

# Como Fomentar la Intención Emprendedora en los Estudiantes de Ingeniería y Arquitectura de la Unet

**Irulú Labarca León**

Universidad Nacional Experimental del Táchira, San Cristóbal, Venezuela

[irululabarca@hotmail.com](mailto:irululabarca@hotmail.com)

**Laura Pérez Pérez**

Universidad Nacional Experimental del Táchira, Grupo de Gestión Tecnológica y Modernización Empresarial,  
San Cristóbal, Venezuela

[laurap@unet.edu.ve](mailto:laurap@unet.edu.ve)

## RESUMEN

Producto de una investigación que permitió analizar las variables que inciden en la *intención emprendedora* de los estudiantes próximos a graduarse de la UNET, se hizo posible plantear una Propuesta que contiene algunos lineamientos estratégicos que buscan incrementar tal intención en los alumnos de esta Casa de Estudios. A manera de diagnóstico previo se identificó el grado de *intención emprendedora* de los estudiantes de los últimos semestres, encontrándose que, si bien hay una preferencia por crear una empresa propia, frente a la opción de trabajar para otro, no se aprecia una verdadera intencionalidad expresada en acciones concretas hacia dicho objetivo. Así mismo, se pudo concluir, que para estos alumnos las variables que más inciden sobre su intención de crear empresas son el *control percibido* (autoeficacia) y las *actitudes* (deseabilidad). A partir de estos resultados fue posible desarrollar una Propuesta dirigida a poner en marcha acciones que impacten positivamente aquellas variables que más inciden sobre la *intención emprendedora* en este colectivo. Para ello se propone la inserción de un *Eje Transversal* a lo largo del pensa de estudio que permita fomentar competencias emprendedoras claves y competencias genéricas como: creatividad, autoconocimiento, trabajo en equipo, entre otras.

**Palabras Clave:** Intención emprendedora, actitudes, control percibido, eje transversal.

## ABSTRACT

As the product of research that allowed for the analysis of variables that impact the *enterprising intention* of students in the graduating class of UNET, it was possible to put forth a Proposal that contains some strategies that seek to increase such intention in the students of this University. A prior diagnosis made it possible to identify the degree of *enterprising intention* of the students of last semesters, revealing a preference for creating their own business, rather than the option of working for a company. However, there does not appear to be a true intention to take concrete actions toward that goal. Therefore, it is possible to conclude that the variables with the highest impact on the enterprising intention are the *Perceived Control* and the *Attitude*. From these results it was possible to develop a Proposal oriented toward initiating actions that impact positively on those variables that affect more the enterprising intention in this group. For this reason, the insertion of a *Transverse Axis* is proposed throughout the career's curriculum which allows for the fomentation of both enterprising key and generic abilities such as creativity, self-knowledge, and teamwork among others.

**Key Words:** Enterprising intention, attitude, perceived control, transverse axis.

## 1. INTRODUCCIÓN

A pesar del conocimiento actual respecto de la importancia de desarrollar conductas emprendedoras en los estudiantes y de fomentar una actitud positiva hacia la creación de nuevas empresas, hasta hace poco, el sistema educativo no prestaba atención al estímulo del espíritu empresarial, dando prioridad a la formación de empleados que fueran a trabajar para una gran empresa o para el gobierno (Centro Emprende, 2002).

No obstante, en los últimos años se ha adquirido mayor conciencia sobre la necesidad de desarrollar en los jóvenes habilidades tales como la resolución de problemas, planificación, toma de decisiones, asunción de responsabilidades, trabajo en equipo, confianza en sí mismos, independencia, creatividad, entre otras. Ello debido al impacto que estas habilidades ejercen sobre el espíritu emprendedor de los individuos y por ende sobre el crecimiento y desarrollo económico de las naciones (Consejo de la Unión Europea, 2000).

El Informe Final de la Conferencia Mundial sobre Educación Superior: *La Educación Superior en el Siglo XXI, Visión y Acción* (UNESCO, 1998) señala, que fomentar el espíritu empresarial, así como las habilidades y capacidades correspondientes, debería ser una de las principales preocupaciones de la educación superior. Del mismo modo, en los *Lineamientos y Parámetros Curriculares para la Creación y Transformación de Proyectos Académicos en la UNET*, realizados por la Comisión Central de Currículo (1998), en su numeral 6 (Perfil General del Egresado UNET), se indica que el Egresado UNET deberá contar con un espíritu emprendedor que le permita responsabilizarse de su rápida incorporación al campo laboral, así como de generar nuevas oportunidades de trabajo para otros, con una actitud positiva hacia el riesgo y la toma de decisiones.

Sin embargo, para poder diseñar un programa orientado a estimular el espíritu emprendedor y desarrollar conductas propias de los emprendedores exitosos, es preciso conocer la realidad a la cual éste estará dirigido. De allí, la necesidad de realizar diagnósticos previos que sitúen cualquier propuesta en el punto de partida adecuado. Es por ello que esta investigación se propone como un primer paso, determinar la intención de los estudiantes de la UNET de crear empresas y de trabajar en forma independiente, para conocer de qué manera las variables que lo conforman afectan la intención emprendedora de sus estudiantes, con el objetivo de plantear una Propuesta efectivamente logre impactar positivamente aquellas variables que más inciden sobre la intención emprendedora en este colectivo.

## 2. METODOS

Este trabajo estuvo enmarcado dentro del *paradigma cuantitativo en el nivel descriptivo* y su diseño corresponde a una *investigación de campo*. Ello en virtud de que se planteó determinar de qué manera influyen ciertas variables sobre la intención de crear empresas o trabajar en forma independiente de los alumnos próximos a graduarse de la Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET), con el objeto de comprender mejor el comportamiento de las mismas, para describirlo e incluso predecir el posible impacto de ciertas estrategias de enseñanza y fomento del espíritu empresarial, que puedan ser puestas en marcha dentro de esta casa de estudios.

Ajzen (2002), en su *Teoría de la Acción Planificada*, explica que la intención que precede a la conducta viene determinada por tres variables: La *actitud* hacia la conducta, la *norma subjetiva* y el *control percibido*. Por constituir la *Teoría de la Acción Planificada* de Ajzen el basamento teórico sobre el que descansa esta investigación, el instrumento para el levantamiento de la información seleccionado debía medir estas tres variables, en función de las cuales fuese posible determinar la *Intención emprendedora* de la población estudiada.

A tales efectos se seleccionó un instrumento diseñado por el Dr. Juan Moriano (2004), de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) de España, para su tesis doctoral *Estudio Psicosocial del Emprendedor*, el cual se fundamenta en ese modelo. No obstante, al instrumento se le realizaron algunas modificaciones con el objetivo de adaptarlo a la realidad y al argot de los alumnos a quien les fue aplicado el cuestionario. En vista de estas modificaciones y de que sería aplicado en un contexto totalmente diferente a aquel para el que fue diseñado, el instrumento fue sometido a la validación de expertos.

El instrumento utilizado contó con un cuestionario de valores, varias escalas para medir las actitudes hacia la empresarialidad, una escala para medir la *autoeficacia* y un cuestionario que permitió recolectar algunos datos de

tipo personal y completar la información necesaria para evaluar el modelo propuesto por Ajzen (2002) y empleado por Moriano (2004).

En el presente estudio, realizado entre los meses de septiembre a diciembre del 2005, *la población* estuvo constituida por 1.446 estudiantes de los últimos semestres (séptimo, octavo y noveno) de la Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET), de las carreras de Ing. Informática, Ing. Industrial, Ing. Mecánica, Ing. Electrónica, Ing. Agronómica, Ing. de Producción Animal y Arquitectura. Para el cálculo de la *muestra* se utilizó la técnica de *Muestreo Probabilístico Estratificado*, donde los estratos estaban representados por las siete carreras mencionadas.

Finalmente, el cuestionario fue aplicado a un total de 226 alumnos: 64 de Industrial, 12 de Agronomía, 64 de Mecánica, 27 de Arquitectura, 22 de Electrónica, 13 de Producción Animal y 24 de Informática, cursando séptimo, octavo y noveno semestre de la carrera, con el objeto de recabar los datos necesarios para determinar la intención de crear empresas o trabajar en forma independiente de este colectivo. Al concluir la etapa de aplicación, los datos recolectados fueron vaciados en una hoja de cálculo de Excel para su posterior procesamiento estadístico para lo cual se emplearon los programas StatGraphics, SPSS y el LISREL.

Los dos primeros se emplearon básicamente para determinar si existían o no diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de alumnos de alta y baja intención emprendedora en relación a los diversos aspectos evaluados, para realizar el análisis factorial y establecer la validez de las escalas empleadas, así como para comprobar la presencia de correlaciones entre las variables estudiadas a través de las escalas y la intención de crear empresas o trabajar en forma independiente.

Por su parte, mediante el programa estadístico LISREL (*Linear Structural Relations*) fue posible relacionar la *Intención emprendedora* con las variables que influyen sobre ella según el modelo teórico de Moriano (2004), basado en la *Teoría de la Acción Planificada* de Ajzen, determinando en qué medida cada una de estas explica la intención de crear empresas en el colectivo estudiado.

### 3. RESULTADOS

De los resultados arrojados por el trabajo empírico se pueden extraer aspectos clave que deben ser revisados con el propósito de que sirvan de diagnóstico y punto de partida para formular lineamientos estratégicos que logren verdaderamente impactar en la *Intención emprendedora* de los alumnos de la UNET. Con tal objeto, a continuación se presenta un análisis realizado sobre la base de las diferencias y coincidencias encontradas entre los grupos de alta y baja intención emprendedora, así como de las variables que presentaron correlaciones significativas con la *Intención de crear empresas* en estos estudiantes.

#### 3.1. DIFERENCIAS ENTRE ALUMNOS DE ALTA Y BAJA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Las principales discrepancias encontradas al comparar los resultados del estudio en los grupos de alta y baja intención emprendedora fueron:

- Los alumnos de alta y baja intención emprendedora se diferenciaron respecto a la valoración dada al constructo teórico *Actitud General hacia el autoempleo*, tanto en el factor *Nivel Gubernamental*, como en el de *Nivel Personal*. Esto indica que los estudiantes de alta intención dan más importancia al papel del gobierno en el surgimiento y crecimiento de nuevas empresas, pero también asumen en mayor medida su responsabilidad en la búsqueda de oportunidades para crear nuevos negocios y desarrollar habilidades gerenciales lo cual se podría interpretar como que cuentan con mayor *locus* de control interno.
- Respecto a las *Funciones Actitudinales del autoempleo*, la **Innovación y desarrollo personal (ID)**, **Contribuir a la comunidad (CC)** y el **Estatus sociolaboral (ES)** resultaron significativamente más importantes para el grupo de alta intención.
- En las *Actitudes de Dominios Específicos del autoempleo* la **Innovación en el trabajo** y la **Independencia laboral** fueron las únicas que presentaron diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos a favor del grupo de alta intención.

- En relación con los *Valores* se destacaron en el grupo de alta intención: **Elegir metas propias, Atrevido e Independiente**, y los tipos de valores: **Logro, Estimulación y Autodirección**.
- Respecto a los *Modelos sociales* fueron los alumnos de alta intención los que contaron con un porcentaje significativamente mayor de **familiares y amigos empresarios** dentro de su círculo cercano.
- En lo relacionado con la **Experiencia empresarial previa y Trabajos anteriores** fueron los alumnos de alta intención nuevamente los que resultaron tener más emprendimientos y experiencia laboral previos, respecto a los de baja intención.
- Finalmente, también se encontraron diferencias significativas en lo concerniente a la **Asistencia a cursos de creación de empresas y Seminarios sobre autoempleo** a favor del grupo de alta intención.

Cada uno de estos hallazgos brinda una clave en relación a qué puede estar diferenciando, dentro del contexto particular en el que fue realizada esta investigación, a los alumnos de alta y baja intención emprendedora.

Así mismo, estos resultados confirman innumerables estudios previos en los que se dice que los emprendedores son personas más independientes (Roberts, 1970), arriesgadas (Fernández y Junquera, 2001), creativas y orientadas a la innovación (Morris y Kuratko, 2002), con mayor *locus* de control interno (Rotter, 1966) y orientadas al logro de sus propias metas (McClelland, 1961).

### 3.2. COINCIDENCIAS DE CRITERIO ENTRE LOS ALUMNOS DE ALTA Y BAJA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Así como existen diferencias también se observan algunas coincidencias en los criterios de los alumnos de alta y baja intención emprendedora. Una de ellas, es que no se encontraron discrepancias significativas en ninguno de los factores relacionados con el *Control Percibido* (Autoeficacia emprendedora). Aunado a esto, los valores de las medias (M) de estos factores resultaron por encima de la puntuación intermedia de la escala (3: Capaz) en ambos grupos. Ello indica que, en términos generales, los alumnos de la UNET se consideran capaces de asumir los retos que implica llevar adelante las actividades claves de una organización, medidas a través de la escala empleada.

Otra coincidencia interesante se encuentra en el hecho de que ambos grupos consideran que dentro de la UNET se han realizado muy pocas **Actividades relacionadas con el autoempleo**. Así mismo afirman que existe poca **Estimulación hacia el autoempleo** por parte de la universidad y de los profesores. Sumado a esta falta de apoyo institucional, se observó que la mayoría de los alumnos (78%) no sabrían a donde dirigirse en busca de orientación y asesoría en caso de decidir crear su propia empresa (**Falta de orientación y asesoría**).

En este mismo orden de ideas, la mayoría de alumnos, tanto del grupo de alta como de baja intención, no ha realizado **Seminarios sobre autoempleo** ni **Cursos sobre creación de empresas** (80% y 76% respectivamente).

Así mismo, respecto a la **Percepción de oportunidades para iniciar nuevos negocios** en Venezuela, tanto los alumnos de alta como los de baja intención emprendedora consideran que *existen pocas oportunidades en el país*. En forma similar ocurre en relación con la **Percepción de recursos económicos**, donde la mayoría de los estudiantes estuvo de acuerdo en relación a que *es difícil contar con el dinero que requerirían para poder crear una empresa propia*.

Así mismo, en el apartado **Percepción de dificultades y obstáculos relacionados con el autoempleo** se ven reflejadas claramente las oportunidades que tiene la UNET para mejorar la intención de crear empresas en sus alumnos al realizar acciones tendientes a contrarrestar su percepción respecto a la **Falta de ideas de negocios, Falta de financiamiento y ayudas económicas, Falta de formación y asesoramiento y Falta de experiencia laboral**.

### 3.3. VARIABLES MÁS INFLUYENTES EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN EL MODELO TEÓRICO PLANTEADO

Al realizar el análisis de correlaciones entre la variable *Intención*, medida a partir de la primera pregunta del cuestionario sobre la intención de crear empresas una vez graduados, y los factores de las escalas empleadas, en la muestra de alumnos de alta y baja intención emprendedora, la *Actitud*, específicamente representada a través de los factores **Nivel Personal, Contribuir a la comunidad, Estatus Sociolaboral, Independencia laboral,**

**Innovación en el trabajo y Cambio con riesgo**, reveló estar significativamente correlacionada con la *Intención emprendedora* de los alumnos encuestados.

Aunado a estos resultados, el modelo realizado a través del método de *Ecuaciones Estructurales*, empleando el programa estadístico LISREL, arrojó que las *Actitudes* y el *Control percibido* explican de manera significativa la intención de crear empresas de los estudiantes de la UNET encuestados. Así mismo, tanto en el grupo completo de alumnos como en el de baja intención, el factor *Apoyo Social*, de la *Norma subjetiva*, juega un papel determinante en su decisión de crear empresas.

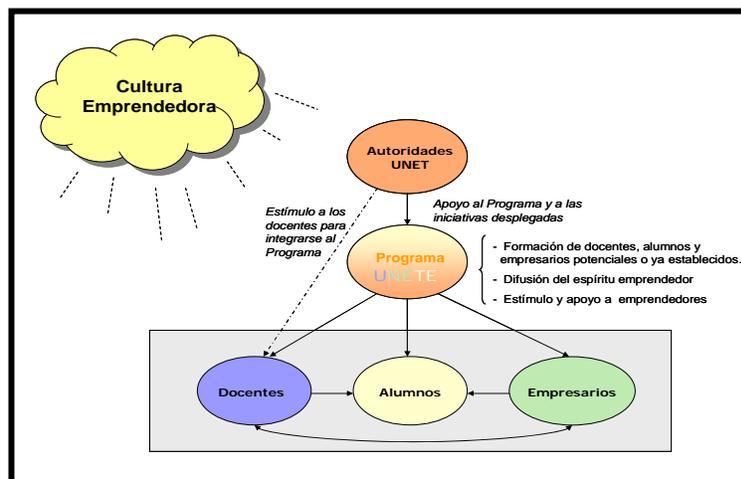
No obstante, para el grupo de alumnos de alta intención, la *Intención emprendedora* se encuentra explicada principalmente por el *Control percibido* y las *Actitudes*, sin embargo, la *Norma subjetiva no resulta importante* para estos alumnos al momento de decidir por el autoempleo como opción profesional. Tales hallazgos deben ser considerados al momento de plantear acciones encaminadas a incidir positivamente sobre la intención de crear empresas de los estudiantes Unetenses.

#### 4. PROPUESTA

Con un diagnóstico como el presentado anteriormente, es posible plantear a continuación, el esquema general de la Propuesta, consistente en algunos lineamientos estratégicos dirigidos principalmente a incrementar la intención de crear empresas y trabajar en forma independiente de los alumnos de la UNET, así como a desarrollar en ellos ciertos comportamientos y competencias claves que les serán útiles para desenvolverse adecuadamente, no sólo como autoempleados, sino también como intraemprendedores dentro de las organizaciones a las que pertenezcan.

Si bien el centro de esta Propuesta son los alumnos de la UNET, la misma fue diseñada para impactar a tres grupos específicos: *Alumnos de la UNET* de todas las carreras, *Profesores de la UNET* y a *Potenciales Empresarios o empresarios ya establecidos*.

A continuación se presenta el *Programa UNET Emprende (UNETE)*, cuyas siglas hacen alusión a la necesidad de coordinación y compromiso entre todos los involucrados para el logro de los objetivos planteados (ver Figura 1).



**Figura 1: Interacciones entre los componentes del Programa UNETE**

A partir del objetivo de impactar a cada uno de estos tres grupos: *Alumnos*, *Docentes* y *Empresarios* (Potenciales y ya establecidos), se decidió dividir la Propuesta en tres grandes módulos, de los cuales nos referiremos a los dos primeros en esta oportunidad.

#### 4.1. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LOS PROFESORES DE LA UNET

En vista de que la intención se deriva de la percepción de que el comportamiento a realizar es personalmente deseable (*Actitud positiva*) y socialmente aceptable (*Norma subjetiva*), y tomando en cuenta que estas percepciones son aprendidas (Krueger, 2000), mucho es posible hacer, desde el seno de una organización, para incidir sobre las tales apreciaciones. De hecho, ya sea de manera inconsciente o no intencionada, los profesores, como actores principales del escenario universitario, influyen con sus creencias y actitudes en las creencias y actitudes que van adoptando los alumnos durante su paso por la universidad.

Tal como se pudo apreciar en los resultados de esta investigación, la variable *Norma subjetiva*, representada por el *Apoyo del Núcleo familiar* en mayor medida y luego por el *Apoyo del Centro educativo*, juega un papel importante en la intención de crear empresas de estos sujetos.

De lo anterior se desprende que es fundamental una actitud positiva por parte del profesor, hacia la opción profesional del autoempleo para sus alumnos. Así mismo, resulta muy difícil formar a los estudiantes en ciertos comportamientos y competencias si no se cuenta con multiplicadores que hayan logrado previamente incorporar tales aspectos a su experiencia, tanto personal como profesional. Es por ello que la formación y capacitación del gremio docente resulta primordial para llevar a cabo con éxito un programa dirigido a incrementar la *Intención emprendedora* de los estudiantes de la UNET (Labarca, 2004).

Es por todo lo anterior que la formación y la capacitación de los profesores, siendo un pilar fundamental de esta Propuesta, debe ir dirigida en dos vertientes:

- Desarrollo en los docentes de comportamientos y competencias propias de los emprendedores.
- Componente metodológico para la enseñanza de tales comportamientos y competencias a los alumnos.

#### 4.2. FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN LOS ALUMNOS

Según Krueger (2000), para incidir positivamente sobre la *factibilidad* (Autoeficacia) de crear empresas o trabajar en forma independiente de los alumnos, es necesario mejorar su percepción en cuanto a la posibilidad individual y colectiva (“puedo hacerlo” y podemos hacerlo”) de llevar a cabo esta tarea (Krueger, 2000). Para ello se debe demostrar que los recursos que se requieren están disponibles y que los obstáculos pueden ser superados. Es así como contando con pleno conocimiento sobre la percepción de los alumnos de la UNET respecto a las posibilidades con que cuentan para convertirse en empresarios, un plan dirigido a incrementar los niveles de *Intención emprendedora* debe considerar todos estos elementos.

Igualmente, brindar la oportunidad a los alumnos de tener experiencias reales relacionadas con la creación y gestión de empresas es una manera de incrementar la creencia en sus propias habilidades, lo cual puede reforzarse a través de programas dirigidos a desarrollar su confianza en sí mismos y a conocer con certeza cuáles son sus intereses y sus fortalezas tanto a nivel personal como profesional (Autoconocimiento).

Así mismo, incrementar la *deseabilidad* (*Actitudes*) frente a la opción del autoempleo implica mejorar la percepción de los alumnos en relación con las consecuencias de convertirse en empresarios. Para ello, la cultura que se fomente dentro de la institución es fundamental y debe apuntar a un alto concepto de lo que significa ser un empresario, mejorando la imagen del dueño de empresa como sujeto clave en el desarrollo económico del país (*Norma Subjetiva*). La cultura imperante debe ser tal que premie las conductas emprendedoras: la innovación, la creatividad, el asumir riesgos, la búsqueda de oportunidades y de información, entre otras. Por lo tanto debe existir una total congruencia entre lo que se dice y lo que se hace por parte de todos los actores involucrados en la formación de los alumnos (profesores, jefes de departamentos y autoridades universitarias). Es así como todo el ambiente debe potenciar la actitud emprendedora de los estudiantes, fomentando el contacto con modelos a seguir (empresarios exitosos), dando un amplio reconocimiento a las iniciativas resaltantes y fomentando un cambio de mentalidad en el que el fracaso sea visto como una ocasión para aprender y una etapa dentro de un trayectoria prometedora y llena de nuevas oportunidades.

En base a todo lo explicado con anterioridad se plantea que el fomento del espíritu empresarial en los alumnos de la UNET debe apuntar hacia tres direcciones fundamentales:

- *Desarrollo en los alumnos de conductas y competencias propias de los emprendedores, no directamente relacionadas con la creación de empresas.*
- *Formación directamente relacionada con la creación y gestión eficiente de empresas innovadoras y competitivas, enmarcadas dentro de un enfoque global.*
- *Estímulo y apoyo a las iniciativas empresariales que surjan entre los alumnos de la UNET.*

#### 4.2.1. DESARROLLO DE CONDUCTAS Y COMPETENCIAS PROPIAS DE LOS EMPRENDEDORES

Dentro del objetivo de desarrollar en los estudiantes conductas y competencias emprendedoras es necesario considerar dos acciones esenciales:

- La inserción de un *Eje Transversal* en el que estas conductas y competencias claves sean fomentadas a través de todas las asignaturas que los alumnos cursan a lo largo de su carrera.
- La inclusión de asignaturas específicas donde se trabajen en forma más concreta algunas habilidades y competencias tales como: creatividad, autoconocimiento, autoestima, locus de control interno, manejo de emociones, trabajo en equipo, comunicación efectiva, solución de problemas, entre otras.

#### 4.2.2. FORMACIÓN RELACIONADA CON LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

Para poder cumplir con el segundo objetivo de la Propuesta dirigido a fomentar el espíritu empresarial en los estudiantes de la UNET se plantea la inserción de un *Eje Emprendedor* integrado por un conjunto de asignaturas que buscan brindar a los alumnos los conocimientos y habilidades que se requieren para poner en marcha y gestionar adecuadamente una empresa. De esta manera se pretende, entre otras cosas, reforzar la confianza en sus propias capacidades (*Control percibido*) para crear su propio negocio.

Este *Eje* cuenta con una materia integradora en cada semestre denominada *Desarrollo de habilidades emprendedoras*. Esta asignatura no contempla un contenido particular y tiene como finalidad coordinar los esfuerzos de todos los docentes dirigidos a fomentar en los alumnos conductas y competencias emprendedoras. Con ello se busca no duplicar esfuerzos ni recargar a los estudiantes con más actividades de las necesarias, ya que en la medida de lo posible se debería establecer un único proyecto a la vez, en el que la mayoría, si no todas las asignaturas, se encontrasen involucradas. Así mismo, estos proyectos estarán dirigidos a satisfacer necesidades grupales, sociales y económicas, procurando alternar entre unos y otros para que los alumnos se enriquezcan producto de varios tipos de experiencias.

Además de esta materia integradora se proponen seis asignaturas dispuestas del quinto al séptimo semestre de la carrera, para finalizar con las asignaturas, *Pasantías con emprendedores*, *Planes de Negocio* y *Tesis de Grado* (ver figura 2).

Desarrollo de habilidades emprendedoras	10°	<i>Tesis de grado: Plan de empresa de una idea innovadora y económicamente factible con fines comerciales o sociales.</i>		Asesoría en negocios
	9°	<b>Asignatura: Planes de Negocio</b>		
	8°	<b>Electiva: Pasantías con emprendedores</b>		
	7°	<i>Creación de empresas estudiantiles</i>	<i>Técnicas Gerenciales</i>	
	6°	<i>Creación de empresas virtuales</i>	<i>Administración financiera del negocio</i>	
	5°	<i>Creatividad e innovación en negocios</i>	<i>Mercadeo y planificación estratégica</i>	
	1°- 4°			

**Figura 2: Eje de Emprendimiento propuesto**

La idea básica de este *Eje* es que a los alumnos se les vayan enseñando contenidos a través de materias teóricas (*Mercadeo, Administración financiera y Técnicas gerenciales*) que al mismo tiempo vayan poniendo en práctica a través de las materias prácticas: *Creatividad en negocios, Creación de empresas virtuales y Creación de empresas estudiantiles*.

Es importante aclarar que durante estos seis últimos semestres de la carrera, en los que se desarrolla el *Eje emprendedor*, los estudiantes deben contar permanentemente con la asesoría de un grupo de profesores y empresarios que los ayudarán en la selección de sus ideas de negocio, desarrollo de estudios de factibilidad, planes de empresa, toma de decisiones y cualquier otra actividad que deban realizar para cumplir con las asignaciones que les entregadas.

#### 4.2.3. ESTÍMULO Y APOYO A LAS INICIATIVAS EMPRESARIALES DE LOS ALUMNOS

Tal como se pudo apreciar en el diagnóstico realizado, existe una gran necesidad de estimular y apoyar las iniciativas empresariales de los alumnos de la UNET para que estas logren cristalizarse y perdurar en el tiempo.

Basado en lo anterior en esta Propuesta se plantea la necesidad de concretar el estímulo y apoyo hacia la creación de empresas mediante las siguientes acciones:

1. Organización permanente de seminarios, charlas y talleres sobre autoempleo, dictados por emprendedores exitosos o personas relacionadas con la creación de nuevas empresas, tales como: Asesores, personal de crédito de entidades bancarias, funcionarios del estado relacionados con apoyos económicos a emprendedores, especialistas en temas de gestión empresarial, entre otros.
2. Concurso de ideas y planes de negocios.
3. Contacto permanente con empresarios de éxito a través de conferencias, entrevistas, visitas a empresas, pasantías, asesorías sobre negocios, etc.
4. Creación de una incubadora de empresas dentro de la UNET
5. Asesoría permanente por parte de expertos sobre ideas de negocio, estudios de factibilidad, planes de negocio, puesta en marcha de una empresa y gestión empresarial.
6. Cursos en áreas específicas de gestión de negocios.

No obstante, para canalizar tales acciones es preciso la creación de un Centro, Programa o Dependencia dedicada a tiempo completo a desarrollar estas actividades. En virtud de ello, el Programa UNET Emprende (UNETE) pretende llenar ese vacío al haber sido concebido con estas actividades como parte de su objetivo fundamental.

## 5. CONCLUSIONES

En relación con el objetivo de establecer el grado de intención de los alumnos de la UNET próximos a graduarse, se determinó que un 54% de los estudiantes prefieren el autoempleo frente a un 46% que se encuentran más orientados por la opción del empleo. Sin embargo, es necesario analizar estos resultados con sumo cuidado, ya que al parecer no reflejan más que una mera preferencia por parte de los alumnos, que no puede ser catalogada como una verdadera intencionalidad.

Otro objetivo alcanzado fue el de identificar los aspectos que más inciden sobre la intención de crear empresas o trabajar en forma independiente de estos jóvenes. En este ámbito se puede decir que el estudio fue amplio y enriquecedor ya que se analizaron no sólo aquellas variables correspondientes al modelo de intención según la *Teoría de la Acción Planificada* de Ajzen (*Actitud, Norma subjetiva y Control percibido*), sino que se incluyeron otro grupo de factores que si bien no se encontraban explícitamente en el modelo brindaron una idea muy clara respecto al fenómeno estudiado. Estos aspectos fueron: los valores de los estudiantes, sus modelos sociales, la experiencia laboral previa, formación para el autoempleo y la percepción de oportunidades, recursos y obstáculos para el autoempleo.

En cuanto a estas otras variables, fue por demás interesante observar la diferencia en los valores entre el grupo de alumnos de baja y alta intención emprendedora, si bien se encontraron también numerosas coincidencias que

indican la presencia de una cultura que todos comparten. Así mismo, se pudo apreciar como los modelos sociales representados por parientes o amigos cercanos empresarios, repercuten en la intención de los estudiantes de seguir tal trayecto profesional. Igualmente ocurre con la experiencia laboral y los emprendimientos previos, los cuales resultaron estar vinculados con la intención emprendedora de los alumnos encuestados.

No obstante, la ocurrencia de tales eventos que en la actualidad dependen de factores fortuitos, como tener un empresario dentro de la familia o contar con la oportunidad de trabajar paralelamente a los estudios, puede convertirse en una poderosa herramienta insertada premeditadamente dentro de programas específicamente diseñados para fomentar el espíritu empresarial en los alumnos.

Por otra parte, se encontraron muchas coincidencias de criterio respecto a la percepción de oportunidades, recursos y obstáculos entre los dos grupos de alumnos (alta y baja intención). Todo ello representa una excelente oportunidad para la UNET de poner en marcha acciones dirigidas a repercutir directamente sobre esta percepción lo cual con seguridad ha de incidir en la *factibilidad y deseabilidad* de los alumnos de convertirse en empresarios.

Finalmente, en base al minucioso diagnóstico realizado, fue posible lograr el objetivo último de esta investigación consistente en una Propuesta dirigida a incidir positivamente sobre las variables que más influyen en la intención emprendedora de los alumnos de la UNET próximos a graduarse, ello con el fin de incrementar la intención de crear empresas y trabajar en forma independiente en este colectivo, así como de desarrollar en ellos ciertos comportamientos y competencias claves que les serán útiles para desenvolverse adecuadamente, no sólo como autoempleados, sino también como intraemprendedores dentro de las organizaciones a las que pertenezcan.

Si bien el centro de esta Propuesta fueron los alumnos de la UNET, la misma fue diseñada para impactar a tres grupos específicos: *Alumnos de la UNET* de todas las carreras, *Profesores de la UNET* y a *Potenciales Empresarios o empresarios ya establecidos*. Con este objetivo se planteó el *Programa UNET Empeñe (UNETE)*, cuyas siglas hacen alusión a la necesidad de coordinación y compromiso entre todos los involucrados para el logro de los objetivos planteados.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (2002). "Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control and the theory of planned behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, 32, pp 1-20.
- Centro Empeñe. (2002). "Informe empeñe: Formar emprendedores en centros de enseñanza secundaria y centros de formación profesional", Centro Empeñe, Valencia, España, p. 6,2002.
- Comisión Central de Currículo UNET. (1998). "Lineamientos y parámetros curriculares para la creación y transformación de proyectos académicos en la UNET", UNET, San Cristóbal, Venezuela.
- Consejo de la Unión Europea. (2000). Carta europea de las pequeñas empresas, extraído el 20 de agosto de 2004 desde <http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/n26002.htm>
- Fernández, E. y Junquera, B. (2001). "Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas: Una revisión de la literatura", *Papeles de Economía Española*, Madrid, 89-90, pp, 322-342.
- Guzmán, J. (1995). "Toward a taxonomy of entrepreneurial theories", *Internacional Small Business Journal*, Julio-septiembre, vol. 12, num. 4.
- Hansemark, O. (1998). "The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement", *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 4(1), pp 28-50.
- Krueger, N. (2000). "The cognitive infrastructure of opportunity emergence", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Spring, pp 5-23.

- Labarca, I. (2004). “Estudio comparado del perfil emprendedor de los estudiantes de las universidades venezolanas Unet-Uru-Ula”, trabajo de investigación presentado para ascender a la categoría de agregado en la Universidad Nacional Experimental del Táchira, Venezuela.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*, Van Nostrand, Princeton.
- Moriano J. (2004). “El estudio psicosocial del emprendedor desde un modelo de intención”, Trabajo de Tesis Doctoral, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España, p. 124, 2004.
- Morris, M. H. y Kuratko, D. F. (2002). *Corporate entrepreneurship*. Fort Worth: Harcourt College.
- Peterman, N. y Kennedy, J. (2003). “Enterprise education: influencing students’ perceptions of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp123- 144.
- Pinillos, M. (2001). “Factores coadyuvantes para la creación de empresas en la comunidad de Madrid”, *Papeles de Economía Española*, Madrid, 89-90, pp, 342-363.
- Roberts, E. (1970). “How to succeed in a new technology enterprise”, *Technology Review*, Vol. 23, diciembre, pp 23-27.
- Rotter, J. B. (1966). “Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement”, *Psychological Monographs*, 80, p 609.
- Scheaffer, R., Mendenhall, W. y Ott, L. (1987), *Elementos de muestreo*, Grupo Editorial Iberoamérica, México, D.F., pp. 108-109.
- UNESCO. (1998). *La educación superior en el siglo XXI, visión y acción: La contribución de la educación superior al sistema de educativo en su conjunto*, París, p. 20-21.

### ***Autorización y Renuncia***

*Los autores autorizan a LACCEI para publicar el escrito en los procedimientos de la conferencia. LACCEI o los editores no son responsables ni por el contenido ni por las implicaciones de lo que esta expresado en el escrito*

### ***Authorization and Disclaimer***

*Authors authorize LACCEI to publish the paper in the conference proceedings. Neither LACCEI nor the editors are responsible either for the content or for the implications of what is expressed in the paper.*