeo (Check list)

El comité organizador debe reunirse diariamente durante los días de la feria para trabajar con base en una lista de chequeo, ésta debe incluir todas las actividades por comisión y verificar el cumplimiento de las mismas.

b) Instrumento de monitoreo

Durante la feria, es importante desarrollar una estrategia que permita controlar el ingreso del público, para cuantificar la asistencia durante los días de la feria, así como recoger la opinión de los visitantes con respecto a los productos, servicio de atención al cliente y los servicios que se derivan de la feria. Estos datos serán útiles para los organizadores al momento de evaluar si los objetivos se cumplieron y si obtuvieron los resultados esperados.

ENCUESTA AL PÚBLICO:

Día:.....**Hora:**..... **Edad**.....**Sexo:** F...M...

Qué tipo de servicio o producto demanda:.....

Encontró lo que buscaba: Sí.....No....

Cómo le pareció la feria: Excelente Buena....Regular...Puede Mejorar....

Aspectos positivos:.....**Aspectos negativos:**.....

.Principales sugerencias a los organizadores de la feria:.....

C. CLAUSURA

La clausura es el cierre del recinto ferial y de las actividades de la feria. Esta actividad estará a cargo de la comisión de inauguración. Esta actividad muchas veces es pasada por alto y no debería ser así, ya que la clausura permitirá que los participantes, patrocinadores y autoridades conozcan los resultados de la feria.

3. TERCERA ETAPA: POST-FERIA (EVALUACIÓN)

Son las actividades que se llevan a cabo después de la ejecución del evento. Permite definir el impacto de la feria. Este impacto tendrá que ser medido tomando en cuenta las metas que las empresas participantes y los organizadores se fijaron al planificar la actividad. Para los patrocinadores esta tercera etapa es de suma importancia, porque les permitirá visualizar si la inversión les ha generado los resultados esperados

A. EL DESMONTAJE

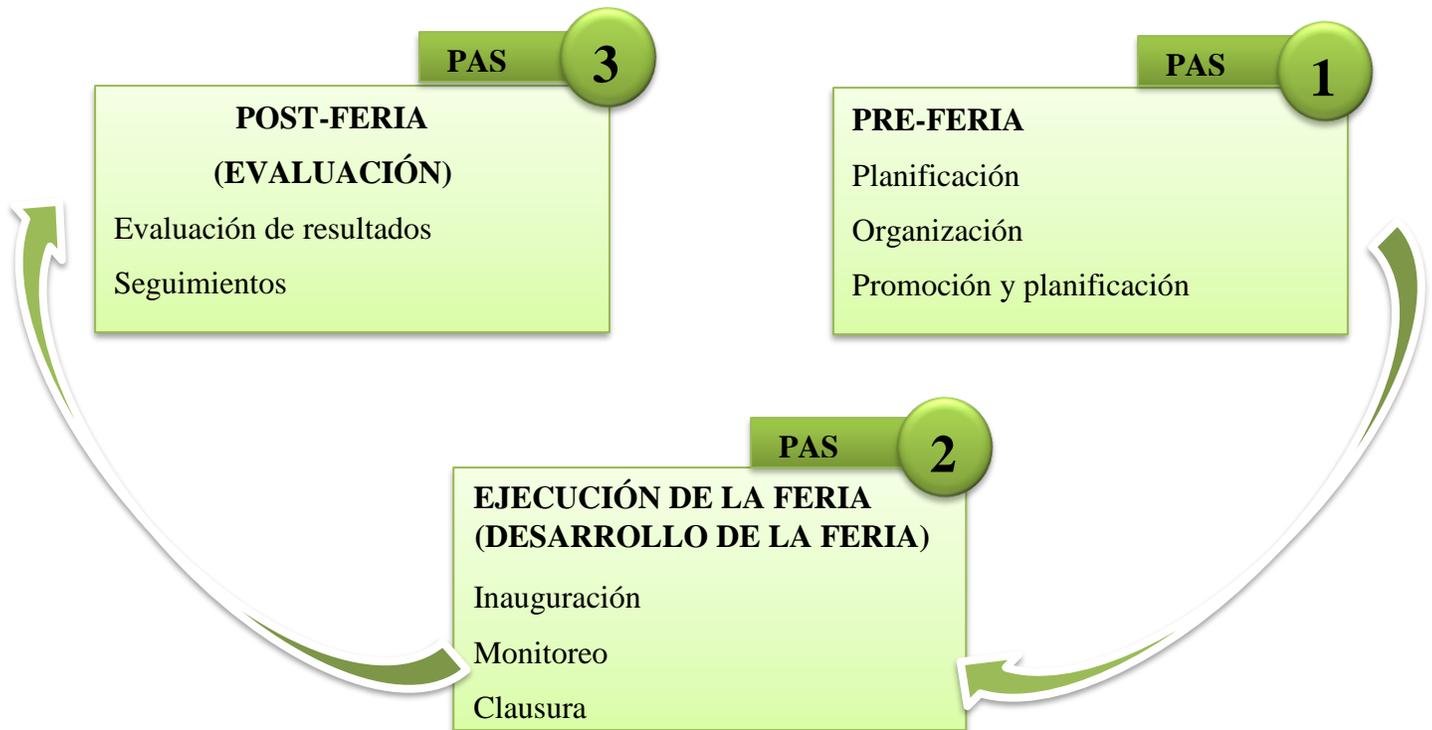
El desmontaje de los stands, estará a cargo de la comisión de stands, deberá de cuidarse que el recinto ferial utilizado para la ubicación de los stands quede en las mismas condiciones en que fue recibido. Los materiales y equipo utilizado deberán de ser guardados y conservarlo en un lugar apropiado para utilizarlos en próximos eventos. Así mismo, debe cuidarse que los participantes no desmonten su stand antes de la clausura de la feria.

B. INSTRUMENTOS PARA EVALUAR EL IMPACTO

Este monitoreo se puede llevar a cabo en dos formas: la primera, es analizar el crecimiento económico de las empresas participantes, especialmente si su crecimiento ha sido causado por el efecto de la feria.

Después de la feria: Se evaluará los resultados, los estudiantes reconocerán sus aciertos y fortalecerán sus debilidades. Tras este examen, se planificará las futuras ferias.

Esquema de proceso de Feria



Fuente: Elaboración propia.

VI. DISCUSIÓN

Luego de encontrar los resultados del estudio, se procedió a discutir con otros estudios de investigación anteriores y se comparó, analizo las similitudes entre estos resultados, encontrados con los de otros autores, los cuales fueron.

- ✓ Los resultados obtenidos por nuestra investigación tiene relación con el trabajo del autor Viadana C.A y Zubeldía, M.L, en su trabajo que tuvo como título “La cultura emprendedora, como desarrollar emprendimientos sustentables”, cuyo objetivo fue, difundir la importancia del emprendedurismo y más específicamente su ubicación, sostiene que dentro del ámbito académico existe la posibilidad de desarrollar una vinculación con la sociedad que permita la capacitación en el área de emprendedurismo, desarrollando planes de negocios a partir de las ideas de cada uno de los actores intervinientes. Después de realizar, los procedimientos de la metodología de este trabajo obtuvieron resultados favorables, teniendo como respuesta a esto elaborar un plan de trabajo para poder enmarcar las diferentes formas de desarrollo de emprendimiento dentro de la ciudad de Casilda.

De todo lo analizado, en concordancia con los antecedentes de la presente investigación, se pudo comparar con nuestros resultados alguna similitud se afirma que los resultados que se han obtenido con ésta; se pudo ver que sostiene dentro del ámbito académico existe la posibilidad de desarrollar una vinculación entre la sociedad que permita la capacitación en el área de emprendedurismo; el cual de los encuestados señala que el método para fomentar el emprendimiento sustentable, es decir que los estudiantes encuestados consideran en un 31% que es mejor los cursos adicionales de emprendimiento, conferencias y los talleres con un 20% es aceptable para fomentar el emprendimiento sustentable, y finalmente un con el porcentaje más bajo de 3%. Existe un grado de vinculación y aceptación frente a los métodos emprendedurismo.

- ✓ Asimismo, otros resultados similares a nivel internacional como Gómez Gómez M.H y Ríos Sánchez L.S (2013), Colombia. en su trabajo de investigación que tuvo por título “Modelo Teórico para Potenciar el Emprendimiento Innovador en los Estudiantes de Pregrado de las Universidades de Manizales”, Colombia. Propusieron un modelo teórico que tuvo como fin principal generar un cambio estratégico en el modo de actuación frente al emprendimiento universitario de Manizales. Finalmente esta investigación presentó la propuesta teórica de un nuevo modelo de emprendimiento universitario, que centra su atención en los estudiantes de pregrado, como segmento básico, en la construcción de una cultura institucional que tiene su modo de actuación de arriba hacia abajo (desde las instituciones y las empresas) como de abajo hacia arriba (los estudiantes), y este último punto, es uno de los más importantes en el modelo propuesto, la incorporación metodológica de la visión empresarial en los estudiantes.

Se pudo comparar con nuestros resultados alguna similitud, verificándose que el 54% de los encuestados señalan que es Adecuada el método tenido en cuenta (talleres, ferias, cursos adicionales de emprendimiento, capacitaciones y conferencias) para la construcción del modelo, sin embargo entre los otros ítems hay una leve diferencia, y finalmente con una gran diferencia del porcentaje que considera adecuado, está el 7% que lo encuentra como Inadecuadas. Una vez identificadas el método tenido en cuenta (talleres, ferias, cursos adicionales de emprendimiento, capacitaciones y conferencias) para la construcción del modelo, se obtuvo que los resultados de los encuestados que señalan que es Adecuada el método tenido en cuenta en un modelo de emprendimiento basado en los estudiantes de pregrado de las universidades, permite focalizar y direccionar los procesos de gestión del emprendimiento sustentable, sirviendo de guía en la orientación e implementación del modelo en la universidad.

- ✓ También otro resultado similar según al trabajo de investigación de Krauss, 2011. En su tesis de investigación denominada Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay, analiza las actitudes emprendedoras de los estudiantes y su evolución desde que ingresan a la universidad hasta tres años de experiencia académica. Se consideran las actitudes de asunción al riesgo, control interno percibido, necesidad de logro, autoestima e innovación. El Resultado que se obtiene es la disminución de las actitudes emprendedoras se analizó a los mismos estudiantes de los últimos dos años para conocer su evolución (estudio longitudinal).

De todo lo analizado en base a la investigación, se pudo concluir que los estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, en el cual los estudiantes se pudieron identificar por una actitud emprendedora alta, ya que consideran que plantear un proyecto o negocio les resulta motivadora. Por el contrario, se acercaba a una actitud emprendedora nuestra investigación se asemeja en esta última parte, la actitud emprendedora debería de incrementarse a medida que el alumno avanza de semestre.

- ✓ Otro de los resultados obtenidos por nuestra investigación tienen relación con el trabajo del autor Ortiz Huamán titulada “Educación Universitaria y el Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas”. Cuyo propósito de la investigación fue determinar el grado de influencia de la educación universitaria en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas en el período, Los resultados que obtuvo es que los alumnos poseen una actitud emprendedora de intermedio a favorable, de los 110 encuestados solo nueve registran un emprendimiento que esa en funcionamiento, Es notable que la relación con

este trabajo de investigación está en que las universidades, no están bien enfocadas en temas de emprendimiento y mucho menos no hacen uso de métodos para fomentar una actitud emprendedora dentro de los estudiantes. En conclusión, la educación universitaria influye significativamente en el emprendimiento empresarial de los estudiantes, pero la UNTRM no le está dando importancia la actitud emprendedora estudiantil.

Es similar la relación de resultados obtenidos, pudimos notar que la mayoría de los estudiantes aun no tienen en claro el concepto de emprendimiento sustentable, ya que en respuesta dieron que son acciones para la mejora del medio ambiente, la otra parte de encuestados dieron como respuesta que es de carácter social, económico y ambiental. Dándonos a conocer que si hay un grupo resaltante de estudiantes que si conocen el concepto real de lo que es emprendimiento sustentable. En tanto en lo que se refiere a Métodos para fomentar el emprendimiento sustentable, pudimos observar que en su mayoría los estudiantes respondieron que deberían de implantar cursos adicionales en temas de emprendimiento, dentro de la metodología de enseñanza de la carrera profesional.

A su vez también se muestran las respuestas según el orden de importancia que dieron los estudiantes al responder, donde tuvo mayor auge las ferias de emprendimiento, capacitaciones, talleres y conferencias, siendo esta la última que tuvo el menor porcentaje de respuestas, se considera esto debido a que las conferencias son más costosas de realizarlo y necesitan un plan bien elaborado. Estos resultados nos dan a conocer cuán importante es que los estudiantes reconozcan los métodos que deberían de realizar la facultad para fomentar más el emprendimiento dentro de los estudiantes.

Vemos en lo que se refiere a las barreras que los estudiantes consideran más resaltantes para empezar a emprender es la falta de conocimiento, dándonos un punto clave para poder determinar que dentro de la carrera profesional de

administración de empresas, los actores principales no hacen uso de nuevas e innovadoras estrategias que fomenten el emprendimiento dentro de las aulas.

Seguido esta la falta de financiamiento, los estudiantes ven como una barrera la falta de capital propio para iniciar un negocio propio, y un punto fundamental que pudimos rescatar es que una cierta cantidad de estudiantes respondieron como otra barrera la falta de asesoría, viendo la realidad a través de los resultados, damos a conocer que aún falta un mayor porcentaje de estudiante con una actitud emprendedora.

En la pregunta ¿Cree usted que en nuestra facultad se está fomentando la actitud emprendedora en los estudiantes?. Los resultados obtenidos con mayor porcentaje fueron que si están de acuerdo que la universidad están realizando actividades que fomenten el emprendimiento, pero así también obtuvimos respuestas contrarias, ya que se puede notar que en realidad, la facultad si promueve el emprendimiento pero no con mayor énfasis como debe de ser.

- ✓ Este resultado tiene consonancia con lo obtenido en estos trabajos encontrados en la literatura de Julca Meza, J. En su tesis doctoral titulada “Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES. A estos resultados hay que añadir que las opciones laborales que tienen los estudiantes a su alcance determinan la motivación de estos sujetos para juzgarse como capaces para llevar a cabo un emprendimiento empresarial. La motivación determina las actitudes hacia el emprendimiento. Otro dato de interés obtenido es que este nivel de motivación de los sujetos está determinada por sus creencias.

El Proceso de plantear un negocio por cuenta propia, le resulta a la mayoría de estudiantes Motivadora, si esto concepto enmarca en ellos, significa que los estudiantes aun no pierden la noción inspiradora de crear su propio

negocio a futuro. La otra parte respondieron como un proceso desafiante crear un negocio propio, debido a que implican retos y riesgos.

Los datos de nuestro estudio claramente manifiestan que la intención de emprender esta determinada de manera muy clara por la autoeficacia y la actitud hacia el emprendimiento. Un modelo de emprendimiento sustentable, fomentará el emprendedurismo en los estudiantes, como respuesta a esta interrogante se obtuvo, en mayoría que los estudiantes están de acuerdo, efectivamente crear un modelo para la carrera profesional, traería un incremento en la actitud emprendedora de los estudiantes. La existencia de un Programa Emprendedor o un Centro de Emprendedurismo Juvenil, ayudaría a la creación de nuevas empresas. Este reporte se toma gracias a que los estudiantes respondieron en un porcentaje elevado que están totalmente de acuerdo. Con la existencia de un programa de emprendimiento dentro de la facultad, facilitando de esta manera el mejor aprendizaje e incremento de aptitudes y conocimientos en temas de emprendimiento, ya que todos ellos tienen una noción vaga de crear su propio negocio después de ser egresados de la universidad.

Los resultados frente a los conceptos mencionados, fueron positivos, debido que casi todos los estudiantes, por no decir que en su totalidad, respondieron con un de acuerdo. Dándonos a conocer la importancia que tiene este tema dentro de los mismo.

- ✓ Otro estudio con resultados similares según los autores Córdova Sobrino, A. y Campoverde Guerrero, en su trabajo de investigación “Influencia del programa de formación “jóvenes en acción” en el desarrollo de las capacidades empresariales en los/las estudiantes del 5º grado de educación secundaria del área educación para el trabajo de la institución educativa Parcemón Saldarriaga Montejo, encontró las respuestas de la investigación, tienen semejanza ya que el autor de la literatura mencionada, habla de que los estudiantes deben de forjar dentro de las aulas, capacidades

empresarial que tengan relación con la creatividad e innovación, trabajo en equipo, relaciones interpersonales, visión de mercado e iniciativa laboral, esto con la ayuda de los docentes, y dentro de la escuela profesional, implementar programas innovadores adecuándolos a la realidad de los alumnos para fortalecer la conciencia de auto desarrollo personal, promover prácticas de elaboración de proyectos empresariales entre alumnos, diversificar el currículo en todas las áreas. Y entre otras actividades que se visualicen dentro de un modelo de emprendimiento sustentable que poniéndole en marcha traería consigo múltiples beneficios como las practicas anteriormente mencionadas dentro de las aulas y entorno a la carrera profesional de administración de empresas.

VII. CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo a lo planteado en el objetivo general, la propuesta del modelo de emprendimiento sustentable ha tenido un alto grado de influencia en los estudiantes al manifestar su convicción de que se potencia el emprendedurismo en los alumnos de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
- ✓ En cuanto al primer objetivo específico, los estudiantes han manifestado que en su conocimiento sobre emprendimiento sustentable, oscila desde los rangos 32% consideran que es de carácter ambiental, económico y social, y en los demás ítems existe una mínima diferencia porcentual, y por último el rango 6% busca únicamente el desarrollo económico del total de encuestados. Y con respecto a que los conceptos que se focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas son relevantes, con un 50% están de acuerdo y un 7% están totalmente en desacuerdo.
- ✓ En los métodos que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento basado en el estudiante, se pudo encontrar que los métodos para fomentar el emprendimiento sustentable, es decir que los estudiantes encuestados consideran en un 31% que es mejor los cursos adicionales de emprendimiento, y finalmente un con el porcentaje más bajo de 3%, lo consideran a las conferencias como un método.
- ✓ Además de verificar que el 54% de los estudiantes encuestados señalan que es adecuado el método tenido en cuenta (talleres, ferias, cursos adicionales de emprendimiento, capacitaciones y conferencias) para la construcción del modelo, sin embargo entre los otros ítems hay una leve diferencia, y

finalmente con una gran diferencia del porcentaje que considera adecuado esta el 7% que lo encuentra como inadecuadas.

- ✓ En los factores de éxito y los vacíos relevantes del fomento al emprendimiento en los estudiantes universitarios de los dos últimos años de la carrera profesional de Administración de Empresas de la FACEA-UNTRM. se debe los estudiantes consideran que se debe tener en cuenta dentro del modelo factores como lo social y ambiental propios para el emprendimiento sustentable, se aprecia que un 30% de los estudiantes consideran que es Adecuado, observando una variación regular entre los demás items y con el menor porcentaje tenemos un 11% inadecuado.
- ✓ La educación basada en emprendimiento sustentable, debe servir como orientador del modelo educativo dentro de la universidad, para la formación de los profesionales emprendedores de su propio negocio, cuya idea puesta en marcha traerá consigo beneficios en tres sectores lo económico lo ambiental y el social.

VIII. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a todos al decano, director de escuela principales encargados de velar por el mejor desarrollo estudiantil, implementar programas innovadores adecuándolos a la realidad de los alumnos para fortalecer la conciencia de auto desarrollo personal, promover prácticas de elaboración de proyectos empresariales entre alumnos, diversificar el currículo en todas las áreas.
- ✓ Se recomienda que dentro de las aulas los profesores deberán incorporar los conocimientos en temas de emprendimientos sustentable, necesarios para trasmitírseles a sus estudiantes, al tiempo que crean formas de experimentación para que ellos mismos adquieran las habilidades necesarias en el área.
- ✓ Se recomienda a la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas debe de gestionar convenios con instituciones públicas o privadas que promuevan el emprendimiento, con la cual se buscaría fortalecer el emprendimiento en los estudiantes.
- ✓ Viendo que el total de número de iniciativas emprendedoras de los alumnos, se recomienda que la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas debe tomar medidas de acción. Para revertir este indicador es necesario crear un centro de asesoría y consultoría empresarial para docentes y estudiantes la cual deba de fomentar y estimular la capacidad emprendedora, entregándoles asesoría en las etapas de creación, desarrollo y consolidación de empresas.
- ✓ Se recomienda que dentro de la Escuela Profesional de Administración de Empresas debe de organizar cada dos meses eventos de trascendencia con empresarios reconocidos para que puedan compartir con los estudiantes historias de éxito, con esta medida se estaría motivando e incitando a los alumnos a emprender empresarialmente.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ander, E. (1984). *Desafíos de la reconceptualización*. Buenos Aires: Lumen-Hymanitas.
- Calvente, A.M. (2007). *El Concepto moderno de Sustentabilidad*. (UAISSDS-100-002). Argentina.
- Córdova Sobrino, A., Campoverde Guerrero V. (2008). *Influencia del programa de Formación “Jóvenes en Acción” en el Desarrollo de las Capacidades Empresariales en los/las Estudiantes del 5º Grado de Educación Secundaria del Área Educación para el Trabajo de la Institución Educativa Parcemón Saldarriaga Montejo. Piura 2008”*. (Tesis de investigación). Universidad de Piura, Perú.
- Castillo H.A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Chile.
- Pérez, E. (2009). *La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas*. Gestión en el tercer milenio, (61-65).
- Gómez Gómez, M.E. y Ríos Sánchez, L.E. (2013). *Modelo Teórico para Potenciar el Emprendimiento Innovador en los Estudiantes de Pregrado de las Universidades de Manizales*. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma De Manizales. Colombia.
- Julca Meza, J. (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*. (Tesis de doctorado). Universidad De San Martín de Porres, Perú.
- Krauss, C. (2011). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay*. (vol.9 N° 1). Universidad Católica de Uruguay, Uruguay.

- Ortiz Huamani, J.C (2015). *Educación Universitaria y el Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015.* (Tesis de título). Universidad Nacional José María Arguedas, Perú
- Otero Vergara, A.F (2005). *Diseño de un Modelo Para Promover Emprendimiento en Estudiantes de Secundaria.* (Tesis de maestría).Universidad d los Andes. Colombia.
- Viadana, C.A; Zubeldía, M.L (2015). *La Cultura Emprendedora, como Desarrollar Emprendimientos Sustentables.* (Tesis para título). Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración, Argentina.

ANEXOS

ENCUESTA A APLICAR

Cordiales saludos. Somos egresados de la UNTRM Carrera Profesional de Administración de Empresas. La presente encuesta es anónima. Estamos realizando un estudio de investigación sobre el Emprendimiento Sustentable en los estudiantes de los dos últimos años de la Carrera Profesional de Administración de Empresas. Por favor, le pedimos su colaboración respondiendo a las preguntas planteadas, de manera honesta y objetiva. La respuesta que dé reflejará su opinión personal. Deberá marcar con **X** o con un **CHECK (v)**. Agradecemos sinceramente por su participación al ayudarnos en este trabajo de investigación.

1. Marque la opción que defina su conocimiento sobre emprendimiento sustentable.
 - a. Es de carácter ambiental, económico y social.
 - b. Son las acciones que se implementan para mejorar el medio ambiente, conservar recursos naturales.
 - c. Es de desarrollo social y la integración están unidos con la economía
 - d. Busca únicamente el desarrollo económico
2. Para usted, ¿qué beneficios les reporta fomentar el emprendimiento sustentable en los estudiantes?
 - a. Beneficios económico, social y ambiental
 - b. Beneficio Social
 - c. Ambiental
3. ¿Cuál de estos métodos considera usted que es el mejor para fomentar el emprendimiento sustentable en los estudiantes de la facultad?
 - a. Talleres
 - b. Ferias de emprendimiento
 - c. Cursos adicionales de emprendimiento
 - d. Capacitaciones
 - e. conferencias
4. Considera Ud. ¿Qué los métodos tenidas en cuenta para la construcción del modelo son:
 - a. Muy Adecuadas
 - b. Bastante Adecuadas
 - c. Adecuadas

- d. Poco Adecuadas
 - e. Inadecuadas
5. ¿Cuáles son las principales barreras que le impiden crear un negocio propio?
- a. Falta de conocimiento
 - b. Falta de financiamiento
 - c. Falta de tiempo
 - d. Falta de asesoría
6. El proceso de plantear tu proyecto o negocio por cuenta propia, te resulta:
- a. Desafiante
 - b. Motivadora
 - c. Una Oportunidad
 - d. Un Problema.
 - e. Otra
7. ¿Qué resultados positivos obtendrían a futuro, si se llegara a ejecutar el proyecto de investigación?
- a. Mayores empresas sustentables
 - b. Deserción laboral en entidades publicas
 - c. Mejor desarrollo social
 - d. Mayores oportunidad laboral
8. Considera Ud. que tener en cuenta dentro del modelo factores como lo social y ambiental propios para el emprendimiento sustentable es:
- a. Muy Adecuado
 - b. Bastante Adecuado
 - c. Adecuado
 - d. Poco Adecuado
 - f. Inadecuado

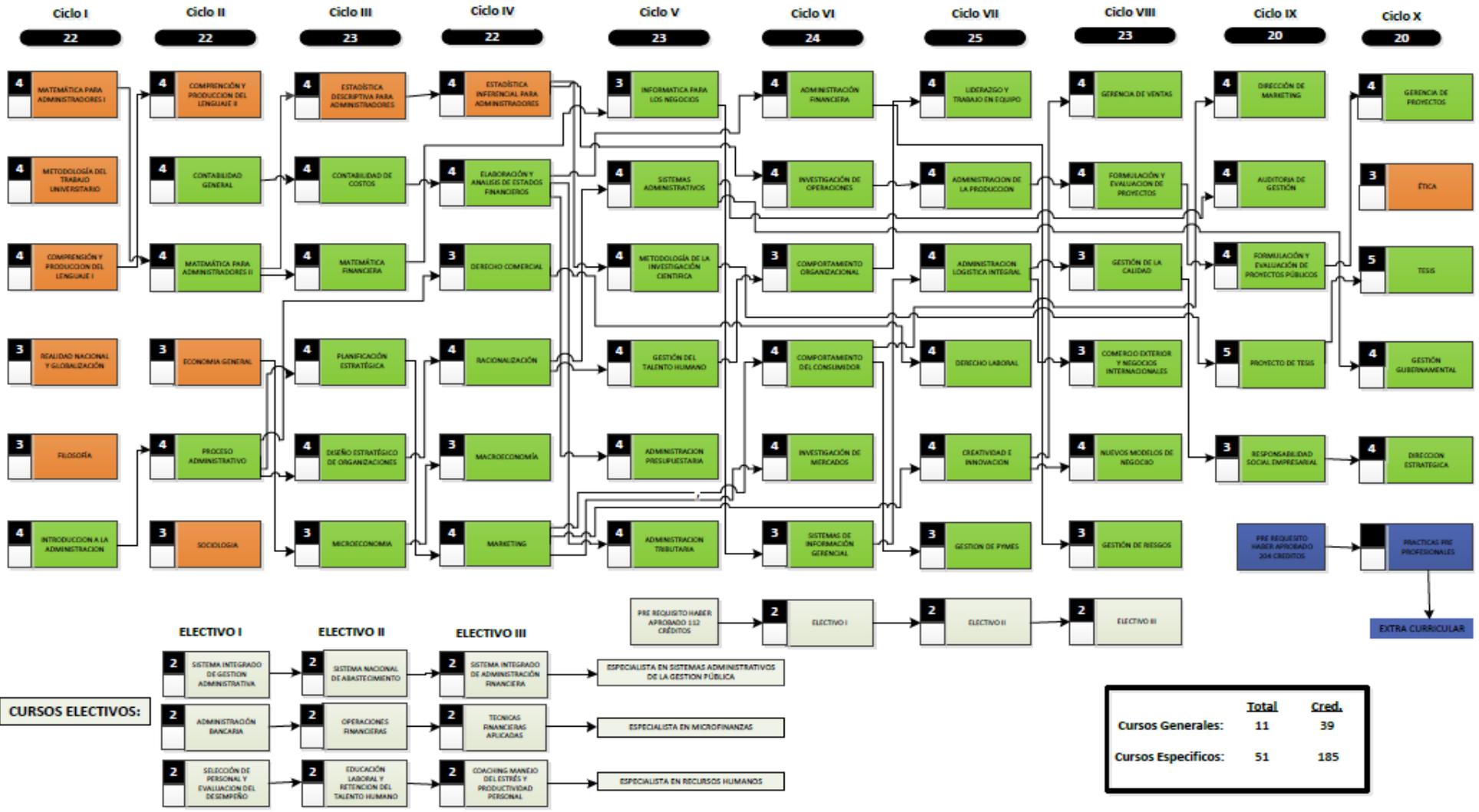
9. Marque el listado de preguntas con (x), según alternativas:

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Neutral
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

LISTA DE PREGUNTAS	A	B	C	D	E
1. ¿Considera que un modelo de emprendimiento sustentable en la carrera de Administración de Empresas, fomentará el emprendedurismo en los estudiantes?					
2. Usted que al proponer un modelo que permita potenciar el emprendimiento sustentable en los estudiantes les permitirá crear una empresa sustentable?					
3. ¿Considera que los conceptos que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas son relevantes?					
4. ¿Considera que la malla curricular es la adecuada para fomentar emprendimiento sustentable?					
5. ¿Cree usted que en nuestra facultad se está fomentando la actitud emprendedora en los estudiantes?					
6. ¿Consideras que la existencia de un Programa Emprendedor o un Centro de Emprendedurismo Juvenil, ayudaría a la creación de nuevas empresas?					

MALLA CURRICULAR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Curso Especifico
Curso General
Curso Electivo
Prácticas Pre Prof.
Total de Cursos **62**
Total de Creditos **224**



Fuente: DGAYRA, UNTRM

Operacionalización de variables:

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR
INDEPENDIENTE			
Modelo de Emprendimiento Sustentable	Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, Planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor de capacidades, enfocándose en el ingreso, economía y sobre todo a la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones Interpersonales • Psicología • Racional o irracional un modelo de emprendimiento sustentable • Compromiso institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • La Observación Directa • La encuesta • Cuestionario
DEPENDIENTE			
Emprendedurismo de los estudiantes de los dos últimos años de la Carrera Profesional de Administración de Empresas, de la FACEA- UNTRMA	Dinamiza planes de acción que permitan el mejoramiento continuo, buscando el desarrollo en las competencias básicas en el mundo del emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de negocio • Pensamiento de emprendimiento en estudiantes. • Es el arte de enseñar a emprender • Formación profesional • Decisiones de emprendedurismo en los estudiantes • Nivel de conocimiento de emprendimiento sustentable 	

Fuente: Elaboración propia