



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE
LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERIODO
ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA
UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

Autores:
Campodónico, Fabrizio
Fuentes, Andreina

Campus Bárbula, Octubre de 2012



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE
LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERIODO
ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA
UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

Tutor:
Sara García

Autores:
Campodónico, Fabrizio
Fuentes, Andreina

**Trabajo de Grado presentado para optar al título
de Licenciado en Administración Comercial**

Campus Bárbula, Octubre de 2012



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE
LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERIODO
ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA
UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

Tutor:
Sara García

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y
Contaduría Pública.

Por. **Sara García**
C.I. V-12.239.298

Campus Bárbula, Junio de 2012



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



ACTA DE APROBACION

N° Exp 1020
Periodo: 1S-2012

Los suscritos, profesores de la Universidad de Carabobo, por medio de la presente hacemos constar que el trabajo titulado: **EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERIODO ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

Elaborado y Presentado por:

Fabrizio Campodónico

18.956.408

ADMINISTRACION COMERCIAL

Andreina Fuentes

19.583.272

ADMINISTRACION COMERCIAL

Alumno(s) de esta Escuela, reúne los requisitos exigidos para su aprobación con:

Aprobado

Aprobado Distinguido

Aprobado Meritorio

Rechazado

JURADOS

SARA GARCIA
MIEMBRO PRINCIPAL/TUTOR

COROMOTO CASAMAYOR
CORDINADOR

GILBERTO UZCATEGUI
MIEMBRO PRINCIPAL

PETRA ESPINOZA
SUPLENTE

En Valencia a los 25 días del mes de OCTUBRE del año 2012



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES
GRADUANDOS DEL PERIODO ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

Autoras: Campodónico, Fabrizio y Fuentes, Andreina

Tutora: Garcia, Sara

Fecha: Octubre, 2012

RESUMEN

La presente investigación se originó con el fin de evaluar la percepción que tienen los estudiantes sobre la formación e incentivo a las iniciativas de emprendedurismo en la carrera de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, ya que el siglo XXI tiene tendencia a una fuerte competitividad y es necesario que los estudiantes tengan conocimiento sobre el tema y sean motivados para aprovechar las herramientas que brindan tanto la Facultad como otros medios. Considerando que el activo más importante con el que cuenta un egresado universitario es su propia mente y sus conocimientos, y en este mercado actual tan competitivo para triunfar no sólo basta con una formación académica, hace falta también una actitud emprendedora y con espíritu desafiante ante las adversidades. El objetivo general es evaluar la iniciativa emprendedora de los estudiantes graduandos en el período 1S-2012 de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo. Este objetivo se desarrolló mediante recolección de datos como los son la observación directa a través de la lista de cotejo, encuestas mediante cuestionarios respondidos por 60 estudiantes y revisión documental a través de una matriz de análisis documental, todos estos para evaluar y dar a conocer la iniciativa del estudiantado sobre el emprendedurismo en la actualidad. Se concluyó que los estudiantes a pesar de querer crear y emprender su propio negocio tienen una constante influencia por parte de la Universidad y profesores, la cual obstaculiza su iniciativa emprendedora, ya que descrito por los mismos estudiantes, la formación que han tenido a lo largo de su carrera ha sido enfocada al empleado y no enfocada al empleador.

Palabras claves: Emprendedor, administrador.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIAL
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES
GRADUANDOS DEL PERIODO ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

Autoras: Campodónico, Fabrizio y Fuentes, Andreina

Tutora: Garcia, Sara

Fecha: Octubre, 2012

SUMMARY

This investigation originated with the purpose of studying and evaluating the view students have about the incentives and creations of entrepreneurship in the career of business administration, social and economical science school at the Carabobo University. In the 21st century, there is a tendency to a strong competition making necessary for students to acquire knowledge about the topics and become motivated to use the tools that are offered by the faculty and other sources. Considering that the most important asset a graduate student has is his or her own mind and knowledge; in the actual competitive market, you will not only need academic knowledge to succeed, you will also need a positive and proactive attitude, and a challenging spirit towards adversity. The main objective is to evaluate the initiative of the graduating students in the period 1S-2012; from the school of Commercial administration; of the Faculty Economical and Social Science at the Carabobo University.

This objective was developed implementing techniques of data recollection such as direct observation through the comparison list, through questionnaires answered by students, and review of documentation due to an exhaustive analysis in order to measure, evaluate and share the student's initiative regarding the current entrepreneurship. The conclusion was, that besides that the students wanted to create and start their own business, they also have a steady influence from their college and professors that will interfere with their initiative to start a project or business, as students have already described the knowledge they obtained in their career has been focused on the employee rather than the employer.

Keywords: Administrator; competitiveness

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Dirección de Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Campus Bárbula

FORMATO DE POSTULACION TUTORIAL

Yo, Sara García; titular de la Cédula de Identidad V-12.239.298, acepto en calidad de tutor al equipo conformado por:

Nombre y Apellido	Cédula	Teléfono	e-mail	Mención	
Fabrizio Campodonico	18.956.408	0424-4255284	fabriziocampodonico@gmail.com	AC	CP
Andreina Fuentes	19.583.272	0424-4304328	textilemauniformes@gmail.com	AC	CP

De acuerdo a las especificaciones del Catálogo de Oferta Investigativa y para dar así cumplimiento al desarrollo del Control de Etapas del Trabajo de Grado.

Se ha seleccionado la siguiente área, línea, e interrogante.

Área: Desarrollo Socioeconómico y organizacional

Línea: Enseñanza y aprendizaje de la administración

Interrogante: EVALUACION DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERIODO ACADEMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO.

Firman:

Tutor:
Nombre y Apellido: Sara Garcia
E-mail: aratharon@hotmail.com

Estudiante/Investigador
Nombre y Apellido: Campodónico Fabrizio
E-mail: fabriziocampodonico@gmail.com

Estudiante/Investigador
Nombre y Apellido: Andreina Fuentes
E-mail: textilemauniformes@gmail.com

En Valencia, a los 25 días del mes de OCTUBRE del año 2012



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: ZulayChávez **Tutor:** Sara García

Título del Proyecto: **EVALUACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERÍODO ACADÉMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

CAPÍTULO I El Problema	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Planteamiento del Problema - Formulación del Problema-Objetivos de la Investigación-Justificación-Alcance y Limitaciones	1.-	18/11/2011	Propuesta de temas para seleccionar el más indicado	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	25/11/2011	Definición de objetivos de la investigación	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	09/12/2011	Revisión general y corrección de errores	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	13/12/2011	Última revisión	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Zulay Chávez **Tutor:** Sara Garcia

Título del Proyecto: **EVALUACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERÍODO ACADÉMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO.**

CAPITULO II	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Marco Teórico Antecedentes de la Investigación- Bases Teóricas- Definición de términos- Marco Normativo Legal(opcional) - Sistema de Variables e Hipótesis (opcional).	1.-	18/01/2012	Explicación de que hay que hacer en el capítulo, como está estructurado, que contenido es el más adecuado, asesoramiento previo a la realización del capítulo.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	20/01/2012	Correcciones de bases teóricas, anexo de aspectos legales, comentario sobre agregar más antecedentes para la entrega del trabajo especial de grado.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	23/01/2012	Revisión final para la entrega definitiva del capítulo II	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Zulay Chávez **Tutor:** Sara García

Título del Proyecto: EVALUACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERÍODO ACADÉMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO

CAPÍTULO III	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Marco Metodológico Tipo de Investigación- Diseño de la Investigación- Descripción de la Metodología- Población y Muestra- Técnica e Instrumento de Recolección de Datos- Análisis de Datos- Cuadro Técnico Metodológico.	1.-	22/02/2012	Explicación de que hay que hacer en el capítulo, como está estructurado, que contenido es el más adecuado, asesoramiento previo a la realización del capítulo.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	12/03/2012	Orientación con relación a qué tipo de investigación se va a hacer, recomendación de cómo hacer el cálculo de la muestra, sugerencia de reducción de la población, evaluación de instrumentos para recolección de datos	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	14/03/2012	Revisión final para entrega definitiva de capítulo III	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Trabajo de Grado

Tutor: Sara García **E-mail del Tutor:** aratharon@hotmail.com

Título del Trabajo: EVALUACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES GRADUANDOS DEL PERÍODO ACADÉMICO 1S-2012 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO

CAPÍTULO IV Análisis e Interpretación de Resultados	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Elaboración del instrumento-Validación del Instrumento-Aplicación del Instrumento-Análisis e Interpretación de Resultados	1.-	05/07/2012	Formulación y evaluación de cuestionario, definición de aspectos a investigar	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	26/07/2012	Revisión de resultados obtenidos de la aplicación de instrumentos.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	02/08/2012	Revisión y recomendaciones finales para entrega de capítulo IV	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.

Nota:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Anexar este formato en los cuatro ejemplares rústicos y en su Trabajo Final de Grado, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.
- 6.- El Instrumento debe ser avalado necesariamente por su Tutor. Si lo considera pertinente puede solicitar la evaluación de un experto en el área.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Resumen	v
Formato de Postulación Tutorial	vii
Control de Etapas del Trabajo de Grado	viii
Índice de Cuadros	xiv
Índice de Gráficos	xv
Introducción	16

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema	18
Formulación del Problema	21
Objetivos de la Investigación	21
Objetivo General	21
Objetivo Específico	21
Justificación e Importancia de la Investigación	22

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

Antecedentes	26
Bases Teóricas	30
Definición de Términos Básicos	39

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación	42
Diseño de la Investigación	44
Unidades de Estudios	45
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	47
CAPITULO IV	
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	
Presentación de los Resultados	51
Conclusiones	85
Recomendaciones	91
Referencias Bibliográficas	92
Anexos	95

ÍNDICE DE CUADROS/ TABLAS

CUADRO No.	Pág.
1. Resultados pregunta 1	52
2. Resultados pregunta 1.1	55
3. Resultados pregunta 1.2	57
4. Resultados pregunta 1.3	59
5. Resultados pregunta 1.4	60
6. Resultados pregunta 2	63
7. Resultados pregunta 3	66
8. Resultados pregunta 4	68
9. Resultados pregunta 5	69
10. Resultados pregunta 6	71
11. Resultados pregunta 7	73
12. Resultados pregunta 8	75
13. Resultados pregunta 9	76
14. Resultados pregunta 10	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS/ FIGURAS

GRÁFICO No.	pp.
1. Resultados pregunta 1	52
2. Resultados pregunta 1.1	55
3. Resultados pregunta 1.2	57
4. Resultados pregunta 1.3	59
5. Resultados pregunta 1.4	60
6. Resultados pregunta 2	63
7. Resultados pregunta 3	66
8. Resultados pregunta 4	68
9. Resultados pregunta 5	69
10. Resultados pregunta 6	71
11. Resultados pregunta 7	73
12. Resultados pregunta 8	75
13. Resultados pregunta 9	76
14. Resultados pregunta 10	78

INTRODUCCION

Profundizando los orígenes de grandes empresas líderes del mercado global como Microsoft, Mercado Libre o Fedex podemos observar una característica común en todas ellas y es el hecho de que fueron compañías dirigidas por líderes emprendedores: Bill Gates, Marcos Galperín y Frederick W. Smith respectivamente, personajes de habilidades comerciales muy resaltadas que decidieron incursionar en un negocio propio antes de trabajar para un tercero.

En Venezuela, el nivel de emprendimiento de negocios propios es ligeramente superior al resto de Latinoamérica, la necesidad de incrementar los ingresos económicos ha hecho que muchos de los venezolanos tomen la iniciativa de trabajar por su cuenta, y cabe destacar que algunos no cuentan con educación al respecto, ni preparación previa, estos nuevos proyectos de negocio probablemente están condenados al fracaso en un corto o mediano periodo.

La presente investigación se desarrolló en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo y tiene como objetivo evaluar la iniciativa emprendedora de los estudiantes graduandos en el período 1S-2012 de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.

Este proyecto investigativo también tiene los objetivos específicos de analizar el pensum con el que cuenta la carrera de Administración

Comercial de la Universidad de Carabobo, determinar los elementos que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa emprendedora, averiguar cuáles son las herramientas que brinda la Universidad de Carabobo para el apoyo y motivación a los estudiantes a tener iniciativa para emprender su propio negocio y demostrar las perspectivas de los graduandos con respecto a la opción de ser emprendedor.

La estructura del trabajo se dividió en cinco capítulos, el primer capítulo plantea el problema investigativo y señala los objetivos a desarrollar, el segundo capítulo presenta el marco teórico donde se presentan los antecedentes de la investigación seguidas por las teorías en las cuales se basa el trabajo de grado, en el tercer capítulo se explica la metodología utilizada para el desarrollo investigativo, el cuarto capítulo refleja el análisis de los resultados obtenidos de la investigación y finalmente en el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones. Además se mencionan las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En la historia de la humanidad siempre existió el trabajo, pero la historia de las organizaciones y más aún de su administración, es un capítulo que se definió en época reciente, cuando surgió la necesidad del mejoramiento continuo de los procedimientos y actividades económicas de las entidades comerciales, para poder resaltar entre otras empresas, las cuales fueron apareciendo en la era industrial. Los dueños de estas empresas cumplían con sus debidas actividades de producción además de desempeñar las funciones de recursos humanos, planificación, coordinación, supervisión y evaluación. Por lo tanto, se requirió de personas capacitadas para facilitar la labor del desarrollo de los procesos que interrelacionan los recursos, procedimientos y objetivos para llevar a cabo las actividades necesarias para lograr el objetivo común de la organización, lo que se concibió como administración, este término ha ido surgiendo y globalizándose en el transcurso de los años.

Por consiguiente, se originó la administración, la cual es un conjunto de procesos indispensables para el desarrollo de las actividades económicas de cualquier tipo de empresa; y actualmente es una carrera profesional muy demandada a nivel universitario. En la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, la administración es un concepto manejado por todo el estudiantado, el cual se puede definir como un conjunto de procesos sistemáticos de medios y el uso racional de los recursos aplicados para prever, organizar, mandar,

coordinar y controlar, con el fin de convertir un propósito en realidad positiva.

Tomando en cuenta la situación actual de Venezuela existe una gran necesidad de generar riqueza y empleos, por esta razón, a través del tiempo se ha ido generando mayor atención e importancia a la posibilidad de ser una persona emprendedora. Los autores Morris y Kuratko (2002:22) dicen que “el emprendedor, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, agrega valor a todo proceso o actividad en la que interviene”. Esto quiere decir, que el concepto de emprendedor se designa a una persona que crea una empresa, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa y está alerta ante las oportunidades que se presentan en el mercado pudiendo explotar una oportunidad de negocio.

De esta manera, en la actualidad mundial, es primordial que para el éxito de un empresario, se lleven a cabo todos los procesos de administración, que incluya una planificación adecuada mediante un administrador comercial, capacitado para dirigir, asesorar, planificar, evaluar y controlar los procesos administrativos que se conducen en la administración pública o privada. Así mismo, el administrador es un profesional que toma decisiones y soluciona problemas a nivel empresarial, de discusión de contratación colectiva, materia tributaria, fiscal, relaciones corporativas y organizacionales. Puede realizar investigación en el campo administrativo y además de contribuir con su conocimiento al desarrollo de la cultura organizacional donde desempeñe sus labores.

Con base a este orden de ideas y conocimientos, se observó la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo; entidad caso estudio, donde se investigó la percepción que tienen los estudiantes sobre la formación e incentivo a las iniciativas de emprendedurismo en la carrera de Administración Comercial, ya que el siglo XXI tiene tendencia a una fuerte competitividad y es necesario que los estudiantes tengan conocimiento sobre el tema, de cómo emprender una empresa, y sean motivados para aprovechar las herramientas que brindan tanto la Facultad como otros medios. Para que en la culminación de sus carreras como profesionales no posean un paradigma o mentalidad a seguir de empleados y trabajar para otras personas sin tomar en cuenta las cualidades que tienen para ser un administrador de su propia organización, con la finalidad de generar nuevos empleos o proponerse ser su propio jefe, y contratar a otras personas.

Es por ello que es necesario evaluar la actitud que tienen los estudiantes frente a la iniciativa emprendedora, para demostrar la percepción de los mismos, analizando los recursos con los que cuentan y determinando los factores que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa de emprendimiento. Con base a esta evaluación se demostrará si existe un problema dentro de la Escuela de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo, bien sea por los recursos que brinda, o por el pensum de estudio que ofrece, o porque los estudiantes no han sido motivados a emprender. Lo que implicaría como resultado un factor relevante para que la Universidad tome en cuenta la presente investigación y sea considerado para posibles cambios dentro de su Escuela de Administración Comercial.

Formulación del Problema

Referente a lo expuesto anteriormente, surge la siguiente interrogante:
¿Cuál es el la actitud que tienen los estudiantes de la Escuela de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo frente a la iniciativa de ser un emprendedor?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Evaluar la iniciativa emprendedora de los estudiantes graduandos en el período 1S-2012 de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.

Objetivos Específicos:

- Analizar el pensum de estudio actual de la carrera de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.
- Descubrir las herramientas que brinda la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, para el progreso de los estudiantes que tienen la iniciativa emprendedora.

- Determinar los elementos que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa emprendedora.
- Demostrar la percepción de iniciativa emprendedora de los graduandos del periodo 1S.2012 de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.

Justificación de la Investigación

Es un hecho que en este mercado moderno del siglo XXI el nivel de competencia en el área laboral se ha vuelto mucho más exigente en comparación con los años anteriores, es decir, a la generación actual se le hace más complicado lograr el éxito profesional que a las generaciones que le preceden y esto se debe, en parte, a que el nivel de egresados universitarios ha aumentado generando que aumente también la competencia laboral en Venezuela y el mundo.

Por lo tanto, para obtener el éxito empresarial es necesario hacer efectiva y eficientemente toda actividad necesaria para el buen funcionamiento del proyecto que se esté realizando y para lograr esto se necesita una buena base académica, en pocas palabras, para tener éxito en este mercado tan competitivo primero se debe aprender, para después hacer y así poder tener.

Particularmente, la Universidad de Carabobo ofrece desde 1961 la licenciatura en Administración Comercial y actualmente egresan una gran

cantidad de Licenciados por semestre al mercado laboral, los cuales están altamente capacitados para prestar sus servicios en una organización que les brinde seguridad laboral y bienestar. Últimamente han ocurrido cambios que conllevan a los estudiantes a tener otro tipo de ambiciones, como crear su propia compañía, ya que laborar para otra organización puede ser una situación arriesgada para su bienestar personal, debido a que las empresas pueden pasar por una serie de casos que se han visto frecuentemente en la actualidad, como inestabilidad económica, inseguridad laboral, remuneraciones no acordes con las exigencias, entre otras. Al observar estos casos, surge una idea de crear una organización propia y emprender la vida laboral independientemente.

Dentro de esta perspectiva, se decidió desarrollar este trabajo de investigación, debido a que el activo más poderoso con el que cuenta un egresado universitario son sus conocimientos, y en este mercado actual tan competitivo para triunfar no solo basta con una formación académica, hace falta también una actitud emprendedora, innovadora que aventaje al egresado sobre el resto, la licenciatura de administración comercial ofrece todas las herramientas necesarias para que el estudiante sea exitoso en el área laboral, pero a pesar de eso promueve una idea que podría decirse es muy conservadora, al apostar por lo seguro de conseguir un empleo antes de tomar el riesgo de generar empleos.

Por esta razón, es necesario que los estudiantes de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo se vean motivados a tomar el camino del emprendedurismo y seguir los pasos de las grandes Universidades de negocios del mundo al ofrecer más egresados capaces de crear pequeñas y medianas empresas en vez de más egresados que

ocupen puestos de trabajo, de esta manera no solo el beneficiario será el estudiante por recibir la motivación y educación necesaria para ser un emprendedor sino que también ayuda a la economía nacional por la generación de empleo.

Por consiguiente, la presente investigación es importante para promover la idea innovadora para los estudiantes, la cual se basa en el emprendedurismo, dando a conocer sus virtudes y lo necesario que significa para la competitividad del siglo XXI. Y de esta manera incentivar a las autoridades y personal docente de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo a concientizarse de lograr una mejor preparación para el egresado, motivándolos y ofreciéndoles las herramientas necesarias para formar un Licenciado en Administración comercial que no solo se limite a ocupar un puesto de trabajo, sino que también tenga la iniciativa y la capacidad de integrarse al mercado laboral de una manera más competitiva y emprendedora, generando empleos y logrando el éxito empresarial.

Se considera importante tomar la presente investigación como base para próximas investigaciones, ya que es un tema que debe ser estudiado y tomado en cuenta para posibles cambios dentro del pensum de estudio de la Escuela de Administración Comercial en la Universidad de Carabobo.

Debido a que la presente investigación tiene el fin de evaluar aspectos importantes para el éxito del Licenciado en Administración, ésta investigación se ubica en la línea investigativa de Enseñanza y

Aprendizaje de la Administración, ya que el Administrador del siglo XXI, para ser exitoso, no solo debe tener conocimientos administrativos sino también debe ser competitivo, líder y emprendedor.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

El marco teórico es una investigación documental preliminar que plasma un resumen de la información que será necesaria para desarrollar el diseño metodológico de la investigación, según Méndez (2001:110) “el marco teórico es una descripción detallada de cada uno de los elementos de la teoría que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación”.

En este segmento se recopiló un conjunto de teorías y conocimientos para sustentar la investigación, además, se explicaron conceptos y términos relacionados al campo donde se origina el problema de estudio.

Antecedentes de la Investigación

Para la realización del marco teórico se requirió de la búsqueda de trabajos anteriores relacionados al tema a investigar. Los Antecedentes de la investigación, según Hurtado y Toro (2000:90) “es la recopilación, revisión, análisis, selección y extracción de información de estudios realizados anteriormente acerca del tema en estudio, con el propósito de llegar al conocimiento y comprensión más profunda del mismo”.

Mediante el desarrollo de la investigación se recurrió a varios trabajos científicos para obtener más conocimientos sobre el tema, y se extrajo como antecedente la siguiente investigación:

Celis, M. y Casamayor, C. (2008), en su Investigación titulada: “Emprendedurismo: Abordaje del cambio de paradigma en la formación de estudiantes de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo”, tuvieron como objetivo general aplicar el Modelo Androergológico de Formación de Emprendedores (MAFE) desarrollado por las profesoras Viera, Pérez y Rincones (2001) de la Universidad Nacional Experimental de Guayana a los estudiantes del último año de la escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la universidad de Carabobo para cambiar el paradigma egresado-empleado por el de egresado-empleador el cual exige formar al estudiante para que tenga iniciativa, autonomía, auto-confianza, optimismo, necesidad de realización, perseverancia, tenacidad para vencer obstáculos. La metodología utilizada se basó en el modelo androergológico de formación de emprendedores (MAFE) de enfoque cualitativo. Todo ello, a través del diagnóstico y utilizando entrevistas semi-estructuradas aplicadas a estudiantes de las escuelas antes mencionadas y otra entrevista estructurada aplicada a egresados de dichas carreras, con éxito comprobable como emprendedores, esta investigación concluyó con la obtención de los lineamientos del perfil de egresado-empleador y a partir de estos lineamientos desarrollaron el programa instruccional de la asignatura “emprendedurismo”, administrado en el plan de estudios como asignatura electiva de la carrera Administración Comercial.

Este antecedente es apreciable para la investigación ya que se basa en la misma inquietud de la tendencia de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales a ser egresados-empleados en vez de emprendedores de negocios y ofrecieron una herramienta para generar un cambio de paradigma con la incursión de la materia electiva de emprendedurismo.

Ortega O. (2006), Profesor de Administración de la Universidad de Carabobo – campus la Morita en su artículo de opinión titulado “Sobre la necesidad de reformar los estudios de administración en la universidad de Carabobo” defiende la opinión de que ya es hora de que los estudiantes de Administración y Contaduría se separen y caminen por senderos independientes en lo que a la Universidad de Carabobo se refiere.

En este trabajo de opinión el profesor Oswaldo Ortega se hace un seguimiento histórico sobre el origen de la Administración como ciencia y del origen de la Escuela de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo, de cómo la vinculación en una sola escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública ha evitado la evolución del pensum de estudio de la carrera de Administración Comercial a áreas más relacionadas con la gerencia, según Ortega no pueden formarse profesionales administrativos de primera con un programa académico de segunda categoría que luce incompleto, desfasado, desorganizado y especulativo.

En este caso, para poder justificar y defender la opinión de que es necesario modernizar el pensum y separar las escuelas, se revisaron las diferentes áreas del conocimiento para luego hacer las recomendaciones pertinentes para su mejora, las áreas del conocimiento que evaluaron fueron: área contable, área económica, área metodológica, área matemática general, área matemática aplicada, área estadística, área histórica, área legal, área sociológico-administrativa, área financiera, área informática y área administrativo gerencial.

Por otra parte, la idea que defiende el profesor Ortega en su trabajo de

opinión es la de reformar, reestructurar y modernizar el programa de estudio de la escuela de Administración Comercial, dejar atrás la atadura con la carrera de Contaduría Pública y ofrecer nuevas disciplinas administrativas como nuevos métodos gerenciales, nuevos campos empresariales globales.

Esta opinión influye en la presente investigación ya que demuestra que la inquietud por modernizar el pensum de la carrera de Administración ha estado entre los estudiantes y profesores durante mucho tiempo, la separación de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública traería consigo un cambio en el enfoque conservador con el que se enseña la profesión pudiendo ofrecer un pensum de estudio más rico en temas como el emprendimiento de negocios propios.

Galindo D, Castro L y Bermudez E. (2010) egresados de la Universidad Central de Venezuela en su trabajo titulado "SEMILLERO DE EMPRENDEDORES DE LA UCV: UNA INICIATIVA DE EGRESADOS DE LA UCV PARA LA UCV" presentan un análisis cualitativo y cuantitativo de una iniciativa para introducir de manera sistemática en la Universidad Central de Venezuela la cultura del emprendimiento como mecanismo para incrementar el impacto social y económico de la universidad. La iniciativa consiste en un ecosistema de emprendimiento centrado en lo que denominaron un semillero de emprendedores de la UCV (SE-UCV) un concepto que engloba capacitación e investigación, ofrecer una base curricular relacionada con el emprendimiento a través de una asignatura experimental llamada semillero de emprendedores una iniciativa similar a la de la materia electiva emprendedurismo de la universidad de Carabobo. En este trabajo explican la aceptación y éxito que tuvo dicha propuesta en un periodo de dos años ofreciendo resultados sumamente exitosos donde

se desarrollaron proyectos que participaron en concursos como el de la fundación IDEAS 2009 con resultados sobresaliente.

Este trabajo es importante para la presente investigación porque demuestra que iniciativas al cambio y a la inclusión de proyectos innovadores de emprendedurismo ya se han implementado con éxito en otras universidades a nivel nacional, este trabajo demuestra que la iniciativa emprendedora es bien aceptada por los estudiantes de pregrado, si la Universidad Central de Venezuela tuvo éxito promoviendo el emprendimiento de negocios propios. La Universidad de Carabobo debería tomar el ejemplo y apoyarse en universidades hermanas para ampliar el conocimiento de sus egresados, las necesidades y la motivación a ser emprendedor de un negocio propio es igual para estudiantes en casi todo el país, necesidad que no se está satisfaciendo en la Universidad de Carabobo.

Bases Teóricas

Para el desarrollo de una investigación científica, el investigador debe basarse en la teoría desde la cual interpreta la realidad. Arias (1999:14) señala que las bases teóricas:

Comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones que constituye un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado. Esta sección puede dividirse en función de los tópicos que integran la temática tratada o de las variables que serán analizadas.

Es decir es el agrupamiento de teorías para desarrollar la temática a investigar y poder generar análisis y resultados según los conocimientos adquiridos mediante las mismas.

Emprender: El autor Steven Pressman (2006:19), dice que emprender es arriesgarse a una nueva actividad de negocios. Entonces se puede decir que en el ámbito de los negocios, el emprender es la acción de ser el titular de una empresa comercial con fines de lucro, generalmente.

Emprendedor: Según los autores Steinhoff y Burgess (1993:3), se refieren al emprendedor como la persona que “hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”. Finalmente se trata de individuos con la capacidad de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir innovar con ellos.

Así mismo, el emprendedor se puede definir que como un individuo que posee claros objetivos, y recurre a todos los recursos necesarios para lograrlos, es decir parte de una idea, crea un proyecto y lo hace realidad, tomando riesgos y utilizando su talento de innovación y creatividad para iniciar un negocio o crear su propia empresa, también se puede decir que rompen los moldes saliendo de la costumbre para innovar o mejorar lo existente. Para lograr esto, la persona utiliza adecuadamente los recursos disponibles y asume la responsabilidad de las decisiones que tienen que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones, es decir como un ágil captador de información, que tienen la facultad de detectar oportunidades de negocios para el aprovechamiento y maximización de los resultados factibles.

Características del emprendedor:

Muchos estudios coinciden que los emprendedores tienen una serie de características que los distinguen del resto de las personas. De acuerdo a John Kao (1989:91), las siguientes son las características de un emprendedor:

Factores Motivacionales:

- Necesidad de logro
- Necesidad de reconocimiento
- Necesidad de desarrollo personal
- Percepción del beneficio económico
- Baja necesidad de poder y estatus
- Necesidad de independencia
- Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
- Necesidad de escape, refugio o subsistencia

Características Personales:

- Iniciativa personal
- Capacidad de decisión
- Aceptación de riesgos moderados
- Orientación hacia la oportunidad
- Estabilidad emocional

- Orientación hacia metas específicas
- Control interno
- Tolerancia a la ambigüedad
- Receptivo en sus relaciones sociales
- Posee sentido de urgencia
- Honestidad y confianza
- Perseverancia
- Responsabilidad personal
- Individualista
- Optimista

Características Físicas:

- Energía
- Trabaja con ahínco

Características Intelectuales:

- Versatilidad
- Creatividad
- Búsqueda de la verdad
- Planificación y seguimiento sistemático de resultados
- Capacidad para analizar el ambiente
- Visión comprensiva de los problemas
- Capacidad para solucionar problemas
- Planificación con límites de tiempo

Competencias Generales:

- Liderazgo
- Orientación al cliente
- Capacidad para conseguir recursos
- Gerente
- Patrón de factores de producción
- Exige eficiencia y calidad
- Dirección y gestión de la empresa
- Red de contacto
- Comunicación

Es decir, para que un estudiante logre ser un emprendedor de negocios debe cumplir con las características anteriormente mencionadas. Entre los factores motivacionales se distinguen el deseo de adquirir logros y triunfos independientemente del entorno y lo que le rodea, enfocándose en sus metas personales. Debido a esto, poseen una personalidad decisiva, perseverante, optimista, es decir que cumplen con todas las características para cumplir lo que deseen; trabajando con energía y entrega total. Además de tener ideas innovadoras, ganas de buscar las causas de los problemas y solucionarlos.

Tipos de emprendedores:

Para Schollhammer (1980:42), los emprendedores se pueden dividir en cinco tipos de personalidades:

- Emprendedor administrativo: Hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- Emprendedor oportunista: Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- Emprendedor adquisitivo: Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.
- Emprendedor incubador: En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de alguno ya existente.
- Emprendedor imitador: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Tales son los diferentes tipos de emprendedor, para que el estudiante se identifique con los mismos. Debe poseer las características de cada tipo de emprendedor. Del administrativo debe conocer y hacer uso de las funciones de un administrador, es decir, planificar, organizar, dirigir y controlar logrando cumplir todos los objetivos. Del oportunista debe ser una persona investigadora y pensante para poder aprovechar los chances que se presenten en la vida cotidiana. Del adquisitivo tiene que ser

creativo y siempre buscando algo nuevo y mejor para su desarrollo. Del incubador se puede decir que es uno de los más importantes ya que tienen la necesidad de lograr un negocio propio o mejorar uno que ya exista, y es un deseo que no todas las personas se arriesgan para tratar de lograrlo y del imitador sería una característica importante generar mejores maneras de hacer las cosas para lograr la competitividad, calidad y eficacia.

Pasos para emprender con éxito:

Para Rafael Alcaraz (2006:8) indica que los pasos a seguir para lograr ser un emprendedor exitoso son:

1. Identificar gustos y preferencias, para trabajar en lo que es agradable o interesante para cada persona, ya que la labor se hará más amena y con mayor posibilidades de éxito.
2. Identificar claramente los objetivos y metas que se quieren alcanzar.
3. Eliminar mitos, barreras o límites para emprender.
4. Desarrollar un buen plan de negocios.
5. Realizar adecuadamente todas las actividades planeadas para lograr el objetivo anteriormente seleccionado.

Como dice el autor Alcaraz, para que un estudiante pueda ser exitoso mediante el emprendedurismo primordialmente debe enfocarse en lo que tiene conocimiento o lo que le llama la atención ya que es en lo que va a dedicar gran parte de su tiempo, dinero y trabajo. Luego debe planificar lo que se desea lograr y no abstenerse por falsos límites. Por consiguiente realizar un plan realista, organizado y objetivo que se adapte a los objetivos que se desean lograr.

Bases Legales

Está constituida por el conjunto de documentos de naturaleza legal que sirven de testimonio referencial y de soporte a la investigación.

En la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, en el Artículo 112 reza lo siguiente:

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Este artículo plasma el derecho que tiene toda persona de emprender libremente una actividad económica privada dentro de lo legal, ofreciendo la oportunidad de ser un emprendedor de negocios, promoviendo la economía del país y generando nuevos puestos de trabajo, debido a esto resulta importante para la investigación ya que ofrece la oportunidad de que cualquier persona puede emprender un negocio propio.

De igual manera es factible crear asociaciones y cooperativas para desarrollar una actividad productiva y obtener beneficios en común, facilitando el trabajo por persona y generando nuevos empleos. En el Artículo 118 reza lo siguiente:

Se reconoce el derecho de los trabajadores y trabajadoras, así como de la comunidad para desarrollar asociaciones de carácter social y participativo, como las cooperativas, cajas de ahorro, mutuales y otras formas asociativas. Estas asociaciones podrán desarrollar cualquier tipo de actividad económica, de conformidad con la ley. La ley reconocerá las especificidades de estas organizaciones, en especial, las relativas al acto cooperativo, al trabajo asociado y su carácter generador de beneficios colectivos.

El estado promoverá y protegerá estas asociaciones destinadas a mejorar la economía popular y alternativa.

El artículo anteriormente señalado permite a las asociaciones de personas realizar actividades económicas sociales y participativas siempre y cuando estén permitidas por la ley, siendo relevante para la investigación ya que promueve el emprendimiento de negocios en comunidades para generar beneficios en común.

Además de las sociedades cooperativas existen las sociedades mercantiles, en el Código de Comercio, en su Artículo 10 reza lo siguiente:

Son comerciantes los que teniendo capacidad para contratar hacen del comercio su profesión habitual, y las sociedades mercantiles.

Este artículo destaca que un comerciante tiene la oportunidad de ser empleador y resulta importante para la investigación debido a que cualquier emprendedor capacitado puede llegar a formar una empresa generando empleo y reduciendo el porcentaje de desempleo del país.

Definición de Términos Básicos

Consiste en dar conceptos breves y los más relevantes sobre el tema a investigar. Tamayo (1993:78), expresa que la definición de términos básicos es “la aclaración del sentido en que se utilizan las palabras o conceptos empleados en la identificación y formulación del problema”.

Administrador: Chiavenato Idalberto (2004:79) indica que el administrador es un profesional capacitado en todos los procedimientos que se llevan a cabo en una organización, es decir posee profundos conocimientos sobre las actividades administrativas y su función es la planificación, la organización, la dirección y el control de los procesos y actividades de una organización para lograr un fin común dentro de la misma, generando beneficios tanto para el titular de la empresa como para los subordinados y clientes.

Empleado: Raúl García-Durán (2005:10) dice que el empleado es aquella persona subordinada que desempeña un cargo en una organización y a cambio se le hace una remuneración por prestar sus servicios, bien sea físico o intelectuales.

Emprendedurismo: Sérvulo Anzola (2003:14) describe el emprendedurismo como el proceso de explotar el cambio para la creación de un posible exitoso negocio o servicio diferente. Es decir identificar una oportunidad, desarrollar y dar vida a una visión, la cual puede llegar a ser una idea novedosa, un chance o simplemente una mejoría en particular; y cuyo resultado final es la iniciación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre.

Competitividad: Bejarano, Jesús Antonio (1995:21) asegura que es la utilización de la inteligencia y el conocimiento del talento humano, los valores éticos y el compromiso con su actividad u objetivo, para lograr ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener o mejorar una determinada posición, al compararse con otras entidades.

Creatividad: Rebate C. y Fernandez A. (2011:7) definen la creatividad como la creación de una idea, un concepto, una visión o un descubrimiento nuevo, original y útil. Cualidad que busca objetivos y términos lógicos precisos para sobresalir, destacar o romper un molde o paradigma en específico.

Innovación: Schumpeter, Joseph A. (1961:81) dice que es la iintroducción, creación, apertura, implantación, entre otras, de nuevas

ideas o visiones que originan tendencias y se destacan en un campo determinado obteniendo resultados acertados.

Liderazgo: Covey, S. (1989:2) indica que es la capacidad de tomar una iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar e influir en un grupo de personas, logrando que cumplan con sus funciones de la manera correcta para lograr metas y objetivos comunes.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

En este capítulo se describe la metodología que se utilizó para el desarrollo de la temática. Se muestran aspectos como el tipo de investigación, las técnicas y todos los procedimientos que fueron utilizados para llevar a cabo el desenlace de dicha investigación.

Tipo de Investigación

Para desarrollar la investigación se requirió de una serie de estudios descriptivos que permitieron acumular una considerable cantidad de conocimientos sobre el caso estudio. Según Tamayo, (2001:46) la Investigación Descriptiva es: “aquella que comprende la descripción, registro, análisis, e interpretación de la naturaleza actual”.

Describir en términos metodológicos consiste en indicar todas las características del fenómeno que se estudia. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Por tal razón, la presente investigación se ubicó dentro de la Investigación Descriptiva, la cual se basa en descubrir las herramientas que brinda la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, para el progreso de los estudiantes que tienen la iniciativa emprendedora y determinar cuáles son los elementos que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa emprendedora.

De igual manera, se utilizó la Investigación Evaluativa, la cual Briones (1990:291) la define como:

Aquella que analiza la estructura, el funcionamiento y los resultados de un programa con el fin de proporcionar información de la cual se puedan derivar criterios útiles para la toma de decisiones con respecto a la administración y desarrollo del programa evaluado (p.291).

La investigación presenta entre los objetivos específicos, analizar el pensum de estudio actual de la carrera de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo. Determinar los elementos que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa emprendedora. Descubrir las herramientas que brinda la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, para el progreso de los estudiantes que tienen la iniciativa emprendedora. Y por ultimo demostrar la percepción de iniciativa emprendedora de los graduandos del periodo 1S.2012 de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo. A través de esto se evalúa la iniciativa emprendedora de los estudiantes, ya que será analizado el pensum de estudio, las herramientas que brinda la Universidad de Carabobo y los factores que influyen en la iniciativa emprendedora de los estudiantes, los cuales están aplicados dentro de un contexto determinado. La intención de la investigación evaluativa es medir los efectos de un programa, a fin de tomar decisiones o aportar conclusiones para mejorar la ejecución futura.

Al tomar los dos tipos de investigación planteados anteriormente se demuestra la capacidad, disposición de evaluar y exponer, en forma detallada, las características del objeto de estudio. Además, estos estudios permiten poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del estudio para realizar una evaluación final.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación está conformado por un conjunto de aspectos que respondan a la naturaleza de la investigación; todo ello relacionado con las fuentes y técnicas para la recolección de datos e información necesaria para el análisis y la obtención de resultados. La presente investigación recopila datos e información de manera directa en fuentes vivas y no vivas.

Por otra parte, la Investigación es Documental de acuerdo a lo que plantea Arias (2006:27) por ser “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir los datos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales; impresas, audiovisuales o electrónicas”.

Así mismo, para el desarrollo de la investigación se recurrió a la búsqueda de documentos, como libros, revistas, artículos, páginas web, tesis e investigaciones anteriormente realizadas, entre otros.

Además se toman datos de un ambiente natural. Según Arias (1999:48), plantea sobre la Investigación de Campo lo siguiente "en la investigación de campo los datos se recolectan directamente de la realidad donde ocurren". La investigación es de campo, porque la estrategia es recopilar información de los estudiantes del 9no y 10mo semestre de la carrera de Administración Comercial, en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, a través de encuestas, tipo cuestionario mixto.

Unidades de Estudio

Población

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (2001:114), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación".

El fenómeno estudiado para desarrollar los objetivos, es la totalidad de los graduandos del periodo 1S.2012 de la Escuela de Administración Comercial, en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, siendo estos 82 graduandos.

Muestra

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (2001:38), afirma que la muestra "es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico".

Para el cálculo de la muestra, considerando que la población es finita se aplicó la siguiente formula, ya que es un conjunto de unidades, una porción del total, que representa la conducta de los estudiantes graduandos del periodo 1S.2012 de la Escuela de Administración Comercial, en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo en su conjunto. La muestra resulto ser de 60 estudiantes, a través de la fórmula siguiente:

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

Donde:

- N = Total de la población
- Z_{α}^2 = Nivel de confianza, 1.96^2 (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada
- q = 1 – p
- d = precisión

Se utilizará un nivel de confianza del 95%.

Y error del 5%

$$n = \frac{82 * 1,96_{\alpha}^2 * 0,5 * 0,5}{0,65^2 * (82 - 1) + 1,96_{\alpha}^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{78,7528}{0,342225 + 0,9604}$$

$$n = \frac{78,7528}{1,302625}$$

$$n = 60,46 \cong 60$$

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección de información son las directrices que van a permitir obtener informaciones, datos u opiniones sobre el tema a estudiar. Arias (2006:67) "se entenderá por técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. Son ejemplos de técnica: la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental y el análisis de contenido".

Para la recolección de datos se seleccionó la técnica de la observación, la encuesta y la revisión documental, ya que la información se recoge en presencia del evento, solicitándola a estudiantes graduandos del periodo 1S/2012 de la Facultad de Ciencias Económicas

y Sociales de la Universidad de Carabobo, consultando textos y documentos. La observación es directa, la encuesta mediante cuestionarios estructurados con preguntas cerradas y el análisis documental a partir de investigaciones anteriores.

Instrumentos de Recolección de Datos

Son los recursos que permiten la obtención de la información requerida para llevar a cabo la investigación y debe ser coherente con los objetivos. Arias (2006:69) señala que el instrumento "es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información". Para el desarrollo de este trabajo se utilizó como instrumento la lista de cotejo, el cuestionario y la matriz de análisis.

Lista de Cotejo: Arias, F. (2006:79) Representa un instrumento de observación, que permite detectar la presencia o ausencia de un comportamiento o aspecto determinado, referido a ejecuciones prácticas, donde se recolecta información sobre datos en forma sistemática. Para ello utiliza una escala que acepta sólo dos alternativas como: si, no; lo logra, no lo logra; presente, ausente; siempre, nunca, entre otras. Debe partir de un propósito específico y consiste en una lista de palabras que señalan conductas negativas o positivas, que luego serán medidas bajo la observación.

Esta lista de cotejo se aplicó para responder al objetivo número tres, el cual pretende descubrir las herramientas que brinda la Facultad de

Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, para el progreso de los estudiantes que tienen la iniciativa emprendedora. Este instrumento contiene herramientas como asignaturas, foros, concursos y material bibliográfico que brinda la Universidad de Carabobo, las cuales, mediante la observación se determinó su ausencia o presencia dentro de la Universidad.

Cuestionario: Tamayo y Tamayo (2001:185) La encuesta se realiza en función a la aplicación de un cuestionario, para obtener información relevante de investigaciones y estudios. Se encuentra formado por un conjunto de preguntas coherentes y organizadas, con el fin de obtener respuestas a interrogantes.

Este cuestionario se estructuró con preguntas cerradas mixtas, ya que contiene ocho preguntas dicotómicas y dos preguntas de más de dos alternativas, las cuales se formularon para obtener resultados los cuales se analizaron para evaluar iniciativa emprendedora de los graduandos del 1S.2012 de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo. Este instrumento se utilizó para responder a todos los objetivos específicos de la presente investigación, ya que cuenta con preguntas sobre aspectos técnicos, aspectos personales y aspectos profesionales dirigidas a los mismos estudiantes.

Matriz de Análisis: Hernández Sampieri (2007:687) Es una herramienta analítica que permite examinar la interacción entre las características, elementos y el entorno relacionado a la temática a investigar. Este instrumento debe ser analizado de forma real y objetiva, enfocándose

solamente hacia los factores claves para lograr los objetivos de la investigación.

Esta matriz se utilizó para determinar los factores sociales y económicos, que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa emprendedora para responder al objetivo número dos de la presente investigación. Mediante este instrumento se realizó una revisión documental, a partir de la cual se analizó la información obtenida.

CAPITULO IV

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

Procesamiento y Análisis de la Información

En esta fase se tabularon y graficaron los resultados de cada una de las preguntas del cuestionario, así mismo se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos, con el objeto de orientar a los investigadores sobre la percepción de los graduandos a ser emprendedores de negocios.

Pregunta N.1: ¿Cree usted que la escuela de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo le dio las herramientas para poder ser un emprendedor de negocios?

1.- conocimiento de aspectos legales para la conformación de empresas.

Sí No

2.- Conocimientos de aspectos técnicos y operativos de la conformación de empresas.

Sí No

3.- Conocimientos de aspectos crediticios y viabilidad financiera de la conformación de empresas.

Sí No

4.- Conocimientos de aspectos de estudio de mercado para la conformación de empresas

Sí No

Para responder el objetivo específico No. 1 se procedió a evaluar que herramientas que brinda el pensum académico de la Escuela de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo y se tomaron en cuenta cuatro temas de conocimiento que se debieron haber aprendido a lo largo de la formación profesional en la universidad para poder emprender un negocio, de esta manera se pudo evaluar si los estudiantes consideran que en la universidad les ofrecen las herramientas necesarias para ser emprendedores o no, los aspectos a considerar fueron los siguientes:

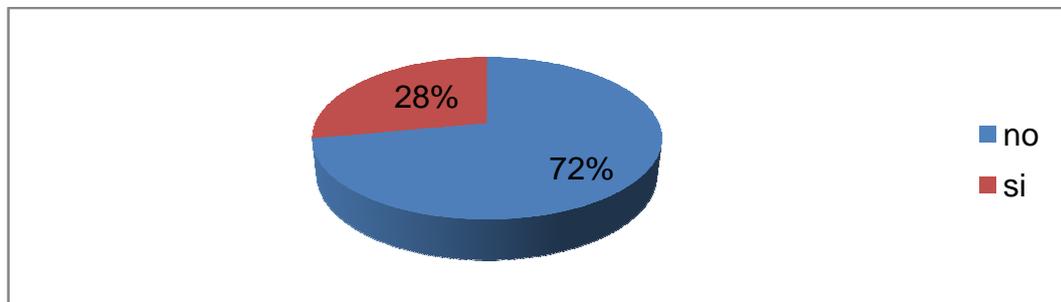
Conocimiento de los aspectos legales para la conformación de la empresa: Con esta pregunta se evaluó si los graduandos consideraban que en la facultad se les dio toda la información y todo el asesoramiento legal que les sea útil para constituir una empresa, todos los requerimientos legales para la inscripción en registro mercantil, pago de impuestos, permisos de bomberos, permisos municipales entre otros requerimientos para que legalmente la formación de la empresa del emprendedor cumpla con todos sus requisitos.

Tabla 1: resultados obtenidos de pregunta 1.1 del cuestionario aplicado con relación a los aspectos legales aprendidos en la carrera para ser un emprendedor de negocios.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	17	28%
No	43	72%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 1: resultados obtenidos de pregunta 1.1 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Análisis: Al observar el gráfico No. 1 se obtuvo que el 72% de los graduandos dijeron que no recibieron el conocimiento suficiente y 28% de los encuestados dijeron que si, este resultado generó el primer problema del análisis de resultados en la investigación, ya que todos los graduandos vieron las mismas clases a lo largo de su vida universitaria por lo tanto debería haber una tendencia predominante y las respuestas deberían estar inclinada hacia algún punto.

En el pensum de estudio del estudiante de Administración Comercial hay seis materias relacionadas con el derecho, estas son: derecho público, legislación laboral, legislación mercantil, derecho financiero y tributario, impuestos I e impuestos II, en orden de aparición del pensum de estudio, de estas materias la única con temas relacionados con la constitución de empresas es la materia de legislación mercantil que se cursa en el cuarto semestre. Esta materia, además de ser la única en la cual se explica las características de un registro mercantil no tiene como objetivos ofrecer todas las herramientas legales para la constitución de una empresa, la información que se ve en esta materia es muy selecta por ser una materia con pocas horas académicas.

Esta es la razón por la cual un 72% de los estudiantes dijo que no había obtenido la capacitación legal para constituir una empresa y un 28% dijo que si, probablemente a la hora de responder los cuestionarios fueron pocos los que recordaron haber visto tres años atrás entre uno de los temas de la materia de legislación mercantil las características del registro mercantil y consideraron que aprendieron los aspectos legales suficientes para formar una empresa.

Se puede decir que en el ámbito legal durante los 6 semestres que se ven materias relacionadas con el derecho, solo en uno de ellos se propuso enseñar cuales son los requisitos legales para formar una empresa propia, los egresados de la carrera de Administración Comercial tienen el conocimiento general pero no ha profundizado en su estudio.

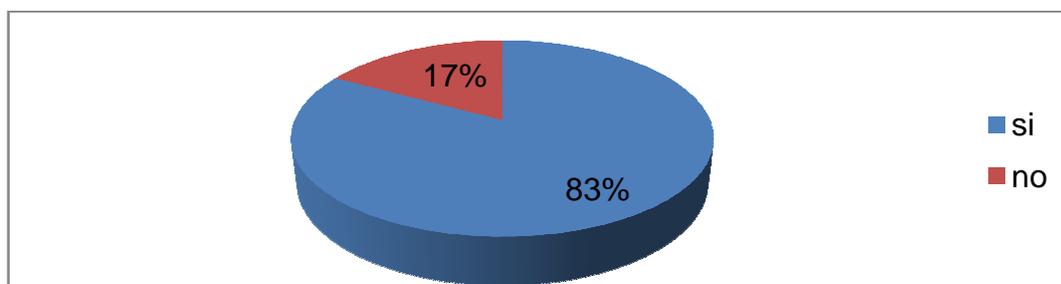
Conocimiento de aspecto técnico y operativo: Con esta pregunta se evaluó si los graduandos consideraban que en la facultad se les dio toda la información relacionada con la parte operativa y técnica de la empresa, desde la conformación de misión, visión y objetivos, la definición y distribución de cargos, conocimiento contable, herramientas de gerencia y producción, entre otros para que una vez que esté legalmente constituida la empresa pueda esta ponerse en marcha y tener una producción efectiva y eficientemente para generar ganancias.

Tabla 2: resultados obtenidos de pregunta 1.2 del cuestionario aplicado con relación a los aspectos operativos aprendidos en la carrera para ser un emprendedor de negocios.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	50	83%
No	10	17%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Grafico 2: resultados obtenidos de pregunta 1.2 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Análisis: Al observar el gráfico 2, con relación a los aspectos técnicos y operativos obtenidos en el transcurso de la carrera sí se presentó una tendencia, 83% de los encuestados dijeron que sí recibieron las herramientas técnicas y operativas para conformar una empresa y solo 17% estuvieron en desacuerdo.

Este resultado se confirma al observar el pensum de estudio ofertado por la carrera de administración comercial, gran parte de las materias ofrecen herramientas técnicas y operativas, esta afirmación se puede evidenciar en materias como: introducción a la teoría de la organización, las materias de contabilidad, desarrollo organizacional, administración de recursos humanos, administración de operaciones, todas estas materias

ofrecen herramientas técnicas y operativas necesarias para la formación de una empresa propia.

Las herramientas técnicas y operativas están presentes en el pensum de estudio pero ninguna materia se especializa en enseñar esto aplicado a la creación de nuevas empresas hasta el último semestre con la materia de formulación y evaluación de proyectos de inversión, la mayoría de los encuestados para este trabajo investigativo estaban cursando o acababan de cursar esta materia por lo tanto el contenido de la materia está muy reciente, esto podría explicar porque más del 80% de los encuestados estuvieron de acuerdo en que si se ofrecen las herramientas técnicas y operativas para la formación de empresas, los últimos semestres son ideales para la aplicación de esta materia y su enfoque es netamente emprendedor, los profesores John Moore y Manuel González, encargados de dar esta clase en el 1s-2012 reflejan en su materia la actitud emprendedora que debe copiarse en los semestres inferiores para cambiar la naturaleza del pensum a un enfoque más emprendedor.

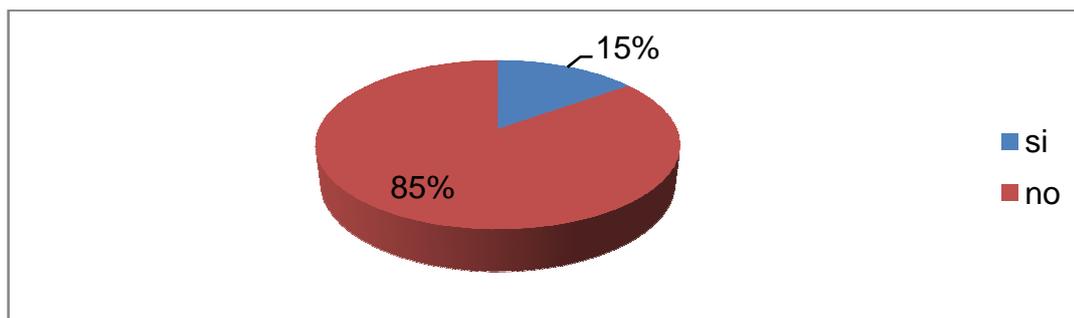
Conocimiento de aspectos crediticios y viabilidad financiera: Con esta pregunta se evaluó si los graduandos consideraban que en la facultad se les dio toda la información con relación a cómo financiar sus negocios propios, cuáles son los pasos y requisitos para obtener créditos financieros, cómo presentar proyectos que sean considerados por inversionistas y toda la viabilidad financiera necesaria para que el negocio tenga los recursos suficientes para iniciar actividad.

Tabla 3: resultados obtenidos de pregunta 1.3 del cuestionario aplicado con relación a conocimientos obtenidos con relación a la viabilidad financiera y aspectos crediticios.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	9	15%
No	51	85%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 3: resultados obtenidos de pregunta 1.3 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Análisis: Al observar el gráfico 3 resultó una mayor cantidad de respuestas que dicen que no se obtuvieron las herramientas, las encuestas reflejaron que solo 15% de los graduandos respondieron que sí obtuvieron las herramientas y 85% que no, en el momento de aplicar el cuestionario se les aclaraba a los estudiantes que esta pregunta hace referencia a los pasos y requisitos necesarios para solicitar un crédito bancario y la formulación de proyectos para su presentación a inversionistas en pocas palabras, como conseguir el dinero para comenzar su propio negocio.

Haciendo una revisión del pensum de estudio observamos que hay muy pocas materias relacionadas con el tema, en cuarto semestre se cursa la materia de instituciones financieras donde se conoce las instituciones que podrían financiar este tipo de proyectos como los bancos, pero no hace énfasis en cómo conseguir créditos. Esta es la única materia que podría tener relación y por tal razón surge la siguiente pregunta, ¿cómo se justifica que nueve encuestados hayan respondieron que si obtuvieron las herramientas de aspectos crediticios y viabilidad financiera de las clases en la universidad?, la respuesta está nuevamente en el décimo semestre específicamente en la materia de formulación y evaluación de proyectos de inversión, esta materia tiene como requisito principal para su aprobación la presentación de un proyecto de inversión que tiene un capítulo dedicado a explicar cómo será el financiamiento de dicho proyecto. Prácticamente esta clase de proyectos de inversión es la única materia de 48 que hay en el pensum de estudio que ofrece estas herramientas a los emprendedores de negocios.

Se demostró con esta pregunta que hay un inconveniente para los emprendedores de negocios egresados de la carrera de administración comercial con relación a los aspectos crediticios y la viabilidad financiera de sus proyectos.

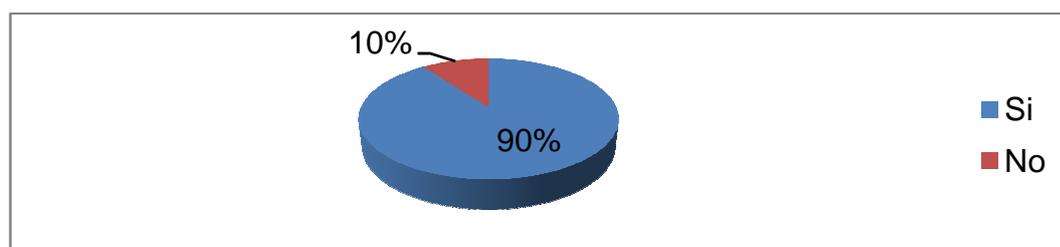
Conocimiento de aspectos de estudio de mercado: Con esta pregunta se evaluó si los graduandos consideraban que en la facultad se les dio toda la información necesaria para introducir su producto o servicio en el mercado, como hacer el análisis de mercado, diseñar un producto atractivo, seleccionar la mejor forma de promocionar el producto, de qué manera distribuirlo eficientemente y cómo calcular un precio que sea competitivo en el mercado meta.

Tabla 4: resultados obtenidos de pregunta 1.4 del cuestionario aplicado con relación al conocimiento obtenido para hacer estudios de Mercado para ser un emprendedor de negocios.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	54	90%
No	6	10%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 4: resultados obtenidos de pregunta 1.4 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Análisis: Por último se quiso evaluar si los graduandos del 1s-2012 tienen los conocimientos suficientes para evaluar y entrar en el mercado de productos y servicios ya que el emprendedor debe saber cómo manejar el mercado a su conveniencia tomando en consideración las características de su producto, cómo promoverlo, cómo distribuirlo y cómo asignarle precio. Al observar el gráfico 4, los resultados de las encuestas muestran que el 90% de los graduandos consideran que la universidad sí les dio las herramientas para lograr estudios de mercado eficientes y necesarios para todos los emprendedores de negocios y solo seis graduandos dijeron que no obtuvieron las herramientas de evaluación de mercado suficientes para ser un emprendedor de negocios

Dando un vistazo al pensum de estudio se pudo ver que hay una materia que se enfoca justamente en el tema del mercadeo, no solo eso, es una materia que tiene continuidad, se ve dos semestres seguidos: mercado I y mercado II, además es una materia de semestres avanzados el séptimo y octavo y a pesar de no estar enfocada en el estudio de mercado para productos o servicios propios sino en productos ya existentes es una herramienta vital para todo emprendedor de negocios poder hacer un estudio de mercado efectivo.

Se puede decir que los egresados de la carrera de Administración Comercial saben cómo hacer un estudio de mercado confiable que sirva como antesala para el lanzamiento de un producto o un servicio nuevo al mercado.

Pregunta 2: ¿Conoce usted el perfil del egresado de la escuela de Administración Comercial de la Universidad de Carabobo?

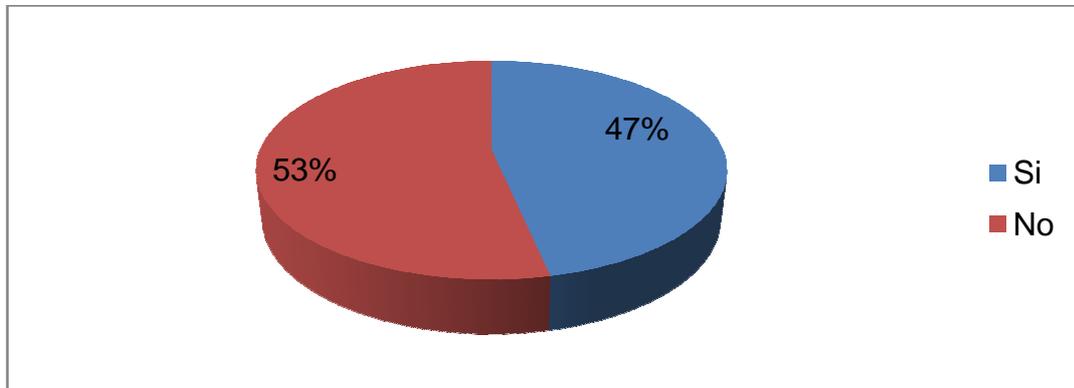
Sí No

Tabla 5: resultados obtenidos de pregunta 2 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	28	47%
No	32	53%
TOTAL	60%	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 5: resultados obtenidos de pregunta 2 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Se decidió hacer esta pregunta dentro del cuestionario para responder al objetivo específico No. 1 ya en el décimo semestre de la carrera universitaria el graduando debe saber cuál será su perfil como egresado de la facultad y si está enfocado a que sea un emprendedor de negocios o un empleado capacitado, en los cursos introductorios que dicta la facultad para sus nuevos alumnos se entregan trípticos con la descripción del perfil del egresado de la carrera de administración comercial el material también se encuentra disponible en la página web de la facultad y dice lo siguiente:

Perfil del egresado de administración comercial:

Es un profesional de elevada competencia, con una base sólida en el área de administración y gestión de información, capaz de ser un agente de cambio en la solución de problemas empresariales, a través del uso y manejo de información para determinar el desempeño productivo de las organizaciones e identificar sus ventajas competitivas, dando respuesta a las necesidades nacionales e internacionales en esta materia. Ello con visión sistemática sobre el rol del líder en los diferentes niveles

organizacionales; participando y facilitando el proceso de toma de decisiones y el mejoramiento de los sistemas organizacionales, operacionales y de información, mediante el uso de enfoques sistémicos, modelos estratégicos y herramientas prácticas que hagan posible el diseño, desarrollo, implantación, conducción, control y retroalimentación de los procesos administrativos que posicionan competitivamente a la organización; considerando el entorno en el cual se encuentra inmersa la misma y dentro del contexto de la globalización, como una salida para incrementar el PIB y por ende la consolidación de un desarrollo sustentable. El profesional deseable deberá ser un ser humano técnicamente competente y éticamente comprometido con la sociedad, debidamente actualizado y dedicado al aprendizaje permanente de las ciencias administrativas y de los negocios, con habilidades para manejar complejidades, negociar e interpretar el entorno nacional e internacional.

Análisis: Al observar el gráfico 5 se obtuvo que el 47% de los graduandos encuestados dijeron que sí conocían el perfil del egresado de administración pero más de la mitad de ellos el 53% dijo que no conocían cuál sería su perfil en el momento que culminen sus estudios universitarios, este resultado es preocupante ya que todos los estudiantes que estén cursando su último semestre universitario deberían saber que virtudes y características obtuvieron durante sus cinco años de estudio en la facultad.

Pregunta N.3: De las siguientes opciones ¿Cuál cree usted que fue la que lo impulsó a estudiar la carrera de Administración Comercial?

- 1.- Es una carrera de familia, mi papá o mamá son administradores.
- 2.- Para administrar la empresa de mi familia.

3.- Me cambié de otra carrera, porque no me gustaba y opte por estudiar administración.

4.- Me cambié de otra carrera, porque no podía avanzar por alguna materia.

5.- Porque quiero aprender a administrar mi propia empresa.

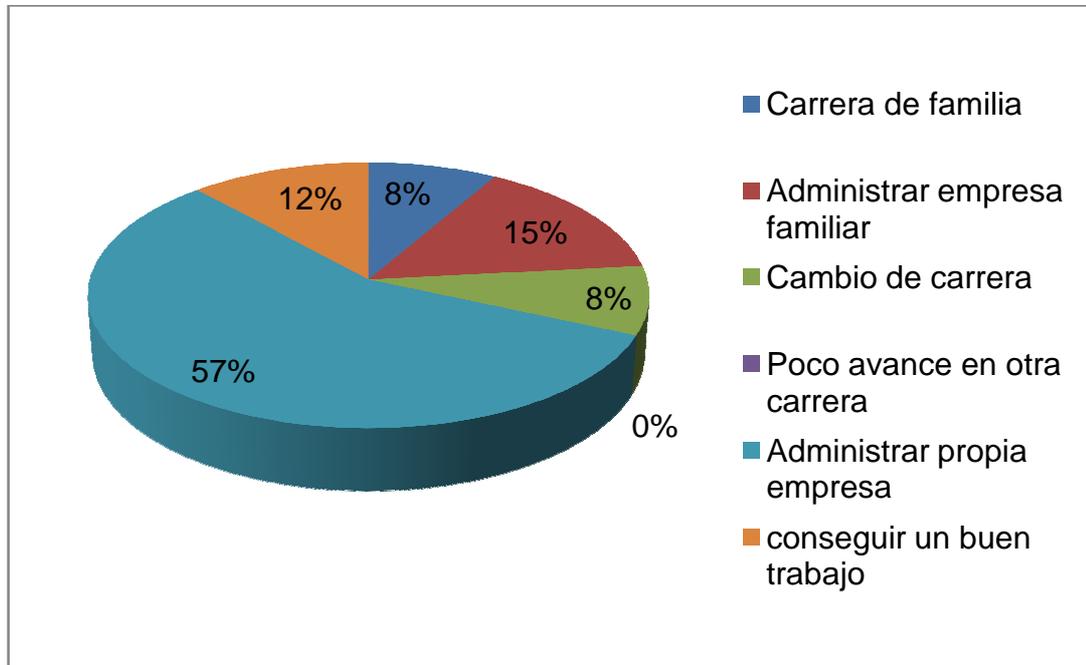
6.-Otra.

Tabla 6: resultados obtenidos de pregunta 3 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Carrera de familia	5	8%
Administrar empresa familiar	9	15%
Cambio de carrera	5	8%
Poco avance en otra carrera	0	0%
Administrar propia empresa	34	57%
Conseguir un buen trabajo	7	12%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 6: resultados obtenidos de pregunta 3 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Se decidió hacer esta pregunta para ver qué fue lo que motivo a los graduandos a empezar a estudiar Administración Comercial y responder al objetivo específico No. 3, además de observar cuáles eran sus expectativas de lo que podía ofrecerles la carrera.

Se hizo un sondeo sobre cuáles eran las principales razones por las que los estudiantes deciden empezar a estudiar Administración Comercial y se decidió colocar seis opciones: la influencia de los familiares o parientes, la opción de administrar el negocio familiar, conseguir un trabajo estable que les dé seguridad laboral, ser la segunda opción después de haber intentado estudiar otra carrera universitaria, bien sea que no le haya gustado, o con la que no hayan podido académicamente y administrar su propia empresa.

Análisis: Al observar el grafico No. 6 se obtuvieron resultados muy fructíferos para la investigación, 57% de los encuestados dijeron que empezaron a estudiar Administración Comercial con la intención de aprender a administrar sus propios negocios, 15% de ellos con la intención de aprender cómo administrar los negocios familiares, 8% de los graduandos encuestados dijeron que la Administración Comercial fue su segunda opción después de darse cuenta que la carrera que decidieron estudiar en un principio no les gustó lo suficiente, ningún estudiante confesó que decidió estudiar administración por no poder avanzar académicamente en otra carrera, 8% de los graduandos respondieron que empezaron a estudiar Administración Comercial por influencia de algún familiar y 12% de los estudiantes respondieron que decidieron empezar a estudiar Administración Comercial porque aprenderían las herramientas para poder obtener un trabajo en alguna empresa.

Al hacer el análisis de esta pregunta se pudo observar que solo el 8% de los graduandos son provenientes de otras carreras y decidieron hacer el cambio por que se dieron cuenta de que la carrera que decidieron estudiar en un principio no les gustaba lo suficiente. Es un porcentaje bajo en comparación con la cantidad de estudiantes que ingresan a la facultad provenientes de otras carreras dejando en claro que los estudios sociales también tienen un alto grado de exigencia.

Estos estudiantes no tuvieron la motivación inicial de querer ser Administradores Comerciales, decidieron estudiar otras carreras al principio pero después de comenzar a estudiar administración encontraron la motivación suficiente para culminar sus estudios.

Hay que destacar que no se registraron respuestas de estudiantes que hayan decidido estudiar Administración Comercial por no haber sido capaces de mantenerse académicamente en otras carreras.

Otro 8% de los graduandos encuestados en esta investigación confesó que su motivación para estudiar Administración Comercial provino de un familiar o pariente administrador, la influencia familiar en la decisión de la carrera de estudio en algunas ocasiones es muy alta, tanta que se pueden dar casos en que los familiares toman la decisión por el mismo estudiante, pero también se presentan casos en que los estudiantes quieren ser como sus familiares y esa es motivación suficiente para estudiar la carrera.

El 84% restante de los resultados de esta pregunta está repartido entre tres opciones, y su interpretación dio un gran aporte a la investigación, el 12% de los graduandos encuestados respondieron que decidieron empezar a estudiar Administración Comercial porque querían capacitarse para trabajar en grandes empresas y el 72% de los encuestados respondieron que su motivación principal para estudiar administración comercial fue la de aprender cómo administrar su negocio propio o el negocio familiar.

Se pudo observar claramente que hay una contradicción muy grande entre las aspiraciones de los graduandos del periodo 1s-2012 y su opinión de como es el egresado de la carrera de Administración Comercial, 72% de los graduandos encuestados dijo que comenzaron a estudiar con la motivación de ser emprendedores y 12% de los encuestados con la intención de conseguir un trabajo. Al hacer la comparación con las

respuestas obtenidas en la pregunta cinco se ve claramente que el 88% de los encuestados creen que los prepararon para ser empleados y solo 12% opinó que los educaron como emprendedores.

Esto genera un gran problema porque queda demostrado que los estudiantes tienen las intenciones de ser emprendedores de negocios, la gran mayoría de los estudiantes deciden estudiar para ser independientes pero la educación que se ofrece los capacita para el camino contrario, el de ser empleado.

Este resultado obtenido de la opinión de los graduandos deja demostrado que la motivación principal por la que los estudiantes empiezan a estudiar Administración Comercial no es satisfecha por la facultad que ofrece todo lo contrario a lo que ellos están pidiendo. Si el pensum de estudio de la carrera de Administración Comercial se reformara para satisfacer estas necesidades los egresados estarían más satisfechos con los conocimientos obtenidos durante sus años de estudio.

Pregunta N.4: ¿Tiene usted un negocio propio en el que trabaja o trabajará después de graduado?

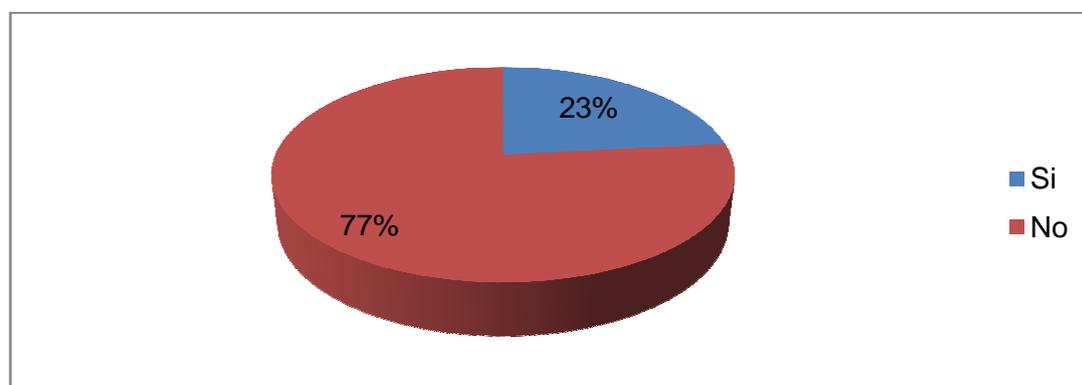
Si no

Tabla 7: resultados obtenidos de pregunta 4 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	14	23%
No	46	77%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 7: resultados obtenidos de pregunta 4 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Pregunta N.5: ¿Es usted empleado en alguna empresa privada u organismo público?

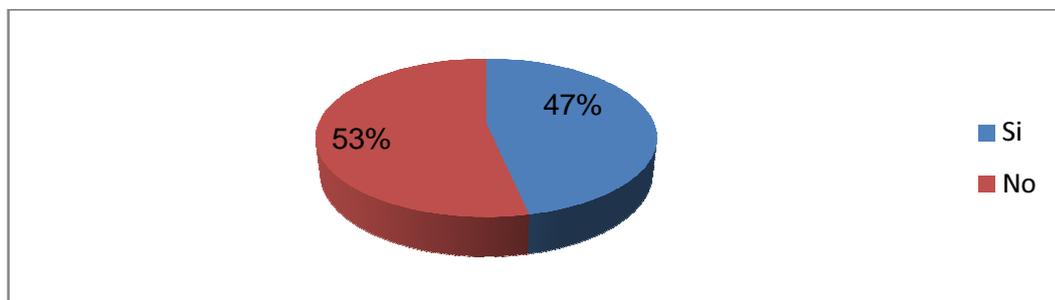
Si no

Tabla 8: resultados obtenidos de pregunta 5 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	28	47%
No	32	53%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 8: resultados obtenidos de pregunta 5 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Se decidió agregar en el cuestionario estas dos preguntas para saber cuántos de los graduandos son emprendedores, cuántos son empleados en alguna empresa y cuántos están desempleados para contestar el objetivo No. 3 y poder ver si realmente hay más empleados que emprendedores entre los estudiantes.

Se hicieron dos preguntas, la primera con intención de saber si el estudiante tiene un negocio propio donde trabaja o trabajará después de graduado y la segunda con intención de saber si el estudiante es trabajador de una empresa privada o pública, sabiendo que son sesenta los encuestados con este instrumento al restar los estudiantes que respondieron si a estas preguntas se obtuvo el número de estudiantes desempleados.

Análisis: Al observar el gráfico 7 y 8 resultó que el 23% de los estudiantes encuestados respondieron que si tienen un negocio propio donde trabajar cuando se gradúen o donde ya trabajan, 47% de los graduandos encuestados respondieron que son trabajadores del sector público o privado.

Al ver estos resultados se puede apreciar a simple vista que la cantidad de emprendedores es inferior a la cantidad de empleados y desempleados, no solo eso, la cantidad de empleados es el doble de la de emprendedores, si se compara lo que son los estudiantes en este momento con lo que querían ser cuando empezaron a estudiar Administración comercial se pudo ver que de los 34 que dijeron que querían aprender a administrar sus propios negocios solo 14 lo han logrado hasta ahora, el resto está desempleado o trabajando en alguna empresa o institución.

Antes de hacer la tabulación de estos resultados los autores no esperaba que la cantidad de emprendedores fuese mayor a la de empleados, a pesar de que esta se demostró que era la principal motivación de los estudiantes es una realidad que la seguridad laboral que ofrece una empresa es mucho más atractiva para un recién egresado y es una forma más fácil de obtener ingresos económicos, además, los egresados de la carrera de administración, según los mismos graduandos, están mejor preparados para tener éxito en un puesto laboral que en intentando formar una empresa propia por esta razón se justifica que los empleados sean un número mayor al de emprendedores.

Con una educación enfocada en ofrecer al campo laboral a un administrador capaz de desempeñarse eficientemente en cualquier puesto de una empresa, fue obvio que la cantidad de empleados fuese mayor a la de emprendedores y desempleados, pero si la facultad en vez de estar enfocada en formar empleados educara a sus estudiantes para que tengan una mentalidad emprendedora esos porcentajes cambiarían. Muy probablemente la cantidad de empleados se mantenga como la primera opción pero no por tanto como el doble, lo que sí cambiaría sería

la cantidad de desempleados. Los egresados con mentalidad de empleados al entrar en el área laboral se sienten más confiados en trabajar para empresas por lo tanto intentan conseguir trabajos ya que para eso están mejor preparados, pero si estos se sintieran más seguros formando empresas propias en vez de postular a empresas para ofrecerles sus servicios, crearían ellos sus propios negocios, porque para eso estarían más capacitados, en pocas palabras una Facultad que ofrezca emprendedores estaría colaborando con reducir el número de egresados desempleados de la Universidad de Carabobo.

Pregunta N.6: ¿Considera usted que el salario de un administrador comercial recién graduado es suficiente para ser un adulto independiente?

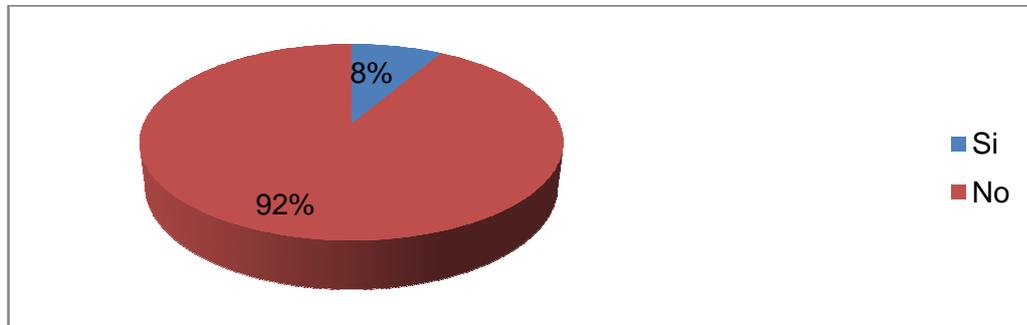
Si no

Tabla 9: resultados obtenidos de pregunta 6 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	5	8%
No	55	92%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 9: resultados obtenidos de pregunta 9 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Con esta pregunta se quiso responder el objetivo específico No. 3 y conocer la opinión de los graduandos con respecto al salario que podrían ganar una vez que hayan culminado sus estudios trabajando en una empresa pública o privada, la causa principal de porque Venezuela es uno de los países más emprendedores del mundo, es porque el ingreso percibido de los salarios en su mayoría no son suficientes para mantener un buen estilo de vida, por esta razón las personas deciden buscar una fuente de ingreso extra que los ayude económicamente.

Análisis: Al observar el gráfico 9, se obtuvo que el 92% de los graduandos encuestados estuvieron de acuerdo en que el salario de un administrador comercial recién graduado no es suficiente para ser un adulto independiente esto demuestra que casi la totalidad de los encuestados van a estar motivados a obtener ingresos económicos por otras vías que no sean la laboral. Y solo el 8% creen que el salario mínimo es suficiente.

Estos estudiantes buscarán la manera de obtener ingresos extras después de graduarse como licenciados en administración comercial deberían estar capacitados para poder emprender un negocio propio que les dé estabilidad económica.

Pregunta N.7: ¿Esta entre sus objetivos de vida jubilarse en alguna empresa que lo ayude en su vejez?

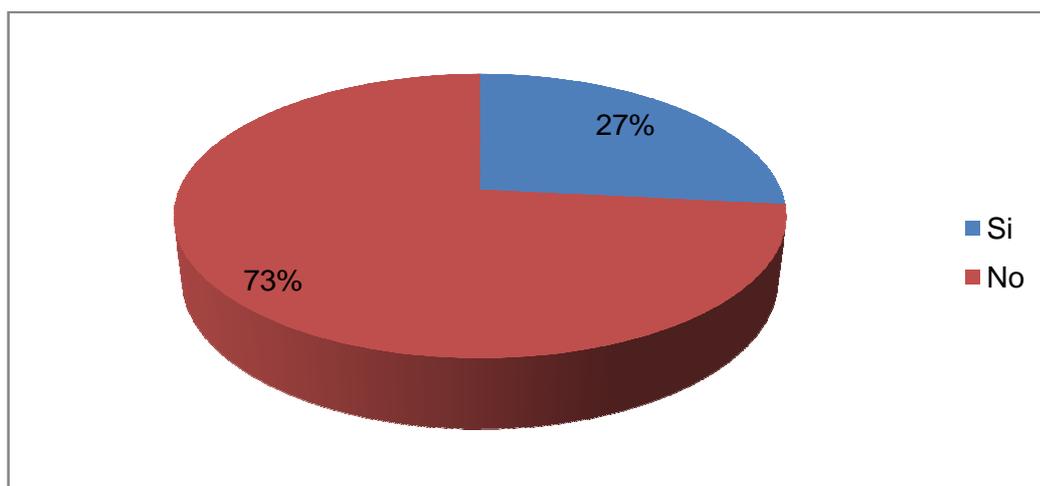
Si no

Tabla 10: resultados obtenidos de pregunta 7 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	16	27%
No	44	73%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 10: resultados obtenidos de pregunta 7 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Esta pregunta se aplicó con intención de responder al objetivo específico No. 3 y se incluyó en el cuestionario para saber cuántos estudiantes realmente tienen intenciones de ser empleados y ser parte de una empresa el tiempo suficiente como para obtener los beneficios de una jubilación, esta es una opinión muy respetada pero es todo lo contrario a lo que ofrece ser un emprendedor de negocios.

Análisis: Al observar los resultados del gráfico 10, se demostró que casi tres cuartos de los graduandos no tienen intenciones de trabajar el tiempo necesario en una empresa para obtener su jubilación, confirmando sus deseos de ser emprendedores de negocios en vez de empleados. Un 73% no desea jubilarse en una empresa que lo ayude en su vejez y solo el 27% confirmó que sí. Estos resultados se relacionan con el gráfico obtenido de la pregunta 9, ya que determinó que los estudiantes no creen que el sueldo mínimo sea suficiente.

Pregunta N.8: ¿Cuál de estas opciones define mejor al egresado de la escuela de Administración Comercial?

A.- profesional integral y capacitado capaz de laborar en puestos de trabajos de grandes empresas o de cualquier institución organismo de carácter público o privado.

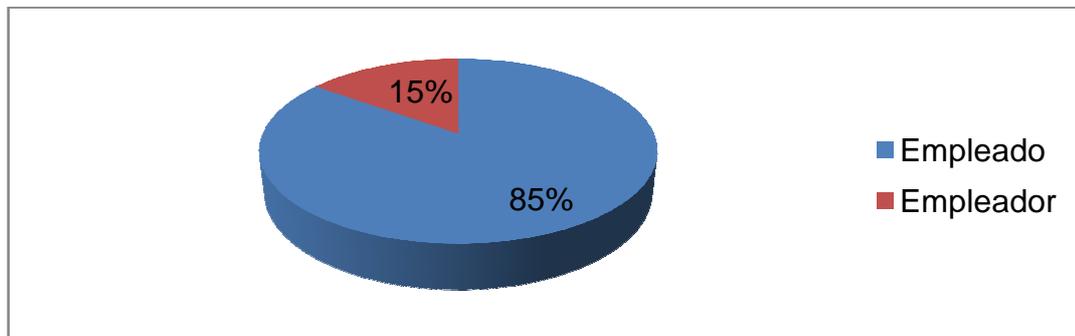
B.- profesional integral y capacitado capaz de emprender un negocio propio sustentable en el tiempo y ser independiente.

Tabla 11: resultados obtenidos de pregunta 8 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Empleado	51	85%
Empleador	9	15%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 11: resultado obtenido de pregunta 8 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Análisis: Esta pregunta se realizó con la intención de responder al objetivo específico No. 4 y conocer qué tipo de enfoque tiene los egresados de la escuela de administración comercial de la universidad de Carabobo con relación al emprendedurismo.

Con esta pregunta se logró determinar qué cantidad de graduandos comparten esta opinión, en la pregunta se les pidió que escogieran entre dos definiciones del egresado de la escuela de Administración Comercial, ambas resaltando virtudes del administrador pero en una mostrando al

egresado como el eficiente y capacitado empleado y en la otra como el exitoso emprendedor de negocios.

En el grafico 6 se puede observar el 85% de los estudiantes comparten la idea de que el perfil del egresado de la carrera de Administración Comercial se asemeja más al de profesional integral y capacitado capaz de laborar en puestos de trabajos de grandes empresas, que al de profesional integral y capacitado capaz de emprender un negocio propio sustentable en el tiempo y ser independiente, opción que represento un 15%.

Pregunta N.9: ¿Cree usted que la escuela de Administración Comercial forma más egresados con mentalidad de empleado que egresados con mentalidad emprendedora?

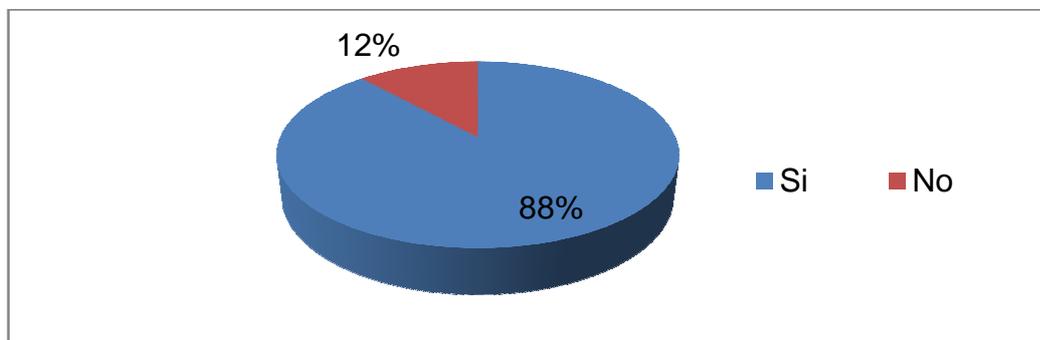
Si no

Tabla 12: resultados obtenidos de pregunta 9 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	53	88%
No	7	12%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 12: resultados obtenidos de pregunta 9 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Esta pregunta se realizó con intención de responder el objetivo específico No. 4 y evaluar si había coherencia en la respuesta de los encuestados, al igual que la pregunta 3 del cuestionario refleja la opinión de los estudiantes con relación a cómo son los egresados de la facultad de Administración Comercial y Contaduría Pública.

Análisis: al observar el gráfico No. 11 y No. 12, se obtuvo que el 85% de los graduandos consideraron en la pregunta 8 que el perfil del egresado era el de profesional integral y capacitado capaz de laborar en puestos de trabajos de grandes empresas o de cualquier institución, organismo de carácter público o privado y en esta quinta pregunta fue un 88% el porcentaje de graduandos encuestados que piensa que los estudiantes se gradúan con esa tendencia a ser empleado.

Se pudo observar que hay correlación entre las respuestas obtenidas en ambos niveles de la encuesta, solo 2 de los 60 encuestados respondieron con opiniones contradictorias dándole así un alto nivel de

confiabilidad a los resultados obtenidos en los cuestionarios aplicados para la investigación.

Pregunta N.10: Si tuviera usted que escoger entre ser empleado en una empresa de renombre importante a nivel nacional o internacional o tomar el riesgo de emprender un negocio propio donde usted esté a cargo ¿Qué escogería?

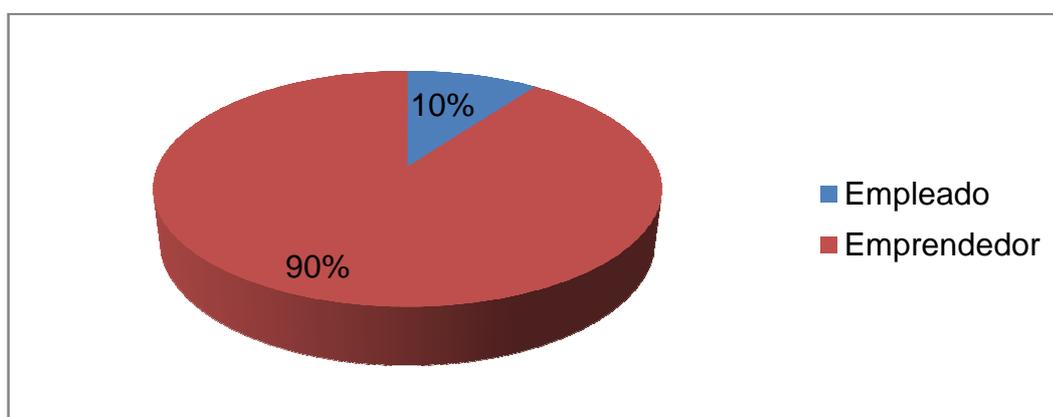
Empleado Emprendedor

Tabla 13: resultados obtenidos de pregunta 10 del cuestionario aplicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Empleado	6	10%
Empleador	54	90%
TOTAL	60	100%

Fuentes y Campodónico, (2012)

Gráfico 13: resultados obtenidos de pregunta 10 del cuestionario aplicado



Fuentes y Campodónico, (2012)

Con esta pregunta se logró responder el objetivo No. 4 de ver sin tomar en cuenta la influencia que pueda ejercer la universidad la preferencia de los egresados ante dos opciones laborales atractivas, se quiso hacer esta pregunta para comparar lo que prefieren ser los egresados de la carrera contra el enfoque tradicional que ofrece la facultad de Administración Comercial.

La pregunta ofrece dos opciones, la primera es la seguridad laboral de trabajar en una empresa de renombre e importante a nivel nacional o internacional con todos los beneficios que este trabajo pueda traer y en segundo lugar se ofrece la posibilidad de emprender un negocio que no ofrezca la seguridad laboral ni los beneficios que pueda ofrecer una empresa grande, pero a cambio la persona sería dueña y jefe de su propio negocio.

Análisis: al observar el gráfico No. 13 se obtuvo que solo 10% de los graduandos prefirieron trabajar en una empresa grande y de renombre, el resto de los encuestados, 90% en total prefirió tomar el riesgo de emprender su negocio propio, después de leer informes publicados por el instituto de educación superior administrativa (IESA) y declaraciones del Ecosistema nacional de Emprendimiento (ENE) donde sostienen que Venezuela está entre los países más emprendedores del mundo no es tan grande la sorpresa al ver que 90 por ciento de los estudiantes encuestados respondieran que preferían estar a la cabeza de una empresa propia pequeña que ser parte de una compañía mucho más grande.

Lista de Cotejo

Recursos	Presente	Ausente
Asignatura de legalidad mercantil	x	
Asignatura de estudio de mercado	x	
Asignatura de Problemática de la Administración en Venezuela	x	
Asignatura de emprendedurismo	x	
Foros de emprendedurismo		x
Concurso de emprendedurismo		x
Material bibliográfico de emprendedurismo	x	

Fuentes y Campodónico, (2012)

Para responder al objetivo específico No. 2 se realizó una lista de cotejo mediante la observación e identificación de herramientas que brinda la Universidad de Carabobo.

Análisis: Se puede observar que sí están presentes la mayoría de los recursos para la formación del emprendedor, como la asignatura de legalidad mercantil, la cual se refiere a los aspectos legales para la constitución de empresas y se basa en el estudio y análisis de las leyes del Código de Comercio.

La asignatura de estudio de mercado se puede ver en el pensum en la materia de Mercados II y en la materia Proyectos, aquí se emplean todos los métodos para realizar el estudio de mercado para determinar si es factible o no un proyecto.

La materia de Problemática de Administración en Venezuela es de suma importancia para el saber de los estudiantes de administración comercial, ya que al salir de la universidad se enfrentaran al mercado laboral el cual está afectado por una serie de problemas los cuales son importantes conocerlos.

La asignatura de emprendedurismo, es una materia electiva, siempre está presente pero no siempre hacen la apertura de la materia debido al poco quórum ya que los estudiantes no tienen interés en la misma debido al poco conocimiento de los contenidos programáticos.

Los foros de emprendedurismo están ausentes en la formación del estudiante, no existe tal motivación para la iniciativa emprendedora, en donde den a conocer personalidades exitosas que emprendan negocios propios.

Los concursos de emprendedurismo serían una fuerte influencia para la iniciativa emprendedora de los estudiantes, ya que motivan a los mismos a crear y aprovechar las habilidades y aptitudes para emprender un negocio.

El material bibliográfico está presente en la biblioteca de la facultad, en ella se pueden encontrar libros, revistas y trabajos de investigación que aporten conocimientos sobre el emprendedurismo. Algunos ejemplares disponibles son:

1. Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas emprendedoras. Autor Longenecker, Justin G., Moore Carlos W., Petty, J. William y otros. Año 2010.
2. Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. Autor: Amaru Maximiliano y Antonio Cesar. Año 2008.
3. El emprendedor de éxito. Autor Rodríguez Rafael.
4. Entrepreneurship: Emprendedores. Autor: Hisrich Robert D. Año 2005.
5. Los emprendedores no nacen, se hacen. Autor: Shesky Lloyd

Matriz de Análisis

FACTORES	DESCRIPCION
SOCIALES	Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) la población desocupada en Junio de 2012 fue de 1.001.703 personas (7,4%), De los cuales un 57% de los empleados se desempeñó en el sector formal, mientras que un 43% lo hizo en el sector informal.
ECONOMICOS	Banco Central de Venezuela (BCV) y el Instituto Nacional de Estadística (INE), la inflación anualizada a marzo registró un 25,6%.

Elaboración propia.

Para responder el objetivo específico No. 3, se realizó una matriz de análisis, mediante la revisión documental, la cual determina los factores que influyen en la iniciativa emprendedora del estudiante.

Análisis: Con respecto al factor social el crecimiento poblacional y la competencia del siglo XXI han influido en que los estudiantes sean propensos a tener una iniciativa emprendedora ya que desean ser líderes, ser independientes y lograr que sus ingresos no dependan de un ordinado.

La inflación nacional anual ha incrementado más que los sueldos y salarios anuales, esto implica que los estudiantes deseen emprender su propio negocio para contar con ingresos mayores y una mejor calidad de vida.

CONCLUSIONES

Venezuela es uno de los países que más emprendedores tiene pero este fenómeno se presenta por una característica desfavorable y es que la gran mayoría de los emprendedores lo son por necesidad más que por el hecho de ser emprendedores, la situación económica nacional ha obligado a la gente a emprender sus negocios propios para de esta manera obtener más recursos económicos, según el escritor Michael Gerber autor del libro "The E-Myth Revisited: "Why Most Small Businesses Dont Work and What to Do About it" "¿por qué la mayoría de las PYMES no funcionan y que hacer para cambiar eso?" la tasa de éxito a un plazo de cinco años de las empresas creadas por emprendedores de negocios en todo el mundo es menor al 20 por ciento dejando en evidencia que a pesar de haber muchos emprendedores no todos están capacitados o han estudiado para mantener un desarrollo sostenido en el tiempo, es esta la razón por la cual tantas empresas fracasan prematuramente.

Es muy común escuchar entre los estudiantes de la universidad comentarios que desprestigian a las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, refiriéndose a ella como el paradero de los que no pudieron en otras facultades, o de los que no saben que estudiar y es una opinión que le resta mucho prestigio a esta gran facultad, el hecho de que sean estudios sociales genera el prejuicio de que es fácil y claramente no es así.

Por otra parte, en la Universidad de Carabobo, específicamente en la Escuela de Administración Comercial se forma a los estudiantes para que sean empleados competentes en vez de emprendedores de negocios.

A pesar de que la Universidad está ofreciendo las herramientas técnicas y operativas para formar administradores capaces de crear empresas, los mismos estudiantes confirman que a su parecer el egresado de la carrera de Administración Comercial es más un buen empleado que un buen emprendedor. Se puede decir que todos estos aspectos técnicos y operativos que ofrece la carrera aplica tanto al empleado como al emprendedor, son conocimientos que comparten ambos pero en el momento de ser enseñados los ejemplos y casos de estudio en su mayoría van enfocados desde el punto de vista de un empleado.

Por esta razón, se debe considerar que hay temas de estudio a los que se le debería dar más importancia para la mejor capacitación de los egresados, como por ejemplo en los aspectos crediticios y la viabilidad financiera, de cómo conseguir recursos para incursionar en un proyecto, o los requisitos legales para la constitución de una empresa, además, se debería seguir el ejemplo de las materias mercado I y II, en el cuestionario el área donde los estudiantes se sentían más capacitados fue en la de mercado, en parte por la continuidad e importancia que se le da a esta materia. Carreras universitarias como la arquitectura, por ejemplo, presentan en su pensum de estudio entre 9 y 10 materias de diseño, esa continuidad hace a los egresados de arquitectura muy capaces en el área, sin ir muy lejos la Contaduría Pública, ve siete contabilidades reforzando así la base de su carrera, la Administración Comercial debería considerar seguir estos ejemplos y reforzar la gerencia y el emprendedurismo en sus egresados

Se debe agregar que el cambio de mentalidad que se experimenta en el décimo semestre de la carrera, en la materia de formulación y evaluación de proyectos de inversión, en la que se pretende crear un negocio propio sustentable económicamente, debe experimentarse en otra materia mucho más temprano en el pensum de estudio, y los profesores deben fomentar en sus clases el emprendimiento de negocios propios antes del trabajo para terceros.

Otro aspecto señalado por los mismos estudiantes es que los profesores de la Facultad inconscientemente plantan la idea de ser empleado a sus alumnos con frases como “cuando ustedes trabajen para una empresa”, “ustedes en una empresa no pueden darse el lujo de equivocarse” o “en el momento que quieran entrar a trabajar en alguna empresa” a esta observación no se le puede restar valor y hay que tomarla en consideración ya que este es un discurso que lo escuchan los estudiantes en los salones de clases durante cinco años o más e influye en el pensamiento de los mismos.

Se demostró que los estudiantes realmente consideran que los egresados de la carrera de Administración Comercial se integran al mercado laboral enfocados en obtener trabajos en grandes empresas y no con la perspectiva de emprender proyectos de negocios. A pesar de lo mencionado anteriormente se pudo observar que la idea de ser emprendedores de negocios está latente entre los estudiantes, negando el enfoque tradicional y conservador de la Universidad, si se compara el porcentaje de estudiantes que prefieren ser emprendedores, 90%, contra el porcentaje de estudiantes que creen que la universidad los forma como empleados, 85% se observa que puede haber inconformidad con la formación académica que los estudiantes están recibiendo, es decir, si el

90% de los encuestados prefieren ser emprendedores a empleados deberían preferir que su educación vaya enfocada a aprender cómo crear empresas exitosas antes de cualquier otra cosa.

Del mismo modo, la opinión que mas prevalece de los estudiantes con respecto al perfil del egresado de la carrera de Administración Comercial es la que sostiene que los administradores comerciales egresados de la Universidad de Carabobo son profesionales capaces de desempeñar cargos en empresas grandes o pequeñas, privadas o públicas de la mejor manera posible, la escuela de administración comercial y contaduría pública ofrece un pensum de estudio que le da al estudiante las herramientas necesarias para ser exitoso en el campo laboral. No obstante hay que considerar que el calificativo de emprendedor está excluido del perfil del egresado en administración comercial de la Facultad, en ningún momento se señala que el egresado este preparado para desarrollar proyectos de negocios personales.

La idea de tener un negocio propio es una idea muy tentadora, mucha gente preferiría emprender un negocio antes de trabajar para un tercero pero siempre existe el riesgo del fracaso, es por esta razón que mucha gente prefiere proteger su economía trabajando en alguna empresa que le ofrezca seguridad laboral sueldo y beneficios, además, según las encuestas aplicadas están mejor preparados para ser trabajadores pero si se lograra que los egresados de la carrera Administración Comercial tengan una educación encaminada a la formación de empresas y que estos al graduarse se sientan más seguros administrando una empresa propia que trabajando para un tercero, el porcentaje de éxito de empresas nuevas que pasen un periodo de cinco años aumentaría. Ya que emprendedores realmente capacitados están

formando negocios estables y sustentables en el tiempo generando nuevos puestos de trabajo, mejorando el mercado y colaborando con la economía nacional.

Si aumentara el número de materias del pensum de estudio que refuercen el conocimiento con relación a la creación de empresas y estas materias se vieran de forma progresiva a lo largo de los semestres y no solo en la parte final de la carrera los estudiantes percibirían que están siendo educados de una manera diferente, que los están formando para que sean emprendedores, sumado a esto se debe agregar que los profesores deben cambiar su discurso conservador y dirigir sus clases en un sentido más emprendedor y no tan conservador como es en la actualidad

Este cambio de paradigma traería muchos beneficios, en primer lugar los estudiantes cumplirían con sus expectativas de ser emprendedores de sus propios negocios, en segundo lugar los egresados estarían mejor capacitados para mantener un negocio propio y el porcentaje de empresas que según el escritor Michael Gerber fracasan antes de los cinco (5) años de su fundación disminuiría, en tercer lugar, estas nuevas empresas generarían nuevos puestos de trabajo que ayudarían a reducir el desempleo en Venezuela, Como cuarto beneficio se puede mencionar que la universidad de Carabobo obtendría el reconocimiento por ofrecer egresados capaces de mejorar la economía nacional y el pensum de estudio se enriquecería mucho más retirando un poco el prejuicio de que la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales es la facultad donde estudian los que no pudieron estudiar en otras facultades e infinidad de beneficios que conlleva el cambio de una mentalidad conservadora a una innovadora como la del emprendedurismo.

Por esta razón se deberían seguir los pasos de las grandes Universidades de negocios del mundo al ofrecer más pequeñas y medianas empresas en vez de más desempleados, de esta manera no solo el beneficiario será el estudiante por recibir la motivación y educación necesaria para ser un emprendedor sino que también ayuda a la economía nacional por la generación de empleo.

RECOMENDACIONES

Tomar esta investigación como un antecedente para posibles reformas del pensum, una de las cuales podría ser incrementar las horas de estudio de asignaturas que contribuyan a la formación de empleadores, restándole horas de estudio de asignaturas operativas y técnicas, como una reducción de la parte contable ya que hoy en día la parte contable es desarrollada con ayuda de sistemas tecnológicos, los cuales nunca fueron estudiados a lo largo de la carrera.

Es necesario mantener contacto con grandes y exitosos empleadores que comenten sus anécdotas y logros, para que los estudiantes puedan observar y tener referencias de otro punto de vista en cuanto a la administración comercial enfocada al emprendedurismo, esto se podría lograr a través de conferencias ofrecidas dentro de la Universidad, invitando a algún exitoso emprendedor.

La misión y visión de la escuela de Administración Comercial debe incluir el emprendedurismo como una de las características de la formación del estudiante, ya que el administrador egresado debe ser capaz de crear y emprender su propio negocio.

LISTA DE REFERENCIAS

Alcaraz Rafael (2006) EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO. México. Editorial Mc Graw Hill. 3ra Edición.

Anzola, Servulo (2003) EL IMPACTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA. México. Editorial La Paz.

Arias, F. (2006). EL PROYECTO DE INVESTIGACION: INTRODUCCION A LA METODOLOGIA CIENTIFICA. Venezuela. Editorial Episteme.5ta Edición.

Arias O y Fidias G. (1999) EL PROYECTO DE INVESTIGACION: GUIA PARA SU ELABORACION. Caracas. Editorial Episteme. 3ra Edición.

Bejarano, Jesús Antonio (1995) LA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD EL CASO DEL SECTOR AGROPECUARIO. Colombia. Editorial Santafé de Bogotá.

Briones, G. (1990) METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION PARA LAS CIENCIAS SOCIALES. México. Editorial Triallas. 3ra Edición.

Celis M. y Casamayor C. (2008) EMPRENDEDURISMO: ABORDAJE DEL CAMBIO DE PARADIMA EN LA FORMACION DE ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION COMERCIAL Y CONTADURIA PUBLICA DE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO. Valencia. Revista Ciencias de la Educación, (n31), pp 14-32.

Chiavenato Idalberto (2004) INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION, México. Editorial Mc Graw Hill. 3ra Edición.

Congreso Nacional Código (1995). Código de Comercio de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de Venezuela Extraordinaria N° 475. Diciembre 21, 1955. Caracas.

Asamble Nacional (1999). Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.860. Diciembre 30, 1999. Cararas.

Covey Stephen R. (1989) LOS 7 HABITOS DE LA GENTE ALTAMENTE EFECTIVA. Estados Unidos. Editorial Paidos,

Galindo D, Castro L. y bermudez E. (2010) SEMILLERO DE EMPRENDEDORES DE LA UCV: UNA INICIATIVA DE EGRESADOS DE

LA UCV PARA LA UCV, caracas (documento en línea disponible)
http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/vrac/documentos/Curricular_Documentos/Evento/Ponencias_2/Galindo_dilia.pdf

Hernández Sampieri (2007) METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. México. Editorial Mc Graw Hill. 5ta Edición.

Hurtado y Toro (2000) PARADIGMAS Y METODOS DE INVESTIGACION EN TIEMPOS DE CAMBIOS. Venezuela. Editorial Episteme.5ta Edición.

John Kao (1989) JAMMING: THE ART AND DISCIPLINE OF BUSINESS CREATIVITY. Estados Unidos. Editorial Harpercollins. 1ra Edición.

Méndez, C. (2001). METODOLOGÍA: DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN. Bogotá. D.C. Colombia. Editorial Mc Graw – Hill Interamericana. 3da Edición.

Morris, M. y Kuratko, D. (2002) CORPORATE ENTREPRENEURSHIP. Estados Unidos. Editorial Harcourt Pub.

Ortega, O (2009) SOBRE LA NECESIDAD DE REFORMAR LOS ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO. Maracay, impreso en los servicios gráficos facultad de agronomía universidad central de Venezuela primera edición.

Rebate C. y Fernández A. (2011) LAS RUEDAS MAGICAS DE LA CREATIVIDAD. España. Editorial Plataforma.

Raúl García-Durán (2005) CATORCE TEMAS PARA ENTENDER LA ECONOMIA, Capítulo 7 Pleno empleo, crisis e inflación. España. Editorial de la Universidad Autónoma de Barcelona. 1ra Edición.

Schollhammer Hans (1980) ANALYSIS AND ASSESSMENT OF INTERNAL CORPORATE ENTREPRENEURSHIP STRATEGIES. Estados Unidos. Editorial Ucla 1ra Edición.

Schumpeter, Joseph A. (1961). BUSINESS CYCLES. Estados Unidos. Editorial Göttingen.

Steinhoff, D y Burgess, J (1993) SMALL BUSINESS MANAGEMENT FUNDAMENTALS. Estados Unidos. Editorial Mc Graw – Hill. 6ta Edición.

Tamayo, M. (1993) DICCIONARIO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA. México. Editorial Limusa. 2da Edición.

Tamayo y Tamayo, M. (2001). EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. México. Editorial Limusa S.A. 4ta Edición.

ANEXOS

Cuadro 2: Cuadro Técnico - Metodológico de Operacionalización de Variables

Objetivos Específicos	categorías variables	Definición Variables	Indicadores	Técnicas	Instrumentos	Fuentes
Descubrir las herramientas que brinda la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, para el progreso de los estudiantes que tienen la iniciativa emprendedora.	Herramientas que brinda FACES: 1.- Materias 2.- Talleres 3.- Foros 4.-Material Bibliográfico	1.- buscar relacion entre las materias que debe aprobar el estudiante de Administración Comercial y el emprendedurismo. 2.- talleres de emprendedurismo que ofrece la FACES. 3.-Foros de emprendedurismo que ofrece la FACES. 4.- material bibliografico de emprendedurismo disponible en la Biblioteca de la FACES.	1.- Pensum. 2, 3.- Calendario de eventos, referencias. 4.- Software de la Biblioteca.	Observación.	Lista de cotejo.	Estudiantes del 9no y 10mo semestre de la escuela de administracion comercial de FACES UC
Determinar los elementos que influyen en los estudiantes a tener una iniciativa emprendedora.	Elementos influyentes: 1.- Social 2.- Economico	1.- Aspectos de la sociedad Venezolana que influyen en el emprendedurismo. 2.-Aspectos Economicos que afectan al Venezolano en el emprendimiento.	1.- Nivel de desempleo. 2.- Capacidad adquisitiva.	Revisión Documental.	Matriz de Analisis.	Libros. Articulos. Publicaciones. Web.
Señalar la diferencia en la motivación al emprendimiento de negocios dependiendo del turno de estudio del estudiante (mañana, tarde, noche)	1.-necesidad laboral del estudiante. 2.- posición laboral actual.	1.- ayuda a la clasificación de los estudiantes. 2.- define la cantidad de estudiantes desempleados, empleados y emprendedores.	1.-Edad del estudiante/posición económica. 2.- Ocupación	Encuesta.	Cuestionario.	Estudiantes del 9no y 10mo semestre de la escuela de administracion comercial de FACES UC
Mostrar la percepción de iniciativa emprendedora de los estudiantes de 9no y 10mo semestre de la Escuela de Administración Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.	1.- Percepción de iniciativa emprendedora.	1.- motivación presente en los estudiantes de ultimo año en la FACES-UC a emprender un negocio propio.	1.- Grado de percepción de los estudiantes.	Encuesta.	Cuestionario.	Estudiantes del 9no y 10mo semestre de la escuela de administracion comercial de FACES UC

