

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE AGRONOMÍA  
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**



**TRABAJO DIRIGIDO**

**“EVALUACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL  
ALUMNADO UNIVERSITARIO DE LA CARRERA DE  
INGENIERÍA AGRONÓMICA”**

**MARCELO ALEJANDRO ALVAREZ MOSCOSO**

**La Paz - Bolivia  
2012**

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE AGRONOMÍA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**

**“EVALUACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO  
DE LA CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA”**

*Trabajo Dirigido presentado como requisito parcial  
para optar el Título de  
Ingeniero Agrónomo*

**MARCELO ALEJANDRO ALVAREZ MOSCOSO**

**Asesor:**

Ing. M.Sc. Victor Eduardo García Massa .....

**Revisores:**

Ing. Ramiro Augusto Mendoza Nogales .....

Ing. Edwin Eusebio Yucra Sea .....

**Aprobado**

**Presidente Tribunal Examinador** .....

**La Paz – Bolivia**  
**2012**

Dedicatoria:

⊕ *A mi Dios:  
Que es la guía de mi vida*

⊕ *A mis padres:  
En especial a mi Abuelita por su inquebrantable fe, dedicación y amor, ahora desde el  
cielo.*

*A mi ejemplar Padre, por su nobleza de corazón y cuyo accionar hizo de mí un hombre  
de bien, y que seguro guarda de mí desde el cielo.*

*Al ser más sublime e imagen de Dios, mi madre, tesoro en la tierra que deseo conservar  
para siempre.*

*A toda mi amada familia, mis queridos sobrinos Mauricio, Josué y Andresito.*

⊕ *A mi querida Facultad de Agronomía:  
A mis compañeros, amigos y docentes que supieron inculcar el don del saber y servir.*

## INDICE GENERAL

	<u>Páginas</u>
<b>I. INTRODUCCION.....</b>	<b>18</b>
1.1. <b>Planteamiento del Problema.....</b>	<b>19</b>
1.2. <b>Justificación del Trabajo Dirigido.....</b>	<b>21</b>
1.3. <b>Objetivos.....</b>	<b>22</b>
1.3.1. <b>Objetivo General.....</b>	<b>22</b>
1.3.2. <b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>22</b>
1.4. <b>Metas.....</b>	<b>23</b>
<b>II. MARCO TEORICO.....</b>	<b>24</b>
2.1. <b>Marco Conceptual de Emprendimiento.....</b>	<b>24</b>
2.2. <b>Concepto de Emprendedor.....</b>	<b>24</b>
2.3. <b>Características del Emprendedor.....</b>	<b>26</b>
2.4. <b>Tipos de Emprendedores.....</b>	<b>30</b>
2.5. <b>Modelos de Emprendimiento.....</b>	<b>31</b>
2.5.1. <b>Modelo de los rasgos personales.....</b>	<b>32</b>
2.5.2. <b>Modelo del Potencial emprendedor.....</b>	<b>33</b>
2.5.3. <b>Modelo de Shapero, el evento emprendedor.....</b>	<b>33</b>
2.5.4. <b>Modelo GEM.....</b>	<b>34</b>
2.5.5. <b>Modelo Revisado del GEM.....</b>	<b>34</b>
2.5.6. <b>Modelo de Veciana, los factores precipitantes.....</b>	<b>35</b>
2.6. <b>Actividad Emprendedora en Bolivia .....</b>	<b>37</b>
2.7. <b>El Perfil de los Emprendedores en Bolivia.....</b>	<b>39</b>
2.7.1. <b>Género.....</b>	<b>40</b>
2.7.2. <b>Edad.....</b>	<b>41</b>
2.7.3. <b>Nivel de Educación.....</b>	<b>42</b>
2.7.4. <b>Situación Laboral de los Emprendedores.....</b>	<b>44</b>
2.7.5. <b>Capacitación para el Emprendimiento en Bolivia.....</b>	<b>46</b>

2.7.6.	Proveedores de Capacitación en Bolivia.....	46
2.8.	El Entorno Emprendedor en Bolivia.....	48
2.8.1.	Factores que potencian o limitan el papel de los emprendedores....	49
2.9.	Educación Emprendedora a Nivel Universitario.....	52
2.9.1.	Actividad Emprendedora en la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA).....	53
2.9.2.	La UMSA, la Fundación Maya y su potencial de innovación y desarrollo emprendedor .....	57
2.9.3.	La UMSA y el Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE).....	59
2.9.4.	Impacto alcanzado por el Concurso de Ideas Innovadoras y Base Tecnológica “Innova San Andrés”-UMSA.....	61
2.9.5.	La formación emprendedora de la Facultad de Agronomía de la Universidad Mayor de San Andrés.....	63
<b>III.</b>	<b>SECCION DIAGNOSTICO.....</b>	<b>64</b>
3.1.	<b>Materiales y Métodos.....</b>	<b>64</b>
3.1.1.	<b>Localización - Ubicación.....</b>	<b>64</b>
3.1.2.	<b>Características de la Facultad de Agronomía - UMSA.....</b>	<b>65</b>
3.1.3.	<b>Materiales.....</b>	<b>66</b>
3.1.4.	<b>Metodología.....</b>	<b>67</b>
3.1.4.1.	<b>Procedimiento del Trabajo.....</b>	<b>69</b>
3.1.4.2.	<b>Variables de Estudio.....</b>	<b>72</b>
<b>IV.</b>	<b>SECCION PROPOSITIVA.....</b>	<b>73</b>
4.1.	<b>Aspectos Propositivos.....</b>	<b>73</b>
4.2.	<b>Análisis de Resultados.....</b>	<b>79</b>
4.2.1.	<b>Análisis de los Resultados de los factores que influyen en la propensión a crear empresa.....</b>	<b>79</b>

4.2.2.	Análisis de los Resultados que determinan el impacto emprendedor en la disposición al autoempleo.....	83
4.2.3.	Análisis de Resultados de los Lineamientos Estratégicos para promover la Cultura Emprendedora.....	104
V.	SECCION CONCLUSIVA.....	107
VI.	RECOMENDACIONES.....	110
VII.	BIBLIOGRAFIA.....	112
VIII.	ANEXOS.....	118

## RESUMEN

En este mundo globalizado, donde la necesidad de cada país es mantener o mejorar la calidad de vida de sus habitantes, es cada vez imprescindible la calidad de la formación académica en las Universidades y la generación de competencias técnicas empresariales e innovadoras en los estudiantes.

Por lo tanto el presente estudio hace hincapié en la evaluación del perfil emprendedor del alumnado universitario como agente de innovación y creación de empresas en la carrera de Ingeniería Agronómica.

Este estudio se desarrollo siguiendo el Modelo del profesor Veciana en el que se plantea los factores principales que condicionan la creación de una empresa distinguiendo los “*factores fundamentales*”, antecedentes y atributos personales de la figura de la persona emprendedora, a la organización incubadora y al entorno, y los “*factores precipitantes*”, insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa (Veciana, 1988).

La aplicación de este modelo se enfoco en los 4 espacios: personal, familiar, socio laboral y de formación universitaria y se suministró a través de encuestas estructuradas auto administradas a 89 estudiantes del 9º y 10º semestre de la carrera de la gestión II/2011.

Así mismo con la necesidad de equilibrar el estudio, no solo se enfoco a estudiantes si no también a docentes y autoridades facultativas como a un experto en la materia, a través de entrevistas guiadas.

El resultado fue determinante en la identificación del perfil emprendedor de los estudiantes, donde los estudiantes independientemente de la edad, genero, procedencia o domicilio si son afectados por los factores precipitantes en un 85% y el resto por los factores fundamentales.

Los motivos para no emprender están dados por los factores fundamentales; 88% que se refiere al entorno y atributos personales y un 12% por el deterioro del medio

La mitad de la población estudiantil señala la creciente necesidad y demanda agroalimentaria, la accesibilidad a tecnología y financiamiento, como factores estimulantes para la creación de empresas.

Es dependiente al tiempo para la creación de empresa, dándose un lapso de 1 a 2 años en la conformación de su empresa en su generalidad.

Los espacios: familiar, socio laboral y formación universitaria si inciden en la intensidad emprendedora de los estudiantes.

## **ABSTRACT**

In this globalized world, where the need for each country to maintain or improve the quality of life of its inhabitants, is becoming essential quality academic education in universities and generating business expertise and innovative students.

Therefore, the present study emphasizes the entrepreneurial profile assessment of university students as agents of innovation and entrepreneurship in the race of Agricultural Engineering.

This study was developed on the model of teacher Veciana which posed the major factors that influence the creation of a joint distinguishing the "fundamentals", background and personal attributes of the figure of the entrepreneur, incubator and the organization the environment, and the "precipitating factors", dissatisfaction or deterioration of the role and the opportunity or the need to create a company (Veciana, 1988).

The application of this model is focused on four areas: personal, family, work and training partner university and delivered through structured self-administered surveys to 89 students of 9th and 10th semester of II/2011 management.

Likewise with the need to balance the study, not only focused students but also to teachers and facultative authorities as an expert in the field, through guided interviews.

The result was decisive in identifying the entrepreneurial profile of the students, where students regardless of age, gender, origin or domicile if they are affected by the precipitating factors in 85% and the rest by fundamental factors.

The reasons for not undertaking are given by fundamental factors, 88% referred to the environment and personal attributes and 12% by the deterioration of the

Half of the student population indicates the growing need and demand for agribusiness, accessibility to technology and financing, as stimulating factors for entrepreneurship.

It is dependent on the time for the creation of business, giving a period of 1-2 years in shaping their company in its generality.

Spaces: Family, work and formacpon partner university if they influence the entrepreneurial intention of students.

## INDICE DE FIGURAS

	<u>Página</u>
<b>Figura 1. Estructura del empleo y su participación en el PIB. Fuente: Sousa, Alarcón y Dorado (2009).....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 2. Esquema del Plan Estratégico de Desarrollo Emprendedor Universitario Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 3. Factores Hereditarios y Adquiridos en la Capacidad Empresarial. Fuente: Gonzales, M. 2003. Elaboración Propia.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 4. Modelo de Veciana. Fuente: Elaboración propia a partir de Veciana (2001) .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora en etapas iniciales – TEA para los 43 países en el 2008, por fase de desarrollo económico. Fuente: Reporte GEM 2008 Bolivia. Elaboración Propia.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 6. Distribución de Emprendedores según Motivación y Género en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 7. Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación y edad en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 8. Distribución de Emprendedores en etapas iniciales según motivación y educación en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 9. Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según nivel educativo en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>43</b>
<b>Figura 10. Diferencias en las motivaciones para emprender según educación y género en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 11. Distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales según tipo de empleo en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 12. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>46</b>

<b>Figura 13. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar según tipo de proveedor en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 14. Detalle de otras fuentes de Capacitación de la población adulta que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 15. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio y después de su educación escolar según género en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 16. Situación del entorno emprendedor. Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 17. Factores que Potencian el Emprendimiento en Bolivia, según opinión de Expertos. Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 18. Factores que Limitan el Emprendimiento en Bolivia, según opinión de Expertos. Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 19. Acciones prioritarias para fomentar el emprendimiento en Bolivia, según opinión de Expertos. Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 20. Categorías de Formación Empresarial. Fuente: Liñán 2004. Elaboración Propia.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 21. Estructura de Demanda versus oferta de profesionales, La Paz, 2006. Fuente: Memoria de la Fundación MAYA, 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 22. Proporción de estudiantes con probabilidad de iniciar su empresa. Fuente: Memoria de la Fundación MAYA, 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 23. Impacto Social esperado con la Fundación Maya. Fuente: Memoria de la Fundación MAYA, 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 24. Proyección del CIDE, La UMSA y la Fundación MAYA en el desarrollo emprendedor. Fuente: Periódico El Diario, 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 25. Facultades Inscritas en el 4º Concurso de Ideas Innovadoras – UMSA. Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011. Elaboración Propia.....</b>	<b>61</b>

<b>Figura 26. Ideas Presentadas de acuerdo al número de Componentes en el 4º Concurso de Ideas Innovadoras – UMSA. Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011. Elaboración Propia.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 27. Ideas de acuerdo al Tipo de Componente, según el 4º Concurso de Ideas Innovadoras – UMSA. Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011. Elaboración Propia.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 28. Clasificación por Solución- 4º Concurso de Ideas Innovadoras – UMSA. Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011. Elaboración Propia.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 29. Ubicación de la Facultad de Agronomía – UMSA. Fuente: Maps Google, 2012. Elaboración Propia.....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 30. Interacción de los espacios que impacta en el perfil emprendedor. Fuente: Veciana, 1988.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 31. Descripción de la muestra por género. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>79</b>
<b>Figura 32. Edad del encuestado (Años). Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>79</b>
<b>Figura 33. Lugar de Vivienda. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>80</b>
<b>Figura 34. Lugar de nacimiento. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>81</b>
<b>Figura 35. Factores que favorecen la creación de una nueva empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>82</b>
<b>Figura 36. Factores que dificultan la creación de una nueva empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>83</b>
<b>Figura 37. Motivos Importantes para la creación de una empresa propia. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>84</b>
<b>Figura 38. Motivos muy importantes para la creación de una empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>85</b>
<b>Figura 39. Obstáculos importantes para la creación de una empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>85</b>
<b>Figura 40. Obstáculos muy importantes para la creación de una empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>86</b>
<b>Figura 41. Encuesta por Género frente al deseo de crear empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>87</b>

<b>Figura 42. Edad del encuestado frente al deseo de crear empresa.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>87</b>
<b>Figura 43. Grado de dificultad de crear empresa en la actualidad. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>88</b>
<b>Figura 44. Intensión de Crear empresa en tiempos determinados.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>89</b>
<b>Figura 45. Evaluación del Espíritu Emprendedor y el deseo de crear empresa Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>90</b>
<b>Figura 46. Evaluación del perfil emprendedor frente al deseo de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 10. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>90</b>
<b>Figura 47. Evaluación del Espíritu Emprendedor y el pensamiento de crear empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 48. Evaluación del perfil emprendedor y el pensamiento de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 10. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 49. Profesión del padre frente a la intensión de crear empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>92</b>
<b>Figura 50. Profesión de la madre frente a la intensión de crear empresa. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>92</b>
<b>Figura 51. Determinación de empresarios en el núcleo familiar. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>94</b>
<b>Figura 52. Valoración de los Empresarios frente a la intensión de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 5.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>95</b>
<b>Figura 53. Valoración de los profesionales frente al deseo de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 7. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>95</b>
<b>Figura 54. Valoración de las Profesiones en Específico en una Escala de Likert de 1 a 7.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>96</b>
<b>Figura 55. Sectores Económicos frente a la intensión de crear empresa.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>97</b>
<b>Figura 56. Experiencia laboral de los encuestados.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 57. Experiencia profesional de los encuestados por actividad o sector económico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>98</b>

<b>Figura 58. Experiencia profesional en tiempo de los encuestados. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 59. Experiencia de participación en diferentes actividades de la sociedad. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 60. Actividades y Prácticas Emprendedoras en la Facultad.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 61. Consideración de que si debe existir la materia Innovación, Emprenderismo y Desarrollo empresarial.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 62. Materias consideradas de mayor utilidad en el fomento de vocaciones emprendedoras o creación de empresas.Fuente: Elaboracion Propia.....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 63. Actividad que realizaran los encuestados cuando egresen de la Carrera. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>102</b>
<b>Figura 64. Relación de los que realizaran una propuesta de tesis, trabajo dirigido o buscaran un trabajo cuando egresen frente a la intención de crear empresa Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 65. Actividad que realizaran los encuestados cuando se titulen de la Carrera. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 66. Relación de los que Trabajan o se asociaran una vez titulados frente a la intención de crear empresa.Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>104</b>

## INDICE DE CUADROS

Página

<b>Cuadro 1. Características del Perfil Emprendedor. Fuente: Sánchez Almagro (2003).....</b>	<b>27</b>
<b>Cuadro 2. Porcentaje Sectores económicos de los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según género en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>41</b>
<b>Cuadro 3. Distribución de Emprendedores según motivación y situación laboral en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008. Elaboración Propia.....</b>	<b>45</b>
<b>Cuadro 4. Evolución del Innova San Andrés. Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011. Elaboración Propia.....</b>	<b>63</b>
<b>Cuadro 5. Ficha Técnica del Proceso Metodológico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>71</b>
<b>Cuadro 6. Descripción de las Variables de Estudio en función a los Objetivos Específicos. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>72</b>
<b>Cuadro 7. Resumen de Resultados en relación al Primer Objetivo Específico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>73</b>
<b>Cuadro 8. Resumen de Resultados del Espacio Personal en relación al Segundo Objetivo Específico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>74</b>
<b>Cuadro 9. Resumen de Resultados del Espacio Familiar en relación al Segundo Objetivo Específico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>75</b>
<b>Cuadro 10. Resumen de Resultados del Espacio Socio - Laboral en relación al Segundo Objetivo Específico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>75</b>
<b>Cuadro 11. Resumen de Resultados del Espacio Formación Universitaria en relación al Segundo Objetivo Específico. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>76</b>
<b>Cuadro 12. Resumen de Respuestas a Preguntas del Contexto Emprendedor de la Carrera realizada a las Autoridades Facultativas y experto en Emprendimiento Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>77</b>
<b>Cuadro 13. Resumen de Respuestas a Preguntas de Líneas Estratégicas en Emprendimiento de la Carrera realizada a las Autoridades Facultativas y experto en Emprendimiento. Fuente: Elaboración Propia.....</b>	<b>78</b>

## INDICE DE ANEXOS

Página

<b>Anexo 1. Cuestionario o Encuesta.....</b>	<b>118</b>
<b>Anexo 2. Entrevistas Guiadas o Focalizadas para el experto en la materia.....</b>	<b>122</b>
<b>Anexo 3. Entrevistas Guiadas o Focalizadas para las autoridades facultativas.....</b>	<b>123</b>
<b>Anexo 4. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Decano de la Facultad de Agronomía.....</b>	<b>124</b>
<b>Anexo 5. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Vice - Decano de la Facultad de Agronomía (de la pregunta 1º a la 4º).....</b>	<b>125</b>
<b>Anexo 6. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Vice - Decano de la Facultad de Agronomía (de la pregunta 5º a la 7º).....</b>	<b>126</b>
<b>Anexo 7. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Director de Carrera.....</b>	<b>127</b>
<b>Anexo 8. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada a la Coordinadora del Plan Extraordinario de Titulación de Antiguos Estudiantes No Graduados (PETAENG) y Ex Vicedecana.....</b>	<b>128</b>
<b>Anexo 9. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Docente de la materia Innovación y Desarrollo Empresarial de Carrera de Ingeniería Industrial de la UMSA y fundador del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE) y de la Fundación MAYA .....</b>	<b>129</b>
<b>Anexo 10. Fotografías del Trabajo de Campo (1ª parte).....</b>	<b>130</b>
<b>Anexo 11. Fotografías del Trabajo de Campo (2ª parte).....</b>	<b>131</b>

# **“EVALUACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA”**

## **I. INTRODUCCIÓN**

La Universidad Mayor de San Andrés y la Facultad de Agronomía, dentro de sus objetivos esenciales de formar profesionales con vocación de servicio, tiene como fin incentivar la producción agrícola sostenible, forjando competencias técnicas e incentivando a los estudiantes a la generación de empresas con un significativo aporte al aparato productivo del país.

Actualmente la conducta emprendedora despierta un fuerte interés en muchos ámbitos sociales y económicos, tanto porque es una alternativa laboral (autoempleo) para la gran cantidad de egresados universitarios, así como por sus beneficios asociados: mayor innovación comercial, aumento de la riqueza y creación de empleo (Reynolds, et.al.1999).

Las universidades se han visto obligadas a reaccionar y dar respuesta a las exigencias que le imponen la sociedad y las nuevas relaciones económicas.

La reciente “*universidad emprendedora*” es definida ahora como la institución que capitaliza o comercializa el conocimiento, haciendo que éste sea utilizado por el sector empresarial y la sociedad (Etzkowitz, et.al.2000).

Así, la universidad ya no se limita solamente a la formación, investigación y transmisión cultural, sino que además debe contribuir al crecimiento económico social de las regiones o del área geográfica en la que está inmersa. (Branscomb, et.al. 1999).

La relación entre la educación y la creación de empresas ha sido estudiada por la literatura internacional desde distintas perspectivas y enfoques, como ser el

análisis de la relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender (Cowling y Taylor, 2001).

Estos estudios documentan que la educación formal universitaria aumenta significativamente las competencias emprendedoras (Brown y Galloway, 2002).

La Universidad Mayor de San Andrés a través de diferentes programas e iniciativas para despertar el espíritu emprendedor del alumnado, ha iniciado una campaña en pro del desarrollo emprendedor empresarial, como ser por ejemplo el concurso de Innova San Andrés, el mismo que tuvo diferentes impactos.

En ese contexto el conocer el perfil emprendedor del universitario es fundamental para definir programas académicos, incentivos, y sobre todo cumplir con la misión de la sociedad encomendada a las universidades públicas de formar profesionales idóneos, emprendedores e identificados con las demandas sociales y económicas del país.

### **1.1. Planteamiento del Problema**

Actualmente no se tiene un estudio referido a la evaluación del perfil emprendedor del alumnado universitario de la carrera de Ingeniería Agronómica, de los factores que motivan su conducta emprendedora y su impacto en el desarrollo económico – social.

Lo que no permite conocer las aptitudes y competencias del estudiante, bajo el cual se podría generar planes o programas que orienten a la conducta emprendedora como factor estratégico motivador del autoempleo y creación de empresas.

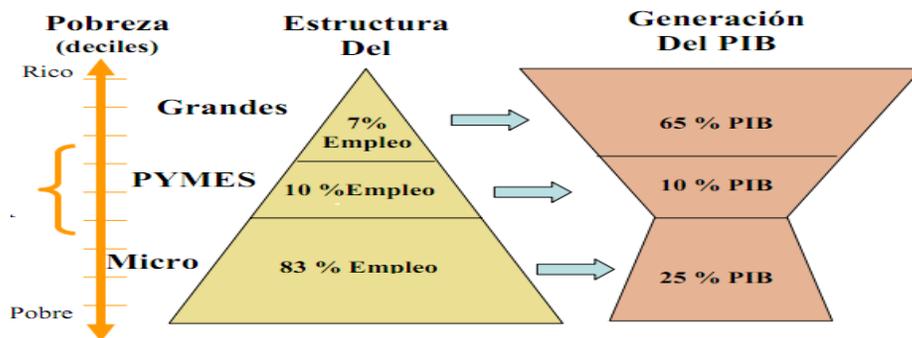
El impacto de la actividad emprendedora con relación al producto interno bruto (PIB) es determinante en Bolivia, como lo menciona Sousa, Alarcón y Dorado (2009), al mencionar que en Bolivia existen aproximadamente 600 000 PYMES y dan empleo a más de 2 millones de trabajadores. Además, los sectores de mayor

número de empleo son la industria ligera y principalmente de confecciones, textiles, comercio minorista así como importadoras y agricultores.

Estiman que las Mypymes representan el 95% del total de empresas del país y generan aproximadamente el 90% del empleo privado.

Respecto al comercio exterior, más de mil micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) venden sus productos a más de 80 países y, sin tomar en cuenta el sector de ventas tradicionales, generan el 10 % de las exportaciones y crean el 82 % de fuentes de empleo. Pero para vender sus productos al exterior se asocian con las empresas exportadoras.

La estructura del empleo y la generación al PIB se observa en la figura siguiente:



**Figura 1. Estructura del empleo y su participación en el PIB.**  
Fuente: Sousa, Alarcón y Dorado (2009)

Se concluye; en Bolivia, las microempresas, pequeñas y medianas empresas constituyen un potencial importante para el mejoramiento de los ingresos y la creación de empleo para los grupos de población marginada.

Una barrera para el desarrollo de este potencial es la limitada demanda interna y externa de su producción, la oferta de créditos y de servicios no financieros, como la capacitación, el asesoramiento empresarial, la información, la participación de ferias, etc.

CEPAL Naciones Unidas (2009) muestra que las debilidades de las PYMES de Bolivia son la falta de Capacitación, Acceso a tecnología, financiamiento y normativa específica que apoye al desarrollo de estas Pymes.

Por lo que si no se genera profesionales emprendedores, con visión de aportar al aparato productivo del país, se corre el gran riesgo de incrementar el desempleo, desincentivar la creación y formalización de empresas, y por efecto directo afectar a la situación socio economía del país.

## **1.2. Justificación del Trabajo Dirigido**

Recientes investigaciones llevadas a cabo en países de América Latina, muestran que aproximadamente el 50% de los emprendedores más dinámicos son graduados universitarios (Kantis et al, 2002), dando indicios para afirmar la enorme influencia de la educación en el desarrollo de la conducta emprendedora (Braidot, 2001), demostrando su necesidad de estudio y, principalmente en Bolivia, en donde no se ha encontrado ninguna referencia específica.

Frente a todo lo expuesto, y debido a que las investigaciones teóricas muestran que las universidades juegan un papel clave en el desarrollo de nuevas empresas y empresarios en sus respectivas áreas de influencia es necesario e impostergable investigar las aptitudes y actitudes emprendedoras de los alumnos universitarios, identificar su perfil y determinar los principales factores de influencia en su desarrollo.

Así mismo el entorno político, económico y social en nuestro país, exige un mayor protagonismo emprendedor de sus profesionales Ingenieros Agrónomos, a través de la promulgación de la Ley de Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria (Ley N° 144, 26 de Junio del 2011).

Del cual se extrae el *Art. 21. Política de Innovación Agropecuaria y Forestal*, donde: donde las universidades, institutos técnicos y tecnológicos, escuelas superiores tecnológicas y otras instituciones públicas, privadas y comunitarias que

desarrollan innovación productiva, deberán realizar investigaciones en el marco de las prioridades estatales en coordinación y siguiendo los lineamientos del ente rector del Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria y Forestal (SNIAF), como es la seguridad y soberanía agroalimentaria.

Estos Institutos implementarán una currícula integral teórico-práctica basada en principios como el respeto a la Madre Tierra, la producción agroecológica, la recuperación de prácticas y conocimientos ancestrales y la organización social y política comunitaria.

Por lo mencionado, en la presente investigación se evaluará el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios y se determinará la influencia de algunos factores disponibles y barreras en su desarrollo, así como la disposición al autoempleo.

Este vacío temático contrasta con la fuerte necesidad de promover el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes, sobre todo en los negocios y administración de empresas, por lo que se requiere realizar investigaciones sobre la materia.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**



Evaluar el perfil emprendedor del alumnado universitario de la Carrera de Ingeniería Agronómica.

#### **1.3.2 Objetivo Específico**



Analizar los factores que influyen en la propensión a crear empresa y al espíritu emprendedor del estudiante universitario.

 Determinar el impacto emprendedor en la disposición al autoempleo del alumnado en los espacios: personal, familiar, socio laboral y de formación universitaria.

 Establecer lineamientos estratégicos para promover e incentivar La cultura emprendedora en la carrera de Ingeniería Agronómica.

#### 1.4. Metas

Con el presente estudio se desea conocer el perfil emprendedor de los alumnos universitarios de la carrera de Ingeniería Agronómica, identificando los factores que influyen de forma directa e indirecta en su formación emprendedora.

Así mismo se pretende proponer alternativas de mejora o fortalecimiento al plan de estudio con la finalidad de incentivar la educación emprendedora en la población docente – estudiantil.

Se tendrá un mayor conocimiento del perfil emprendedor del estudiante, los aspectos que debe trabajar la carrera de Ingeniería Agronómica para incentivar y formar profesionales emprendedores que apalanquen significativamente el aparato productivo del país.



**Figura 2. Esquema del Plan Estratégico de Desarrollo Emprendedor Universitario**  
Fuente: Elaboración Propia

## II. MARCO TEORICO

### 2.1. Marco Conceptual de Emprendimiento

Lucatero (2011) menciona que el contexto evolutivo del pensamiento económico sobre el emprendimiento tuvo sus orígenes en la Francia del siglo XVIII con los fisiócratas. El más representativo de esta corriente fue Richard Cantillon (1755). Que en su obra *Essai sur la nature du comerse*, donde el concepto de entrepreneur, es definido como *el individuo que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre*.

La teoría económica clásica trató el tema del emprendimiento, pero no alcanzó un consenso general, algunos lo comprendieron como el hombre que *toma riesgos* (Cantillon, 1755), algunos más como el *trabajador superior* o como el *sumamente inteligente* y como *innovador* (Smith, N.R. y Miner, J.B. 1983).

Hoy no existe un tipo fijo de emprendedor, pero como tipología, las presentadas por los clásicos; una o dos de las características fueron reconocidas.

### 2.2. Concepto de Emprendedor

Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios. Say (1800) – citado por Drucker (1989) – lo clasifica como un “*buen administrador*”.

Académicamente, emprender es un vocablo que denota *un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos*.

Se caracterizan por su capacidad para *crear e innovar*, es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente. Esta forma de visualizar al emprendedor es compartida por Steinhoff, Burgess (1993), Siropolis (1990) y Drucker (1989), quienes se refieren al emprendedor como la persona que

*“hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”.*

Hebert y Link (1989) lo definen; aquel que se especializa en asumir 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 y aprovechador de información y recursos”* que tiene la facultad de detectar oportunidades de negocios para aprovecharlas.

Morris y Kuratko (2002) 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.

El emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar a otros, lo que le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades. Agregan que es un alquimista peculiar que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real, por lo cual tiene *“dinamismo creativo”*.

Harper (1991) lo identifica como una persona *capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.*

Schumpeter, J. (1934), citado por Jennings (1994) afirma: la innovación se desarrolla a partir de la capacidad para emprender; por lo tanto los emprendedores no son necesariamente capitalistas, administradores o inversores, ya que son personas con la capacidad de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir *innovar con ellos.*

### 2.3. Características del Perfil Emprendedor

Kao J. (1989), indica que el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- *Compromiso total, determinación y perseverancia*
- *Capacidad para alcanzar metas*
- *Orientación a las metas y oportunidades*
- *Iniciativa y responsabilidad*
- *Persistencia en la solución del problema*
- *Realismo*
- *Autoconfianza*
- *Altos niveles de energía*
- *Busca de retroalimentación*
- *Control interno alto*
- *Toma de riesgos calculados*
- *Baja necesidad de estatus y poder*
- *Integridad y confiabilidad*
- *Tolerancia al cambio*

Para los autores el emprendedor es un “*tomador de riesgos*” que pondera los beneficios y asume los peligros que son inherentes a su consecución (Baty, 1990).

Gray y Cyr (1992) establecen que emprendedor es sinónimo de empresario. Pero sobre todos es “*alguien que organiza, controla asume riesgos en un negocio ante su deseo de enfrentar desafíos, la oportunidad de alcanzar logros y el impulso de incumplir necesidades personales, emocionales y psicológicas*”.

Hiam y Olander (1991) definen al emprendedor como un individuo que “*inicia, administra y asume los riesgos y recompensas de un nuevo negocio*”, mientras que Longenecker, Moore y Petty (1994) define como una persona con “*aptitud para innovar y disposición para asumir el riesgo*”.

En el cuadro siguiente elaborada por Sánchez Almagro (2003), se observa las características que distinguen al emprendedor del resto de las personas.

Perfil del Emprendedor	Características Específicas del Perfil Emprendedor
<b>Factores Motivacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de logro</li> <li>• Necesidad de reconocimiento</li> <li>• Necesidad de desarrollo personal</li> <li>• Percepción del beneficio económico</li> <li>• Baja necesidad de poder y estatus</li> <li>• Necesidad de independencia</li> <li>• Necesidad de afiliación o ayuda a los demás</li> <li>• Necesidad de escape, refugio o subsistencia</li> </ul>
<b>Características Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa personal</li> <li>• Capacidad de decisión</li> <li>• Aceptación de riesgos moderados</li> <li>• Orientación hacia la oportunidad</li> <li>• Estabilidad emocional / autocontrol</li> <li>• Orientación hacia metas específicas</li> <li>• <i>Locus</i> de control interno (se atribuye así mismo los éxitos o fracasos)</li> <li>• Tolerancia a la ambigüedad /incertidumbre</li> <li>• Es receptivo en sus relaciones sociales</li> <li>• Posee sentido de urgencia /tiempo valioso</li> <li>• Honestidad / integridad y confianza</li> <li>• Perseverancia / constancia</li> <li>• Responsabilidad personal</li> <li>• Es individualista</li> <li>• Es optimista</li> </ul>
<b>Características Físicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energía</li> <li>• Trabaja con ahínco</li> </ul>
<b>Características Intelectuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versatilidad / flexibilidad</li> <li>• Creatividad /imaginación / innovación</li> <li>• Búsqueda de la verdad e información</li> <li>• Planificación y seguimiento de resultados</li> <li>• Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)</li> <li>• Visión comprensiva de los problemas</li> <li>• Capacidad para solucionar problemas</li> <li>• Planificación con límites de tiempo</li> </ul>
<b>Competencias Generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Liderazgo</li> <li>○ Orientación al cliente</li> <li>○ Capacidad para conseguir recursos</li> <li>○ Gerente / administrador de recursos</li> <li>○ Patrón de factores de producción</li> <li>○ Exige eficiencia y calidad</li> <li>○ Dirección y gestión de la empresa</li> <li>○ Red de contacto</li> <li>○ Comunicación</li> </ul>

**Cuadro 1. Características del Perfil Emprendedor**  
Fuente: Sánchez Almagro (2003)

Vander Werf y Brush (1989) en su revisión de 25 definiciones de emprender, afirman que emprender es una actividad de negocios que consiste en una interacción de las siguientes conductas y acciones:

- **Creación:** establecimiento de una nueva unidad de negocio.
- **Administración general:** dirección apropiada para una buena utilización de recursos.
- **Innovación:** generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios, procesos, mercados, sistemas de organización, etc.
- **Aceptación del riesgo:** capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- **Mejor desempeño:** el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento.

Burch (1986) agrega a la lista de características del emprendedor las siguientes:

- **Trabajadores:** *son adictos al trabajo que se enfocan a sus metas y trabajan incansablemente para alcanzarlas.*
- **Optimistas:** *consideran que cualquier cosa es posible y que cualquier momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.*
- **Orientación a la excelencia:** *su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.*

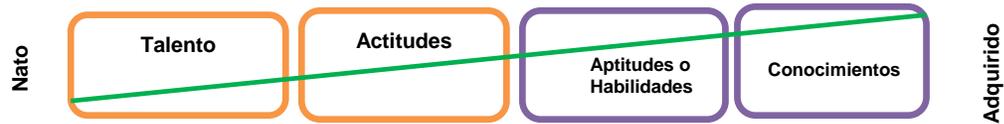
Stacey (1980) agrega otro elemento interesante en el perfil del emprendedor, relacionado con la aceptación del riesgo: *la capacidad para aprender de los errores o fracasos. Señala que el emprendedor es una persona capaz de levantarse de sus caídas, con una nueva perspectiva de las cosas y un aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño (con perseverancia para el logro de sus metas y objetivos).*

Es posible que los individuos puedan prepararse para aprovechar una ventaja estratégica, probablemente previsible (el graduarse de la carrera, el haber trabajado en cierto sector y haber obtenido cierta experiencia, etc.) sino también para aquellas oportunidades que se dan de manera imprevista, por lo tanto he aquí una de las funciones a desempeñar por parte de la educación empresarial (Lucatero, I., 2011).

Uno de los puntos más importantes del desarrollo de las características de un perfil emprendedor es estudiar las aptitudes, actitudes, rasgos y habilidades personales en un momento inicial de la carrera del individuo.

Analizándolas dichas características se podrá actuar sobre aquellas que no estén presentes a un nivel suficiente, sobre todo el desarrollo de aptitudes y actitudes, así como la importancia para la educación empresarial, como lo menciona Garaven y O'Conneide (1994).

Es común determinar que los rasgos de la personalidad son algo innato que viene determinados desde el nacimiento o por una etapa temprana del proceso de socialización del individuo, por lo tanto estas son características no modificables del individuo, González (2003) expresa esta idea:



**Figura 3. Factores Hereditarios y Adquiridos en la Capacidad Empresarial**  
Fuente: Gonzales, M. 2003  
Elaboración Propia

No todas las personas desarrollan todos los rasgos o talentos que poseen, algunos de estos pueden permanecer latentes sin expresión alguna. El que se expresen efectivamente depende la evolución del individuo y el ambiente en que se han desarrollado.

Pero los rasgos que permanecen latentes pueden ser desarrollados a través de la práctica y entrenamiento.

Aquellos que no se poseen se compensan con el desarrollo de otras habilidades. Puede ser que una persona tenga cierta predisposición o una mayor facilidad a determinados aspectos, esa característica puede ser que se desarrolle con el entrenamiento adecuado.

Lucatero I, (2011) afirma la educación emprendedora no existen soluciones universales para los programas formativos.

Por lo tanto el diseño de la formación educativa se debe tomar en cuenta las características específicas de los participantes, de acuerdo a la ventana estratégica que quieran aprovechar y en el contexto en que este se desenvuelva, el proyecto a desarrollar, los objetivos que se persigan, dependiendo de la oportunidad y del entorno.

## 2.4. Tipos de Emprendedores

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

- **El emprendedor administrativo.** *Hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.*
- **El emprendedor oportunista.** *Buscar constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.*
- **El emprendedor adquisitivo.** *Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.*
- **El 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.*
- **El emprendedor imitador.** *Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.*

Otra forma de clasificar a los emprendedores:

- Según por la razón por la que emprenden:
  - **Por oportunidad,** *es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.*
  - **Por necesidad,** *específicamente si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse alguna forma de ingreso económico.*
- Según el tipo de empresa que desarrollan:
  - **El emprendedor social,** *a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, generalmente sin fines de lucro.*
  - **El emprendedor que busca destacar,** *en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.*
  - **El emprendedor interno o externo,** *si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur), y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), el cual puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comerciar algo ya existente.*

## 2.5. Modelos de Evaluación de Emprendimiento

Los investigadores sobre el comportamiento emprendedor han desarrollado modelos explicativos para entender el comportamiento de los emprendedores. Estos modelos se han centrado en el ámbito específico de las actitudes, las aptitudes, los antecedentes personales y las variables situacionales (Gamez G. J. 2009).

El comportamiento emprendedor incluye una serie de aptitudes y actitudes; que para realizarse y desarrollarse, requiere de una serie de variables disponentes (facilitadores) y la ausencia de barreras a las iniciativas.

García Lillo y Marco Lajara (1999) señalan que al emprendedor se le ha estudiado en base a tres dimensiones: *su perfil demográfico, su perfil psicológico y su perfil sociológico*. Por ello, la figura de la persona empresaria se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

Un modelo como esquema teórico de un sistema o de una realidad compleja permite facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento sin embargo, un modelo es una representación ideal de un objeto real mediante un conjunto de simplificaciones y abstracciones que recoge los aspectos más relevantes que permiten comprender una situación.

En ese sentido los modelos de evaluación de emprendimientos se tienen solo 6 identificados en la actualidad:

1. *Modelo de los rasgos personales de Shane y Hernangómez.*
2. *Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal*
3. *Modelo de Shapero, el evento emprendedor*
4. *Modelo GEM*
5. *Modelo Revisado del GEM*
6. *Modelo de Veciana, los factores precipitantes*

### **2.5.1. Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas de Shane y Hernangómez**

Los estudios de investigación obstinadamente han insistido en buscar un perfil psicológico del potencial emprendedor no ha sido posible establecer qué perfil presentan aquellas personas que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (García Lillo y Marco Lajara 1999).

Se separan los factores psicológicos y no psicológicos del individuo. Ambos tipos de características se han mostrado especialmente relevantes en la explicación de la existencia de actitudes y motivaciones emprendedoras (Bum y Locke, 2004).

Entre los principales factores no psicológicos cabe destacar los rasgos demográficos –como la edad y el sexo–, las variables de formación y las de experiencia.

Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas; la formación y experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la explotación de oportunidades empresariales (Fayolle, 2003).

En los últimos años la literatura complementa el análisis del perfil del individuo con valorar la importancia de factores de la sociedad o el entorno en la creación de empresas (Urbano 2006).

En concreto, Hernangómez y otros (2005) ponen de manifiesto:

- *que se puede preparar a las personas para ser empresarios o empresarias*
- *que la mayor y diversa formación se relaciona positivamente con la orientación emprendedora*
- *que la experiencia profesional cuanto más extensa más fomenta el emprendimiento*
- *que las prácticas empresariales durante los estudios universitarios pueden acrecentar la experiencia y a la postre el emprendimiento*

### **2.5.2. Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal**

El modelo de Krueger y Brazeal (1994) establece también unas relaciones entre las percepciones de deseabilidad y viabilidad, la credibilidad de poder crear empresas, el potencial y un “suceso disparador” o “desencadenante” que hace que alguien pase de la intención a los hechos.

Este modelo se complementa con la “*Teoría del comportamiento planificado*” de Ajzen (1991) según la cual los individuos adquieren un comportamiento u otro en función de que ese comportamiento tenga consecuencias deseables o indeseables para dicho individuo.

Toledano y Urbano (2006) mencionan que existe un nexo de unión que se revela entre la viabilidad y deseabilidad de crear empresas, de forma que una percepción positiva de aquella condiciona de forma importante esta última .

### **2.5.3. Modelo de Shapero, el evento emprendedor**

A mediados de los años setenta del siglo XX Shapero propuso el modelo del “*evento emprendedor*”, según el cual, un creador de empresa percibe un atractivo y su viabilidad.

Esa inercia se puede desplazar con eventos positivos como conocer personas, posibles clientes o recibir una herencia, o negativos como perder el trabajo o ser migrante (Moriano, et.al. 2001).

Shapero y Sokol (1982) se preguntan por los grupos sociales, culturales, regionales y religiosos que tienen más casos de emprendimiento y destacan los grupos familiares de judíos y libaneses en Norteamérica. Entre los factores sociales y culturales recuerdan que los refugiados se inclinan más por crear empresa en otro país que cuando permanecen en él. Esas acciones individuales son producto de situaciones sociales que predisponen a fases subsiguientes de percepción de deseo y viabilidad.

#### **2.5.4. Modelo GEM**

*The Global Entrepreneurship Monitor* GEM recoge información de los creadores de empresa en las etapas de nacimiento y de los propietarios de empresas establecidas en las etapas de desarrollo de las empresas.

La red de universidades y centros de investigación tiene informes con datos de más de cuarenta y dos países. El modelo GEM recoge las influencias de la sociedad y el entorno en la actividad emprendedora, las instituciones, la competencia, la innovación, las condiciones personales del emprendedor, las oportunidades y la dinámica empresarial.

Para el modelo el crecimiento económico expresado en crecimiento del PIB y la generación de empleo, es resultado del surgimiento de nuevas empresas y la expansión de las establecidas.

El modelo mide a través de un índice la actividad creadora de empresas, llamado *Total Entrepreneurial Activity* Tasa Total de Actividad Emprendedora TEA.

En el caso de Bolivia el GEM se publicó en 2008, donde suministra el modelo GEM un paraguas bajo el cual una amplia variedad de características emprendedoras, tales como motivación, orientación a la innovación, competitividad, y aspiraciones de alto crecimiento.

#### **2.5.5. Modelo Revisado del GEM**

Según *Global Entrepreneurship Monitor – Bolivia 2008*, señala que; como el modelo original del GEM, el modelo revisado sostiene que, a nivel nacional, las condiciones de marco relevantes para la actividad de negocios establecidos difieren de la que lo son para la actividad de los nuevos emprendimientos.

Lo que es nuevo en el modelo revisado es que se relaciona esas condiciones a la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país.

Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en recursos y/o en eficiencia se han adoptado del Informe Global de Competitividad (GCR, por su sigla en inglés) del año 2008 (Porter y Schwab 2008).

Con respecto a las economías basadas en la Innovación, el modelo del GEM revisado hace una contribución a la perspectiva del Informe Global de Competitividad respecto del desarrollo económico al identificar las condiciones de marco que son específicas a la innovación y el emprendimiento.

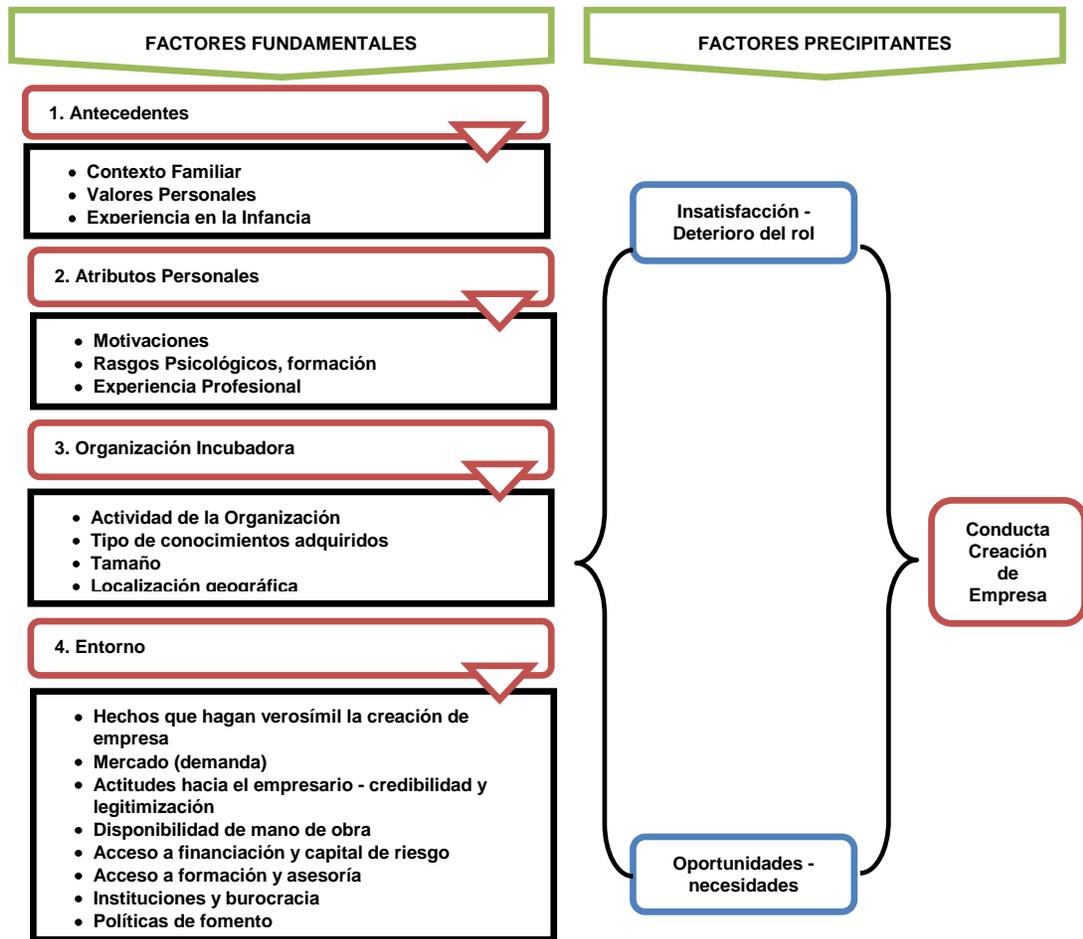
Como Acs, Parsons y Tracy (2008) proponen, es el mecanismo del emprendimiento el que transforma la innovación en resultado económico. Una falta de emprendimiento puede ser vista como un cuello de botella en los países con economías impulsadas por innovación para el logro de sus ambiciones de crecimiento.

#### **2.5.6. Modelo de Veciana**

Se considera que entre los autores que más han aportado al análisis de la persona potencialmente emprendedora se encuentra indudablemente el profesor Veciana que plantea los factores principales que condicionan la creación de una empresa distinguiendo los *“factores fundamentales”* de los *“factores precipitantes”*.

Los primeros, los *“factores fundamentales”*, se refieren a los antecedentes y atributos personales de la figura de la persona emprendedora, a la organización incubadora y al entorno, mientras que los *“factores precipitantes”*, aluden a la insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa (Veciana, 1988). Además, relaciona estos factores con las fases de creación de una nueva empresa (gestación, creación, lanzamiento y consolidación).

La combinación de factores fundamentales y precipitantes producida en la persona emprendedora potencial a tomar la decisión de crear una empresa propia.



**Figura 4. Modelo de Veciana.**  
**Fuente: Elaboración propia a partir de Veciana (2001)**

El emprendedor que crea empresa es afectado por unos factores que condicionan su actividad. Según Veciana (2001), son unos los factores fundamentales y otros los precipitantes; los factores fundamentales se refieren a los antecedentes de cada individuo fruto de su contexto familiar, sus valores personales y las experiencias y vivencias de la infancia. Cuentan los atributos personales de cada individuo, los rasgos psicológicos, su formación y la experiencia de trabajo o profesional.

Este autor vislumbra la participación de instituciones incubadoras, sus actividades, los conocimientos, el tamaño y la localización geográfica.

Finalmente agrega las condiciones del entorno que proporcionan señales y hechos de que es viable la creación de la empresa, el mercado, las actitudes

hacia el empresario, la disponibilidad de mano de obra, recursos e información, las instituciones y las políticas de fomento.

Los factores precipitantes se refieren a la insatisfacción de una persona con lo que hace y la detección de una necesidad y oportunidad de negocio. Uno y otro influyen en la decisión de crear empresa (Veciana, 2001).

El proceso de creación de empresa tiene cuatro fases: gestación, creación, lanzamiento y consolidación. En la fase de gestación cuentan la infancia, sus antecedentes y la preparación profesional del individuo, un suceso disparador o el deterioro de rol, un entorno favorable y la toma de decisión de crear la empresa.

Además contempla la participación de una organización incubadora. Ese primer momento no tiene una duración definida.

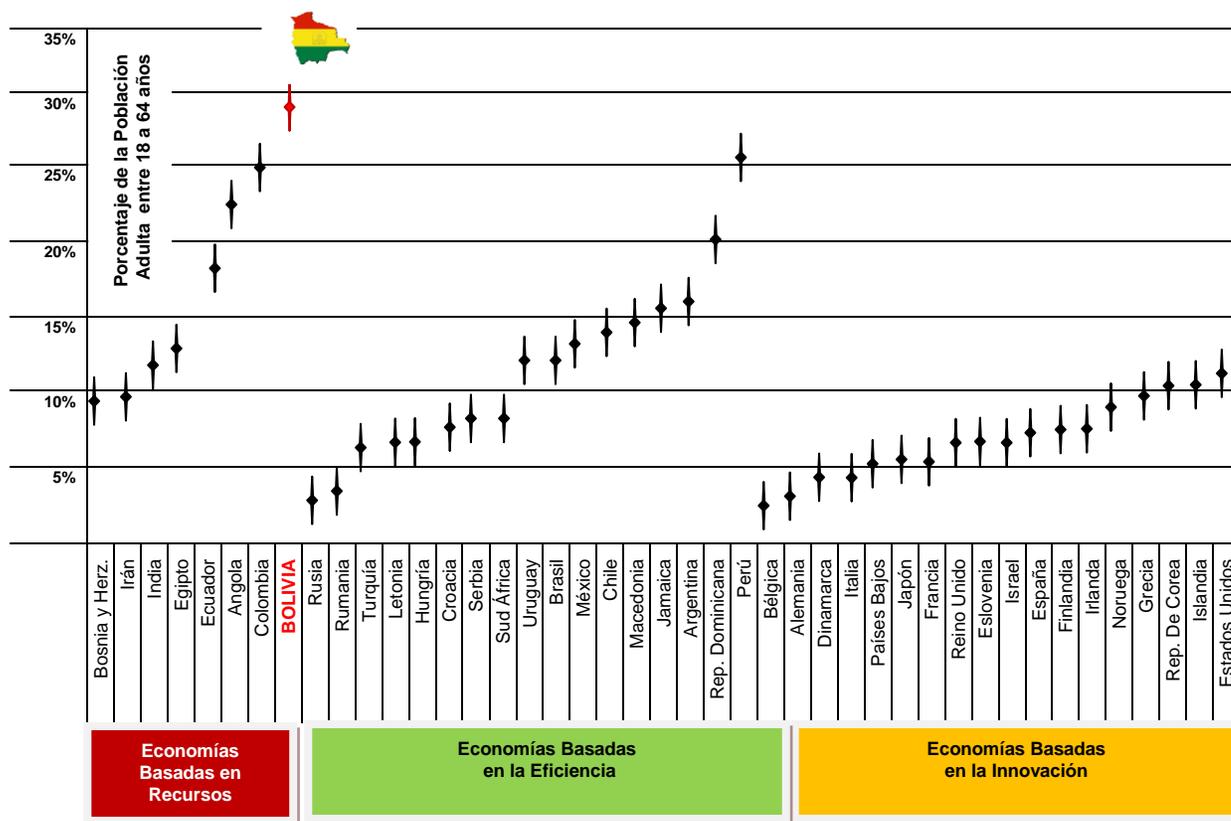
La fase de creación comprende la búsqueda e identificación de una oportunidad de negocio, la concepción de la idea y el desarrollo de la solución que se convertirá en proyecto empresarial; el apoyo de las redes sociales, la evaluación de la oportunidad, la preparación del plan de negocio de la empresa y los trámites formales de la empresa.

Esta etapa no tiene una duración específica aunque en países subdesarrollados podría ser extensa.

## **2.6. Actividad Emprendedora en Bolivia**

Es el indicador fundamental en la investigación del GEM, pues mide la proporción de la población adulta entre 18 a 64 años, activamente involucrada en la fase inicial de la actividad emprendedora en el año de estudio.

En la figura se muestra la Tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) para los 43 países que participaron en la investigación, clasificados de acuerdo a la fase de desarrollo económico.



**Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora en etapas iniciales – TEA para los 43 países en el 2008, por fase de desarrollo económico.**

**Fuente: Reporte GEM 2008 Bolivia  
Elaboración Propia**

Los países que tienen una mayor tasa TEA son aquéllos cuyas economías compiten en base a recursos, seguidos por los países con economías impulsadas por eficiencia y, finalmente, por los países con economías impulsadas por innovación.

De todos ellos, los países que registran una mayor TEA son los latinoamericanos más Angola. Particularmente destacan los países de la Comunidad Andina.

Bolivia registra el más alto indicador de población económicamente activa involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales, con un 29.8%. En cambio se observa que los países de la Unión Europea y Japón son los que tienen menor TEA.

## 2.7. El Perfil de los Emprendedores en Bolivia

Los estudios en Bolivia aún son muy escasos, para tener una idea más clara de los rasgos particulares en el país. El semanario Nueva Economía ha impulsado un estudio cualitativo entre PyME's, estudiantes universitarios y padres de familia, sobre el perfil de los emprendedores en el país.

Este estudio, realizado el segundo semestre del año 2002, se caracterizó por su enfoque cualitativo, utilizando la técnica de grupos focales y entrevistas en profundidad.

De los entrevistados se pudo observar que aquellos con rasgos emprendedores manifestaban las siguientes características:

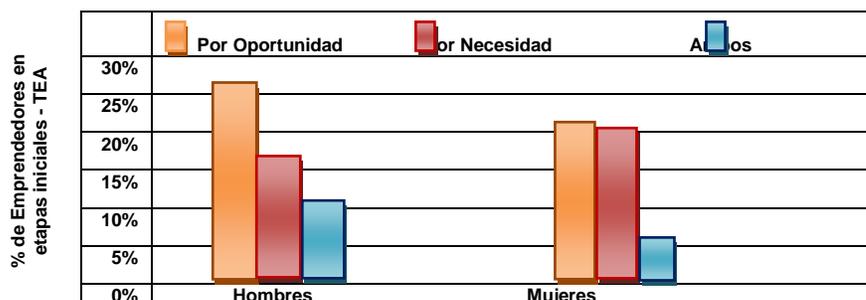
- *Autonomía y confianza en sí mismos*
- *Actitud innovadora*
- *Orientación a la organización y planificación*
- *Inclinación al establecimiento de alianzas estratégicas*
- *Capacidad perceptiva de las necesidades de otros*
- *Perseverancia*

Según el Reporte del GEM 2008 de Bolivia, indica que las características personales de los emprendedores en la etapa inicial, se considera: género, edad, educación, ingresos y situación laboral. Y describe en conjunto lo que se denomina el perfil del emprendedor.

En promedio, el perfil del boliviano emprendedor según el GEM es el de una persona que es ligeramente más probable que sea un hombre de 34 años de edad, con un máximo de 12 años de educación, con ingresos menores a los 2.000 Bolivianos mensuales y que trabaja independientemente en el ámbito de los servicios al consumidor.

### 2.7.1. Género

El GEM 2008 en Bolivia, observa en genero que, del total de emprendedores en etapa inicial identificados en la muestra, 47.7% son mujeres (de la suma de mujeres motivadas por oportunidad, por necesidad y ambos) y 52.2% son hombres (de la suma de hombres motivados por oportunidad, por necesidad y ambos).



**Figura 6. Distribución de Emprendedores según Motivación y Género en Bolivia.**  
Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.  
Elaboración Propia

La diferencia es pequeña aunque se podría indicar que es un poco más probable que el emprendedor boliviano en etapas iniciales sea un hombre antes que una mujer.

Donde existen diferencias más fuertes entre géneros es en la motivación para el emprendimiento. Para los hombres existe una tendencia a ser emprendedores por oportunidad antes que por necesidad, mientras que en el caso de las mujeres, es igualmente probable que su motivación sea por oportunidad o por necesidad.

La comparación del género de los emprendedores en etapas iniciales con los propietarios de negocios establecidos, se muestra que existen más personas de ambos sexos que son emprendedores iniciales que los que ya están establecidos.

Por lo que se podría decir que el género no es una variable significativa para explicar cuántos emprendedores iniciales podrán lograr una empresa establecida. Donde sí existen diferencias sustanciales en cuanto al género es en el sector económico en el que se desenvuelven los empresarios.

El cuadro se muestra que las mujeres tienden a concentrarse en las actividades de servicios al consumidor (principalmente hoteles, restaurantes y comercio al por menor), tanto en la etapa emprendedora inicial (81.6%) como cuando las empresas ya están establecidas (76.5%).

En los hombres, si bien la mitad de ellos también se concentra en la actividad de servicios al consumidor (54% en la etapa emprendedora inicial y 50.4% en la de propietarios de negocios establecidos), la otra mitad encuentra atractivo desarrollarse en actividades relacionadas con transformación (manufactura), el sector extractivo y servicio a empresas.

Sector Económico	Actividad Emprendedora en etapas iniciales		Propietarios de Negocios Establecidos	
	Hombres %	Mujeres %	Hombres %	Mujeres %
Sector Extractivo	12.3	3.8	21.0	7.0
Sector Transformativo	23.6	8.9	22.8	13.5
Servicios a Empresas	10.1	5.7	5.7	3.0
Servicios al Consumidor	54.0	81.6	50.4	76.5

**Cuadro 2. Porcentaje Sectores económicos de los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según género en Bolivia.**

**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**

**Elaboración Propia**

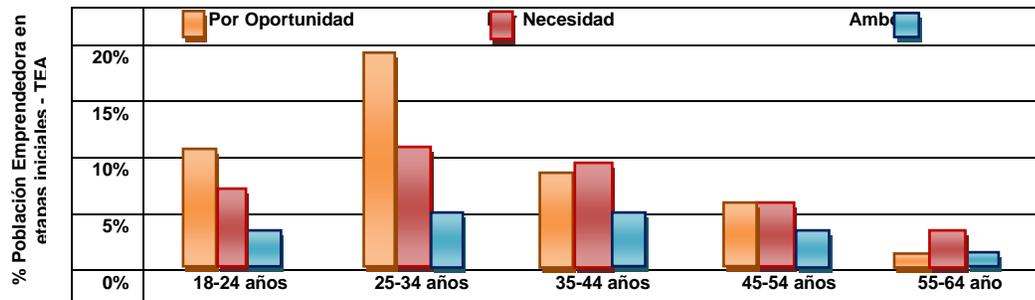
### 2.7.2. Edad

Respecto a la edad el GEM señala la etapa inicial del emprendimiento; Bolivia tiene una distribución de edades típica de los países de economías basadas en recursos. La mayoría de los emprendedores bolivianos (78.5%) se encuentra en el rango de 18 a 44 años de edad, dentro del cual lo más frecuente es el rango específico de 25 a 34 años de edad (35%).

Similar comportamiento en cuanto a la distribución de edades es posible observar en cuanto a los propietarios de empresas establecidas. La mayoría de los bolivianos propietarios de empresas establecidas (77.4%) se encuentra en el rango de 25 a 54 años de edad, dentro del cual lo más frecuente es el rango específico de 35 a 44 años de edad (29.6%). Es natural que los nuevos

emprendedores sean en promedio más jóvenes que los propietarios de empresas establecidas.

En los emprendedores iniciales, en la figura, se puede observar que la motivación de oportunidad es dominante en los emprendedores situados en el rango de 18 a 34 años de edad, lo que no ocurre en edades posteriores.

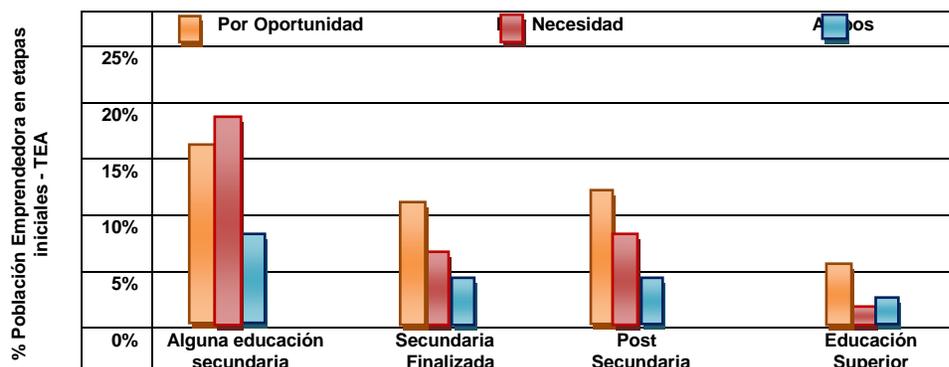


**Figura 7. Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación y edad en Bolivia.**

Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.  
Elaboración Propia

### 2.7.3. Nivel de Educación

GEM Bolivia-2008, indica que una importante proporción de los emprendedores en etapas iniciales (44.2%) sólo cuentan con alguna educación secundaria (de la suma de emprendedores con alguna educación secundaria motivada por oportunidad, por necesidad y ambos) como se observa:



**Figura 8. Distribución de Emprendedores en etapas iniciales según motivación y educación en Bolivia.**

Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.  
Elaboración Propia

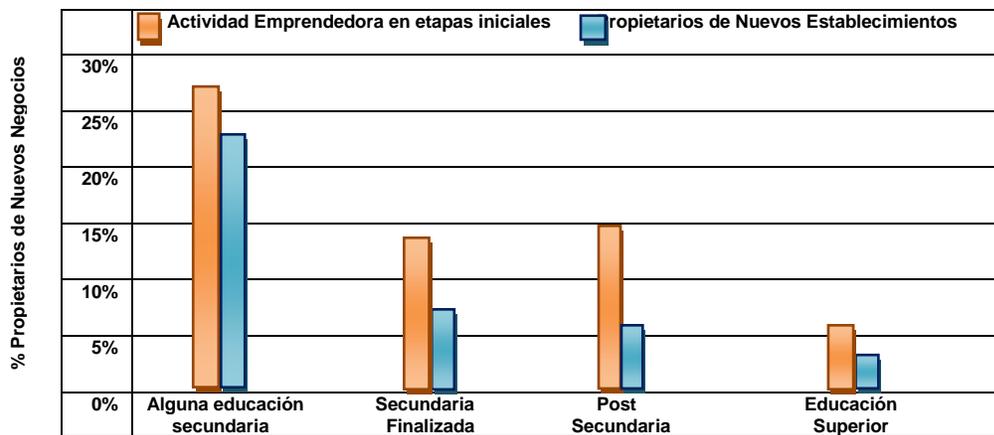
En Bolivia es más probable que un emprendedor en etapas iniciales sea una persona que haya alcanzado como máximo los 12 años de educación.

En promedio, la motivación de los emprendedores con menor grado de educación es la necesidad, y con mayor grado de educación (post secundaria y superior) es la oportunidad.

Ésta es la principal característica de los emprendedores nacientes bolivianos, son personas que cuentan con un máximo de 12 años de educación.

En forma consistente, se revela que, independientemente del grado de educación alcanzado por el emprendedor naciente, la motivación que éste declara para crear una empresa es siempre la oportunidad antes que la necesidad.

La siguiente figura muestra que, la mayoría de los empresarios establecidos (59.3%) sólo cuenta con alguna educación secundaria, y el resto (40.7%) ha recibido algún tipo de educación superior, sea educación secundaria completa, post secundaria o educación superior.



**Figura 9. Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según nivel educativo en Bolivia.**

**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**

**Elaboración Propia**

En la figura 10, (de la suma de emprendedores en etapas iniciales motivadas por oportunidad, por necesidad y ambos) muestra la desventaja de las mujeres emprendedoras frente a los hombres en educación.

La mitad de ellas (51.1%) sólo cuentan con alguna educación secundaria y su motivación es la necesidad antes que la oportunidad, mientras que la mayoría de los hombres tiene, ya sea educación secundaria completa, educación post secundaria o educación superior (62.6%), y su motivación principal es la oportunidad, es decir:

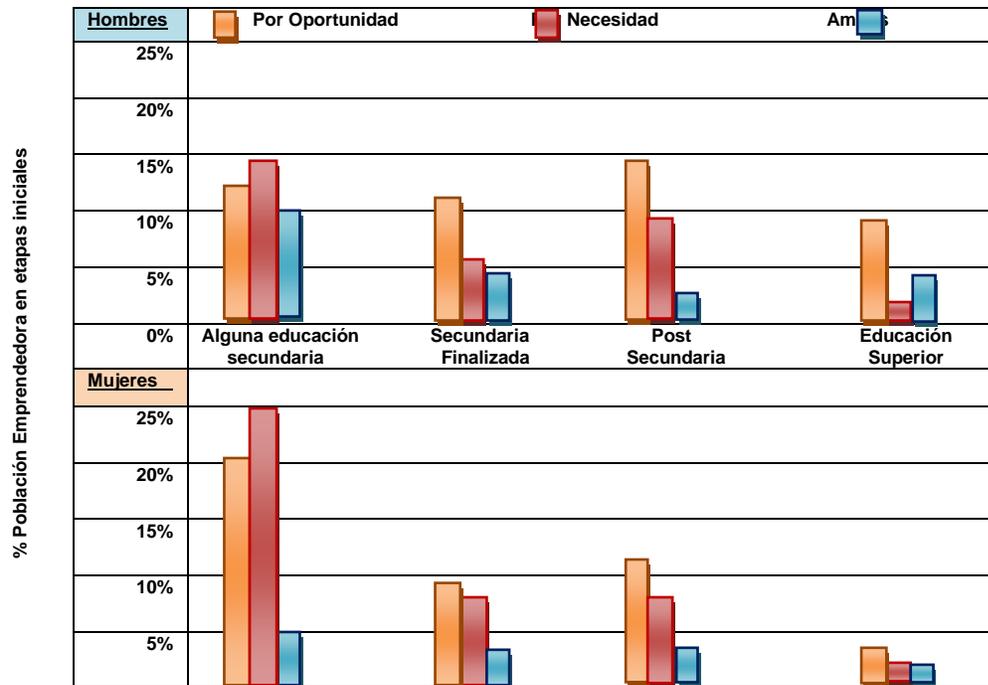


Figura 10. Diferencias en las motivaciones para emprender según educación y género en Bolivia.

Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.  
Elaboración Propia

#### 2.7.4. Situación Laboral de los Emprendedores

Según GEM Bolivia-2008, la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales (71.2%) provienen del grupo que se clasifica como auto empleados.

Desglosando por la etapa en la que se encuentra el emprendedor, el resultado es similar: 60.2% de los emprendedores nacientes se consideran independientes y 86.8% de los propietarios de nuevos negocios se consideran independientes. Éstos son porcentajes que opacan cualquier otra situación laboral en la que

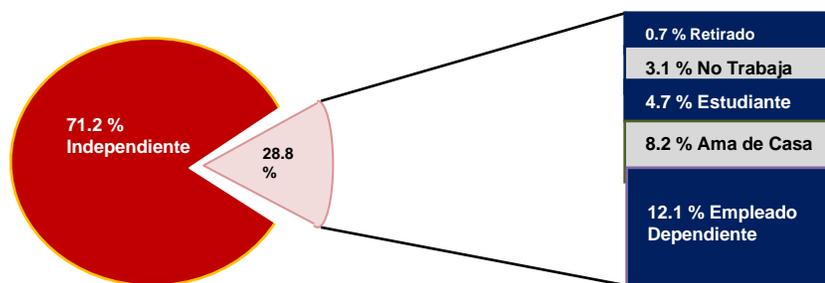
puedan encontrarse los emprendedores bolivianos, como ser empleado, retirado, ama de casa, estudiante o que no trabaje.

Actividad	Por Oportunidad (%)	Por Necesidad (%)	Ambos(%)
<b>Emprendedores Nacientes</b>			
Empleado a tiempo completo	5.6	1.4	1.8
Empleado a medio tiempo	4	2.3	1.3
Retirado	0.3	0.6	0.4
Ama de casa	4.6	5.3	1.4
Estudiante	5.7	0.4	0.6
No trabaja	2	1.7	0.4
Independiente	25.1	18.2	16.9
<b>Total</b>	<b>47.4</b>	<b>29.8</b>	<b>22.9</b>
<b>Propietarios de Nuevos Negocios</b>			
Empleado a tiempo completo	1.2	0.5	0.6
Empleado a medio tiempo	2.6	0.4	0.8
Retirado	0	0	0
Ama de casa	0.7	2.4	0.4
Estudiante	1.9	0	0
No trabaja	1	0.9	0
Independiente	36.3	41.4	9.1
<b>Total</b>	<b>43.7</b>	<b>45.5</b>	<b>10.8</b>
<b>Emprendedores en Etapas Iniciales – TEA</b>			
Empleado a tiempo completo	3.8	1	1.3
Empleado a medio tiempo	3.4	1.5	1.1
Retirado	0.2	0.3	0.2
Ama de casa	3	4.1	1
Estudiante	4.2	0.2	0.4
No trabaja	1.6	1.3	0.2
Independiente	29.8	27.7	13.7
<b>Total</b>	<b>45.9</b>	<b>36.3</b>	<b>17.9</b>

**Cuadro 3. Distribución de Emprendedores según motivación y situación laboral en Bolivia.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**  
**Elaboración Propia**

En el caso de los emprendedores nacientes se observa que las situaciones laborales que siguen en importancia son los dependientes (16.4%) y las amas de casa (11.3%). En cambio, en el caso de los propietarios de nuevos negocios no se observan otras situaciones laborales de importancia.

El resultado no cambia al comparar la situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales con los propietarios de empresas establecidas, como se muestra:

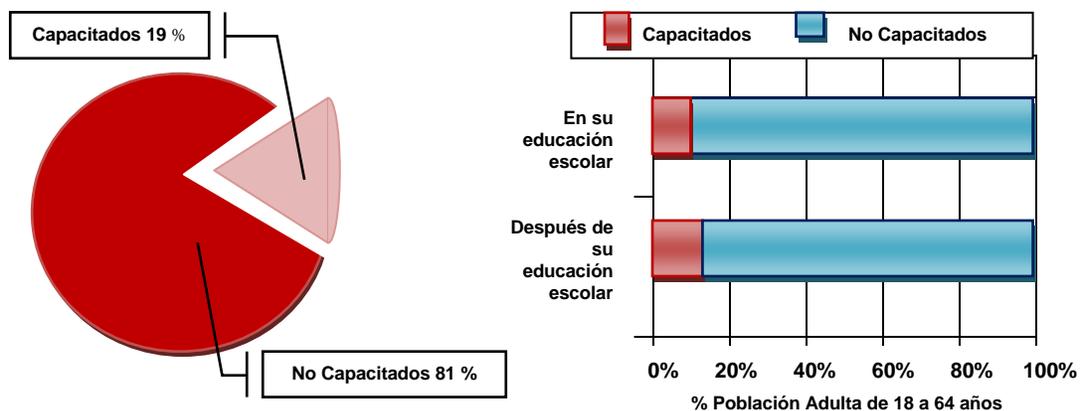


**Figura 11. Distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales según tipo de empleo en Bolivia.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**  
**Elaboración Propia**

La gran mayoría de los propietarios establecidos se declara independiente, llegando a ser hasta el 95% de los mismos. Éste es un resultado comprensible, ya que, si el negocio se mantiene, es lógico el abandono de la situación laboral previa.

### 2.7.5. Capacitación para el Emprendimiento en Bolivia

El estudio del GEM 2008 en Bolivia, se aprecia en detalle la situación de la capacitación del emprendimiento en la siguiente figura:



**Figura 12. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar en Bolivia.**

**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**

**Elaboración Propia**

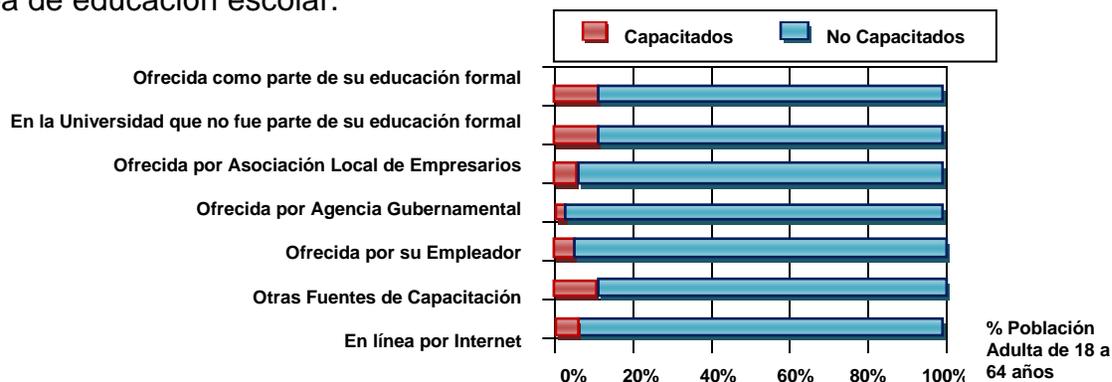
Del total de la población boliviana comprendida entre 18 y 64 años de edad, el 19% recibió algún tipo de capacitación en iniciar un nuevo negocio. Además este tipo de capacitación se la recibe en mayor medida después de la educación escolar.

Se concluye que, durante la etapa de educación escolar, por la que atraviesan la mayoría de los bolivianos, no se brinda la suficiente educación para emprender.

### 2.7.6. Proveedores de Capacitación en Bolivia

Inicialmente se debe remarcar que una proporción muy pequeña de la población económicamente activa recibe algún tipo de capacitación en iniciar un negocio.

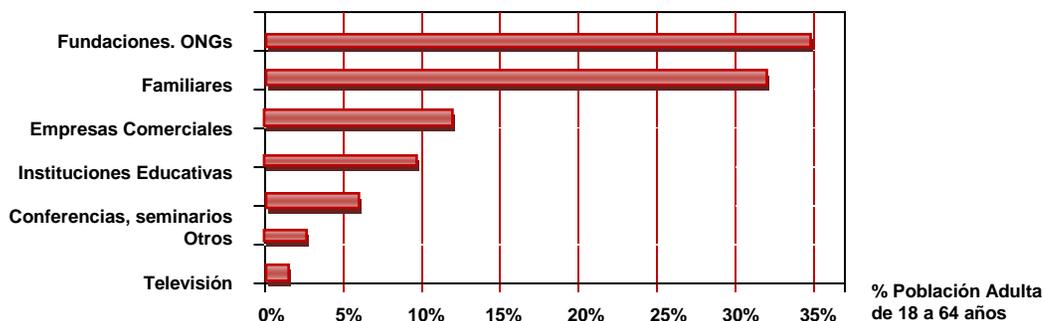
A continuación se muestra quiénes proporcionaron esta capacitación posterior a la etapa de educación escolar.



**Figura 13. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar según tipo de proveedor en Bolivia.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**  
**Elaboración Propia**

Los proveedores más significativos son de las instancias formales de educación (educación formal y programas no formales de la universidad), los proveedores de instancias no formales son también relevantes (otras fuentes de capacitación, internet, asociaciones de empresarios, empleadores y agencias gubernamentales).

En relación a la composición de otras fuentes de capacitación, se observa el siguiente detalle:

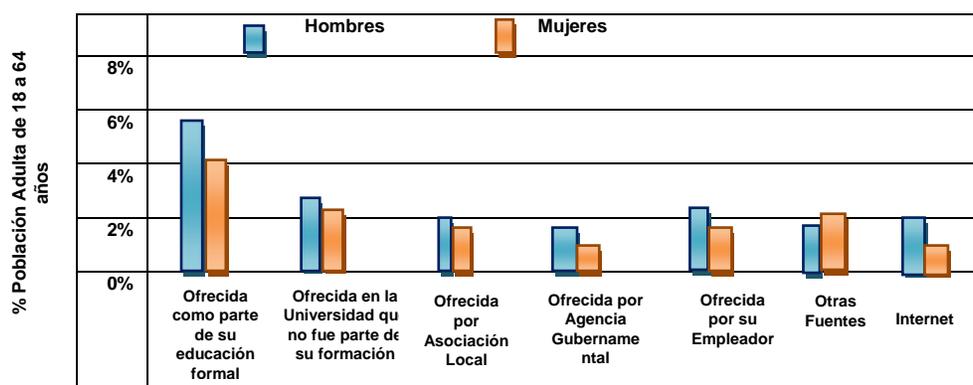


**Figura 14. Detalle de otras fuentes de Capacitación de la población adulta que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar en Bolivia.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008.**  
**Elaboración Propia**

La Figura 14, muestra que son las instancias formales de educación las que se destacan por proporcionar esta capacitación a hombres y mujeres. Sin embargo,

se aprecia también la presencia y aporte de otros proveedores que en forma agregada muestran su relevancia.

La brecha de capacitación a favor de los hombres prevalece en todas la fuentes. Posiblemente esto refleje menor presencia de las mujeres en los mercados de trabajo, desde los cuales se puede acceder con mayor facilidad a recibir capacitación para el emprendimiento.



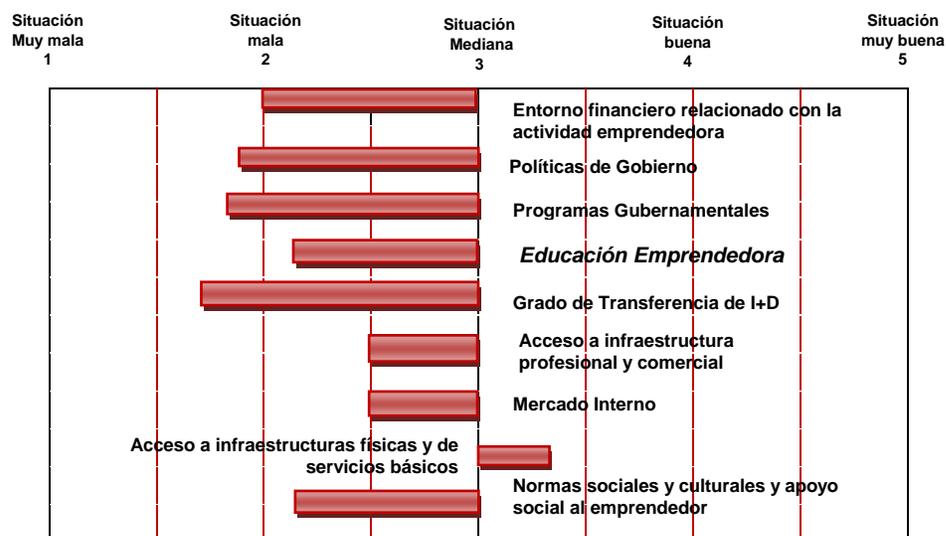
**Figura 15. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio y después de su educación escolar según género en Bolivia. Fuente: GEM Bolivia Encuestas a la Población Adulta (APS) 2008  
Elaboración Propia**

También es significativo que la única instancia en la que las mujeres reciben mayor capacitación que los hombres es en “Otras fuentes”, probablemente fundaciones y entidades de apoyo a mujeres.

En Bolivia, la proporción de hombres que reciben capacitación en iniciar un negocio es mayor al de las mujeres.

## 2.8. El Entorno Emprendedor en Bolivia

Según expertos bolivianos, (GEM, Bolivia, 2008) se midió las variables del entorno emprendedor, que representaban los sectores de: empresarios, gremios empresariales, académicos, funcionarios de gobiernos municipales, desarrolladores de política pública y líderes de organizaciones de apoyo y promoción a la creación de empresa.



**Figura 16. Situación den entorno emprendedor.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008**  
**Elaboración Propia**

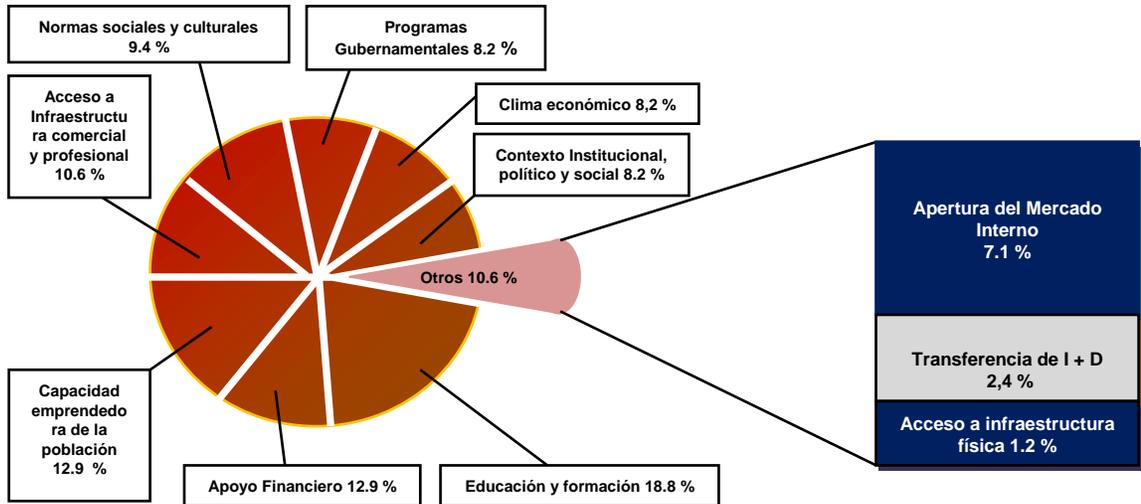
Los resultados indican una valoración negativa de casi todas las variables o factores del entorno emprendedor.

De las 9 variables consideradas, 6 de ellas se encuentran dentro de un rango que va de una “situación mala” a una “muy mala”. Dos de las restantes tres variables (Mercado Interno y Servicios Comerciales y Profesionales), se ubican en una situación tendiendo a mala. Únicamente la variable Acceso a infraestructuras físicas y de servicios básicos muestra una tendencia positiva.

### 2.8.1. Factores que Potencian o Limitan el papel de los Emprendedores

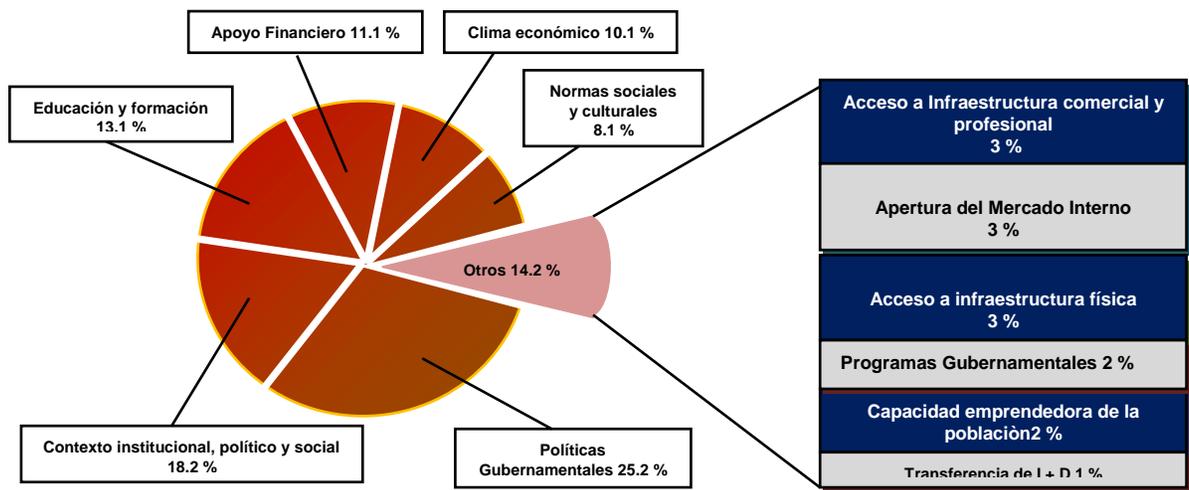
Según los expertos y las condiciones de mayor incidencia en el potenciamiento o restricción de la actividad emprendedora en Bolivia, al señalar: i) tres factores que impulsan esta actividad; ii) tres factores que se son un freno y iii) tres medidas para fomentar el emprendimiento en el país.

El resultado fue que el aspecto que recibió un mayor apoyo es “*Educación y capacitación*”, con cerca del 20%, seguido de “Apoyo financiero y capacidad emprendedora de la gente”, con un porcentaje de casi 13%.



**Figura 17. Factores que Potencian el Emprendimiento en Bolivia, según opinión de Expertos.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008.**  
**Elaboración Propia**

En la figura 18, se observa, en opinión de los expertos, los principales factores limitantes de la actividad emprendedora son primordialmente dos: las Políticas Gubernamentales (25.2%) y el Contexto Institucional, Político y Social (18.2%).



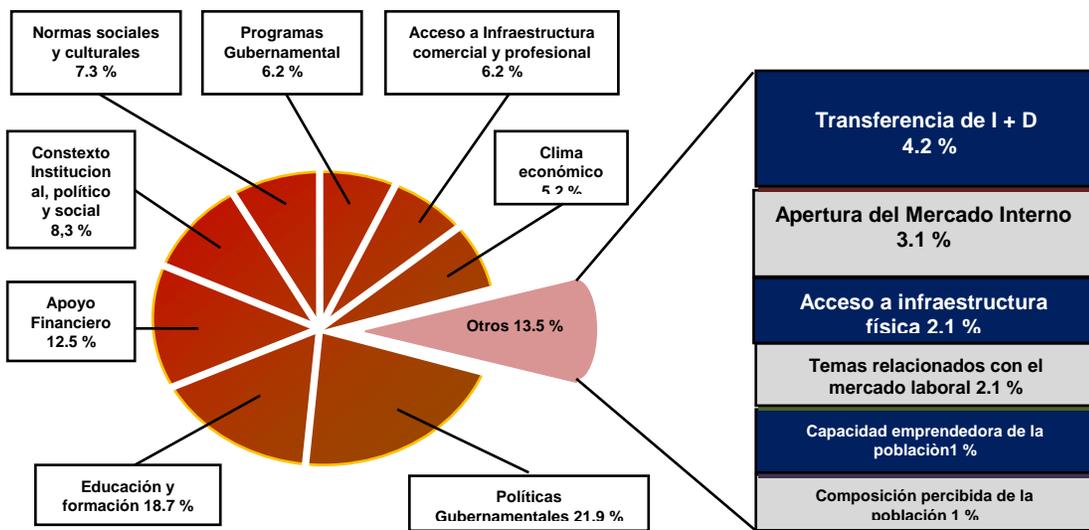
**Figura 18. Factores que Limitan el Emprendimiento en Bolivia, según opinión de Expertos.**  
**Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008.**  
**Elaboración Propia**

Otros aspectos como Educación y Capacitación (13.1%) y Apoyo Financiero (11.1%) tienen un margen relativamente importante de opiniones a favor, llama la atención el factor Clima Económico con el 10.1%.

Si sumamos este elemento al Contexto Institucional, Político y Social (18.2%), y ambos dos a Políticas Públicas (25.2%), puede apreciarse que hay un porcentaje de 53.5 % que concentra las opiniones de los expertos, y que tiene que ver con las condiciones generales en que se desenvuelve la actividad emprendedora.

Las recomendaciones que hacen los expertos (Figura 19.), sobresalen nuevamente “Políticas gubernamentales”, con el 21.9%, “Educación y capacitación” con el 18.7%, y “Apoyo financiero, con el 12.5%.

Estas tres medidas reúnen el 53% de las recomendaciones especializadas. De alguna manera estas tres medidas resumen la situación del entorno emprendedor.



**Figura 19. Acciones prioritarias para fomentar el emprendimiento en Bolivia, según opinión de Expertos.**

**Fuente: GEM Bolivia Encuestas Nacional a Expertos (NES) 2008.  
Elaboración Propia**

Los expertos reclaman con mayor urgencia y prioridad; políticas públicas que estimulen y fomenten la creación y el crecimiento de nuevas empresas, complementadas con programas adecuados y de calidad para la formación y el entrenamiento de emprendedores con capacidad de formar y dirigir nuevas empresas, además de una mayor disponibilidad de recursos para el financiamiento de actividades emprendedoras.

## 2.9. Educación Emprendedora a Nivel Universitario

Varios autores han establecido que la formación pueda influir en el proceso de la actividad emprendedora, dado que dimensionan el proceso formativo, como un proceso donde juegan un papel muy importante las decisiones del individuo las cuales vendría determinadas por sus percepciones a ese tipo de comportamiento emprendedor.

En Latinoamérica se conoce como Educación Empresarial y la Emprendedora como especialidad en cursos de Creación o gestión de empresas o negocios.

Cooper (1985) y Cáceres (2002), mencionan que este factor es de suma importancia para poder aumentar las probabilidades de creación de una nueva empresa y el desempeño de la misma en el futuro.

El desarrollo de programas formativos que estén diseñados para facilitar la creación de empresas es un movimiento mundial que busca el surgimiento de empresarios nuevos y de calidad.

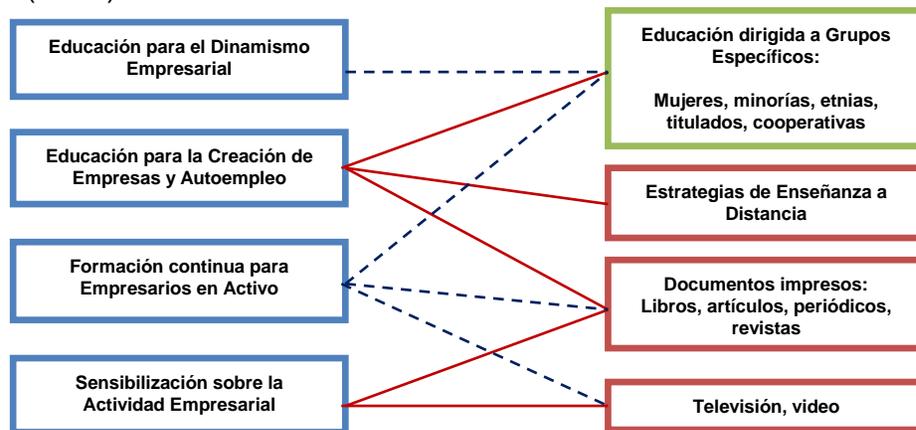
Es un común denominador que en la mayoría de los centros de educación ya existan programas que fomenten este aprendizaje empresarial, lo que ha permitido hoy por hoy que sea una realidad.

Por lo tanto como la definición de Educación Empresarial la acuñada por Liñán (2004) es *“el conjunto de todas la actividades de formación –reglada o no reglada- que intentan desarrollar en los participantes la intención de realizar comportamientos empresariales, o algunos elementos que influyen sobre esa intención, como el conocimiento empresarial, la deseabilidad de la actividad empresarial, o su factibilidad”*.

Esta definición al ser muy amplia es necesario establecer ciertos criterios, como lo señala Brockhaus (1992) los objetivos que se persiguen son la pregunta principal, a la cual deberán someterse el resto de los elementos, como lo son los

contenidos, los participantes, la metodología de enseñanza, o la forma de evaluación.

Curran y Stanworth (1989) intentan poner límites los objetivos primordiales que debe de seguir la formación relacionada con pequeñas empresas y actividad empresarial, en la Figura 20 muestra la clasificación realizada por Curran y Stanworth y que ha sido defendida por Garavan y O'Cinneide (1994) o el mismo Liñán (2004).



**Figura 20. Categorías de Formación Empresarial.**  
Fuente: Liñán 2004.  
Elaboración Propia

### **2.9.1. Actividad Emprendedora en la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA)**

Según la Memoria de la Fundación Maya (2008) impulsar una cultura emprendedora no es una tarea fácil. Al contrario, son muchos los obstáculos y las dificultades que se encuentran en el proceso, comenzando por el entorno, el ambiente mismo que ofrece el país para el surgimiento de nuevos emprendedores, por demás conflictivo en los últimos años, hasta temas más puntuales como el de servicios financieros, de desarrollo, entre otros, los cuales se encuentran en la mesa de debate.

Entre todos, uno destaca por sí mismo: *la educación*, más concretamente, *la formación de los nuevos emprendedores en las universidades*.

Red Bolivia Emprendedora, en el día del lanzamiento de la Semana Mundial de los Emprendedores, Jonathan Ortman, Presidente de la Fundación Kauffman, asegura que *las casas de estudios superiores deben ser la cuna de los nuevos emprendedores. Él agrega: “Las universidades son el lugar ideal para que la gente joven explore su potencial empresarial y deben verse como catalizadores para una sociedad pro-empresarial”.*

Una de las razones por las cuales Estados Unidos y Europa alcanzaron un alto nivel de crecimiento fue, precisamente, porque el mundo académico se involucró en los temas de desarrollo empresarial. Hoy en día, en la mayoría de los países, entre ellos Bolivia, las universidades ya juegan un rol importante en la enseñanza y difusión de la nueva cultura emprendedora, aunque queda aún mucho camino por recorrer.

Como parte integral de una sociedad empresarial, las universidades son también el centro de innovaciones en la sociedad por excelencia. Ahora el reto es orientar el flujo de estas innovaciones hacia el campo empresarial.

El estudio del Mercado Laboral en Bolivia (2006) elaborado por FUNDAPRO, el 50,3 % de la oferta de profesionales está constituido por profesiones: abogado, auditor, administrador de empresas, ingeniero de sistemas, médicos, comunicador social e informático.

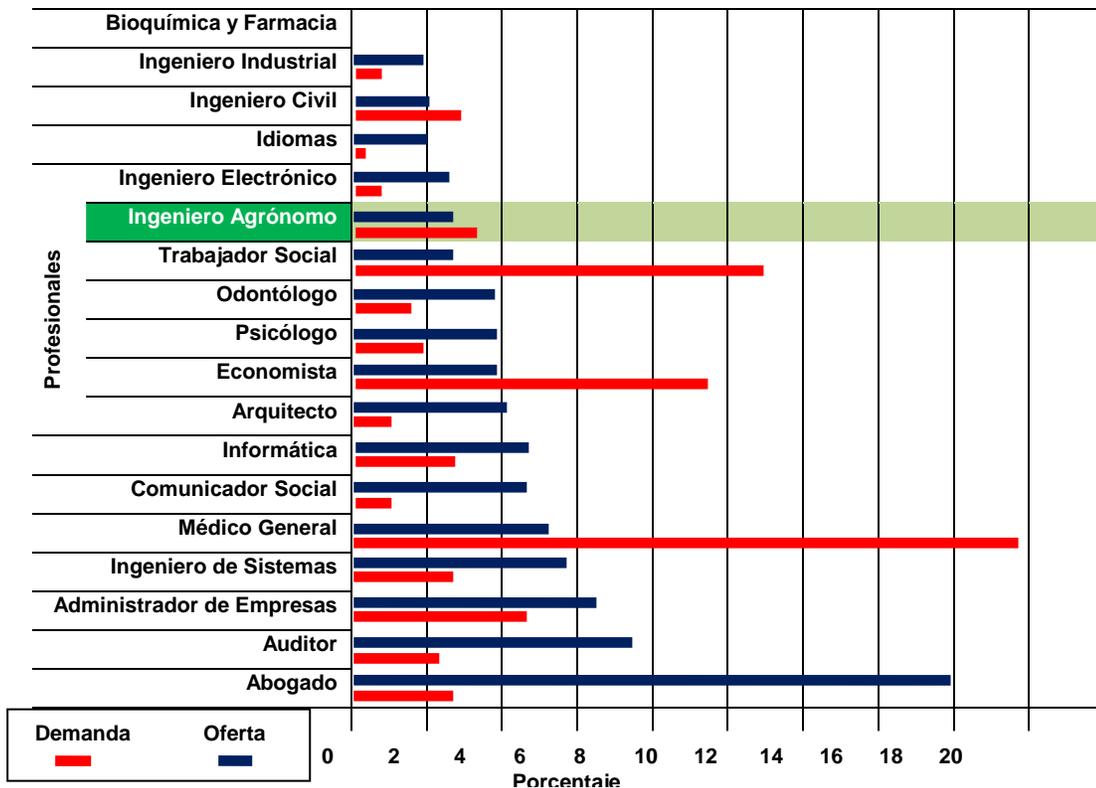
Por otro lado, la demanda de profesionales se concentra principalmente en las profesiones de médico, trabajador social, economista, administrador de empresas, informático, agrónomo e ingeniero civil que en conjunto representa el 52 %.

Así mismo, se aprecia una sobreoferta en las profesiones de idiomas, abogados, ingenieros industriales e ingenieros eléctricos. (Ver Figura 21).

Este estudio evidencia que la mayoría de los nuevos profesionales que salen de nuestras universidades encuentran un mercado laboral saturado, por lo que se

presentan para trabajar en empleos donde están sobre calificados. Esta situación no permite aprovechar de forma debida la formación recibida.

Las universidades deben romper su aislamiento y deben integrarse a la economía en general y a la creación de empresas en particular.



**Figura 21. Estructura de Demanda versus oferta de profesionales, La Paz, 2006.**  
 Fuente: Memoria de la Fundación MAYA, 2008  
 Elaboración Propia

Se debe crear mecanismos de interacción real con el *sistema productivo*, con el doble propósito de aprovechar sus potencialidades de innovación tecnológica y de retroalimentar la enseñanza con casos concretos y reales de la economía nacional (Memoria Fundación Maya, 2008).

Nuestra educación superior requiere de un nuevo enfoque educativo para formar emprendedores. Esto significa formar profesionales que estén capacitados para:

- *actuar independientemente,*
- *de forma innovativa,*
- *recursiva,*

- *con capacidad de logro y realización,*
- *estén dispuestos a correr riesgos moderados,*
- *crean nuevas fuentes de riqueza y empleo,*
- *actúan bajo un marco ético*
- *y con un concepto de responsabilidad social intenso*
- *dispuestos a alterar su negocio cada vez que las condiciones ambientales lo exijan,*
- *determinados a definir y aprovechar todas las nuevas oportunidades que el mercado plantee,*
- *que se muestren interesados en estar en un proceso de capacitación, de actualización, de aprendizaje y de mejoramiento continuo.*

Ése debe ser el modelo ideal, el plan de desarrollo, el reto nacional.

El empresario es la fuerza impulsora de nuevas empresas, de nueva riqueza y de nuevos empleos, y estos últimos solo son estables en la medida en que el empresario sea capaz de proyectar competitivamente su organización en el futuro.

Por ello las dos grandes preguntas que debemos responder como sociedad y como universidad son: *¿Cómo obtener desarrollo económico y generar empleos estables?* y *¿Cómo promover el espíritu emprendedor?*

Estas dos preguntas requieren acciones muy específicas, pues el espíritu empresarial no florece espontáneamente, implica acciones muy específicas que permiten preparar el terreno, colocar la semilla, fertilizar, germinar, hacer brotar, hacer crecer, hacer florecer y por ultimo cosechar:

Es evidente que la población necesita educarse para poder empezar negocios de forma exitosa y que la actitud empresarial de un país depende del volumen de los recursos humanos que hayan sido imbuidos del espíritu empresarial.

Esta evidencia ha llevado a un número grande de universidades, en varias partes del mundo, a introducir en sus programas académicos actividades variadas para el desarrollo del espíritu empresarial, con resultados que comprueban cada día más la validez del supuesto.

Esta ampliamente justificada la necesidad de cambiar el modelo tradicional de enseñanza que maneja nuestro sistema universitario por uno empresarial, por los consiguientes beneficios que otorga al desarrollo económico del país y, por supuesto, a las mismas universidades.

### **2.9.2. La UMSA, la Fundación Maya y su potencial de innovación y desarrollo emprendedor**

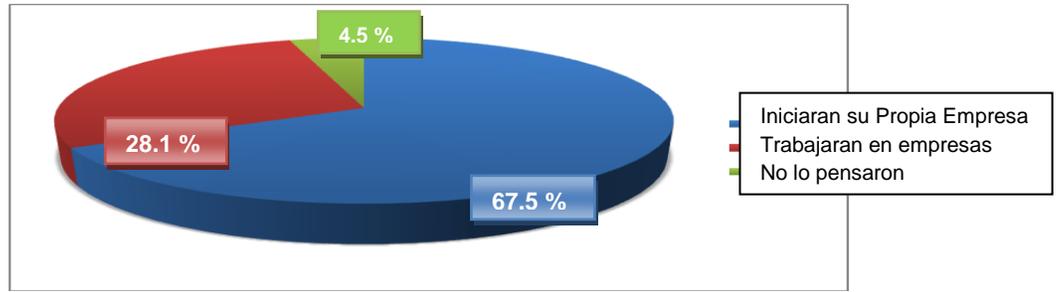
Según el informe en las memoria 2008 de la Fundación Maya, señala que la UMSA es la universidad más importante del país. Actualmente cuenta con 13 facultades, 54 carreras y 34 institutos de investigación.

Los institutos de investigación son los principales generadores de investigación. En este marco de investigación, la Fundación Maya, mediante el CIDE (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial), está incentivando y motivando a los docentes investigadores a que plasmen sus trabajos en ideas de negocio y, posteriormente en empresas que generen recursos que beneficien a la Universidad, a los generadores de la investigación y a nuestra comunidad.

Ello permite renovar el tejido productivo y crear fuentes de trabajo, bajo el marco correspondiente de la propiedad intelectual.

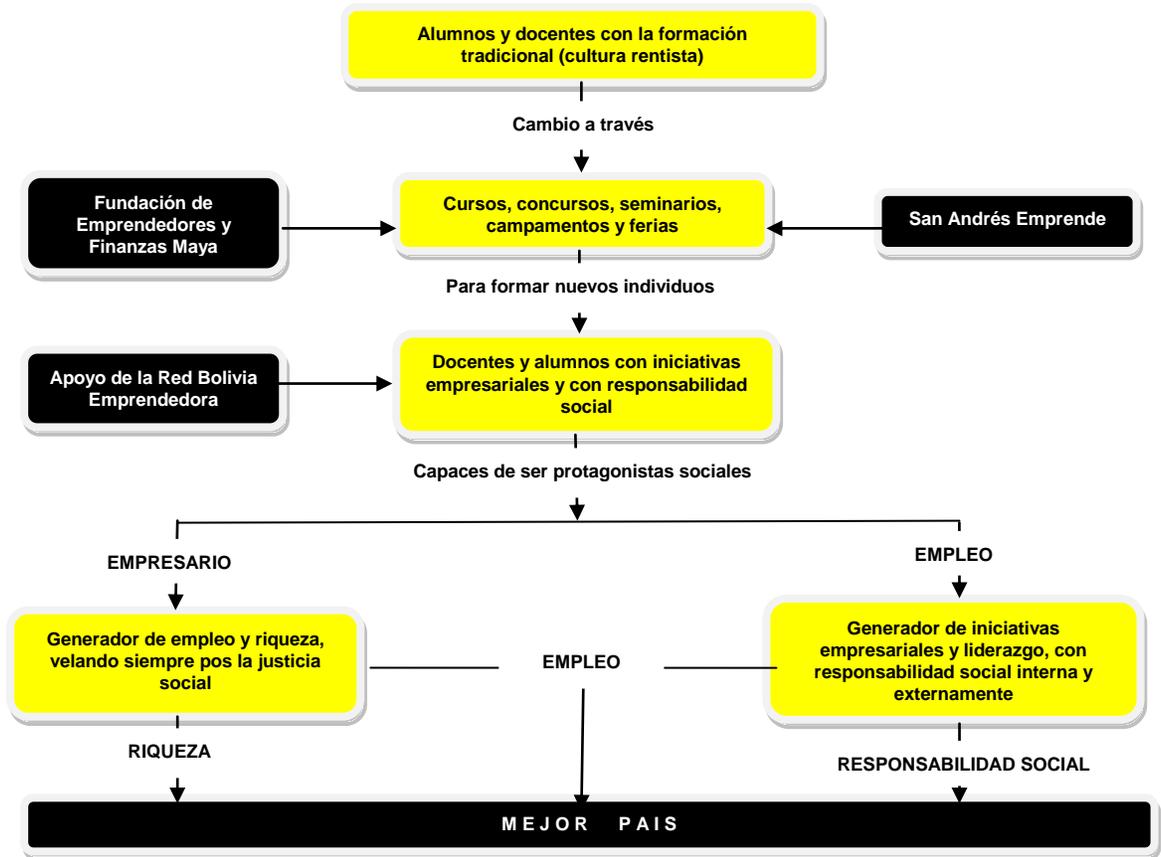
De acuerdo con un estudio de mercado realizado el 2006, se determinó el potencial emprendedor que existe en los universitarios de la UMSA. La variable más importante fue identificar cuál es la probabilidad de que los estudiantes inicien su empresa.

Los resultados determinan que un 67,5 % de los estudiantes consideran posible iniciar su propia empresa. Este resultado es muy importante para el estudio, ya que determina que hay un alto número de estudiantes convencidos de que es posible ser propietario de una empresa o negocio (Ver Figura 22).



**Figura 22. Proporción de estudiantes con probabilidad de iniciar su empresa.**  
**Fuente: Memoria de la Fundación MAYA, 2008**  
**Elaboración Propia.**

La Fundación Maya ha tenido un alto impacto social, al brindar oportunidades para mejorar la calidad de vida de los alumnos, de los docentes y de los jóvenes emprendedores, y al conducirlos hacia nuevas alternativas para formarse con nuevos valores, con mentalidad empresarial y como emprendedores con sentido social, (Ver Figura 23).



**Figura 23. Impacto Social esperado con la Fundación Maya**  
**Fuente: Memoria de la Fundación MAYA, 2008**  
**Elaboración Propia.**

La Fundación Maya busca implementar este nuevo modelo a través de la creación de pre incubadoras de empresas al interior de las universidades, es decir, centros de emprendimientos, que tienen como tarea principal despertar y fomentar el espíritu empresarial en la comunidad empresarial y de emprendedores a través de una diversidad de actividades, identificando las ideas y posibles iniciativas con perfil empresarial y acompañándolas hasta la elaboración de planes de negocio.

### **2.9.3. La UMSA y el Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE)**

Las alternativas de los futuros profesionales se amplían cuando éstos tienen una visión emprendedora. Esa fue la premisa que motivó a la creación del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE), la incubadora de negocios de la Universidad Mayor de San Andrés –UMSA (El Diario, 2008).

El CIDE es un programa dependiente del Instituto de Investigaciones Industriales de la carrera de ingeniería Industrial de la UMSA. El promotor de este programa es el Ing. Jorge Velasco, que hace cinco años, siendo docente de Administración Financiera, tuvo la iniciativa de incentivar el espíritu emprendedor y la innovación en la universidad.

En abril del 2003, con la ayuda de algunos estudiantes de Ingeniería Industrial de la UMSA, se fundó el Centro de Emprendedores y Finanzas Maya. Un año después, se elaboró el proyecto de factibilidad para crear la primera incubadora de emprendedores en la universidad estatal.

El objetivo del centro es difundir e incentivar el espíritu emprendedor y la innovación en la UMSA, a fin de que las ideas de alumnos y docentes se conviertan en planes de negocio y, posteriormente, en empresas dinámicas.

Una de las novedades introducidas por el centro fue la creación de la cátedra de Innovación Empresarial y Emprendedurismo, que es parte de la carrera de Ingeniería Industrial y en la que se forman más de 50 estudiantes por curso.

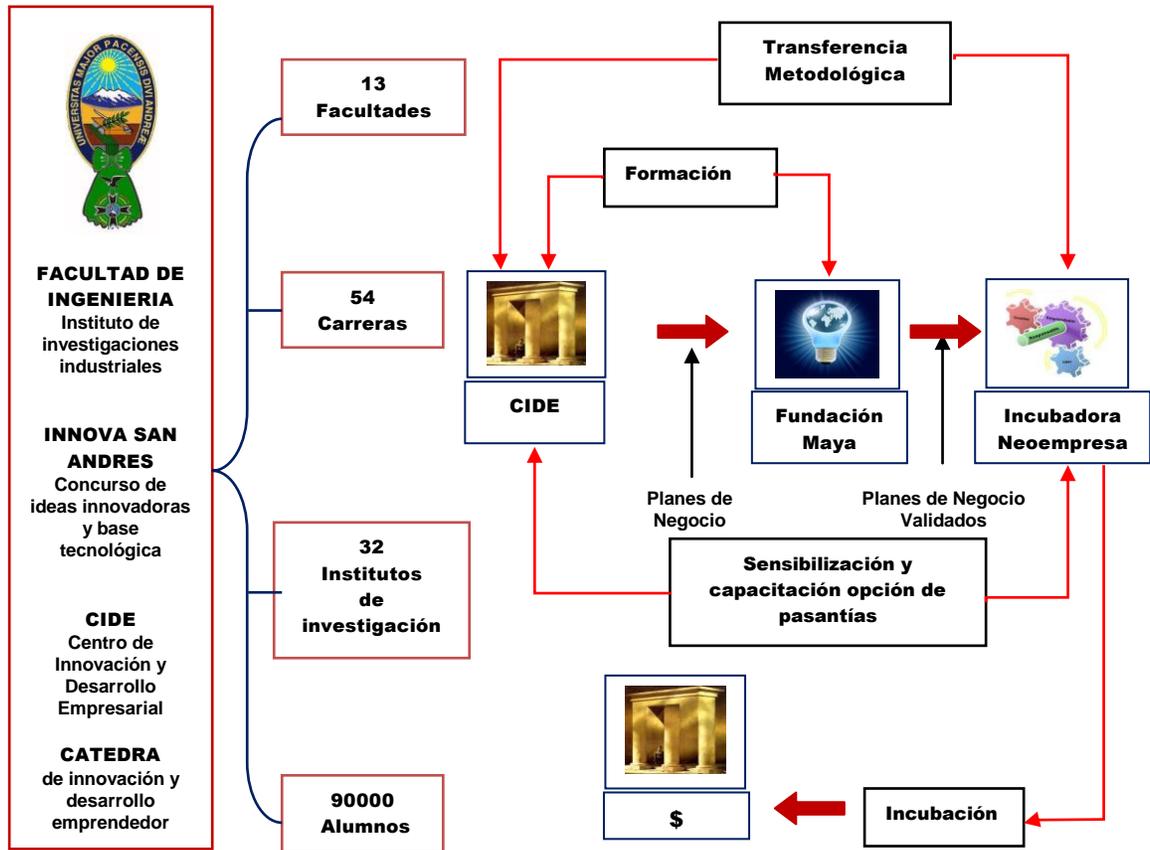


Figura 24. Proyección del CIDE, La UMSA y la Fundación MAYA en el desarrollo emprendedor

Fuente: Periódico El Diario, 2008  
Elaboración Propia

El director del CIDE indica que el objetivo de la materia es ofrecer a los alumnos de pregrado una visión global e integradora de cómo iniciarse en la aventura empresarial y dotarles de competencias que motiven en ellos el espíritu emprendedor (El Diario, 2008).

La cátedra contempla clases teóricas y prácticas. En la parte práctica, los estudiantes reciben la visita de emprendedores locales. Velasco señala en dicha entrevista que, con el objeto de tener una conciencia social-emprendedora, los alumnos acampan en alguna localidad aledaña, hacen un diagnóstico y proponen ideas innovadoras que benefician a la comunidad.

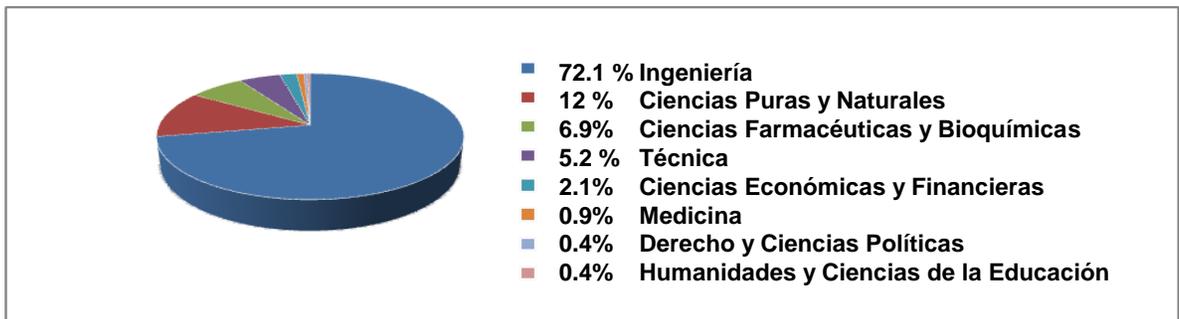
Según la entrevista del periódico de El Diario, cita el comentario del Ing. Velasco: *“Hago un llamado a las autoridades para que nos apoyen y se sumen a esta iniciativa de convertirnos en una universidad empresarial ya que tenemos todas las condiciones”*, concluye.

#### **2.9.4. Impacto alcanzado por el Concurso de Ideas Innovadoras y Base Tecnológica “Innova San Andrés”-UMSA**

Según reporte del CIDE (2011) el último concurso de Ideas Innovadoras y de Base Tecnológica (4º), se evaluaron 25 equipos que se presentaron en la Feria Innova San Andrés desarrollada en el Atrio del Monoblock Central de la UMSA. De dicho concurso se obtuvo los siguientes resultados:

- **Porcentaje de Participación de las Facultades:**

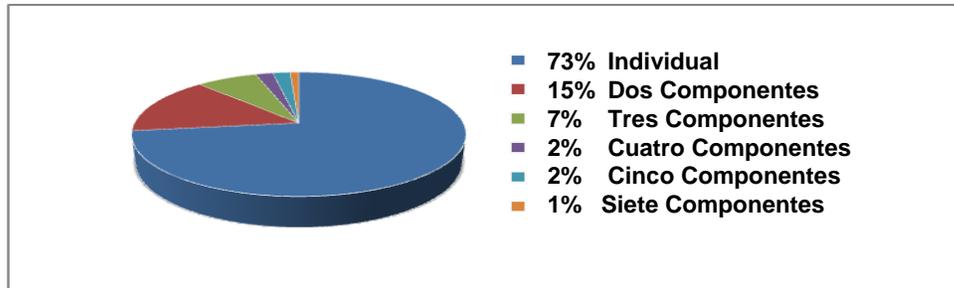
El 72% de las ideas correspondieron a la Facultad de Ingeniería, secundado por la Facultad de Ciencias Puras y Naturales con 12%, luego Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas con el 7% y último con 5% la Facultad Técnica.



**Figura 25. Facultades Inscritas en el 4º Concurso de Ideas Innovadoras - UMSA**  
Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011.  
Elaboración Propia.

- **Porcentaje de ideas de acuerdo al número de componentes:**

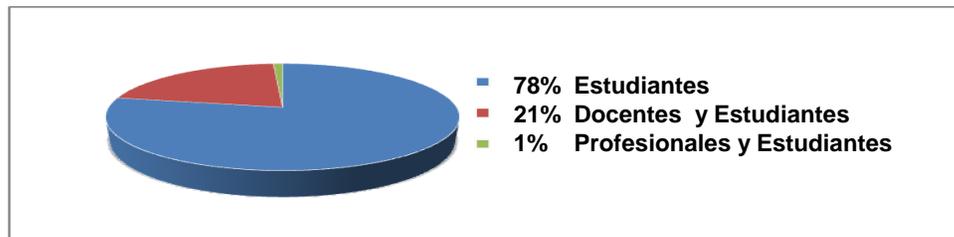
De las 159 ideas presentadas, 73% fueron presentadas de manera individual, 15% estaban formados por grupos de 2 personas, seguidas por el 7% que se presentaron en grupos de 3 y con un 2% en equipos de cuatro y cinco componentes cada uno.



**Figura 26. Ideas Presentadas de acuerdo al número de Componentes en el 4º Concurso de Ideas Innovadoras - UMSA**  
 Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011.  
 Elaboración Propia.

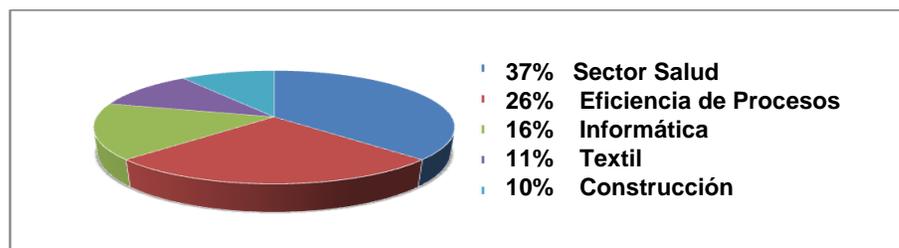
- **Porcentaje de ideas según componentes del equipo:**

El 78% de los equipos fueron conformados por estudiantes, por otro lado el 21% de los equipos estaban conformados por grupos de docentes y estudiantes y tan solo el 1% de los grupos se conformo por profesionales y estudiantes.



**Figura 27. Ideas de acuerdo al Tipo de Componente, según el 4º Concurso de Ideas Innovadoras - UMSA**  
 Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011.  
 Elaboración Propia

Las ideas presentadas el 37% pertenecen a soluciones para Salud, seguidas del 26% en soluciones para Eficiencia de Procesos y Servicios, teniendo la menor cantidad de ideas en soluciones para el sector Construcción con un 10%.



**Figura 28. Clasificación por Solución- 4º Concurso de Ideas Innovadoras - UMSA**  
 Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011.  
 Elaboración Propia

- **Evolución del Innova San Andrés:**

El siguiente cuadro se resume los datos comparativos más importantes de las cuatro versiones desarrolladas en la Universidad Mayor San Andrés, dentro del concurso Innova San Andrés.

Donde se puede apreciar el impacto directo de este tipo de actividades que fomentan el desarrollo emprendedor de los estudiantes, docentes y profesionales.

Así mismo se evidencia que la Facultad de Agronomía no participó en ninguna de las versiones de los concursos. Donde si bien las ideas presentadas como el número de participantes incrementaron progresivamente, no se puede afirmar de la misma manera en la participación de más facultades o carreras de la UMSA.

DETALLE	2006	2008	2009	2010	TOTAL
Ideas Presentadas	55	83	64	157	359
Ideas Premiadas	5	5	7	11	28
Participantes	129	221	167	183	700
Facultades Participantes	10	12	9	9	---
Carreras Participantes	25	41	30	16	---
Equipos Docente Estudiantiles	5	12	13	8	38

**Cuadro 4. Evolución del Innova San Andrés**  
**Fuente: Presentación del CIDE y Fundación MAYA, 2011.**  
**Elaboración Propia**

### **2.9.5. La formación emprendedora de la Facultad de Agronomía de la Universidad Mayor de San Andrés**

La Facultad de Agronomía en su interés de formar profesionales competentes fue incorporando en su malla curricular materias como ser Agronegocios y Comercialización de Productos Agropecuarios, que en cierta medida responden a necesidades empresariales del mercado.

Así mismo se incentiva a la investigación agropecuaria a través del Instituto de Investigaciones Agropecuarias y Recursos Naturales (IIAREN), dependiente de la Facultad de Agronomía.

La transferencia de conocimientos y tecnología científica se realiza a través de sus carreras profesionales, que se imparte geográficamente en la Ciudad de La

Paz la carrera de Ingeniería Agronómica y la carrera de Técnico Superior Agropecuario en las localidades de Sapecho, Patacamaya y Viacha.

Recientemente en la gestión 2011 se creó la carrera de Ingeniería en Producción y Comercialización Agrícola, con sede en la Localidad de Viacha.

### III. SECCION DIAGNOSTICO

#### 3.1. Materiales y Métodos

##### 3.1.1. Localización y Ubicación

El presente trabajo de investigación se desarrollo en la Facultad de Agronomía, dependiente de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), Universidad Estatal localizada en el del Departamento de La Paz, Provincia Murillo, Bolivia.

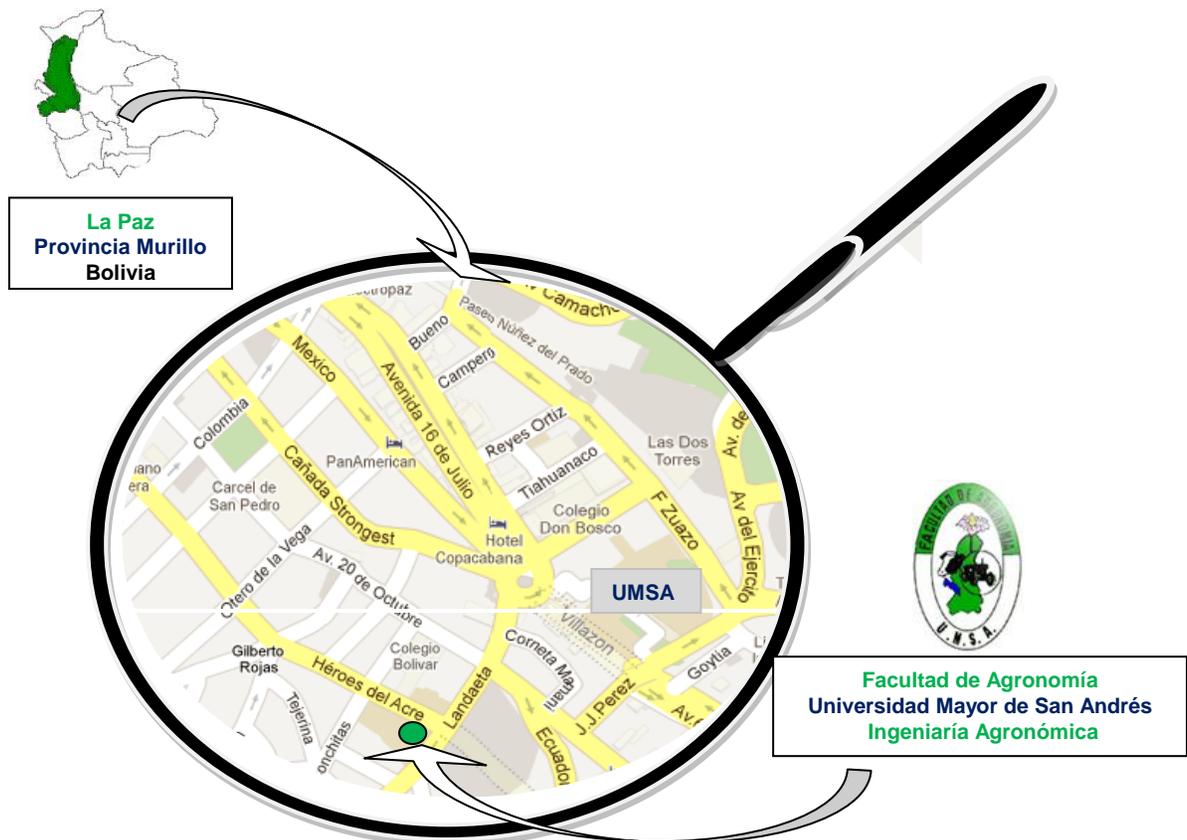


Figura 29. Ubicación de la Facultad de Agronomía - UMSA  
Fuente: Maps Google, 2012.  
Elaboración Propia

Específicamente el trabajo se direccionó a la Carrera de Ingeniería Agronómica, a los estudiantes universitarios del noveno y decimo semestre, de la segunda gestión del año 2011.

La Casa de Estudios Central de la carrera de Ingeniería Agronómica se encuentra ubicada en el centro de la sede de gobierno de la Ciudad de La Paz, más propiamente dicho en la siguiente dirección: calle Héroes del Acre No 1850, esquina calle Landaeta, teléfono fijo 02-2481159 y fax 02-2484835.

### **3.1.2. Características de la Facultad de Agronomía - UMSA**

Según la pagina web de la Facultad de Agronomía ([www.umsa.bo/fa](http://www.umsa.bo/fa), 2012) define su accionar educativos para los siguientes parámetros:

Objetivo:

- *"Nuestro objetivo es el conocimiento científico de las leyes sociales y de la naturaleza, para lograr el desarrollo óptimo de las capacidades de los futuros profesionales, de modo que puedan desenvolverse en forma autónoma y creativa".*

Misión:

- *La Facultad de Agronomía tiene por misión la formación de profesionales de alto nivel académico, la generación y difusión de tecnología, sobre la base de una actividad de investigación y el desarrollo de labores de integración social.*

Objetivo principal:

- *El objetivo central de la Facultad de Agronomía es la formación de profesionales en el campo agrícola y ganadero y, mediante la investigación que fomenta, difundir los conocimientos generados hacia la población, dependiente de la agropecuaria.*

Objetivos secundarios:

- *Propugnar la consolidación de competencia científica en lo educativo, la investigación y la transferencia de tecnología.*
- *Como institución académica, priorizar las tecnologías limpias, sanas y blandas, y que los factores que eventualmente pueden dañar a los seres humanos, a los recursos naturales o al medio ambiente sean evitados o*

*utilizados en forma prudente, priorizando las tecnologías biológicas y agronómicas por sobre las químicas y mecánicas.*

- *Formar profesionales con mayor versatilidad y eclecticismo para desempeñarse con igual eficiencia ante productos de distintas disponibilidades de recursos, niveles tecnológicos y escalas de producción.*
- *Como unidad formadora de capacidades, promover en los profesionales la búsqueda de oportunidades y potencialidades de desarrollo existentes en las comunidades, en lugar de limitarse a identificar las restricciones y amenazas, así como el de formular y aplicar soluciones en lugar de diagnosticar los problemas, buscando la priorización de problemas solucionables en vez de omitirse aquellos que deben ser resueltos por terceros.*

La Facultad de Agronomía actualmente cuenta con dos Estaciones Experimentales: Choquenaira y Sapecho, ambas constituyen el centro fundamental de apoyo académico, para que los estudiantes tengan la oportunidad de efectuar prácticas en ganadería, sanidad animal, tecnología de la leche, cultivo de papas, cereales y hortalizas. Además, dispone del Centro Experimental de Cota Cota y el Campus Experimental en San Buenaventura-Ixiamas. ([www.umsa.bo/fa](http://www.umsa.bo/fa), 2012).

### **3.1.3. Materiales**

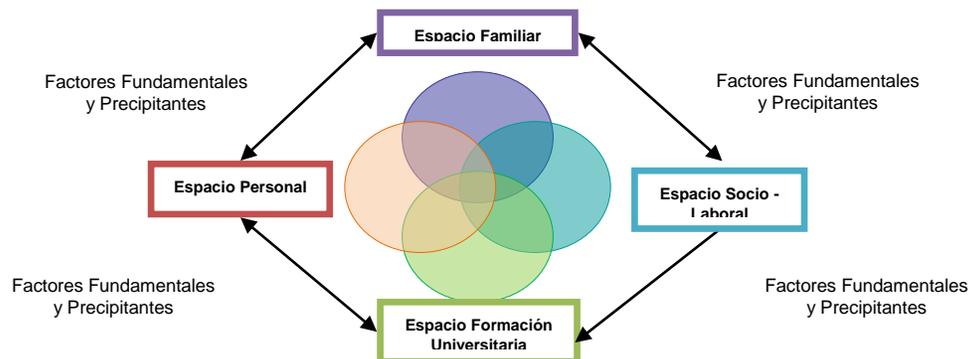
El material utilizado fue:

- *Una computadora portátil*
- *Una impresora*
- *Una mini grabadora*
- *Una cámara fotográfica*
- *Un Flash memory*
- *Cien encuestas estructuradas*
- *Cinco entrevistas estructuradas*
- *Material bibliográfico*
- *Material de escritorio*

### 3.1.4. Metodología

La metodología seleccionada y aplicada en el presente trabajo de investigación es el Modelo de Veciana y los factores precipitantes y fundamentales, debido a que se adapta de mejor manera a la evaluación del perfil emprendedor del estudiantado universitario y por su experiencia de su aplicación en otras Universidades.

Este modelo consiste, en identificar los factores agrupados en dos grupos que influyen en el perfil emprendedor del estudiante, es decir; los “*factores fundamentales*”, que se refieren a los antecedentes y atributos personales, a la organización incubadora (centros de educación, universidades, talleres, etc.) y al entorno, mientras que los “*factores precipitantes*”, aluden a la insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa (Veciana, 1988) y relaciona estos factores con las fases de creación de una nueva empresa (gestación, creación, lanzamiento y consolidación).



**Figura 30. Interacción de los espacios que impacta en el perfil emprendedor**  
**Fuente: Veciana, 1988.**

La inexistencia de estudios en nuestro medio, se vio necesario trabajar bajo un estudio de similar aplicación, como fue utilizado en el Análisis del Perfil Emprendedor del alumnado universitario y preuniversitario de la Universidad de Córdoba – España (UCO-Consejo Social de la Universidad de Córdoba,2007).

El estudio se adaptó a nuestra realidad. Por lo tanto al ser una investigación con pocos estudios a nivel local, se trabajó bajo el siguiente plan de investigación:

- *Método de Investigación bajo el enfoque cualitativo*, Según Hernández, et.al. 2010, y Tarifa. I. (2012) involucra:
  - Tipo de *Diseño de Investigación Exploratorio no experimental*
  - Bajo un *análisis o estudio exploratorio*
  - Con el *objeto de investigación* de conocer el perfil emprendedor del estudiante y proponer lineamientos estratégicos para incentivar la cultura emprendedora y la predisposición a la creación de empresas por el estudiantado universitario de la carrera de Ingeniería Agronómica
  - Los *sujetos de informantes y/o de investigación* fueron los estudiantes por concluir la carrera universitaria y autoridades facultativas como de un experto en la materia.
  - La investigación se suscribe en el sector educativo -social universitario.
  - El *área de investigación* fue:
    - *Área geográfica, suscrita a la carrera de Ingeniería Agronómica de la Universidad Mayor de San Andrés, ubicada en la Provincia Murillo del Departamento de La Paz, Bolivia.*
    - *Área temporal, el presente estudio se elaboro en 5 meses y la aplicación de las encuestas y entrevistas fue de Septiembre a Noviembre del 2011.*
    - *Área humana; los sujetos de estudio se focalizo en universitarios que cursaban el 9ª y 10ª semestre de la carrera, de diferentes edades y género.*
  - Se ha utilizado *estadísticas descriptivas* con análisis de frecuencias y porcentajes.
  - Las *técnicas de investigación* aplicadas fueron:
    - *Encuestas estructuras, para los estudiantes:*
      - ✓ *Cuestionario con preguntas abiertas y cerradas siendo estas dicotómicas o policotómicas, y el uso de la Escala de Likert.*
      - ✓ *Aplicación auto administrada con presencia del investigador responsable con previa explicación del objetivo y la importancia de la investigación y la veracidad de la información a recolectar.*
    - *Entrevistas Guiadas o Focalizadas, para las autoridades facultativas y experto en el área:*
      - ✓ *Cuestionario guía con preguntas directas.*
      - ✓ *Aplicación administrada de forma directa por el investigador a las autoridades facultativas y auto administrada por correo electrónico por el experto en el área.*

### **3.1.4.1. Procedimiento del Trabajo**

Se cumplió según las siguientes 7 fases planificadas:

#### **1º Fase: Origen de la Idea**

- ⊕ *Evaluación de las experiencias propias y colectivas del entorno económico-social en el sector agropecuario y la creación de empresas y la influencia de la educación universitaria, caso del Ingeniero Agrónomo.*
- ⊕ *Motivación propia de aportar con un estudio de investigación dirigido a la identificación del perfil emprendedor de los estudiantes de carrera de Ingeniería Agronómica, y los factores de influencias tanto interno y externo (entorno).*
- ⊕ *Proponer una estrategia inicial de desarrollo emprendedor a nivel de educación universitaria.*

#### **2º Fase: Investigación Bibliográfica**

- ⊕ *Búsqueda de trabajos de investigación referente al tema de estudio en la biblioteca de la Facultad de Agronomía y la Universidad Mayor de San Andrés y en otras bibliotecas.*
- ⊕ *Respaldar y profundizar información del desarrollo emprendedor en Bolivia a través de los diferentes estudios realizados recientemente (hace 10 años).*
- ⊕ *Fundamentar con bibliografía referente a la identificación del perfil emprendedor y experiencias en el entorno mundial, continental y nacional (modelos).*
- ⊕ *Recabar experiencias y ensayos de educación universitaria con enfoque de desarrollo emprendedor.*

#### **3º Fase: Selección de la Metodología del trabajo**

- ⊕ *Se optó el Modelo propuesto por el profesor Veciana conocido como: "Modelo de Veciana y los factores precipitantes", por su aplicabilidad y experiencias en estudios similares en evaluaciones del perfil emprendedor de estudiantes universitarios.*

#### **4º Fase: Diseño y Mejora de las Encuestas Estructuradas y Entrevistas Guiadas o Focalizadas**

- ⊕ *Se utilizó como base el cuestionario en el que trabajó el profesor Veciana para otras Universidades.*
- ⊕ *Dicha encuesta fue socializado con autoridades y docentes de la Facultad de Agronomía como por representantes estudiantiles, así mismo por el experto en la materia, con la finalidad de adaptarla a nuestro medio.*
- ⊕ *Las personas consultadas fueron el Decano de la Facultad de Agronomía Ing. Ph.D. René Chipana, el Vicedecano Ing. Ramiro Mendoza, la Coordinadora del Plan Extraordinario de Titulación de Antiguos Estudiantes No Graduados (PETAENG) y Ex Vicedecana Ing. M.Sc. Teresa Ruiz-Díaz y el experto en la materia Ing. M.Sc. Víctor García Massa.*
- ⊕ *A nivel de los estudiantes se trabajó de forma directa con los representantes del Centro de Estudiantes de la Carrera Ingeniería Agronómica, los universitarios: Lorena Lucero y Javier Quino.*

#### **5º Fase: Aplicación del Trabajo de Investigación en Campo**

- ⊕ *Previo se solicitó al departamento de Kardex de la Facultad de Agronomía información de la cantidad de estudiantes inscritos en los últimos semestres (9º y 10º) con la autorización de las autoridades facultativas, con la finalidad de determinar el universo y la posible muestra.*
- ⊕ *La aplicación de las encuestas estructuradas para los estudiantes, estas se realizaron al inicio o final de clases en aquellos paralelos y materias seleccionados para el presente estudio. Todo autorizado por las autoridades facultativas y docente del curso.*
- ⊕ *Las entrevistas guiadas o focalizadas para las autoridades facultativas y para el experto en el área, se solicitó con carta escrita del PETAEG y a disposición de la fecha y hora del entrevistado.*
- ⊕ *Las entrevistas con relación al tercer objetivo específico, se aplicó a las autoridades facultativas: al Decano de la Facultad de Agronomía Ing. Ph.D. René Chipana, al Vicedecano Ing. Ramiro Mendoza, al Director de Carrera Ing. Ph.D. David Cruz y a la Coordinadora del Plan Extraordinario de Titulación de Antiguos Estudiantes No Graduados (PETAENG) y Ex Vicedecana Ing. M.Sc. Teresa Ruiz-Díaz, y por último al experto en la materia Ing. Jorge Velasco docente de la materia Innovación y Desarrollo Empresarial de Carrera de Ingeniería Industrial de la UMSA y fundador del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE) como de la Fundación Maya.*

## **6º Fase: Análisis e Interpretación de los Resultados**

- ⊕ *Una vez obtenidos las encuestas llenadas se paso a su respectiva tabulación con el apoyo del sistema SPSS Versión 11.5 y Planillas Excel.*
- ⊕ *En función del mismo se cruzo la información con la elaboración y posterior aplicación de las entrevistas focalizadas.*

## **7º Fase: Propuesta de un Plan Estratégico de Educación Emprendedora**

- ⊕ *Con los resultados obtenidos se procedió a cotejar con la revisión bibliográfica y trabajar en una propuesta estratégica para una educación emprendedora en el ámbito universitario de la carrera de Ingeniería Agronómica.*

La ficha técnica del proceso metodológico se representa en el siguiente cuadro:

FICHA TÉCNICA	
<b>1. Proceso Metodológico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas a través de cuestionarios estructurados y auto administrados.</li> </ul>
<b>2. Tipo de Preguntas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerradas y abiertas de tipo múltiples y de respuesta única, y de control o filtro</li> </ul>
<b>2. Tiempo de Cumplimiento de la Encuesta Estructurada y Entrevista Guiada o Focalizada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 Minutos en las encuestas</li> <li>• 45 Minutos en la entrevista</li> </ul>
<b>3. Universo Poblacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 894 estudiantes inscritos en diferentes semestres que se registraron en la II Gestión – 2011 de la Carrera de Ingeniería Agronómica, en diferentes materias.</li> </ul>
<b>4. Muestra Objetivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 89 estudiantes inscritos en el semestre 9º y 10º que se encuentren por egresar en la II Gestión – 2011.</li> </ul>
<b>5. Muestra Real</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se seleccionó a los 89 estudiantes debido a la mayor experiencia en cursar el plan de estudios de la carrera de Ingeniería Agronómica y por la mayor criticidad respecto al fomento de la actividad emprendedora en la carrera.</li> <li>○ Debido a la cantidad de estudiantes que egresarían en la Gestión II/2011, se considero trabajar con la totalidad de ellos.</li> </ul>
<b>6. Forma de Contacto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En aula con la colaboración de los docentes de turno en los diferentes horarios y paralelos.</li> </ul>
<b>7. Fecha y características de la Prueba Piloto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Antes de la aplicación de la encuesta se socializo con el plantel de autoridades de la carrera como con los representantes estudiantiles.</li> <li>○ Se aplico pruebas a estudiantes voluntarios para la valoración de la calidad del cuestionario y llenado como del tiempo incurrido.</li> <li>○ Agosto/2011.</li> </ul>
<b>8. Fecha de Trabajo de Campo y Captura de la Información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se realizo en aula, con una previa explicación del objetivo de la aplicación de las encuestas y del impacto directo de la información obtenida.</li> <li>○ Con la finalidad de que la información dada sea lo más seria posible se solicito en la encuesta el nombre del estudiante (Se adjunta en Anexos dicha encuesta).</li> <li>○ Septiembre a Noviembre/2011</li> </ul>
<b>9. Tratamiento de la Información.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informático a través del paquete estadístico SPSS (versión 11.0) y las planillas Excel.</li> </ul>
<b>10. Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El investigador del presente trabajo dirigido.</li> </ul>

**Cuadro 5. Ficha Técnica del Proceso Metodológico**

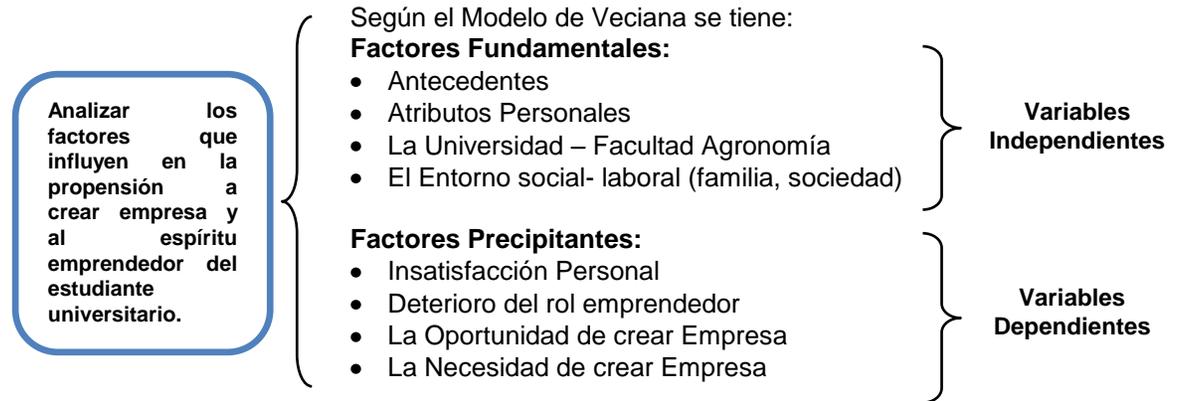
**Fuente: Elaboración Propia**

### 3.1.4.2. Variables de Estudio

Las variables de respuesta de los objetivos específicos planteados se tienen:

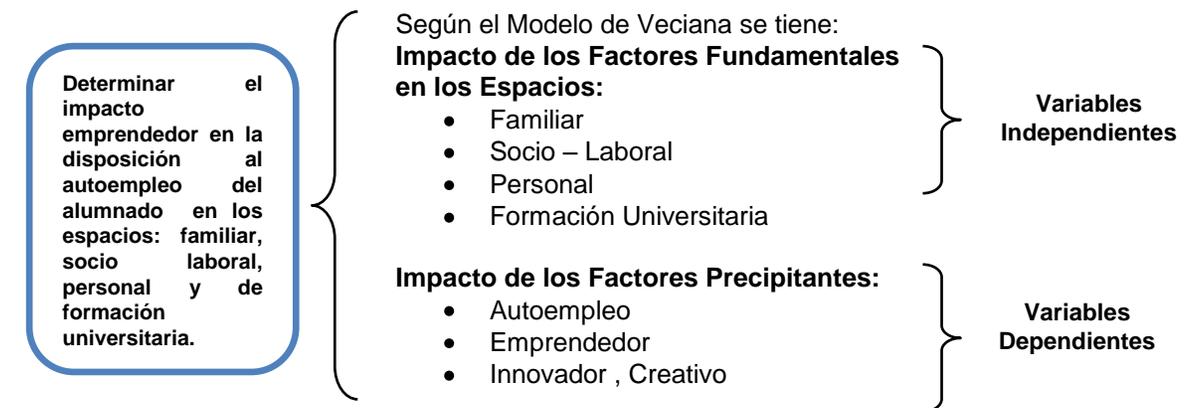
#### 1º Objetivo Específico

#### Variables de Estudio



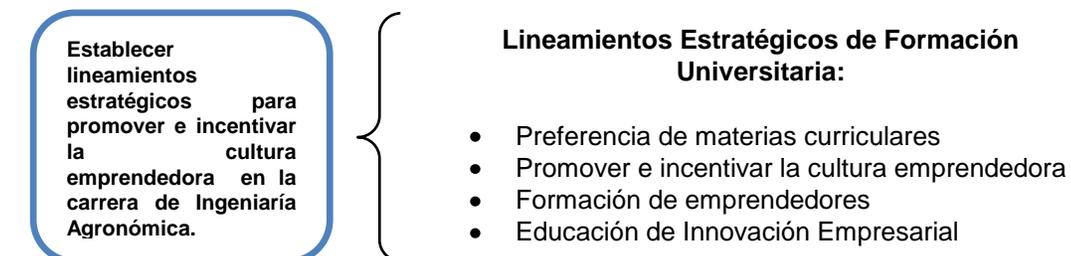
#### 2º Objetivo Específico

#### Variables de Estudio



#### 3º Objetivo Específico

#### Variables de Estudio



Cuadro 6. Descripción de las Variables de Estudio en función a los Objetivos Específicos  
Fuente: Elaboración Propia

## IV. SECCION PROPOSITIVA

### 4.1. Aspectos Propositivos

- **Relación resumida de resultados de la aplicación de las encuestas estructuradas**

La relación resumida de los resultados obtenidos, su análisis e impacto, en concordancia con el 1º y 2º objetivo específico, se muestra en los siguientes cuadros, como resultado de la aplicación de las encuestas estructuradas a los estudiantes de 9º y 10º semestre de la carrera de Ingeniería Agronómica.

<b>1) Análisis de los factores que influyen en la propensión a crear empresa y al espíritu emprendedor de los universitarios</b>	
<b>Tipo de Análisis:</b>	<b>Resumen de Resultados e Impactos:</b>
Descripción de la población por Género	Población conformada por un 47,4% de mujeres y 52,6 % de hombres, por lo que es una población representativa para el estudio.
Descripción de la población por Edad	Alta presencia entre las edades de 20 y 25 años con un 81,6 % seguido con un 15,8 % entre las edades de 26 y 35 años, lo cual muestra por la edad una población joven con un alto grado de cumplimiento del plan de estudio.
Descripción de la población por Lugar de Vivienda	Un 78,9% de la población vive en el área urbana y un 19,7% vive en área rural, lo cual indica el alto posicionamiento a nivel local urbano y no así a nivel rural.
Descripción de la población por Lugar de Nacimiento	Un 78,7% nacieron en La Paz Prov. Murillo, seguido con un 5,6% de la Prov. Aroma y 3,4% de El Alto, lo cual indica su alto posicionamiento local y en un radio de acción específico.
Factores que favorecen la creación de una nueva empresa en la actualidad	El 50,2 % favorecen las Necesidades y demandas Agroalimentarias latentes, seguido por la tecnología con un 14,8%, la accesibilidad a créditos o financiamiento el 9,1% y el apoyo estatal con el 7,4%, lo cual muestra la vocación de servicio y perfil del estudiante.
Factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad	La falta de incentivos para el emprendimiento se concentra con el 49,4%, el 25% por el factor económico-financiero y con el 12,5% el apoyo directo del Estado y otras instituciones. Todo esto muestra un panorama en el cual se debe trabajar arduamente en todo nivel.

**Cuadro 7. Resumen de Resultados en relación al Primer Objetivo Específico.  
Fuente: Elaboración Propia**

<b>2) Determinación del impacto emprendedor en la disposición al autoempleo del alumnado</b>	
<b>⊕ Espacio Personal:</b>	
<b>Tipo de Análisis:</b>	<b>Resumen de Resultados e Impactos:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivos para Empezar o Crear una Empresa Propia</li> </ul>	El 85,4% dependen de los factores precipitantes, es decir por un emprendimiento de oportunidad y de desarrollo de independencia económica, el cual es el más promisorio para crear empresa, Y en un 14,6% depende de factores fundamentales es decir de un emprendimiento no planificado solo por necesidad.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Obstáculos para Empezar o Crear una Empresa Propia</li> </ul>	El 88% depende de los factores fundamentales para emprender, es decir del entorno y atributos personales, el cual tiene un impacto alto de dependencia para crear empresa. Y 12% se ve influido por los factores precipitantes es decir por el deterioro del medio y por oportunidades y necesidades, el mismo que impacta de menor manera en predisposición al autoempleo, al espíritu emprendedor e innovador.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Atributos personales frente al deseo de Crear Empresa:</li> </ul>	
Género	Un 45,6% de varones si desea crear su propia empresa, y 43,3% damas lo propio, mostrando las damas un mayor interés de emprender una empresa en relación al total de su población y frente a los varones,
Edad	Entre 20 y 25 años de edad desean crear su propia empresa con el 74,2%, seguido con un 13,5% entre las edades de 26 a35 años. Esto responde una alta presencia de los estudiantes en dichas edades, Pero cabe señalar que los de 26 a 35 años frente a su población real encuestada presentan mayor predisposición a la creación de empresa frente a los jóvenes de 20 y 25 años.
Intención Personal de Crear Empresa en la Actualidad	Con un 31,5% considerar mas difícil crear empresa en la actualidad que en décadas anteriores, y más fácil un 14,6%, pero un grupo mayoritario considera relativo crear empresa con un 43,8%. Dichos resultados es un impacto directo de los factores fundamentales.
Intención Personal de Crear Empresa en tiempo determinado	Crear una empresa propia de forma firme y seria están pensando los estudiantes iniciar entre 1 a 2 años con un 31,2%, entre 3 a 5 años un 16,5%, solo un 9,9% iniciara su empresa cuando concluya sus estudios. Este resultado tiene una relación directa con la edad que responda a la falta de conocimiento del mercado, a la accesibilidad y estabilidad financiera y a las condiciones del entorno de fomento a la empresa.
Intención Personal de Crear Empresa y auto evaluación emprendedora	Frente al deseo personal de crear empresa se tiene un 71,3% que si se autoevalúan que tiene un espíritu emprendedor y un 11,4% poco y 1, 6% que no se consideran emprendedores. 10, 6% que aun no piensa crear empresa. Así mismo entre una ponderación de 1 a 10 se autoevalúan entre 7 y 8 con el 67,8% como emprendedores. Frente al pensamiento serio de crear empresa se tiene un 51,8% que si se autoevalúan que tiene un espíritu emprendedor y un 6,8% poco y 1, 2% que no se consideran emprendedores, 30,2% que vagamente piensan en crear empresa. Así mismo entre una ponderación de 1 a 10 se autoevalúan entre 7 y 8 con el 46,6% como emprendedores. Por lo tanto ante el deseo de emprender y el de pensar seriamente reduce significativamente.

**Cuadro 8. Resumen de Resultados del Espacio Personal en relacion al Segundo Objetivo Especifico.**  
**Fuente: Elaboración Propia**

2) Determinación del impacto emprendedor en la disposición al autoempleo del alumnado	
⊕ Espacio Familiar	
Tipo de Análisis:	Resumen de Resultados e Impactos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>Influencia emprendedora de los progenitores</li> </ul>	<p>La influencia de los padres a través del ejemplo emprendedor como Profesional Independiente, es significativa en 1º lugar en el deseo de emprendedor de sus hijos, el padre influye con un 27,8% y la madre con el 20,2%.</p> <p>En tanto los padres rentistas como: Funcionario Público y Obreros, sumados, influyen en un 2º lugar con un 35,6% y 23,6% respectivamente entre el padre y la madre.</p> <p>En el caso de la madre, como ama de casa influye de forma significativa y especial en un 14,6% en el deseo de emprender.</p> <p>Empresarios como tal solo influyen en un 5,6% por el padre y 4,5% en el caso de la madre.</p> <p>Maestros y militares (dependientes) influyen mínimamente, el padre con el 5,5%, y la madre como maestra con el 2,2%.</p> <p>Los oficios de Comerciante, Chofer, Ganadero, Agropecuario y Panadero en el caso del padre influyen sumados en un 8,8%, y en el caso de la madre solo como actividad Agropecuaria el 1,1%.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Influencia emprendedora del núcleo familiar</li> </ul>	<p>Si existe emprendedor en el núcleo familiar de los estudiantes que puede llegar a influir en un 37,8%, independientemente del grado de parentesco.</p>

**Cuadro 9. Resumen de Resultados del Espacio Familiar en relación al Segundo Objetivo Específico.**

**Fuente: Elaboración Propia**

2) Determinación del impacto emprendedor en la disposición al autoempleo del alumnado	
⊕ Espacio Socio - Laboral	
Tipo de Análisis:	Resumen de Resultados e Impactos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>Valoración del Empresariado y su influencia en la actitud de crear empresa</li> </ul>	<p>La actitud positiva de los empresarios y su influencia en crear empresa en los estudiantes es significativa con un 44,7% (en un 35,1% y en un total acuerdo 9,65%). Y el deseo de crear empresa por una insatisfacción de la valoración del empresariado influye con un 32,9% (en desacuerdo 23,2% y total desacuerdo con el 9,7%).</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Valoración de los Profesionales y su influencia en la actitud de crear empresa</li> </ul>	<p>Existe en 1º una Valoración Baja de 37,1% de las profesiones en la Sociedad Boliviana-Paceña para emprender una empresa de los estudiantes que Si desean crear su propia empresa, lo que ocasiona un factor precipitante en ellos, de auto empleo, emprendedores e innovadores.</p> <p>Y en 2º una Valoración Alta con 33,2% de aquellos estudiantes que Si desean crear su propia empresa, donde influye los factores fundamentales.</p> <p>Y finalmente una Valoración Media con el 14,4% de estudiantes que no definen el factor de influencia con mayor o menor gravedad.</p> <p>Existe una influencia directa y positiva por las profesiones de Ingenieros Agrónomos, Empresarios y Directivo/as de una gran empresa en el perfil emprendedor del estudiante con una valoración de 5,73%, 5,76% y 5,33%.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Valoración de los Sectores Económicos y su influencia en la actitud de crear empresa</li> </ul>	<p>Existe una clara identificación de la influencia del Sector Agropecuario hacia la deseabilidad de crear empresa en los estudiantes con un 45%, seguido por productos de consumo y comercio que suman 25,2%, y consultoría con el 9,9%.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Valoración de la Experiencia Laboral y Social y su influencia en la actitud de crear empresa</li> </ul>	<p>Por el tipo y sector de trabajo un 69,6% y 66,3% los estudiantes no tienen una experiencia laboral previa, pero si en un negocio familiar Agropecuario por el tipo y sector de trabajo adquirieron experiencia laboral con un 7% y 6,8% respectivamente, mayor a diferencia de los otros tipos y sectores de trabajo, de ahí se denota la influencia directa del núcleo familiar en la experiencia y decisión laboral y profesional para los estudiantes. Y evidentemente en el sector Agropecuario es donde tienen mayor tiempo de experiencia de hasta 10 años.</p> <p>Su participación social en algún tipo de asociación es baja ya que el 62,9 % no participa, y solo un 8,4% participan ya sea en una asociación benéfica o agropecuaria y uno religioso y deportivo con el 7,2 % y 6% respectivamente.</p>

**Cuadro 10. Resumen de Resultados del Espacio Socio - Laboral en relación al Segundo Objetivo Específico.**

**Fuente: Elaboración Propia**

2) Determinación del impacto emprendedor en la disposición al autoempleo del alumnado	
⊕ Espacio de Formación Universitaria	
Tipo de Análisis:	Resumen de Resultados e Impactos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación de la formación universitaria y su influencia en la actitud emprendedora</li> </ul>	<p>Talleres y ferias emprendedoras son las que menos existen en la facultad con un 76,3% y 72,4%, pero un 40,8% menciona que si existe a nivel de materias.</p> <p>Un 67,3% menciona que debería existir como materia obligatoria la materia Innovación, Emprenderismo y Desarrollo empresarial, a inicios del pensum el 42,1%, 32,9% como electiva y 26,3% como lección en todas las materias de tal forma que sea transversal.</p> <p>Las tres materias de mayor utilidad en beneficio de fomentar la vocación emprendedora en 1ª esta Proyectos y Planificación con el 13,9% seguido por Agronegocios y Economía Agrícola con el 7,6% y 7,2% respectivamente.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Intención emprendedora al egresar</li> </ul>	<p>La intención emprendedora al egresar solo se concentra en un 19,7 % con los que iniciarán un negocio, o se asociarán con el 13,2%, ya que la prioridad de la gran mayoría es titularse por tesis 73,7% o por trabajo dirigido 23,7%. Así mismo los que realizarán tesis son también los que desean crear empresa con el 67,8%.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Intención emprendedora cuando se titulen</li> </ul>	<p>Solo un 26,3% si piensa asociarse y fundar una empresa propia el resto si considera primero trabajar en alguna entidad como ser una ONG, empresa privada, Prefectura o Municipio, o negocio familiar.</p>

**Cuadro 11. Resumen de Resultados del Espacio Formación Universitaria en relación al Segundo Objetivo Específico.**  
Fuente: Elaboración Propia

○ **Relación resumida de resultados de la aplicación de las entrevistas guiadas o focalizadas**

La relación resumida de los resultados obtenidos, su análisis e impacto, en concordancia con el 3º objetivo específico, se muestra en los siguientes cuadros, como resultado de la aplicación de las entrevistas guiadas o focalizadas a las autoridades facultativas:

- Decano de la Facultad de Agronomía Ing. Ph.D. René Chipana
- Vicedecano Ing. Ramiro Augusto Mendoza Nogales
- Director de Carrera Ing. Ph.D. David Cruz
- Coordinadora del Plan Extraordinario de Titulación de Antiguos Estudiantes No Graduados (PETAENG) y Ex Vicedecana Ing. M.Sc. Teresa Ruiz-Díaz.

Y por último se aplicó la entrevista guiada o focalizada al experto en la materia:

- *Ing.M.Sc. Jorge Velasco Tudela, docente de la materia Innovación y Desarrollo Empresarial de Carrera de Ingeniería Industrial de la UMSA y fundador del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE) y de la Fundación MAYA.*

<b>3) Establecimiento de Lineamientos Estratégicos para Promover e incentivar la Cultura Emprendedora</b>	
<b>Resumen de Respuestas a Preguntas del Contexto Emprendedor de la Carrera ( de la 1ª a la 4ª pregunta)</b>	
1. ¿Cuántos concursos de Innova San Andrés se realizaron a la fecha, y cuál fue su participación de la Facultad de Agronomía- UMSA?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas mencionan al respecto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>La facultad no participo, a pesar de su divulgación.</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento indica:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>No participo.</i></li> </ul> </li> </ul>
2. De dichos concursos la Facultad de Agronomía (Carrera de Ingeniería Agronómica y Técnico Superior Agropecuario) participó, con qué frecuencia, gana algún premio o en que puesto llegó.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas mencionan al respecto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>La carrera de Ingeniería Agronómica no participo.</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento indica:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>No participo.</i></li> </ul> </li> </ul>
3. ¿Cómo se difundió el concurso Innova San Andrés al interior de la Facultad de Agronomía?, ¿existe un plan motivacional para reforzar e incentivar la participación del alumnado universitario de la Facultad de Agronomía?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas mencionan al respecto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Si se difundió pero no hubo un plan de motivación, pero si se gestionó para un acercamiento y conformar una alianza estratégica.</i></li> <li>○ <i>Se recomienda trabajar en un plan de difusión y motivación docente – estudiantil.</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento indica:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Desconoce.</i></li> </ul> </li> </ul>
4. El trabajo que realiza el CIDE (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) en la carrera de Ingeniería Industrial en la UMSA, y los resultados alcanzados en el desarrollo e incentivo del espíritu emprendedor de los estudiantes, ¿fue considerado en replicarlo dentro de la Facultad de Agronomía, o existe otras alternativas dentro de la Facultad?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas mencionaron:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Como una alternativa se dio la Expo-ciencia.</i></li> <li>○ <i>El trabajo del plan estratégico facultativo frente a la seguridad alimentaria.</i></li> <li>○ <i>Creación de la carrera de Ingeniería en Producción y Comercialización Agropecuaria en Viacha.</i></li> <li>○ <i>Propuesta alterna por cumplir, la creación de empresas manejadas por los propios estudiantes, para que sirva como su primer empleo dentro su vida profesional del estudiante.</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento señala:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>La cultura emprendedora se inició en el sistema académico de la carrera de la Ingeniería y posteriormente difundir en toda la UMSA.</i></li> <li>○ <i>Ofrecer al universitario estudiante una visión global e integradora de las empresas.</i></li> <li>○ <i>Promover el Espíritu Empresarial del estudiante.</i></li> </ul> </li> </ul>

**Cuadro 12. Resumen de Respuestas a Preguntas del Contexto Emprendedor de la Carrera realizada a las Autoridades Facultativas y experto en Emprendimiento**  
**Fuente: Elaboración Propia**

<b>3) Establecimiento de Lineamientos Estratégicos para Promover e incentivar la Cultura Emprendedora</b>	
Resumen de Respuestas a Preguntas de Líneas Estratégicas en Emprendimiento de la Carrera ( de la 5ª a la 7ª pregunta)	
5. En su experiencia docente: Como considera que se pueda fortalecer o despertar el perfil o espíritu emprendedor de los universitarios, en la carrera de Ingeniería Agronómica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas mencionan al respecto de fortalecer o despertar el espíritu emprendedor de los estudiantes a través de:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Presencia y creación de carreras</i></li> <li>▪ <i>Prácticas in situ, en campo, en empresas, en todo el proceso de la cadena productiva</i></li> <li>▪ <i>Convenios, acuerdos y alianzas estratégicas interinstitucionales</i></li> <li>▪ <i>Incentivo a la cultura emprendedora</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento recomienda:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Modelo de Formación de emprendedores para la creación de empresas</i></li> <li>○ <i>Modelo de Interacción y Plan de trabajo</i></li> </ul> </li> </ul>
6. Que acciones concretas o planes de acción estratégicos aconsejaría Ud., para cumplir este cometido de incentivar una cultura emprendedora en la Facultad de Agronomía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas mencionan al respecto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Incorporar seminarios, cursos, talleres de orientación, materias en Maestría, etc.</i></li> <li>○ <i>Reforzar con dos semestres las materias de planificación y proyectos agropecuarios.</i></li> <li>○ <i>Modalidad de graduación como enfocada a la elaboración de proyectos e implementación del proyecto de grado.</i></li> <li>○ <i>Convenios con todos los municipios para la graduación de los estudiantes.</i></li> <li>○ <i>Mostrar replicas, proyectos emprendedores concretos.</i></li> <li>○ <i>Plasmear las ideas emprendedoras como ser "Aprender haciendo".</i></li> <li>○ <i>Mostrar ejemplos Internacionales.</i></li> <li>○ <i>Descubrir las potencialidades del estudiante.</i></li> <li>○ <i>Cambiar la formación de Dependientes a Independientes.</i></li> <li>○ <i>Identificar el grado de innovación empresarial del estudiante.</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento recomienda:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Modelo de Formación de emprendedores para la creación de empresas.</i></li> <li>○ <i>Modelo de Interacción y Plan de trabajo.</i></li> </ul> </li> </ul>
7. Considerando el perfil profesional del Ingeniero Agrónomo, de un trabajo investigativo de campo, relacionamiento estrecho con las comunidades rurales, las cadenas y seguridad agroalimentaria y como líderes o agentes de cambio en las comunidades y en la sociedad en sí, ¿De qué elementos clave debe mullirse el futuro profesional?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las autoridades facultativas señalan al respecto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Cambiar el plan de estudio de más de 13 años de vigencia</i></li> <li>○ <i>El perfil profesional no debe estar dirigido a formar empleados públicos, en todo caso ese perfil hay que desplazarlo, no eliminarlo pero si ofrecer alternativas en el área productiva, exportación, comercialización, innovación, generación de nueva tecnología,</i></li> <li>○ <i>Estar acorde a la realidad social, económica y política del país, a la nueva constitución política del Estado, que promueve la producción orgánica, la seguridad y soberanía alimentaria, rescatando los saberes locales y ancestrales.</i></li> <li>○ <i>Conocimiento de la Realidad Nacional, Conocimiento de la Realidad Local, Conocimiento de la Estructura Normativa del Estado referente al Sector Agropecuario.</i></li> <li>○ <i>Cómo se crean las organizaciones, los tipos diferentes de asociaciones, etc.</i></li> <li>○ <i>Ejemplos de emprendimientos existen, como iniciaron con el negocio, etc.</i></li> <li>○ <i>Conocimiento del Mercado, saber cómo funciona el mercado.</i></li> <li>○ <i>Conocer las potencialidades de exportar, cuales son los nuevos productos.</i></li> <li>○ <i>No existen materias en el pensum que hablen del enfoque empresarial y emprendedor mediano.</i></li> </ul> </li> <li>• El experto en emprendimiento recomienda:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>La clave es cambiar la tradicional educación por una educación empresarial.</i></li> </ul> </li> </ul>

**Cuadro 13. Resumen de Respuestas a Preguntas de Líneas Estratégicas en Emprendimiento de la Carrera realizada a las Autoridades Facultativas y experto en Emprendimiento**

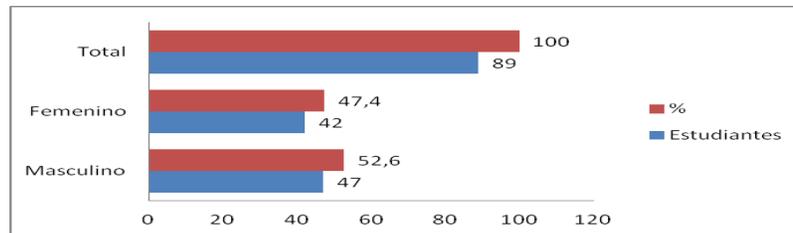
**Fuente: Elaboración Propia**

## 4.2. Análisis de Resultados

### 4.2.1. Analisis de los Resultados de los factores que influyen en la propensión a crear empresa

#### Descripción de la población por Género

La población estuvo conformada según género:



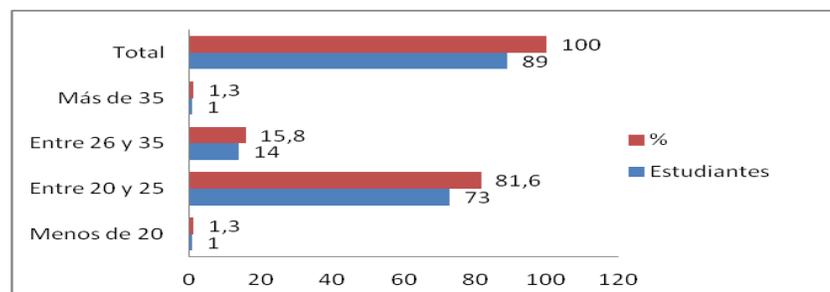
**Figura 31. Descripción de la muestra por género**  
Fuente: Elaboración Propia

Prácticamente no existe una marcada diferencia en la cantidad de estudiantes por género, lo cual muestra el grado de interés de las damas en cursar la carrera y un proceso de inclusión significativo del género femenino en el aparato productivo.

Lo cual guarda relación con el informe del GEM-2008 de Bolivia donde cada vez presenta una mayor participación en la actividad empresarial la mujer.

#### Descripción de la población por Edad

La población está conformada por una significativa cantidad de estudiantes entre las edades de 20 a 25 años, lo que indica un importante cumplimiento de avance y aprobación de materias.

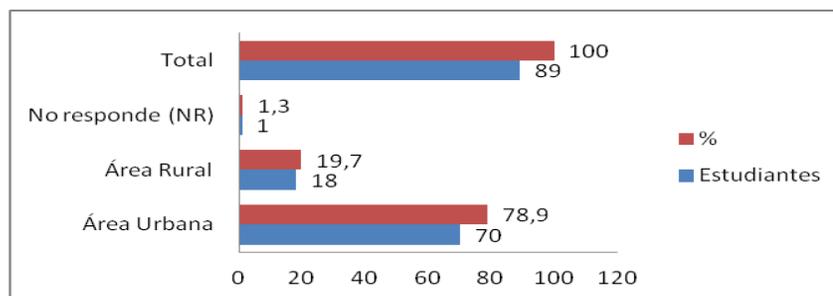


**Figura 32. Edad del encuestado (Años)**  
Fuente: Elaboración Propia

Por lo que no existe una marcada interrupción en los planes de estudio y el cumplimiento de los mismos por parte de los estudiantes y de la misma planificación de la carrera.

### Descripción de la población por Lugar de Vivienda

Un 78,9% de la población vive en el área urbana y un 19,7% vive en área rural, lo cual indica el alto posicionamiento a nivel local urbano y no así a nivel rural. Esto puede deberse: a la misma identificación del estudiante urbano hacia la carrera, otro por la procedencia de los padres que mantienen vínculos con el área rural.



**Figura 33. Lugar de Vivienda**  
Fuente: Elaboración Propia

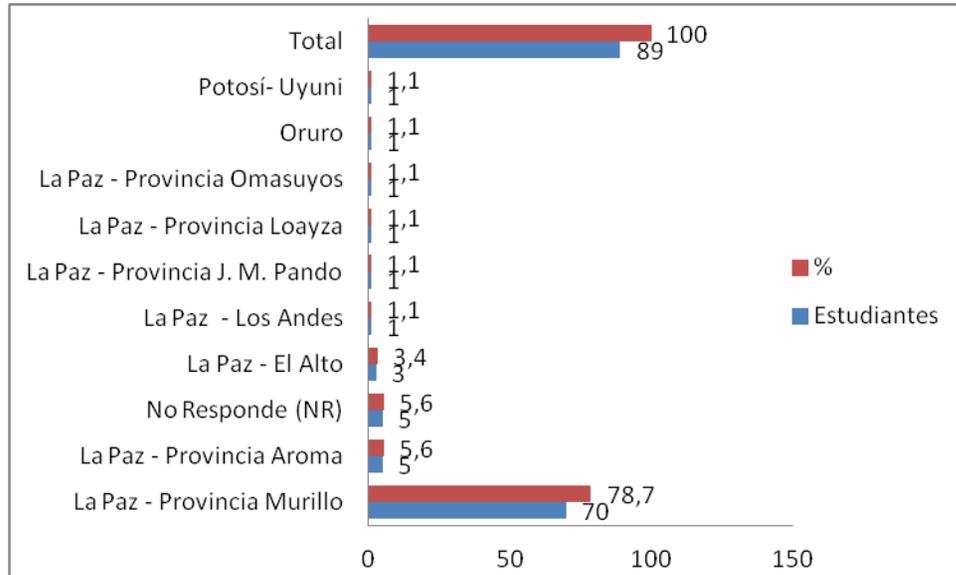
Incide también la presencia de centros de estudios superiores o técnicos en otras ciudades o en sus mismas localidades rurales, sean estas públicas o privadas, como competencia directa para la Facultad de Agronomía –UMSA.

Esta alta concentración (80%) de estudiantes urbanos, indica un alto posicionamiento en el área urbana y una menor en el área rural, por lo que llevo a la Facultad a trabajar en el posicionamiento en el área rural a través de sus centros técnicos e implementación de carreras.

### Descripción de la población por Lugar de Nacimiento

Al tratarse de una Universidad y Facultad Local evidentemente se encuentra con mayor posicionamiento en la población estudiantil en el Departamento de La Paz y en sus Provincias, un 78,7% nacieron en La Paz Prov. Murillo, seguido con un

5.6% de la Prov. Aroma y 3,4% de El Alto, lo cual indica su alto posicionamiento local y en un radio de acción específico.



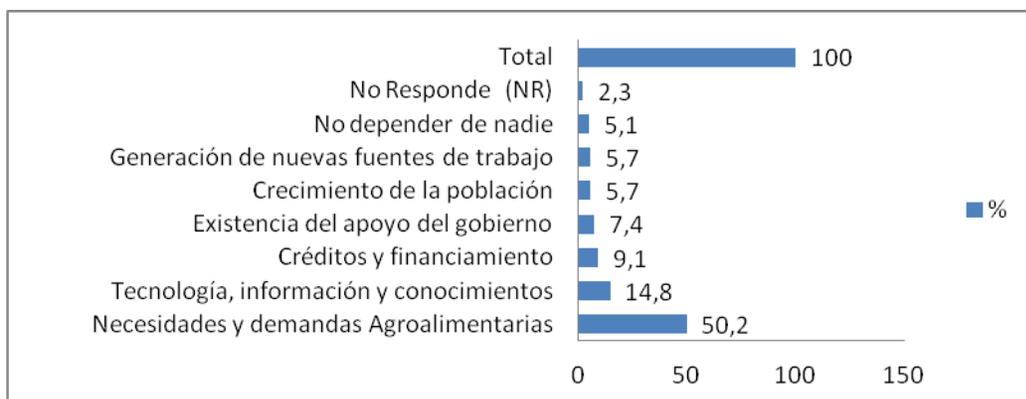
**Figura 34. Lugar de nacimiento**  
Fuente: Elaboración Propia

Evidentemente la localización de la Facultad de Agronomía en la misma ciudad de La Paz, influye directamente en la preferencia de los estudiantes de dicha ciudad en contar como una opción de estudiar la carrera de Ingeniería Agronómica.

Existe una notable reducción de estudiantes que nacieron en la ciudad de El Alto, debido a la presencia de la Universidad Pública de El Alto, donde existe la carrera de Ingeniería Agronómica.

### **Factores que favorecen la creación de una nueva empresa en la actualidad**

La información obtenida es importante en el sentido de la identificación del estudiante con el perfil de carrera ya que 50.2%, la mitad de los encuestados menciona como un factor favorable la necesidad y demanda agroalimentaria, lo cual incentiva al futuro profesional, perfilar su vocación de crear empresa en el rubro donde recibió capacitación universitaria intensiva por 5 años como mínimo.



**Figura 35. Factores que favorecen la creación de una nueva empresa**  
**Fuente: Elaboración Propia.**

También destaca la influencia de la tecnología e información en esta era globalizada donde el avance tecnológico y la fluidez de los conocimientos son cada vez más elevado y disponible (14,8%).

Así mismo la accesibilidad a créditos o financiamiento (9,1%) es cada vez mas disponible por políticas del gobierno que a través del ASFI (Autoridad del Sistema Financiero) regula e incentiva el crédito productivo, la composición de cartera de créditos agropecuarios por entidad regulada, la bolivianización de la moneda, etc.

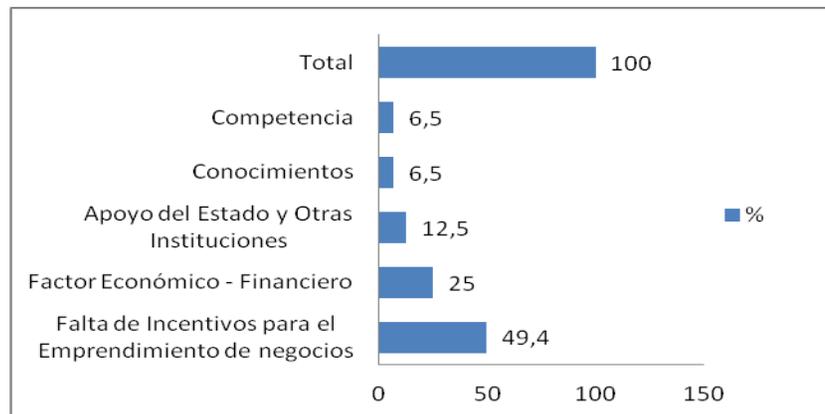
El apoyo del gobierno en el GEM-2008 indica un 8,2% el cual no esta lejos de la percepción actual del estudiante con el 7,4%.

Lo mencionado guarda relación con los resultados del GEM-Bolivia, 2008 referente a tecnología, créditos y apoyo estatal.

### **Factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad**

Más allá del conocimiento del mercado, la competencia (6,5%), el apoyo directo del gobierno y otras entidades (12,5%) o el financiamiento a la actividad emprendedora (25%), se observa la falta de incentivos o factores motivantes para el emprendimiento de negocios o empresas (49,4%).

Aspecto que denota la falencia de políticas de desarrollo, para generar futuros profesionales con visión emprendedora a través de programas formativos a nivel universitario.



**Figura 36. Factores que dificultan la creación de una nueva empresa**  
Fuente: Elaboración Propia.

De hecho en este contexto actualmente se trabaja, donde Bolivia tiene el TEA (Tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) más alto de los 43 países que participaron en el GEM – Mundial (29,8%).

Entonces no es contradictorio este resultado, lo que sucede es que se tiene un 29,8% de emprendedores por necesidad, el cual no es estable y en países como el nuestro donde nuestra economía está basada en la explotación de recursos naturales, es donde más se debe impulsar la transformación de la materia prima, otorgar valor agregado a la producción, buscar mercados competitivos y que valoren la transformación y mas aún la producción orgánica.

De hecho la falta de incentivos es, y será un motivador de búsqueda de mejores condiciones para un emprendedor.

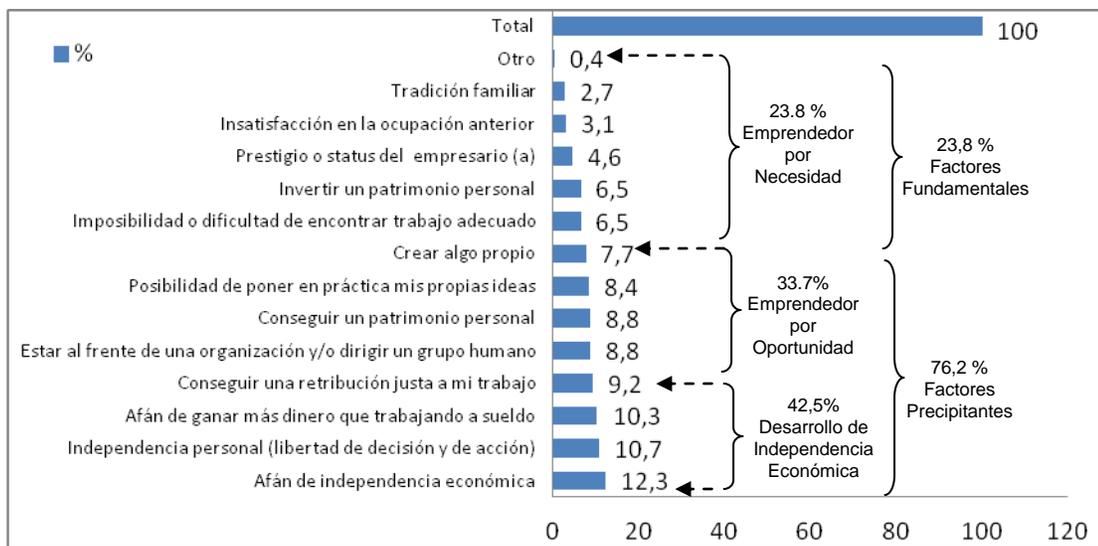
#### **4.2.2. Análisis de los Resultados que determinan el impacto emprendedor en la disposición al autoempleo**

Se analizaron en los 4 espacios: personal, familiar, socio laboral y de formación universitaria.

## ⊕ Espacio Personal

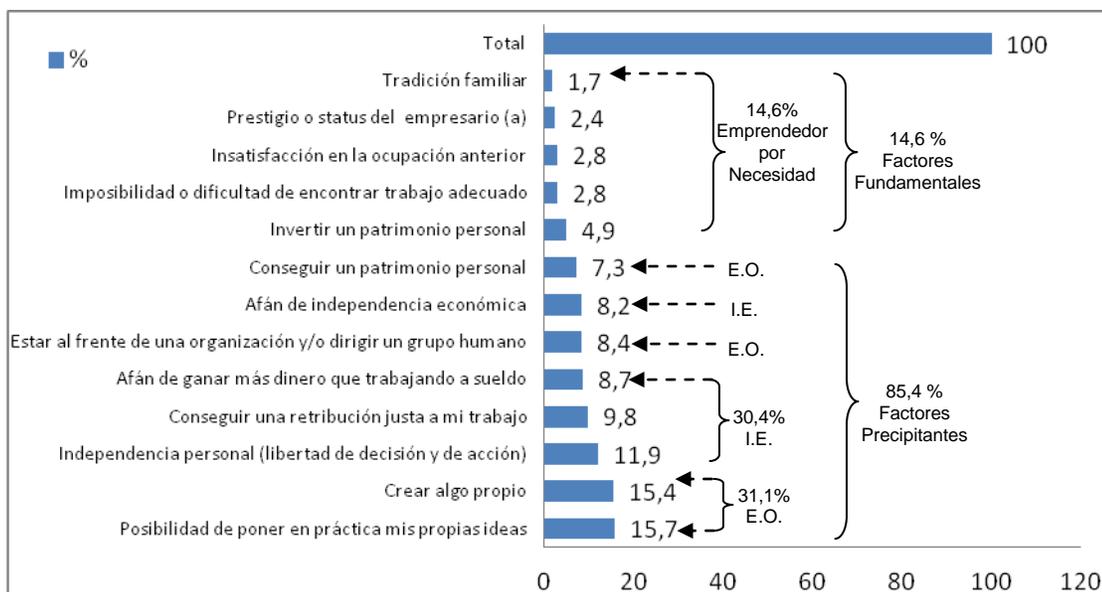
### ○ Motivos para Emprender o Crear una Empresa Propia

El resultado final validando los motivos importantes con los muy importantes se define que 85,4% dependen de los factores precipitantes, es decir por un emprendimiento de oportunidad y de desarrollo de independencia económica, el cual es el más promisorio para crear empresa, Y en un 14,6% depende de factores fundamentales es decir de un emprendimiento no planificado solo por necesidad. .



**Figura 37. Motivos Importantes para la creación de una empresa propia**  
Fuente: Elaboración Propia

Esto significa que independientemente de la edad joven de los encuestados, el género y los factores que consideran limitantes o potenciales para emprender, en un contexto general tienen la firme intención de independizarse económicamente y ejercer la profesión en una iniciativa propia, donde están conscientes que les demandará tiempo, dedicación e inversión, pero al final del camino desean concretar algo propio, definir su liderazgo emprendedor, y desafiar las condiciones adversas que se presenten.

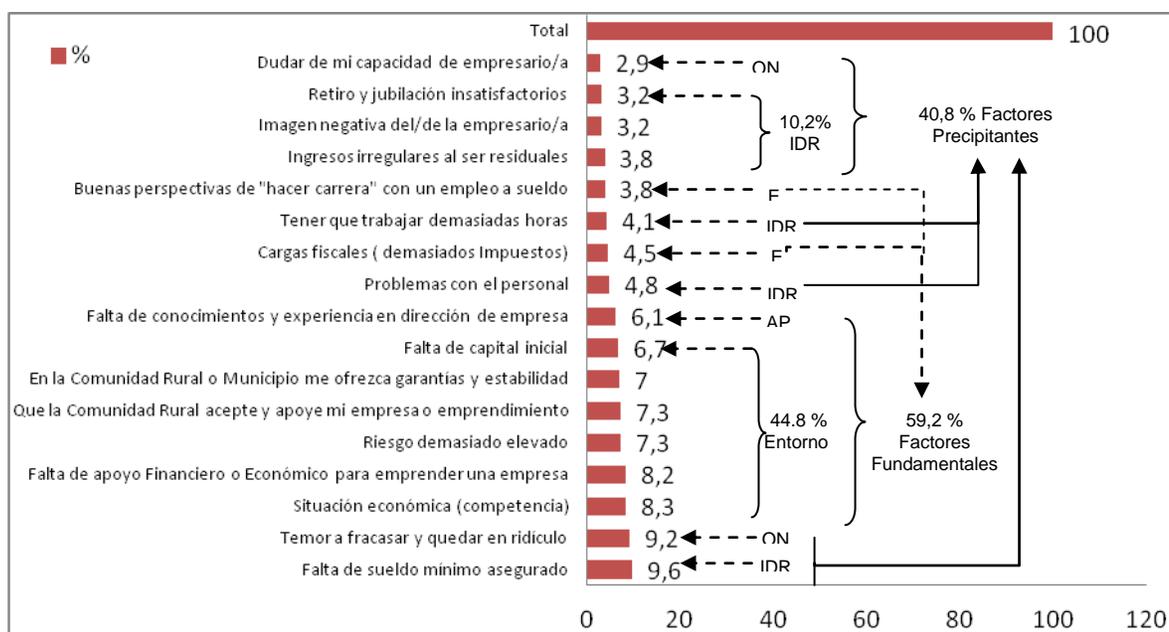


Referencias: EO= Emprendedor por Oportunidad. IE=Independencia Económica

**Figura 38. Motivos muy importantes para la creación de una empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

○ **Obstáculos para Empezar o Crear una Empresa Propia**

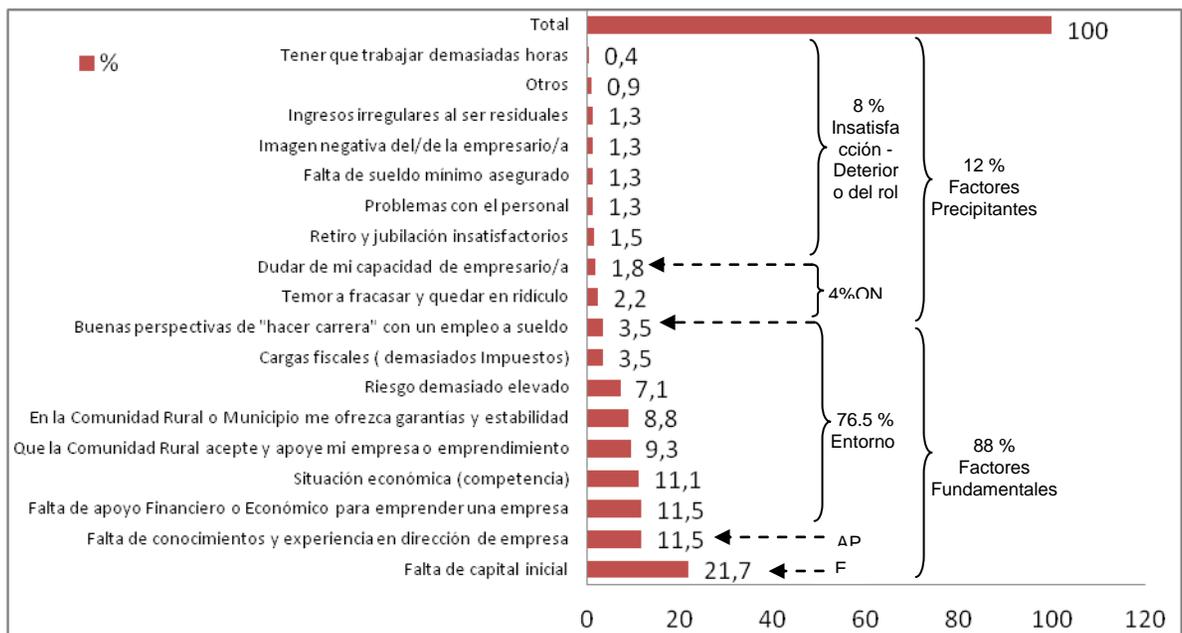
Los resultados obtenidos reflejan una mejor interpretación al referendar los obstáculos importantes con los obstáculos más importantes, es decir:



Referencias: IDR= Insatisfacción y Deterioro del rol. ON= Oportunidades – necesidades. AP= Atributos Personales. E= Entorno

**Figura 39. Obstáculos importantes para la creación de una empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

El 88% depende de los factores fundamentales para emprender, es decir del entorno y atributos personales, el cual tiene un impacto alto de dependencia para crear empresa. Y 12% se ve influido por los factores precipitantes es decir por el deterioro del medio y por oportunidades y necesidades, el mismo que impacta de menor manera en la predisposición al autoempleo, al espíritu emprendedor e innovador.



**Referencias:** ON= Oportunidades – necesidades. AP= Atributos Personales. E= Entorno

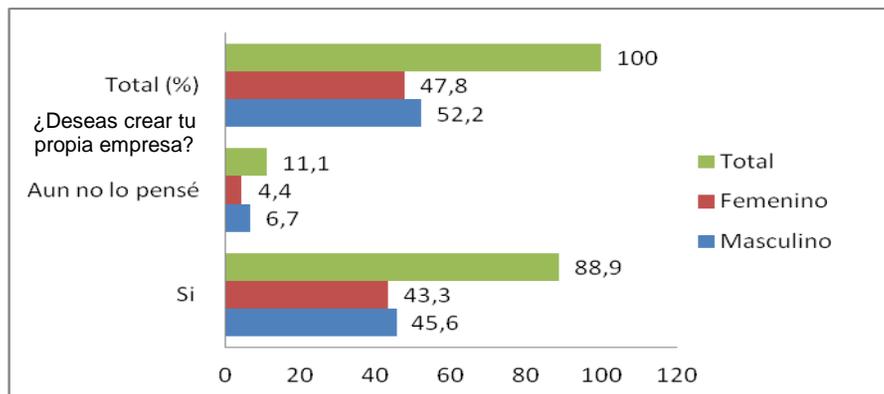
**Figura 40. Obstáculos muy importantes para la creación de una empresa**  
**Fuente: Elaboración Propia**

De hecho esta concentración en los factores fundamentales (88%), es donde se puede trabajar de forma directa con planes de acción concretos no solo a nivel de gobierno, creando estabilidad y condiciones favorables de fomento a la producción, sino también a nivel de generación de programas de apoyo emprendedor, identificación de nichos de mercado potenciales, etc., de tal forma insertar competencias emprendedoras y despertar en los estudiantes el espíritu innovador y productivo.

○ **Atributos personales frente al deseo de Crear Empresa**

**Género**

La relación: intención emprendedora y genero el resultado fue:

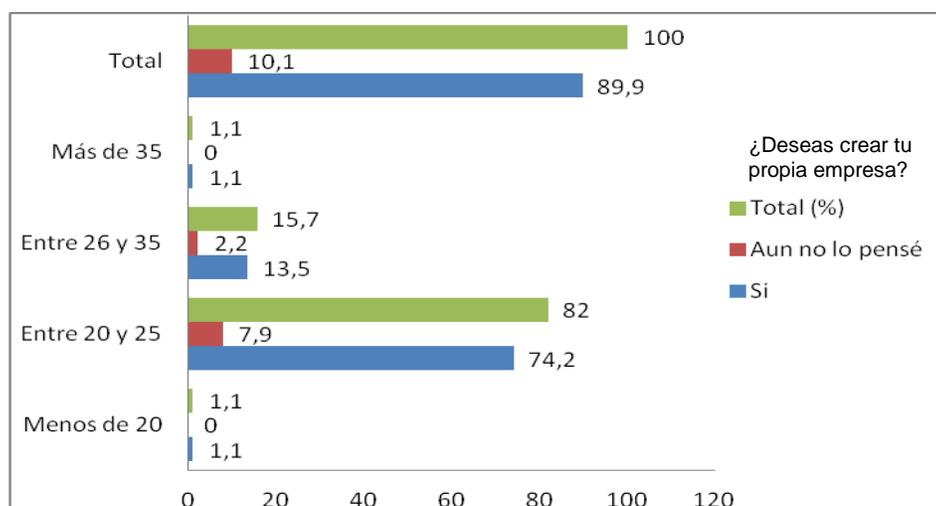


**Figura 41. Encuesta por Género frente al deseo de crear empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

Los resultados son homogéneos en ambos géneros no existiendo mayor diferenciación por los mismos (damas 43,3% y varones 45,5%).

**Edad**

Evidentemente por la mayor concentración de estudiantes en las edades de 20 a 25 años se tiene una mayor influencia en los resultado de deseabilidad en la creación de empresas:

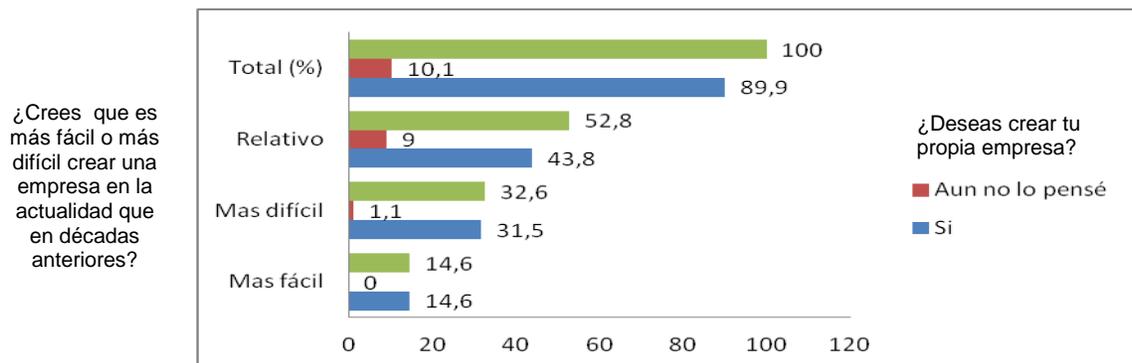


**Figura 42. Edad del encuestado frente al deseo de crear empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

Entre 20 y 25 años de edad desean crear su propia empresa con el 74,2%, seguido con un 13,5% entre las edades de 26 a35 años. Pero cabe señalar que los de 26 a 35 años frente a su población real encuestada presentan mayor predisposición a la creación de empresa frente a los jóvenes de 20 y 25 años.

### Intención Personal de Crear Empresa en la Actualidad

Se observa que un 31,5% consideran mas difícil crear empresa en la actualidad que en décadas anteriores, y más fácil un 14,6%, pero un grupo mayoritario considera relativo crear empresa con un 43,8%. Dichos resultados es un impacto directo de los factores fundamentales.



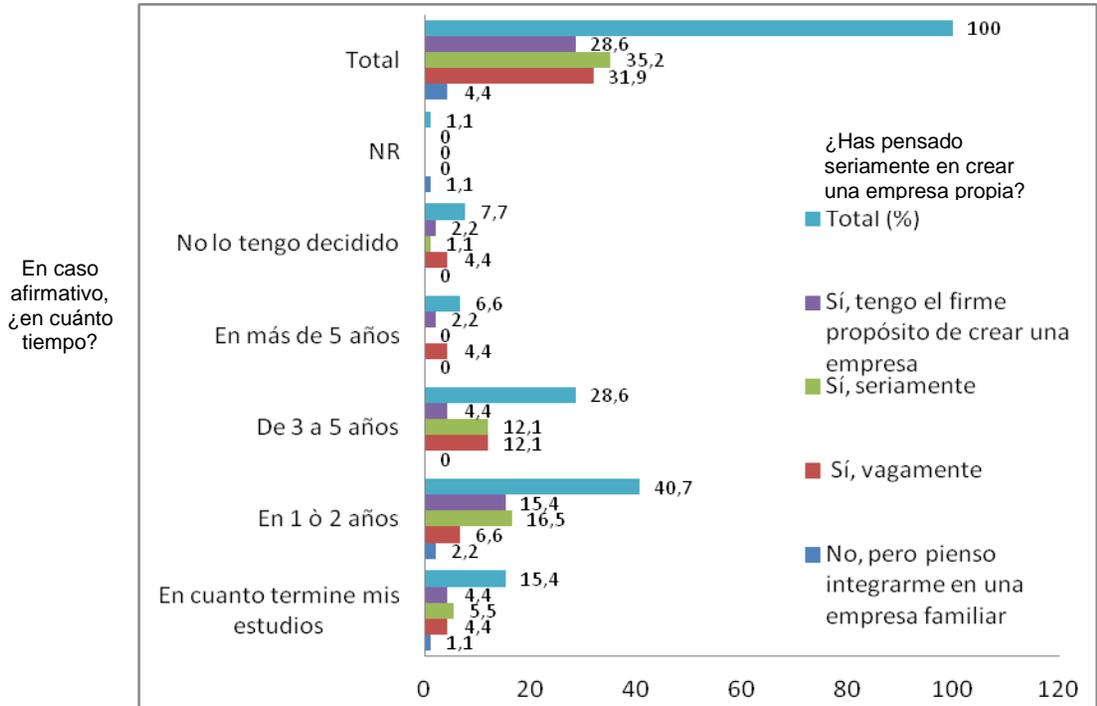
**Figura 43. Grado de dificultad de crear empresa en la actualidad**  
Fuente: Elaboración Propia

Por lo tanto independientemente de la edad, género, factores limitantes o potenciales para crear empresa, el encuestado tiene una mejor percepción de las condiciones actuales en comparación al pasado.

Así mismo la alta concentración en indecisión de los que desean crear empresa, puede deberse a los factores fundamentales, como es el entorno, aprovechamiento de oportunidades de negocio, identificación de potencialidades inmediatas o trabajadas recientemente, falta de profundidad de las condiciones de mercado, comercialización, etc.

## Intención Personal de Crear Empresa en tiempo determinado

Conformar una empresa propia de forma firme y seria están pensando los estudiantes iniciar entre 1 a 2 años con un 31,2%, entre 3 a 5 años un 16,5%, solo un 9,9% iniciara su empresa cuando concluya sus estudios.



**Figura 44. Intención de Crear empresa en tiempos determinados**

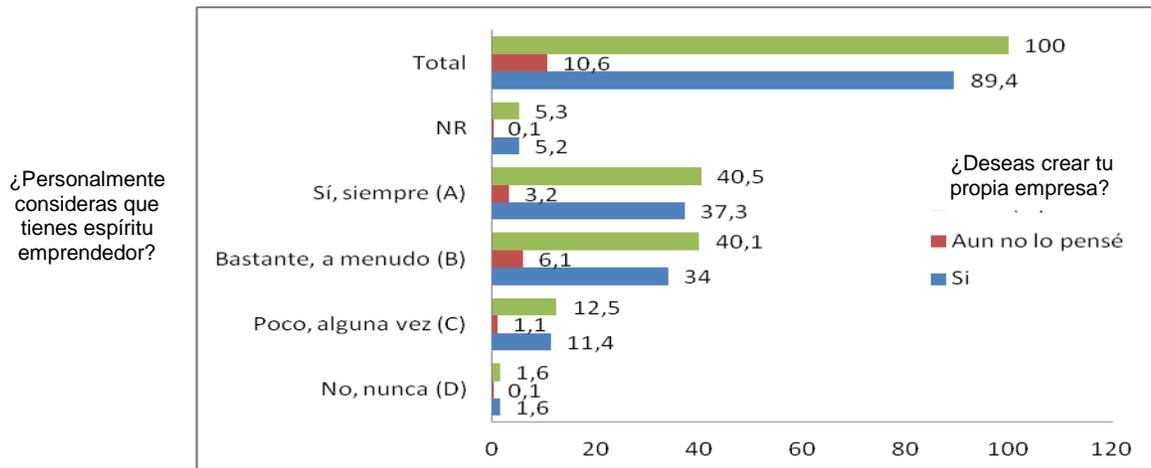
Fuente: Elaboración Propia

Este resultado tiene una relación directa con la edad, y la falta de conocimiento del mercado, la accesibilidad y estabilidad financiera y de las condiciones del entorno de fomento a la empresa.

De hecho es condicionante el tiempo en la creación de empresa, debido a los tiempos que llevaría el estudiante en estabilizarse no solo financieramente sino en destrezas y conocimiento del producto y mercado, lo cual repercute de forma directa en el costo / beneficio y costo de oportunidad en iniciar un negocio propio.

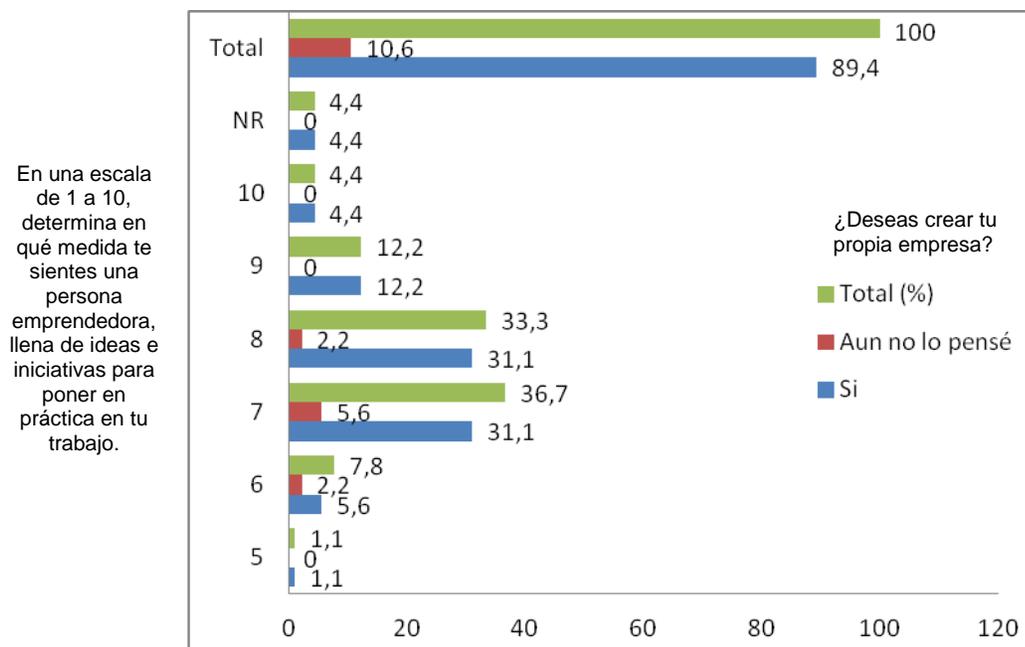
## Intensión Personal de Crear Empresa y autoevaluación emprendedora

Un 71,3% se autoevalúan que si tienen el deseo personal de crear empresa, y que tienen espíritu emprendedor un 11,4%, y 10,6% que aun no piensa crear empresa.



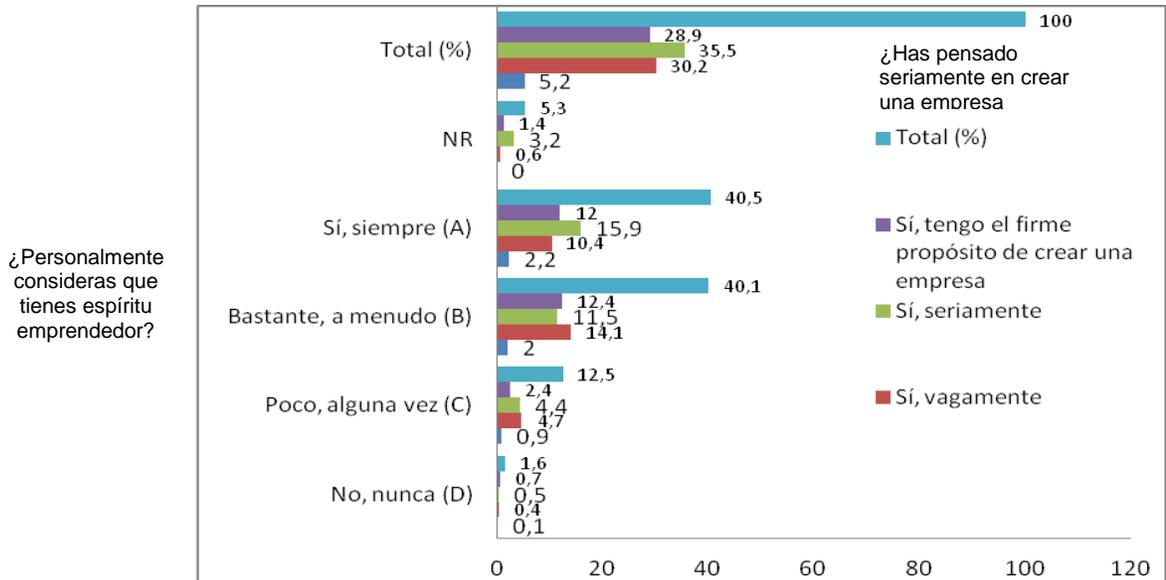
**Figura 45. Evaluación del Espíritu Emprendedor y el deseo de crear empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

Así mismo entre una ponderación de 1 a 10 se autoevalúan entre 7 y 8 con el 67,8% como emprendedores.



**Figura 46. Evaluación del perfil emprendedor frente al deseo de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 10.**  
Fuente: Elaboración Propia

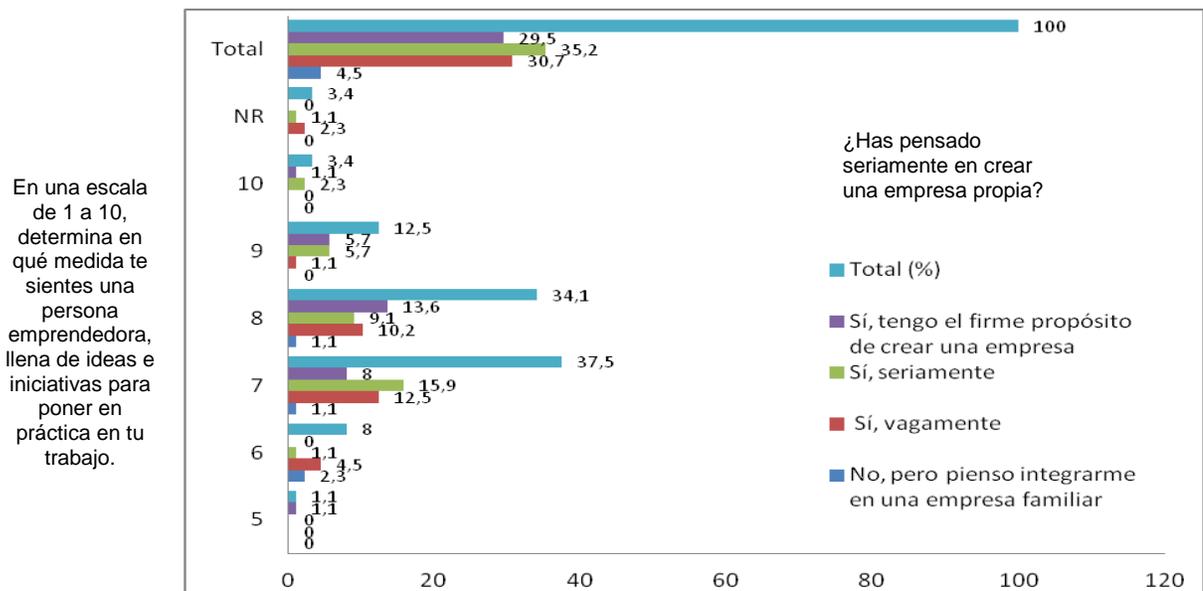
Frente al pensamiento serio de crear empresa se tiene un 51,8% que si se autoevalúan que tiene un espíritu emprendedor y un 6,8% poco y 1,2% que no se consideran emprendedores, 30,2% que vagamente piensan en crear empresa.



**Figura 47. Evaluación del Espíritu Emprendedor y el pensamiento de crear empresa**

Fuente: Elaboración Propia

Entre una ponderación de 1 a 10 se autoevalúan entre 7 y 8 con el 46,6% como emprendedores.



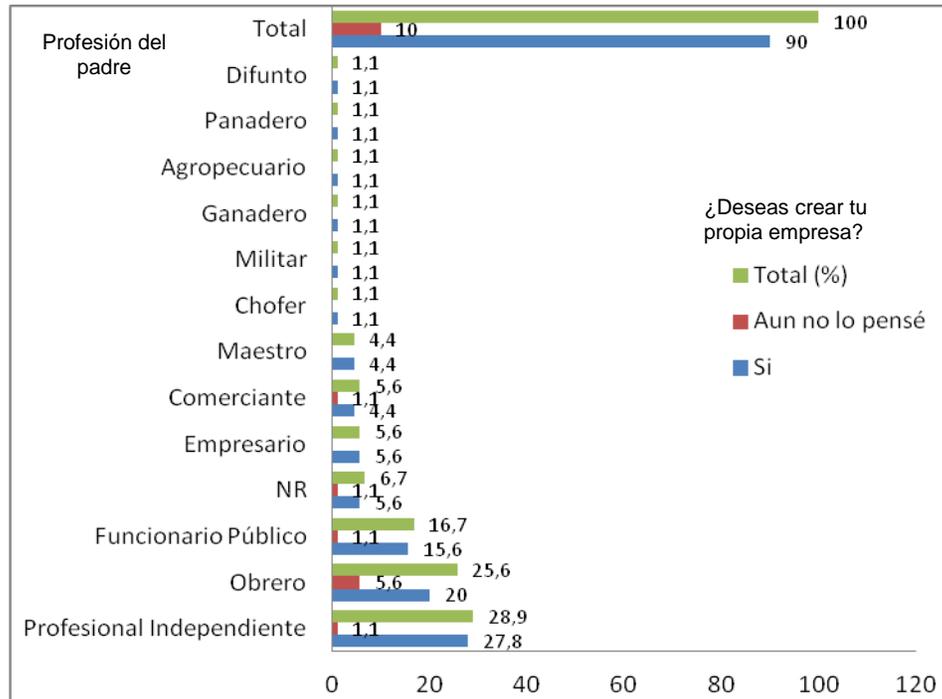
**Figura 48. Evaluación del perfil emprendedor y el pensamiento de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 10.**

Fuente: Elaboración Propia

## ⊕ Espacio Familiar

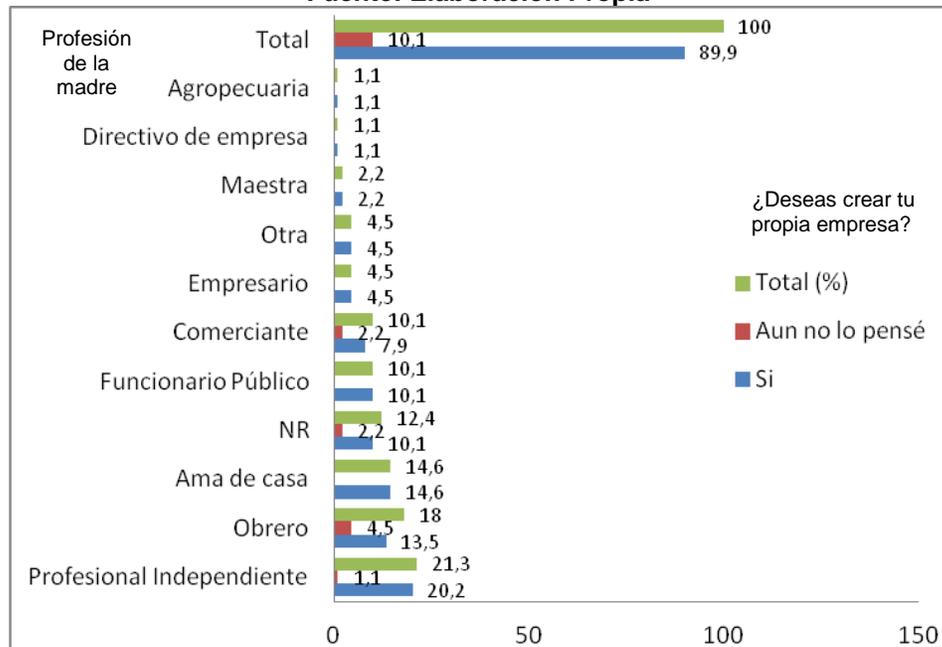
### Influencia emprendedora de los progenitores

El espacio familiar conformado por lo progenitores el resultado fue el siguiente:



**Figura 49. Profesión del padre frente a la intención de crear empresa**

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 50. Profesión de la madre frente a la intención de crear empresa**

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la profesión tanto del padre y de la madre y la influencia emprendedora hacia sus hijos, se aprecia que existe una alta relación cuando estos son independientes (27,8 y 20,2% respectivamente).

En tanto los padres rentistas como: Funcionario Público y Obreros, sumados, influyen en un 2º lugar con un 35,6% y 23,6% respectivamente entre el padre y la madre. Lo que llama la atención ya que los hijos si desean crear empresa y no seguir el ejemplo de los padres.

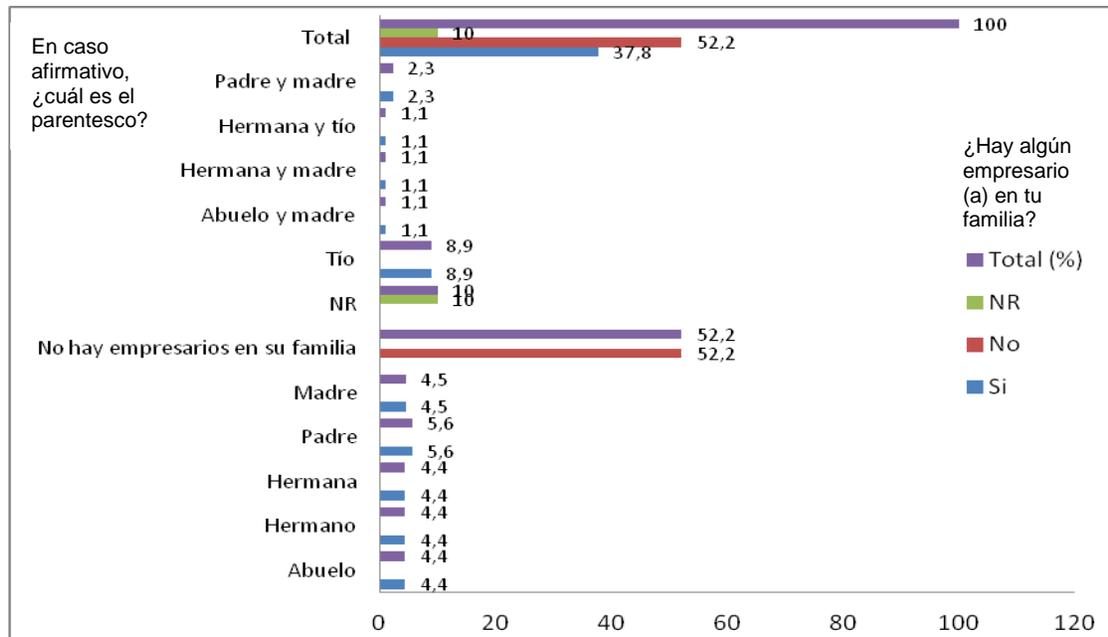
En el caso de la madre, como ama de casa influye de forma significativa y especial en un 14,6% en el deseo de emprender, ya que su influencia directa no solo en el área rural sino también urbana, coadyuva en la administración del hogar y la generación de ingresos colaterales.

Empresarios como tal solo influyen en un 5,6% por el padre y 4,5% en el caso de la madre. Maestros y militares (dependientes) influyen mínimamente, el padre con el 5,5%, y la madre como maestra con el 2,2%.

Los oficios de Comerciante, Chofer, Ganadero, Agropecuario y Panadero en el caso del padre influyen sumados en un 8,8%, y en el caso de la madre solo como actividad Agropecuaria el 1,1%. Por lo que la actividad agropecuaria de los padres o ganadera, no es influyente ni representativo por el lugar de nacimiento de los estudiantes.

### **Influencia emprendedora del núcleo familiar**

Si existen emprendedores en el núcleo familiar de los estudiantes que puede llegar a influir en un 37,8%, independientemente del grado de parentesco.



**Figura 51. Determinación de empresarios en el núcleo familiar**  
Fuente: Elaboración Propia

El entorno inmediato de los estudiantes sin considerar a los padres, no se tiene una significancia importante en la influencia que los parientes puedan ejercer al perfil emprendedor, ya que estos no presentan una actividad empresarial propia, como ejemplo de emprendimiento.

#### ⊕ Espacio Socio - Laboral

##### ○ Valoración del Empresariado y su influencia en la actitud de crear empresa

La actitud de influencia positiva de los empresarios en crear empresa en los estudiantes es significativa con un 44,7% y en desacuerdo suma 32,9%.

Lo cual nos señala que la influencia del entorno de los empresarios y su accionar en los universitarios si es importante por el ejemplo emprendedor o empresarial que estos puedan aportar.

Por lo tanto la identificación de empresarios exitosos en el sector agropecuario, debería ser una constante identificación y coaching para los futuros profesionales

Ingenieros Agrónomos como un mecanismo de no solo trabajo en campo si no de un trabajo también gerencial y de visión de negocio de forma integral.

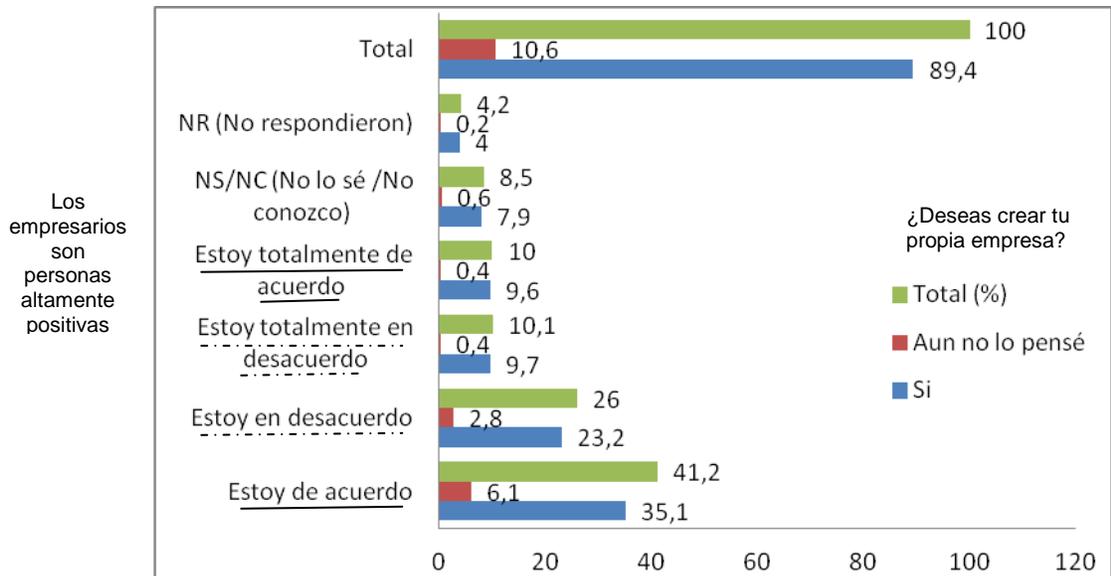


Figura 52. Valoración de los Empresarios frente a la intención de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 5.  
Fuente: Elaboración Propia

o Valoración de los Profesionales y su influencia en la actitud de crear empresa

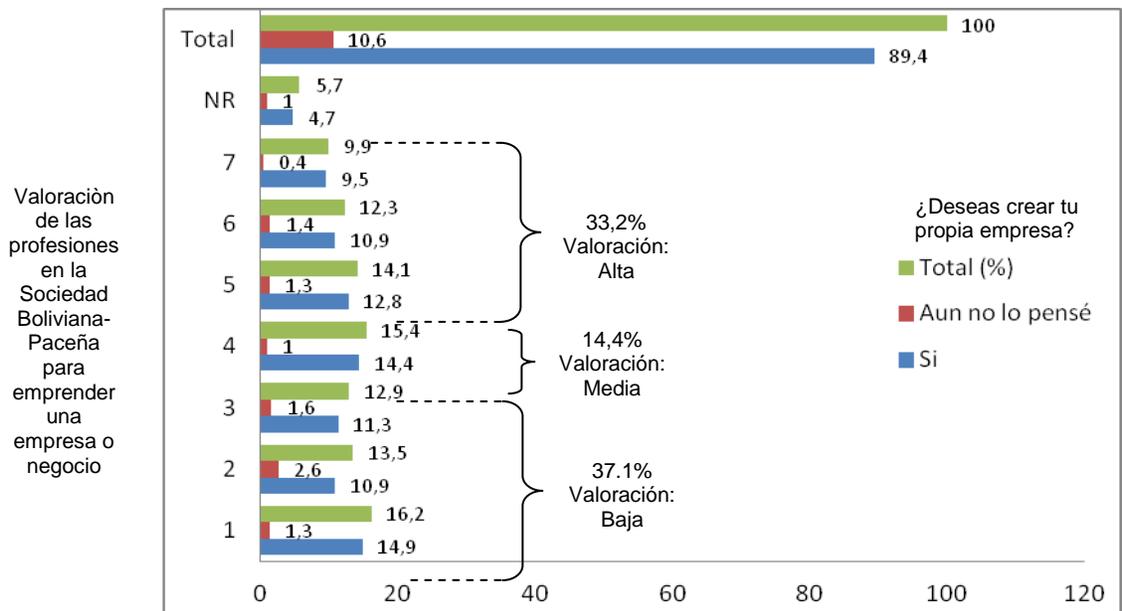


Figura 53. Valoración de los profesionales frente al deseo de crear empresa en una Escala de Likert de 1 a 7.  
Fuente: Elaboración Propia

Referente a la valoración de los profesionales en la sociedad Boliviana- Paceña existe: 1º una Valoración Baja de 37,1% de las profesiones para emprender una empresa de los estudiantes que Si desean crear su propia empresa, lo que ocasiona un factor precipitante en ellos, de auto empleo, emprendedores e innovadores.

Una 2º Valoración Alta con 33,2% de aquellos estudiantes que Si desean crear su propia empresa, donde influyen los factores fundamentales. Y finalmente una Valoración Media con el 14,4% de estudiantes que no definen el factor de influencia con mayor o menor gravedad.

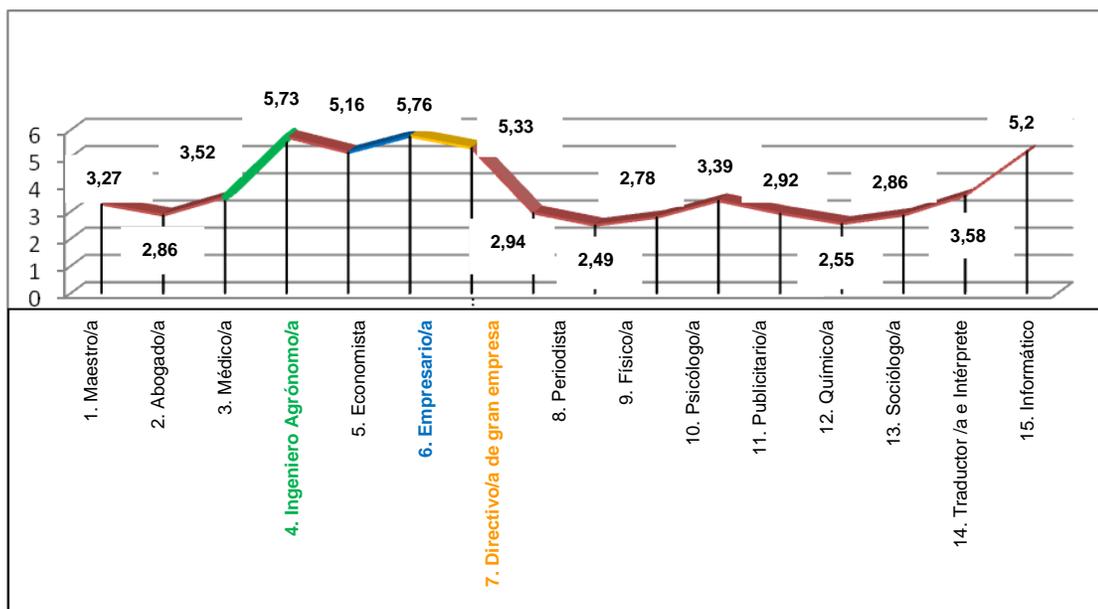
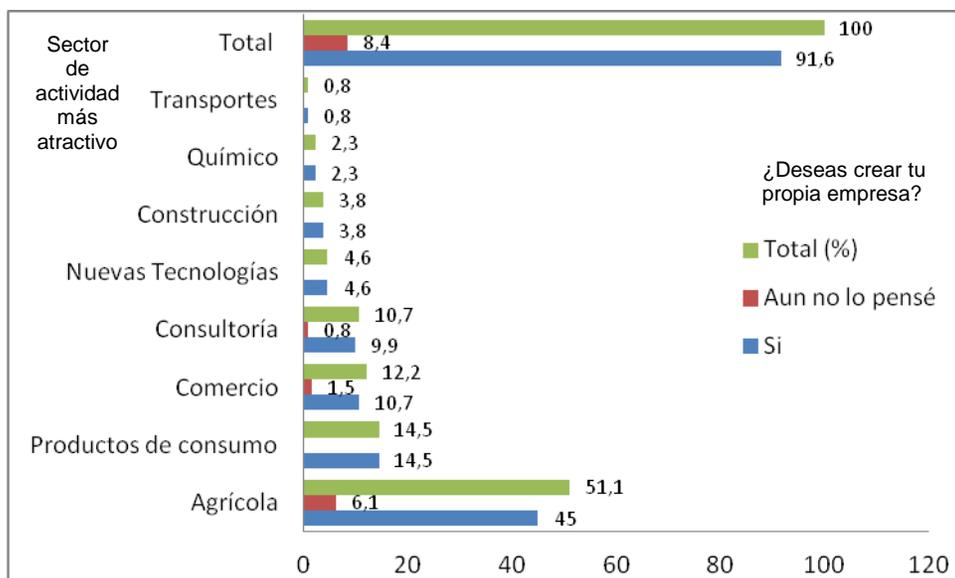


Figura 54. Valoración de las Profesiones en Específico en una Escala de Likert de 1 a 7.  
Fuente: Elaboración Propia

Existe también una influencia directa y positiva por las profesiones de Ingenieros Agrónomos, Empresarios y Directivo/as de una empresa en el perfil emprendedor del estudiante.

- **Valoración de los Sectores Económicos y su influencia en la actitud de crear empresa**

Evidentemente la deseabilidad de crear empresa tiene una alta concentración en el sector agrícola primordialmente como se observa:



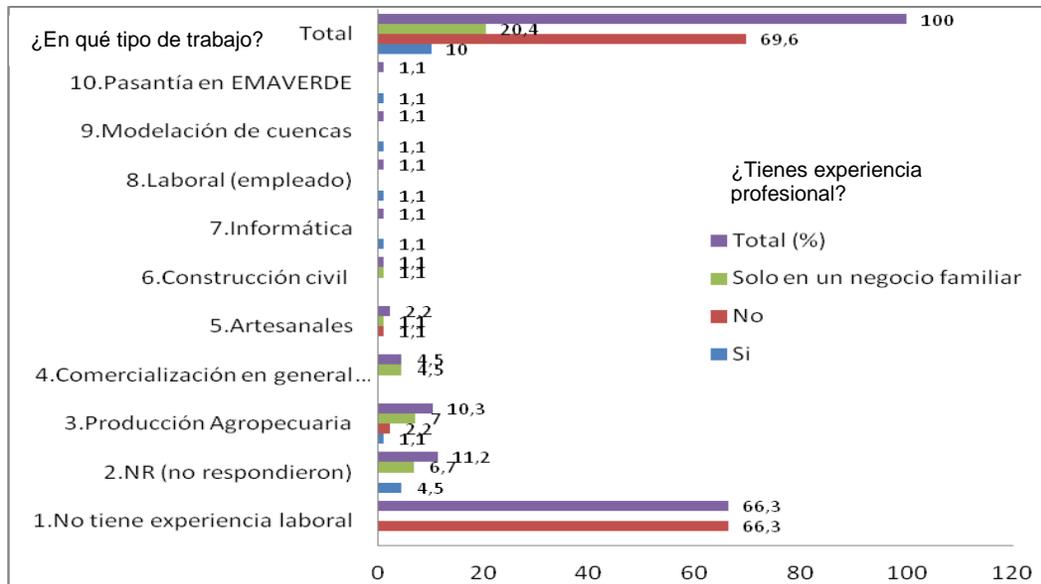
**Figura 55. Sectores Económicos frente a la intención de crear empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

Existe una clara identificación de la influencia del Sector Agropecuario hacia la deseabilidad de crear empresa en los estudiantes con un 45%, seguido por productos de consumo y comercio que suman 25,2%, y consultoría con el 9,9%.

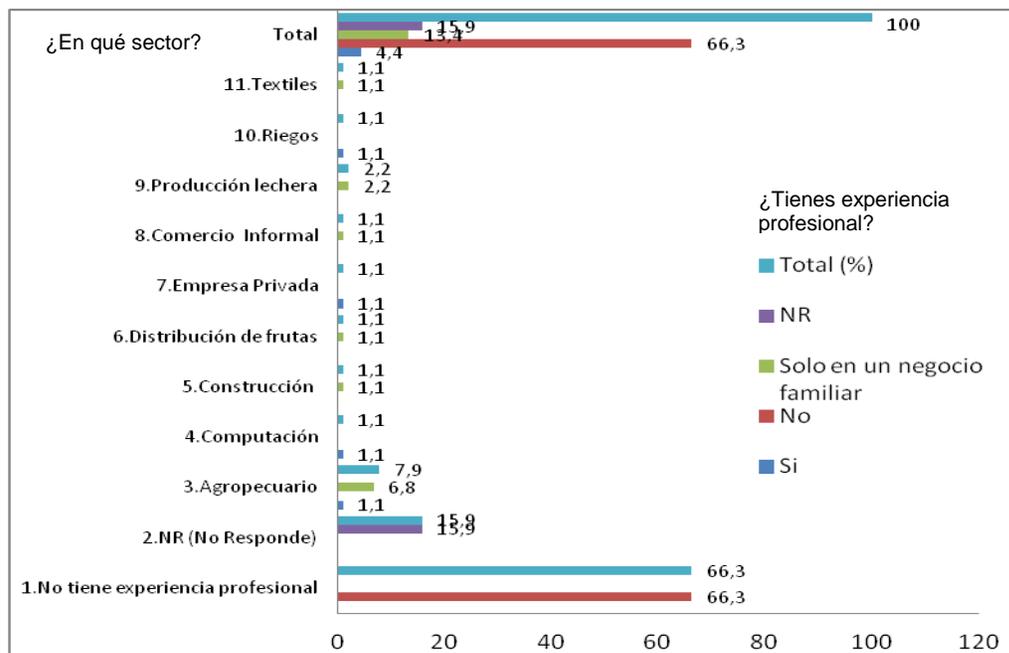
Esta afirmación tiene relación directa con los factores que favorecen el emprendimiento como es la demanda agroalimentaria (50,2%), la influencia directa de los empresarios y profesionales dedicados al sector Agropecuario.

○ **Valoración de la Experiencia Laboral y Social y su influencia en la actitud de crear empresa**

Por el tipo y sector de trabajo un 69,6% y 66,3% los estudiantes no tienen un experiencia laboral previa, pero si en un negocio familiar Agropecuario por el tipo y sector de trabajo adquirieron experiencia laboral con un 7% y 6,8% respectivamente, mayor a diferencia de los otros tipos y sectores de trabajo, de ahí se denota la influencia directa del núcleo familiar en la experiencia y decisión laboral y profesional para los estudiantes.

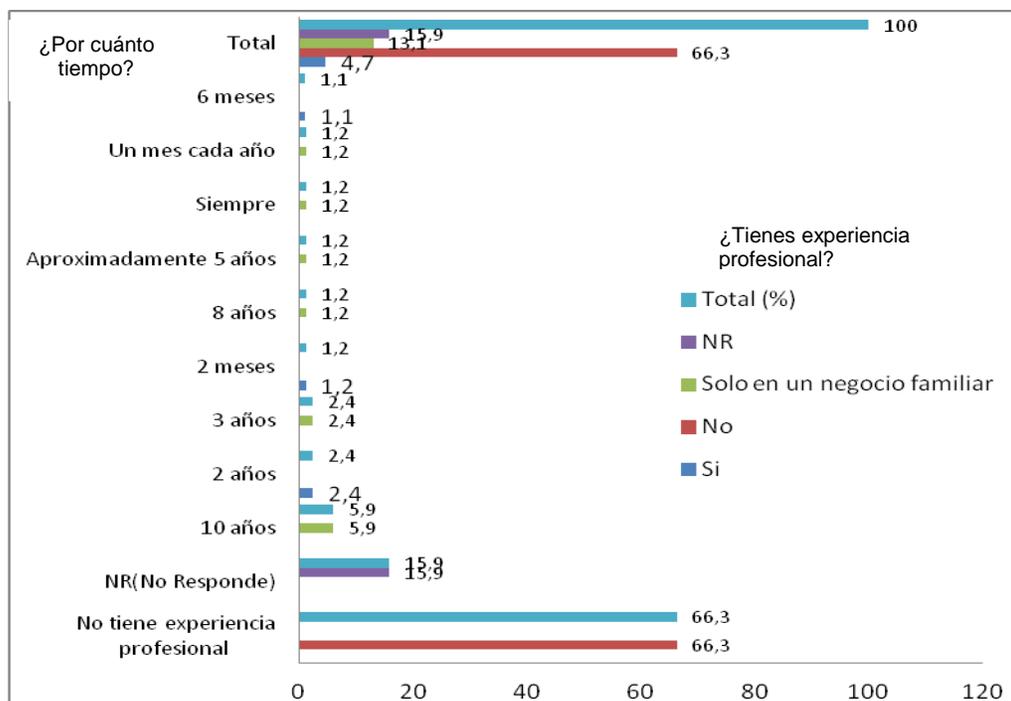


**Figura 56. Experiencia laboral de los encuestados**  
Fuente: Elaboración Propia



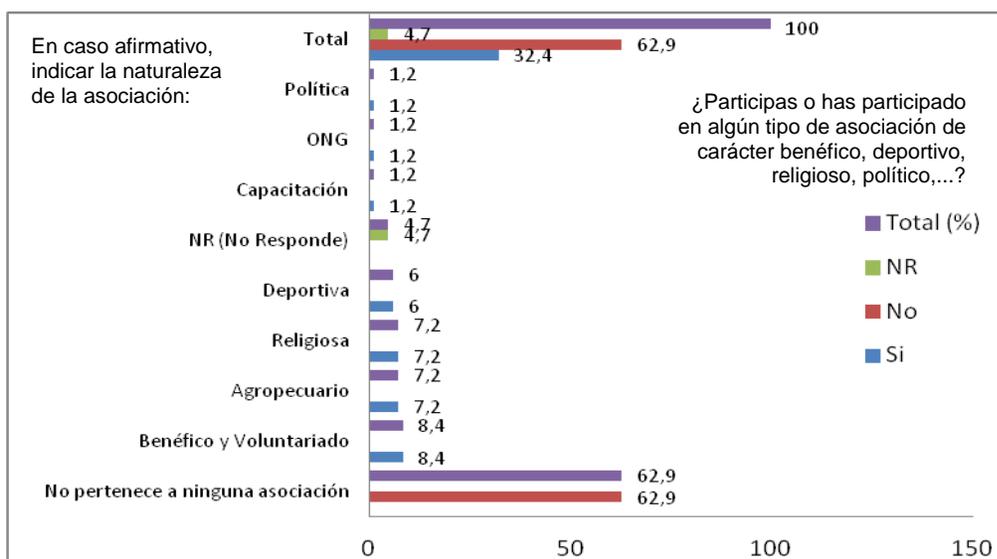
**Figura 57. Experiencia profesional de los encuestados por actividad o sector económico.**  
Fuente: Elaboración Propia

Se evidencia no solo poca experiencia si también una mínima cantidad de tiempo de los que trabajaron, pero si existe una mayor participación en los que trabajaron en un negocio familiar en diferentes tiempos. Y evidentemente en el sector Agropecuario es donde tienen mayor tiempo de experiencia de hasta 10 años.



**Figura 58. Experiencia profesional en tiempo de los encuestados**  
Fuente: Elaboración Propia

De igual manera se muestra una poca participación en actividades extracurriculares de apoyo e inserción a actividades propias de la sociedad como se observa en la siguiente figura:



**Figura 59. Experiencia de participación en diferentes actividades de la sociedad.**  
Fuente: Elaboración Propia

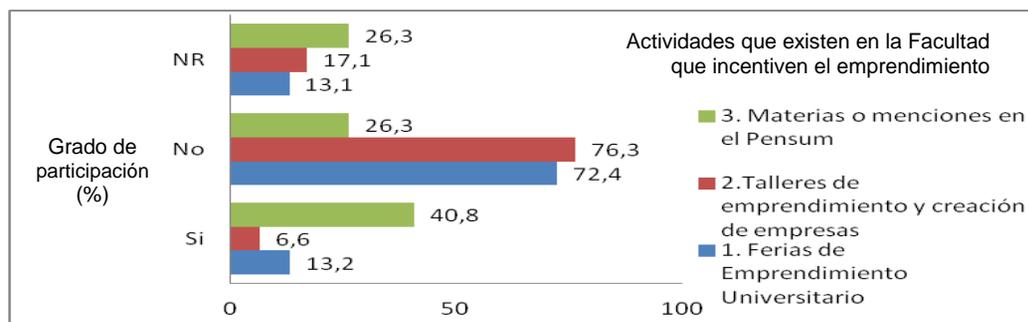
Su participación social en algún tipo de asociación es baja ya que el 62,9 % no participa, y solo un 8,4% participan ya sea en una asociación benéfica o agropecuaria y uno religioso y deportivo con el 7,2 % y 6% respectivamente.

Una gran mayoría declara que no tiene experiencia laboral, el cual se debe a la edad de los encuestados en su mayoría de 20 a 25 años (81.6%).

### ⊕ Espacio de Formación Universitaria

#### ○ Evaluación de la formación universitaria y su influencia en la actitud emprendedora

La participación en actividades emprendedoras es muy baja, solo se refleja un grado de participación en materias o menciones.



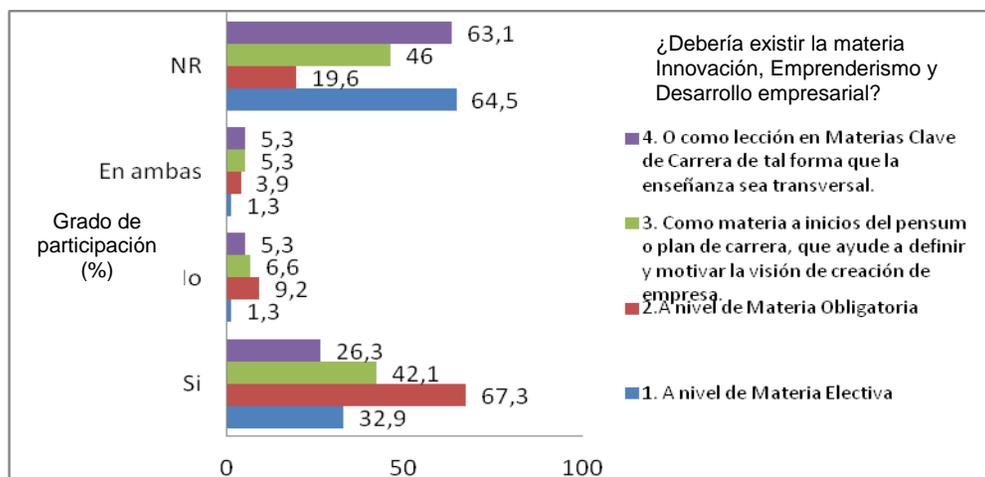
**Figura 60. Actividades y Prácticas Emprendedoras en la Facultad**

Fuente: Elaboración Propia

Talleres y ferias emprendedoras son las que menos existen en la facultad con un 76,3% y 72,4%, pero un 40,8% menciona que si existe a nivel de materias.

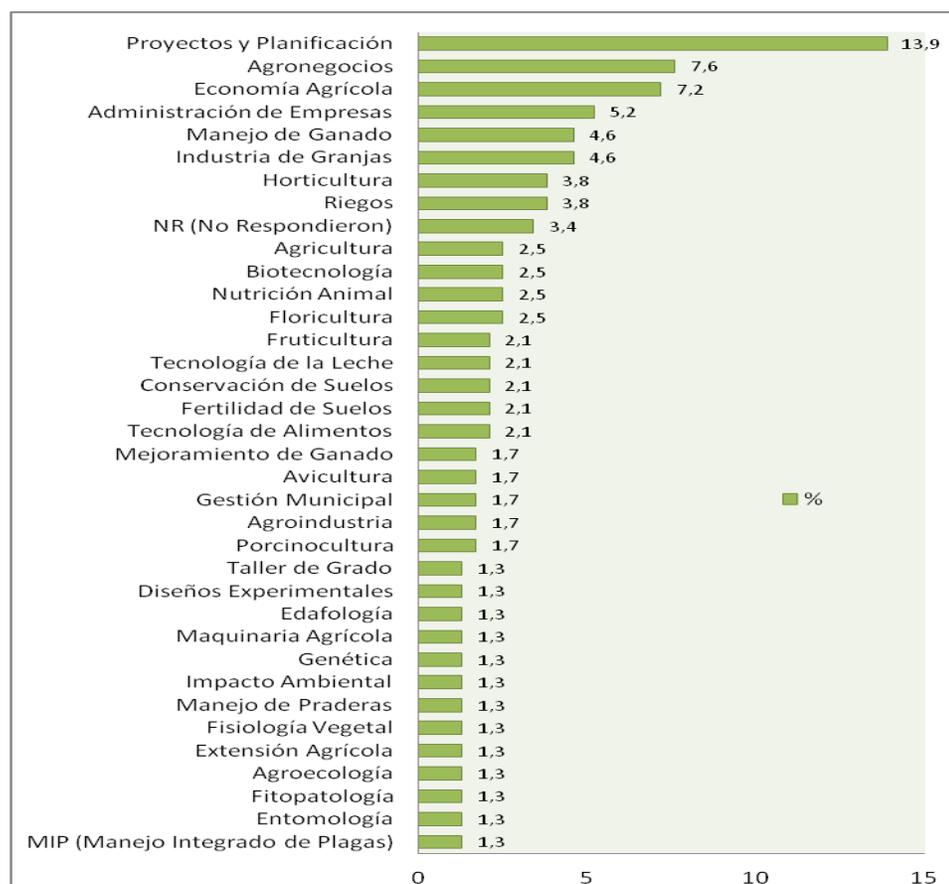
Un 67,3% menciona que debería existir como materia obligatoria la materia Innovación, Emprenderismo y Desarrollo empresarial, a inicios del pensum el 42,1%, 32,9% como electiva y 26,3% como lección en todas las materias de tal forma que sea transversal.

Referente a considerar la existencia de la materia de innovación, emprendimiento y desarrollo empresarial, existe un alto interés en las 4 consultas pero con mayor interés a nivel de materia obligatoria.



**Figura 61. Consideración de que si debe existir la materia Innovación, Emprenderismo y Desarrollo empresarial**  
Fuente: Elaboración Propia

Respecto a las materias que el estudiante considera que tiene fomentan la actividad emprendedora se tiene el siguiente resultado:



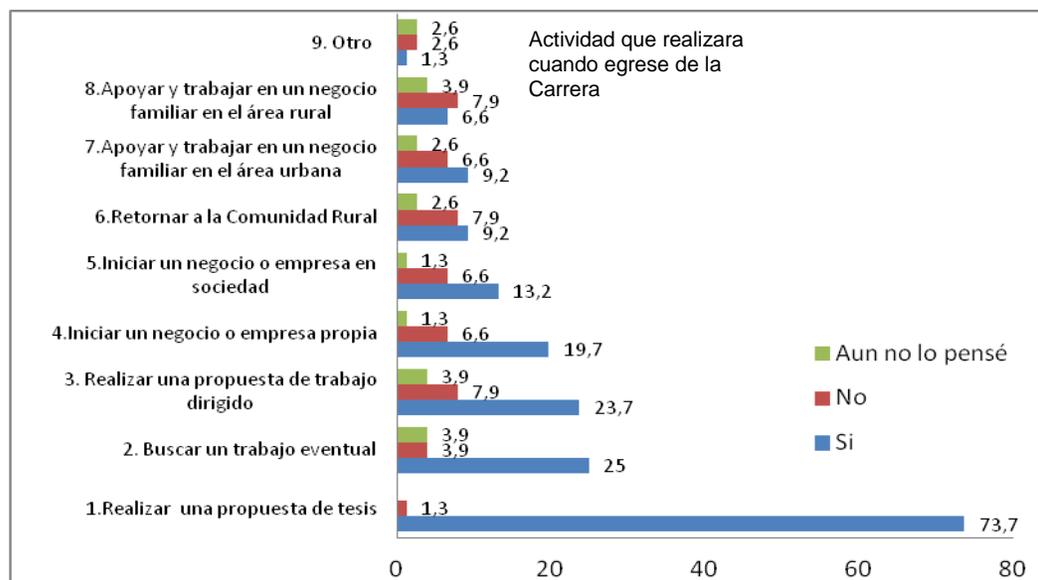
**Figura 62. Materias consideradas de mayor utilidad en el fomento de vocaciones emprendedoras o creación de empresas**  
Fuente: Elaboración Propia

Según la figura anterior existe una considerable concentración en materias relacionadas a la actividad empresarial como son: Proyectos y planificación (13,9%), Agronegocios (7,6%), Economía Agrícola (7,2%) y Administración de Empresas (5,2%) ya que son las únicas en las que se desarrolla conceptos de manejo empresarial, inversiones, gastos y costos como la utilidad o ganancia en cada emprendimiento.

También llama la atención la poca incidencia en las materias de especialidad donde debería existir la elaboración de proyectos, costos, inversión y análisis económicos financieros que evidencien la rentabilidad de la inversión y la sostenibilidad como viabilidad económico – financiera.

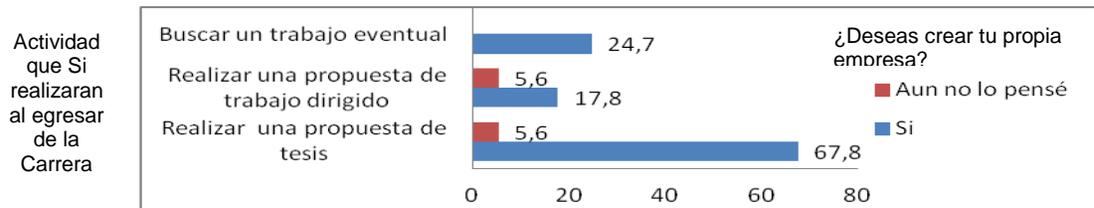
○ **Intención emprendedora al egresar**

La intención emprendedora al egresar solo se concentra en un 19,7 % con los que iniciaran un negocio, o se asociaran con el 13,2%, ya que la prioridad de la gran mayoría es titularse por tesis 73,7% o por trabajo dirigido 23,7%. Así mismo los que realizaran tesis son también los que desean crear empresa con el 67,8%.



**Figura 63. Actividad que realizarán los encuestados cuando egresen de la Carrera**  
Fuente: Elaboración Propia

También existe una alta relación entre los que realizaran su tesis o trabajo dirigido y buscar un trabajo eventual, frente a los que desean crear empresa.

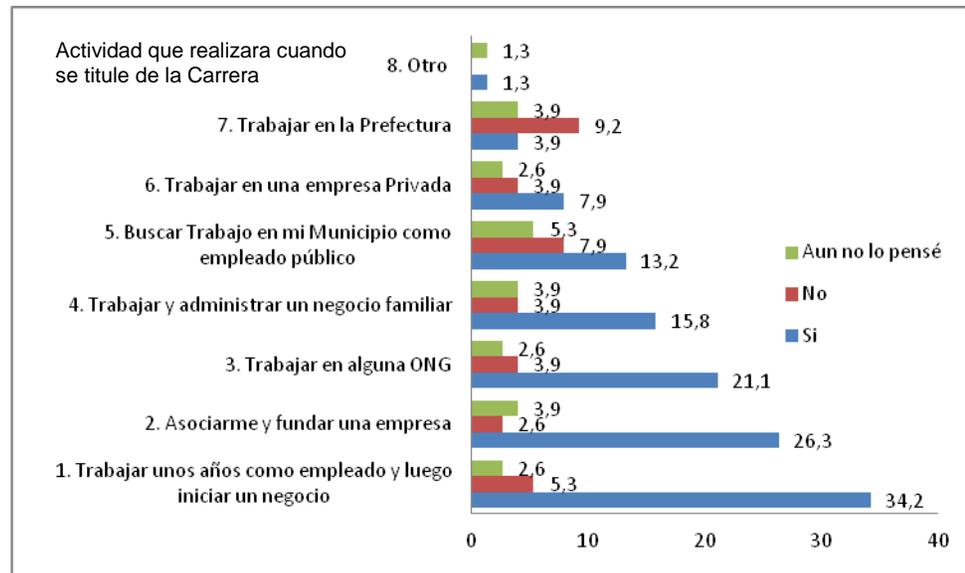


**Figura 64. Relación de los que realizaran una propuesta de tesis, trabajo dirigido o buscaran un trabajo cuando egresen frente a la intención de crear empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

De hecho es donde se debería fomentar la creación de empresas a través de planes de negocio como mecanismo de titulación ya que se lograría doble beneficio, uno la obtención del grado académico y el otro la instrumentación técnica de un plan de negocio.

o **Intensión emprendedora cuando se titulen**

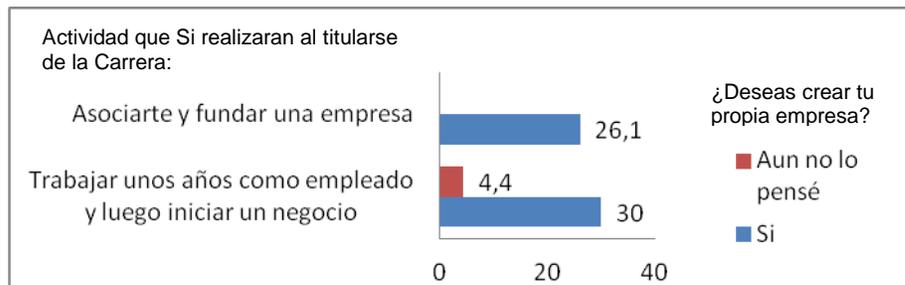
La mayoría de los encuestados ejercerán su profesión de forma dependiente y un 26,3 % de forma independiente una vez que se titulen.



**Figura 65. Actividad que realizarán los encuestados cuando se titulen de la Carrera**  
Fuente: Elaboración Propia

Es decir solo un 26,3% si piensa asociarse y fundar una empresa propia el resto si considera primero trabajar en algún entidad como ser una ONG, empresa privada, Prefectura o Municipio, o negocio familiar.

La intensión emprendedora de titulados que trabajaran unos años para luego iniciar un negocio frente al deseo de crear empresa presenta una alta relación con los que pretenden asociarse para fundar una empresa.



**Figura 66. Relación de los que Trabajan o se asociaran una vez titulados frente a la intención de crear empresa**  
Fuente: Elaboración Propia

#### 4.2.3. Análisis de Resultados de los Lineamientos Estratégicos para promover la Cultura Emprendedora

- **Estrategias de fortalecimiento del perfil emprendedor**

Las autoridades facultativas mencionan al respecto fortalecer o despertar el espíritu emprendedor de los estudiantes a través de:

- Presencia y posicionamiento de la Carrera de Ingeniería Agronómica no solo en el área urbano sino también en el área rural. Fortalecimiento de las carreras recién creadas.
- Generar programas de prácticas in situ, no solo a nivel de trabajo de campo, sino en el direccionamiento e involucramiento en todo el proceso de la cadena productiva.
- Realizar convenios, acuerdos y alianzas estratégicas interinstitucionales de tal forma que se incentive la cultura emprendedora.

El experto en emprendimiento recomienda:

- Modelo de Formación de emprendedores para la creación de empresas.
- Modelo de Interacción y Plan de trabajo.
- **Estrategias y planes de acción a corto plazo de incentivo a la cultura emprendedora**

Las autoridades facultativas mencionan al respecto:

- Planificar seminarios, cursos, talleres de orientación vocacional, materias en Maestría, etc.
- Reforzar con dos semestres las materias de planificación y proyectos agropecuarios.
- Modalidad de graduación con enfoque a la elaboración de proyectos y su implementación del proyecto de grado.
- Convenios con todos los municipios para la graduación de los estudiantes.
- Mostrar replicas, proyectos emprendedores concretos y plasmar las ideas emprendedoras como ser “Aprender haciendo”.
- Ejemplificar experiencias Internacionales.
- Descubrir las potencialidades del estudiante y sus competencias técnicas e Identificar el grado de innovación empresarial del estudiante
- Cambiar la formación académica de Dependientes a una visión Independiente y de autoempleo.

El experto en emprendimiento recomienda:

- Modelo de Formación de emprendedores para la creación de empresas.
- Modelo de Interacción y Plan de trabajo.

- **Estrategias y planes de acción a mediano y largo plazo de incentivo a la cultura emprendedora**

Las autoridades facultativas señalan al respecto:

- Renovar o cambiar el plan de estudio de más de 13 años de vigencia.
- El perfil profesional no debe estar dirigido a formar empleados públicos, en todo caso ese perfil hay que desplazarlo, no eliminarlo pero si ofrecer alternativas en el área productiva, exportación, comercialización, innovación, generación de nueva tecnología.
- El perfil debe estar acorde a la realidad social, económica y política del país, a la nueva constitución política del Estado, que promueve la producción orgánica, la seguridad y soberanía alimentaria, rescatando los saberes locales y ancestrales.
- Dar a conocer como se crean las organizaciones, los tipos diferentes de asociaciones, etc.
- Instruir conocimiento en estudio de Mercados, canales de comercialización y distribución, identificación de nichos de mercado, etc.
- Identificar y difundir las potencialidades recursos y productos para la exportación.
- Introducir en las materias del pensum de forma transversal, temario y prácticas de enfoque empresarial y al emprendedor mediano.

El experto en emprendimiento recomienda:

- La clave es cambiar la tradicional educación por una educación empresarial.

## **V. SECCION CONCLUSIVA**

### **Factores que influyen en la propensión a crear empresa y al espíritu emprendedor del estudiante universitario.**

Las conclusiones que se llegaron con el presente trabajo de investigación son:

- ⊕ Tanto la edad como el género no influyen de forma directa en el perfil emprendedor de los estudiantes, pero sí están asociados a factores fundamentales y precipitantes que determinan la intención de emprender.
- ⊕ Por lugar de domicilio o vivienda, como por lugar de nacimiento de los estudiantes, se observa un mayor posicionamiento de la carrera en el área urbana, y no así en el área rural.
- ⊕ Referente a los factores que favorecen la creación de empresa en la actualidad la mitad de la población estudiantil señala la creciente necesidad y demanda agroalimentaria, la accesibilidad a tecnología y financiamiento.
- ⊕ La otra mitad de la población menciona que los factores que dificultan la creación de empresa se centra en la carencia de incentivos para el emprendimiento, seguido por el factor económico y apoyo del Estado y otras entidades.

### **Determinación del impacto emprendedor en la disposición al autoempleo del alumnado**

#### **Espacio Personal**

- ⊕ Los motivos para emprender o crear una empresa a nivel personal está influenciado de forma directa por los factores precipitantes (85%) es decir por un emprendimiento de oportunidad y de desarrollo económico independiente, y 15% por los fundamentales.

- ⊕ Así mismo los motivos para no emprender están dados por los factores fundamentales; 88% que se refiere al entorno y atributos personales y un 12% por el deterioro del medio.
- ⊕ Independientemente de la edad, género, influencia de los factores limitantes o potenciales para crear empresa, el estudiante tiene una mejor percepción de las condiciones actuales en comparación a su inmediato pasado.
- ⊕ Pero si es dependiente al tiempo para la creación de empresa, dándose un lapso de 1 a 2 años en la conformación de su empresa en su generalidad.
- ⊕ En promedio se autoevalúan los estudiantes emprendedores en un promedio de 70% con el deseo de emprender y 50% con el serio pensamiento de crear empresa.

### **Espacio Familiar**

- ⊕ Existe una fuerte influencia de la profesión y/o ocupación de los progenitores en la intención emprendedora, pero es indiferente si los padres son o no rentistas.
- ⊕ Así mismo los parientes independientemente del grado de parentesco pueden llegar a influir en la intención emprendedora.

### **Espacio Socio – Laboral**

- ⊕ Existe una influencia positiva de los empresarios del medio en un 44,7% y de los profesionales en un 33,2% respectivamente, en la intención de crear empresa en los estudiantes.
- ⊕ Así mismo la influencia del sector Agropecuario influye en un 45 % en la deseabilidad de crear empresa.

- ⊕ Referente a la experiencia laboral (por tipo o sector) la gran mayoría en promedio 68% no tienen experiencia previa.
- ⊕ Su inclusión en actividades sociales o extra curriculares es baja no participando en un 63% de los estudiantes.

### **Espacio de Formación Universitaria**

- ⊕ Actividades de incentivo a la cultura emprendedora en la Facultad de Agronomía es baja, ya que no se dan ni talleres ni ferias en un promedio de 74%, pero si se menciona que un 40% se imparte a nivel de materias.
- ⊕ El 67% considera la creación de la materia de Innovación, Emprenderismo y Desarrollo Empresarial y un 26% que sea considera como lección en todas las materias de forma transversal.
- ⊕ Las materias de Proyectos y planificación, Agronegocios, Economía Agrícola y Administración de Empresas, son las más relacionadas a la enseñanza emprendedora, lo cual no sucede con las demás materias de especialidad.

### **Establecimiento de lineamientos estratégicos para promover e incentivar la cultura emprendedora en la carrera de Ingeniería Agronómica.**

- ⊕ Las autoridades facultativas reconocen la necesidad de fortalecer el perfil emprendedor de los estudiantes, a través de prácticas dirigidas no solo a nivel de campo si a un nivel de dirección empresarial.
- ⊕ Así mis se plantea hechos concretos como ser la renovación del plan de estudio, planificar talleres, programas, seminarios, modalidades de graduación y alianzas estratégicas a todo nivel con la finalidad de no solo

lograr la graduación de los estudiantes, si también de perfilar las competencias emprendedoras.

- ⊕ Posicionar a la Facultad en el área rural y fortalecer las carreras recientemente creadas con la finalidad de no solo sentar presencia sino de expandir conocimientos y competencias de desarrollo emprendedor y cumplir con su objetivo y misión encargada por la sociedad boliviana.

## **VI. RECOMENDACIONES**

En cuanto a las recomendaciones se menciona:

- ⊕ Divulgar este trabajo a nivel de estudiantes y docentes de la carrera de Ingeniería Agronómica, de tal manera de cumplir con una de sus metas que es la socialización y divulgación, para una posterior elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Emprendedor Universitario.
- ⊕ Completar con uno de los temas estratégicos mencionado por las autoridades facultativas referente a la renovación del plan de estudio, donde se debe analizar, reevaluar e implantar contenidos de enseñanza emprendedora en cada materia, como factor de éxito de “Aprender haciendo”., e incentivando la cultura emprendedora.
- ⊕ Fortalecer programas e iniciativas de fomento a la actividad emprendedora como es por ejemplo; participar como carrera en el concurso Innova San Andres con grupos de planteles docente - estudiantil.
- ⊕ Concretizar las alianzas estratégicas y convenios para prácticas in situ no solo a nivel de campo, sino también a nivel de dirección empresarial y manejo gerencial de una unidad de negocio.

- ⊕ Realizar estudios continuos de evaluación de la actividad emprendedora en diferentes cortes del plan de estudio con la finalidad de trabajar en una mejora continua.
- ⊕ Proponer test de orientación vocacional e identificación de competencias técnicas – emprendedoras ya sea para postulantes o todo estudiante en ciclos académicos de avance, con la finalidad de orientar, asesor y direccionar la formación profesional.
- ⊕ Fortalecer el posicionamiento institucional de la carrera en el área urbana y mas aún trabajar en el acercamiento al área rural, que si bien se tiene lineamientos estratégicos como ser la creación de carreras y equipamiento de centros técnicos, estos deben acompañar la visión de formación emprendedora de sus educandos como agentes de cambio e innovación del aparato productivo.
- ⊕ Conformar Unidades Estrategicas de Emprendimiento Agropecuario entre docentes y estudiantes, por afinidad de especialidad, de tal formar incentivar a una sana competencia interna y propositiva.
- ⊕ Generar una Red de Contactos Emprendedores en Proyectos Agropecuarios, de tal manera que esté al alcance de los estudiantes no solo la información académica, sino también de experiencias y prácticas emprendedoras exitosas, que sean ejemplo y motivadoras en desafiar la incursión a la creación de empresa.

## VII. BIBLIOGRAFIA

Acs, Z. J., W. Parsons and S. Tracy (2008). "High Impact Firms: Gazelles Revisited". Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration.

Ajzen, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior", Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol 50. pp. 179-211.

Baum y Locke, (2004). The practical intelligence of high potential entrepreneurs. Smith School of Business, University of Maryland, College Park, MD 20742, e-mail: [jrbaum@rhsmith.umd.edu](mailto:jrbaum@rhsmith.umd.edu). Estados Unidos., pp. 1-27.

Baty, Gordo., (1990). Entrepreneurship for the nineties. Prentice Hall, Estados Unidos, pp. 9-16.

Burch, John. (1986). Entrepreneurship, Estados Unidos, J. Wiley and Sons, pp. 24-85.

Branscomb, L.; Kodama, F.; Florida, R. (1999). Industrializing Knowledge. University-Industry Linkages in Japan and the United States, MIT Press, Massachusetts.

Braidot, N. (2001). Educación para la Empresarialidad en el Contexto Universitario Argentino: ¿Opción O Necesidad? Universidad Argentina de la Empresa. Editorial Mimeo.

Brockhaus, R.H. (1992): "Entrepreneurship education: a research agenda", comunicación presentada a IntEnt92 Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Dortmund (Alemania), 23-26 junio.

Brown, W. & Galloway, L. (2002). Ambition Versus Action: Do Males and Females Exhibit Conflicting Perspectives of Entrepreneurial Potential and Growth. A Study among Entrepreneurship Students and Entrepreneurial Graduates Before and After Start-Up. Trabajo presentado en la 25th ISBA National Small Firms Policy and Research Conference: Competing Perspectives of Small Business and Entrepreneurship, Brighton.

Cáceres, F.R. (2002): Entorno socioeconómico y espíritu empresarial. Factores determinantes de la emergencia empresarial en Andalucía Occidental, Secretariado de publicaciones, Universidad de Sevilla, Sevilla., pp. 45-52.

Cantillon, R. (1755): Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general, Fondo de Cultura Económica, México, 1996, pág. 43.

CEPAL Naciones Unidas (2009) *Las pymes en Bolivia*. Extraído el 22 de Enero del 2012 desde [http://www.eclac.org/dmaah/noticias/paginas/8/28248/pyme\\_bolivia.pdf](http://www.eclac.org/dmaah/noticias/paginas/8/28248/pyme_bolivia.pdf).

CIDE, Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial – Universidad Mayor de San Andrés, Presentaciones del CIDE y Fundación MAYA, 2011.

Cooper, A.C. (1985) “The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms”, *Journal of Business Venturing*, vol. 1, num. 1, pp. 75-86.

Cowling, M. & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial Women and Men: Two Different Species? *Small Business Economics*, 16 (3): 167-175.

Curran, J. y Stanworth, J. (1989): “Education and training for enterprise: some problems o classification, evaluation, policy and research”. *International Small Business Journal*, vol. 7, num. 2, pp. 11-22.

Drucker, M. (1989). La innovación y el empresariado innovador. Hermes, México, pp. 15-118.

El Diario, Periódico (2008). La incubadora de negocios de la Universidad Mayor de San Andrés –UMSA.

Etzkowitz, H., Andrew W., Christiane G. & Cantisano, B. (2000). The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm. *Research Policy*, 29(2): 313–330.

Facultad de Agronomía – Universidad Mayor de San Andrés, (2012). La Paz Bolivia. Consultado el 24 Junio. Disponible en <http://www.umsa.bo/fa>.

Fayolle, A. (2003): “Using the theory of planned behaviour in assessing entrepreneurship teaching programmes: exploratory research approach”,

comunicación presentada a IntEnt2003, Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, Grenoble (Francia), 7-10septiembre.

Finley Lawrence, (1990). *Entrepreneurial strategies*, Estados Unidos. PWS-Kent Publishing Co., pp.5-6.

Gamez G. J. (2009). Aproximación a los modelos de emprendimiento, *Management, Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*, issn 0122-6681, Vol. xviii, n.º 3, Universidad de San Buenaventura, Bogotá, D.C. Colombia. Editorial Bonaventuriana, pp. 153-170.

Garavan, T.N. y O'cinneide, B. (1994): "Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation", *Journal of European Industrial Training*, vol. 18, num. 8, pp. 3-12.

García Lillo, F. y Marco Lajara, B. (1999), "La creación de nuevas empresas como motor generador de riqueza y bienestar económico: factores de éxito y fracaso". IX Congreso Nacional de ACEDE, Burgos, España. pp.35-38.

GEM Global Entrepreneurship Monitor (2008), Reporte Nacional Bolivia. Maestrías para el Desarrollo. Universidad Católica Boliviana. Ed. Soipa SRL. La Paz Bolivia. 91 pp.

Gonzales, M. (2003): *El empresario innovador schumpeteriano: una revisión*, Tesis Doctoral, Universidad del País Vasco, Bilbao.,pp. 11-17.

Gray, D. y D. Cyr, (1992). *Como evaluar su potencial emprendedor*, España, Vergara, pp. 15-118.

Harper, Stephen, (1991). *The McGraw-Hill guide to starting your own business*, McGraw-Hill, Estados Unidos, pp. 14-17.

Hernández, S. R., Fernández C. F. y Baptista L. M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F. Ed. McGraw – Hill.,pp 1-86.

Hernangomez Barahona, J., Martín Cruz, N., Rodríguez Escudero, A.I. y Saboia, F. (2005), "¿El emprendedor nace o se hace? Un análisis de los determinantes del espíritu emprendedor", XVI Spanish-Portuguese meeting of scientific management. Sevilla, pp. 33-44.

Hebert, R.F. y Link, A.N. (1989), "In search of the meaning of entrepreneurship", *Small Business Economics*, nùm.1, pp. 39-49.

Hiam Alexander y Karen Olander, (1991). *Guía del Emprendedor*, México, Prentice Hall, pp. 23-45.

Jennings Daniel (1994). *Multiple perspectives of entrepreneurship*, Estados Unidos, South – Western Pub., pp 11-12.

Kao, John. (1989), *Entrepreneurship, creativity and organization*, Estados Unidos, Prentice Hall, pp.01-104.

Kantis, H., Ishida, M. & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Krueger, N. y Brazeal, D. (1994), "Entrepreneurial Potencial and Potencial Entrepreneurs" *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), pp.91-104.

Ley de Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria. (Ley N° 144, 26 de Junio del 2011), Ley 144. Estado Plurinacional de Bolivia, 30 p.

Liñan Alcalde, F. (2004), *Educación empresarial y Modelo de Instituciones. Formación para un Empresariado de calidad*, Tesis doctoral, Universidad de Sevilla.

Longenecker Justne, Carlos Moore y William Petty, (1994), *Small business management*, 9a. ed., Estados Unidos, South – Western Publishing Co., pp 2-28.

Lucatero, Castañeda, I. (2011). *Educación Empresarial. Herramienta para el aumento del potencial empresarial en los jóvenes del Estado de Jalisco (México) para la generación de empresarios dinámicos*. México, Universidad Internacional de Andalucía, 206 p.

Memoria de la Fundación de Emprendedores y Finanzas Maya 2003-2008. La Paz, Bolivia. Ed. Quatro Hermanos. 50 pp.

Moriano, J.A.; Palaci, F.J., y Trejo E. (2001). "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores". En *Revista de Psicología Social* 16(2), pp. 229-242.

Morris, Michael and Donald, Kuratko (2002), *Corporate entrepreneurship*, Harcourt Pub., Estados Unidos, pp. 21-56.

Porter, M. E. and K. Schwab (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

Reynolds, P., Camp, S., Bygrave, W., Autio, E. y Hay, M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership/Babson College/London Business School.

Sánchez Almagro, M. L., (2003). *El perfil psicológico del auto empleado*, Tesis doctoral, Fac. Psicología, Univ. Complutense de Madrid., pp. 20-27.

Siropolis, Nicholas, (1990), *Small business management (a guide to entrepreneurship)*, 4a. ed., Estados Unidos, Houghtton Mifflin Co., pp. 37-51.

Schollhammer, Hans. (1980), *Analysis and assessment of internal corporate entrepreneurship strategies*, Estados Unidos, Graduate School of Management of UCLA., pp. 5-13.

Sousa, A.; Alarcón, M. y Dorado, R. (2009) *Desarrollo de las Pymes y Generación de Empleo y Renta como Foco de Inclusión Social*. Extraído el 20 de Enero del 2012 desde <http://www.cilea.info/public/File/12%20Seminario%20Bolivia/1%20-%20MODERADOR%20OSCAR%20CALLEJAS%20060704.pdf>.

Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*, Estados Unidos, Cambridge – Harvard University Press.

Shapiro, A. y Sokol, L. (1982), *The social dimensions of entrepreneurship en C.A.*, Kent, D.L. Sexton, y K.L. Vesper, (eds) in *Enciclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs. N.J: Prentice Hall.,pp 79-90.

Smith, N.R. y Miner, J.B. (1983): "Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation: implications for organizational life cycle theory". *Strategic Management Journal*, vol. 4, num. 4, pp. 325-340.

Stacey, Nicholas. (1980). *The sociology of the entrepreneur*, Canada, McMaster University. Pp. 12-16.

Steinhoff, Dan y John Burgess (1993), *Small business management fundamentals*, 6a. ed., Estados Unidos, McGraw – Hill, pp.3-22.

Tarifa, I.F. (2012). *Seminario de Grado: Metodología de la Investigación*. La Paz, Bolivia. 79 pp.

Toledano, N. y Urbano, D. (2006), "La formación y la experiencia como condicionantes de la creación de empresas. Un estudio de casos" *Actas XVI Congreso Nacional ACEDE*, Valencia.

UCO-Consejo Social, (2007). "Análisis del Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario y Preuniversitario de Córdoba". Consejo Social de la Universidad de Córdoba, España. Ed. Servicios de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. 105 p.

Urbano, D. (2006), *La creación de empresas en Catalunya. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*, Ed. Generalitat de Catalunya-CIDEM, Barcelona, 230 pp.

Vander Werf, P. y C. Brush, (1989). *Toward agreement on the focus of entrepreneurship research: progress without definition*, Estados Unidos, National Academy of Management, pp. 3-22.

Veciana, J. M. (1988), "Empresari i procés de creació d'empreses". *Revista Económica de Catalunya*, n.º 8, mayo a agosto, España. pp. 53-67.

Veciana, J. M. (2001): *Creación de empresas como campo de estudio y salida profesional: Evolución, estado actual y tendencias de desarrollo*. RGE-Revista de Gestão e Economia. Universidade Da Beira Interior. Covilha, Portugal, pp. 2-9.

## VIII. ANEXOS

### Anexo 1. Cuestionario o Encuesta

Estimado Sr. Universitario (a):

Mediante la presente encuesta se pretende realizar una investigación científica del perfil emprendedor del estudiante universitario de la Facultad de Agronomía, donde se pretende investigar el grado de influencia del entorno social, personal y académico.

Por lo tanto se solicita tu apoyo a esta investigación en proporcionarnos la información **más verídica y precisa posible** ya que de ello determinará el éxito de la investigación y la mejora continua en el proceso formativo estudiantil de nuestra Facultad.

#### CUESTIONARIO

Nombre: \_\_\_\_\_ CI: \_\_\_\_\_ Semestre: \_\_\_\_\_

Por favor, marque con una **X** la alternativa que corresponda.

En algunas preguntas hay una línea adicional para que pueda anotar la respuesta que corresponda si ninguna de las respuestas estándar es adecuada en su caso. Por favor, cuando conteste "otros" indique a que se refiere exactamente.

<b>1. ¿Deseas crear tu propia empresa?</b>	1. Si	<input type="checkbox"/>	2. No	<input type="checkbox"/>	3. Aún no lo pensé	<input type="checkbox"/>
--	-------	--------------------------	-------	--------------------------	--------------------	--------------------------

<b>2. ¿Crees que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?</b>	1. Más fácil	<input type="checkbox"/>	2. Más difícil	<input type="checkbox"/>	3. Relativo	<input type="checkbox"/>
---	--------------	--------------------------	----------------	--------------------------	-------------	--------------------------

<b>3. ¿Cuáles son a tu juicio los factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad?</b>	1. _____
	2. _____
	3. _____

<b>4. ¿Cuáles son a tu juicio los principales factores que dificultan la creación de una nueva Empresa en la actualidad?</b>	1. _____
	2. _____
	3. _____

<b>5. ¿Has pensado seriamente en crear una empresa propia?</b>	1. No, nunca	<input type="checkbox"/>
	2. No, pero pienso integrarme en una empresa familiar	<input type="checkbox"/>
	3. Sí, vagamente	<input type="checkbox"/>
	4. Sí, seriamente	<input type="checkbox"/>
	5. Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	<input type="checkbox"/>
	6. Otros (mencionar):.....	<input type="checkbox"/>

<b>6. En caso afirmativo, ¿a cuánto tiempo?</b>	1. En cuanto termine mis estudios	<input type="checkbox"/>
	2. En 1 ó 2 años	<input type="checkbox"/>
	3. De 3 a 5 años	<input type="checkbox"/>
	4. En más de 5 años	<input type="checkbox"/>
	5. No lo tengo decidido	<input type="checkbox"/>
	6. Otros (mencionar).....	<input type="checkbox"/>

<b>7. ¿Cuáles son para ti los motivos para crear una empresa propia?</b>	<b>IMPORTANTE (1)</b>	<b>MUY IMPORTANTE (2)</b>
(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los Importantes)		
1. Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
2. Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
3. Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
4. Insatisfacción en la ocupación anterior	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
5. Conseguir una retribución justa a mi trabajo	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
6. Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
7. Afán de independencia económica	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
8. Estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo humano	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>
9. Invertir un patrimonio personal	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
10. Conseguir un patrimonio personal	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>
11. Tradición familiar	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>
12. Prestigio o status del empresario (a)	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>
13. Crear algo propio	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>
14. Otro.....	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>

8. ¿Cuáles son para ti los obstáculos para la creación de una empresa propia?		
(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o Importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los Importantes)	IMPORTANTE (1)	MUY IMPORTANTE (2)
1. Riesgo demasiado elevado	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
2. Situación económica (competencia)	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
3. Falta de capital inicial	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
4. Cargas fiscales ( demasiados Impuestos)	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
5. Problemas con el personal	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
6. Buenas perspectivas de “hacer carrera” con un empleo a sueldo	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
7. Falta de sueldo mínimo asegurado	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
8. Temor a fracasar y quedar en ridículo	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>
9. Imagen negativa del/de la empresario/a	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
10. Ingresos irregulares al ser residuales	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>
11. Tener que trabajar demasiadas horas	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>
12. Falta de conocimientos y experiencia en dirección de empresas	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>
13. Dudar de mi capacidad de empresario/a	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>
14. Retiro y jubilación insatisfactorios	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>
15. Que la Comunidad Rural acepte y apoye mi empresa o emprendimiento	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>
16. En la Comunidad Rural o Municipio me ofrezca garantías y estabilidad para iniciar o emprender una empresa.	16. <input type="checkbox"/>	16. <input type="checkbox"/>
17. Falta de apoyo Financiero o Económico para emprender una empresa	17. <input type="checkbox"/>	17. <input type="checkbox"/>
18. Otros: .....	18. <input type="checkbox"/>	18. <input type="checkbox"/>

9. Atributos personales			
Contesta a las siguientes preguntas escogiendo las respuestas D,C,B,A, según se sienta personalmente más identificado y cómodo con cada una de ellas. El significado de cada respuesta es el siguiente:			
D → no, nunca	B → bastante, a menudo	C → poco, alguna vez	A → sí, siempre

En el caso de no saber qué contestar o de no tener una opinión sobre la pregunta planteada, se marcará una D.

ATRIBUTOS	D (no)	C	B	A (si)
1. ¿Me considero una persona adaptable a los cambios?	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
2. ¿Siento autoconfianza en mis capacidades y posibilidades personales y profesionales?	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
3. ¿Tengo autodisciplina a la hora de llevar a término un trabajo?	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
4. ¿Considero importante disponer de autonomía en el trabajo?	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
5. ¿Me gusta prever y anticiparme a los hechos?	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
6. ¿Tengo facilidad para comunicarme con otras personas?	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
7. ¿Me considero una persona creativa a la hora de resolver los problemas?	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
8. ¿Siento curiosidad por conocer temas nuevos o maneras diferentes de hacer las cosas?	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>
9. ¿Dedico las horas que hagan falta para hacer un buen trabajo o para impulsar un proyecto?	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
10. ¿Me enfrento a las dificultades de forma animada y optimista?	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>
11. ¿Me considero una persona emocionalmente estable?	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>
12. ¿Me considero una persona perseverante?	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>
13. ¿Me considero una persona entusiasta a la hora de iniciar nuevos proyectos?	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>
14. ¿Tolero bien los fracasos y los utilizo para aprender?	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>
15. ¿Me gusta tomar la iniciativa en situaciones complejas o delicadas?	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>
16. ¿Me gusta imaginarme la evolución y desenlace de los proyectos que empiezo?	16. <input type="checkbox"/>	16. <input type="checkbox"/>	16. <input type="checkbox"/>	16. <input type="checkbox"/>
17. ¿Me gusta sentirme independiente?	17. <input type="checkbox"/>	17. <input type="checkbox"/>	17. <input type="checkbox"/>	17. <input type="checkbox"/>
18. ¿Me estimula enfrentarme a nuevos retos?	18. <input type="checkbox"/>	18. <input type="checkbox"/>	18. <input type="checkbox"/>	18. <input type="checkbox"/>
19. ¿Asumo la responsabilidad de mis decisiones tanto si son acertadas como erróneas?	19. <input type="checkbox"/>	19. <input type="checkbox"/>	19. <input type="checkbox"/>	19. <input type="checkbox"/>
20. ¿Tengo predisposición para asumir riesgos moderados?	20. <input type="checkbox"/>	20. <input type="checkbox"/>	20. <input type="checkbox"/>	20. <input type="checkbox"/>

10. En una escala de 1 a 10, determina en qué medida te sientes una persona emprendedora, llena de ideas e iniciativas para poner en práctica en tu trabajo.											
Muy poco emprendedora	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Muy emprendedora
	<input type="checkbox"/>										

**11. Valora cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario/a Boliviano - Paceño:**

ATRIBUTOS	Estoy totalmente en desacuerdo (1)	Estoy en desacuerdo (2)	Estoy de acuerdo (3)	Estoy totalmente de acuerdo (4)	NS/NC (No lo sé /No conozco)
1. Son personas dinámicas	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
2. Tienen gran capacidad de organización	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
3. Tienen grandes dotes financieros y de gestión	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
4. Su mentalidad es innovadora	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
5. Son personas muy preparadas profesionalmente	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
6. Son capaces de asumir riesgos en su empresa	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
7. Tienen una gran visión de futuro	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
8. Invierten dinero	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>
9. Crean empleo	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
10. Ayudan al desarrollo del país	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>
11. Ganan mucho dinero	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>
12. Son capaces de dialogar con los trabajadores	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>
13. Son personas morales y honradas	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>
14. Son personas con claro criterio de justicia social	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>	14. <input type="checkbox"/>
15. Apoyan a otros emprendedores a iniciar sus negocios	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>	15. <input type="checkbox"/>

**12. Puntúa la valoración que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad Boliviana – Paceña para emprender una empresa o negocio:**

PROFESIÓN	Poco							Mucho
	1	2	3	4	5	6	7	
1. Maestro/a	1. <input type="checkbox"/>							
2. Abogado/a	2. <input type="checkbox"/>							
3. Médico/a	3. <input type="checkbox"/>							
4. Ingeniero Agrónomo/a	4. <input type="checkbox"/>							
5. Economista	5. <input type="checkbox"/>							
6. Empresario/a	6. <input type="checkbox"/>							
7. Directivo/a de gran empresa	7. <input type="checkbox"/>							
8. Periodista	8. <input type="checkbox"/>							
9. Físico/a	9. <input type="checkbox"/>							
10. Psicólogo/a	10. <input type="checkbox"/>							
11. Publicitario/a	11. <input type="checkbox"/>							
12. Químico/a	12. <input type="checkbox"/>							
13. Sociólogo/a	13. <input type="checkbox"/>							
14. Traductor /a e Intérprete	14. <input type="checkbox"/>							
15. Informático	15. <input type="checkbox"/>							
16. Ingeniero Civil /Industrial	16. <input type="checkbox"/>							

**13. Edad del encuestado (años):**

1. Menos de 20	1. <input type="checkbox"/>
2. Entre 20 y 25	2. <input type="checkbox"/>
3. Entre 26 y 35	3. <input type="checkbox"/>
4. Más de 35	4. <input type="checkbox"/>

**14. Sexo del encuestado:**

1. Masculino	1. <input type="checkbox"/>
2. Femenino	2. <input type="checkbox"/>

**15. Lugar de nacimiento:**

.....

.....

**16. Lugar de procedencia:**

Área Rural: 1.       Área Urbana: 2.

<b>17. ¿Tienes experiencia profesional?</b> 1. Sí      1. <input type="checkbox"/> 2. No      2. <input type="checkbox"/> 3. Solo en un negocio familiar      3. <input type="checkbox"/>	<b>18. En caso afirmativo, si tienes experiencia:</b>	¿En qué tipo de trabajo?.....
		¿En qué sector?.....
		¿Por cuánto tiempo?.....

<b>19. ¿Participas o has participado en algún tipo de asociación de carácter benéfico, deportivo, religioso, político,....?</b>		<b>20. En caso afirmativo, indicar la naturaleza de la asociación:</b>	
1. Si	1. <input type="checkbox"/>	.....	
2. No	2. <input type="checkbox"/>	.....	

<b>21. Profesión del:</b>		<b>padre:</b>	<b>22. de la madre:</b>	<b>23. ¿Hay algún empresario (a) en tu familia?</b>			
1. Profesional Independiente	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>	1. Si	1. <input type="checkbox"/>	2. No	2. <input type="checkbox"/>
2. Empresario	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	<b>24. En caso afirmativo, ¿cuál es el parentesco?</b>			
3. Directivo de empresa	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	1. Abuelo	1. <input type="checkbox"/>		
4. Obrero	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	2. Abuela	2. <input type="checkbox"/>		
5. Funcionario Público	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	3. Hermano	3. <input type="checkbox"/>		
6. Otra (mencionar):.....	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	4. Hermana	4. <input type="checkbox"/>		
				5. Padre	5. <input type="checkbox"/>		
				6. Madre	6. <input type="checkbox"/>		
				7. Otros (mencionar):.....	7. <input type="checkbox"/>		

<b>25. ¿Qué sector de actividad te resulta más atractivo en caso de que decidieras emprender un negocio?: (MARCAR COMO MÁXIMO 2 SECTORES)</b>		<b>26. ¿Qué materias del pensum de la carrera de Ingeniería Agronómica consideras que son de utilidad en pro del fomento de vocaciones emprendedoras o creación de empresas?</b>	
1. Agrícola	1. <input type="checkbox"/>	.....	
2. Maquinaria	2. <input type="checkbox"/>	.....	
3. Transportes	3. <input type="checkbox"/>	.....	
4. Construcción	4. <input type="checkbox"/>	.....	
5. Nuevas Tecnologías	5. <input type="checkbox"/>	.....	
6. Químico	6. <input type="checkbox"/>	.....	
7. Consultoría	7. <input type="checkbox"/>	.....	
8. Comercio	8. <input type="checkbox"/>	.....	
9. Productos de consumo	9. <input type="checkbox"/>	.....	

<b>27. ¿Cuándo egreses que harás primero ?</b>	<b>1.Si</b>	<b>2.No</b>	<b>3. Aún no lo pensé</b>
1. Realizar una propuesta de tesis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Realizar una propuesta de trabajo dirigido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Buscar un trabajo eventual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Retornar a la Comunidad Rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Apoyar y trabajar en un negocio familiar en el área rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Apoyar y trabajar en un negocio familiar en el área urbana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Iniciar un negocio o empresa propia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Iniciar un negocio o empresa en sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Otro (mencionar):.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>28. ¿Cuándo logres titularte que harás primero ?</b>	<b>1.Si</b>	<b>2.No</b>	<b>3. Aún no lo pensé</b>
1. Buscar Trabajo en mi Municipio como empleado público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Trabajar en la Prefectura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Trabajar en alguna ONG	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Trabajar y administrar un negocio familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Trabajar unos años como empleado y luego iniciar un negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Trabajar en una empresa Privada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Asociarte y fundar una empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Otro (mencionar):.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>29. ¿Existe en la Facultad las siguientes actividades ?</b>	<b>1.Si</b>	<b>2.No</b>	<b>3.Participaste</b>
1. Ferias de Emprendimiento Universitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Talleres de emprendimiento y creación de empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Materias o menciones en el Pensum:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Otro (mencionar):.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>30. ¿Consideras que debería existir una Materia / Mención de INNOVACION, EMPRENDERISMO Y DESARROLLO EMPRESARIAL en la Facultad ?</b>	<b>1.Si</b>	<b>2.No</b>	<b>3. En ambas</b>
1. A nivel de Materia Electiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. A nivel de Materia Obligatoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Como materia a inicios del pensum o plan de carrera, que ayude a definir y motivar la visión de creación de empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. O como lección en Materias Clave de Carrera de tal forma que la enseñanza sea transversal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## **Anexo 2. Entrevistas Guiadas o Focalizadas para el experto en la materia**

### **ENTREVISTA** **CIDES**

- 1. ¿Cuántos concursos de Innova San Andrés se realizaron a la fecha, y cuál fue su impacto en las facultades de la UMSA?**
- 2. De dichos concursos la Facultad de Agronomía (Carrera de Ingeniería Agronómica y Técnico Superior Agropecuario) participó, con qué frecuencia, gana algún premio o en que puesto llegó.**
- 3. Como se difunde el concurso Innova San Andrés a las demás facultades, existe un plan motivacional para las demás facultades, en este caso en la Facultad de Agronomía.**
- 4. Como impulsor de la cátedra o materia *Innovación y Desarrollo Empresarial* en la carrera de Ingeniería Industrial, este accionar se propuso al Rectorado de la UMSA o a las Facultades para que se replique dicho ejemplo en pro del desarrollo emprendedor.**
- 5. En su experiencia docente: Como considera que se pueda fortalecer o despertar el perfil o espíritu emprendedor de los universitarios, en este caso de la carrera de Ingeniería Agronómica.**
- 6. Que acciones concretas o planes de acción estratégicos aconsejaría Ud., para cumplir este cometido de incentivar una cultura emprendedora en la Facultad de Agronomía.**
- 7. Considerando el perfil profesional del Ingeniero Agrónomo, de un trabajo investigativo de campo, relacionamiento estrecho con las comunidades rurales, las cadenas y seguridad agroalimentaria y como líderes o agentes de cambio en las comunidades y en la sociedad en sí, ¿De que elementos clave debe mullirse el futuro profesional?**

### **Anexo 3. Entrevistas Guiadas o Focalizadas para las autoridades facultativas**

#### **ENTREVISTA**

#### **DECANO – VICEDECANO, FAC. AGRONOMÍA – DIRECTOR DE CARRERA – COORDINADORA DEL PETAENG**

- 1. ¿Cuántos concursos de Innova San Andrés se realizaron a la fecha, y cuál fue su participación de la Facultad de Agronomía- UMSA?**
- 2. De dichos concursos la Facultad de Agronomía (Carrera de Ingeniería Agronómica y Técnico Superior Agropecuario) participó, con qué frecuencia, gana algún premio o en que puesto llegó.**
- 3. ¿Cómo se difundió el concurso Innova San Andrés al interior de la Facultad de Agronomía?, ¿existe un plan motivacional para reforzar e incentivar la participación del alumnado universitario de la Facultad de Agronomía?**
- 4. El trabajo que realiza el CIDE (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) en la carrera de Ingeniería Industrial en la UMSA, y los resultados alcanzados en el desarrollo e incentivo del espíritu emprendedor de los estudiantes, ¿fue considerado en replicarlo dentro de la Facultad de Agronomía, o existe otras alternativas dentro de la Facultad?**
- 5. En su experiencia docente: Como considera que se pueda fortalecer o despertar el perfil o espíritu emprendedor de los universitarios, en la carrera de Ingeniería Agronómica.**
- 6. Que acciones concretas o planes de acción estratégicos aconsejaría Ud., para cumplir este cometido de incentivar una cultura emprendedora en la Facultad de Agronomía.**
- 7. Considerando el perfil profesional del Ingeniero Agrónomo, de un trabajo investigativo de campo, relacionamiento estrecho con las comunidades rurales, las cadenas y seguridad agroalimentaria y como líderes o agentes de cambio en las comunidades y en la sociedad en sí, ¿De que elementos clave debe mullirse el futuro profesional?**

#### Anexo 4. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Decano de la Facultad de Agronomía.

Nº de Pregunta	Entrevistado: Ing. Ph.D. René Chipana Decano de la Facultad de Agronomía - UMSA
1	Honestamente no recuerdo.
2	No recuerdo.
3	A nosotros nos llega convocatorias o concursos, nosotros remitimos a las unidades que correspondan y si amerita hacemos la publicación correspondiente, pero si se difunda a dichas unidades para que hagan la difusión correspondiente.
4	Nosotros remitimos la convocatoria a quienes corresponde, mi persona no está involucrado de forma directa por cuestiones de tiempo, pero lo que yo veo hemos visto que falta personal específico que apoye a estas actividades.
5	Dentro de la facultad tenemos las carreras de Ingeniería Agronómica en La Paz, Ingeniería de Producción y Comercialización Agropecuaria en Viacha, Ingeniería Tropical en Sapecho y Palos Blancos, la carrera técnica en Patacamaya y Luribay. Nosotros hacemos visitas a las estaciones y todas producen unas más que otros, como Choquenaira donde la producción está muy ligada a la investigación, tenemos ingresos propios, Sapecho está entrando a ese ritmo de que la investigación está muy ligado a la producción, Patacamaya, Cota Cota también, a los estudiantes se los incentiva hciendo a las estaciones a hacer prácticas, visitando diferentes empresas en el área rural, se invita a profesionales exitosos con visión empresarial, se tiene convenios y acuerdos con entidades y empresarios y a través de ellos trabajan los estudiantes como tesisistas y esto en varios departamentos Potosí, Oruro, Cochabamba, Santa Cruz están involucrados en diferentes departamentos, es por ello que varios estudiantes tienen su propia empresa como ser producción de hortalizas, crianza de ganado, pollo, etc., y nosotros estamos incentivando la cultura emprendedora y en mi opinión debemos tratar con mayor intensidad este asunto porque sabemos que la actividad empresarial genera muchos empleos para el sector agropecuario.
6	Nosotros en el plan de estudio vamos a incorporar no como materia pero si en seminarios para que pueda incentivar a la cultura emprendedora así también como cursos de la Maestría que se lanzara este o al próximo año y se incentivara a la cultura emprendedora no solo en pregrado si no también en pos grado.
7	El plan de estudio que está en vigencia data hace 13 años atrás o más y en su época funciono, pero nosotros hemos elaborado otro plan de estudio pero sin embargo dado las características de la universidad de ser una universidad pública donde se debe aceptarse las consultas a nivel de estudiantes, docentes y a nivel de la sociedad y en estas consultas y además el cambio de plan de estudio de alguna manera siempre conlleva un riesgo hasta político porque muchos docentes piensan que van a ser afectados es difícil cambiar el plan de estudio en la UMSA en nuestra carrera en particular pero ya se tiene un plan de estudio borrador que está en revisión, y en la carrera de Viacha ya se aprobó otro plan de estudio y nosotros estamos coadyuvando la visión empresarial a los estudiantes ya que el anterior plan de estudios ha sido más con vista al pequeño productor que si bien es muy importante en la sociedad boliviana no es todo el universo y tenemos que dar nuestra atención al productor empresario.



## Anexo 5. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Vice - Decano de la Facultad de Agronomía (de la pregunta 1º a la 4º)

Nº Pg.	Entrevistado: Ing. Ramiro Augusto Mendoza Nogales Vice Decano de la Facultad de Agronomía - UMSA
1	Este evento es una iniciativa de carrera de Ingeniería Industrial que hace 4 años atrás, ya son 4 versiones, si mal no recuerdo, se desarrollo inicialmente con el Ing. Sanabria que era el Director de carrera que estaba primero dirigida a la carrera de Ingeniería Industrial y que luego se plasmo para todo la universidad. Oficialmente la facultad de agronomía no participaron en este concurso, han habido estudiantes que participaron de forma aislada.
2	La participación fue de forma aislada de los estudiantes.
3	Puedo mencionar de la gestión 2010, que me ha cabido desarrollar, cuando llego la convocatoria se difundió a los docentes, al centro de estudiantes, etc., lo negativo fue es que no le dieron mucha importancia a ello, lamentablemente estábamos en una fases de acreditación, con otros objetivos que no hemos podido desarrollar plenamente ese proceso y es esa razón que no hemos podido impulsar. Y justamente a partir de este concurso no como resultado de la participación pero si como proceso de gestión del mismo es que hemos llegado a una alianza estratégica con la facultad de ingeniería y con la carrera de Ingeniería Industrial, donde hemos tratado de tener proyectos comunes y justamente eso estamos tratando de plasmar, también en base a ello se ha tratado de planificar el desarrollo de la carrera de Ingeniería Amazónica Tropical, una carrera de ingeniería en la Amazónica, es decir la tecnología de la Amazonia que se desarrolla en San Buena Aventura, que hacen ellos, desarrollar las potencialidades industrialmente las materias primas, recursos naturales en la zona, donde se va procurar generar ganancias y ligado a la madera. Entonces como un efecto positivo de este innova ha sido relacionamiento con la facultad de ingeniería, estamos tratando de ver de forma mancomunada la siguiente organización de este concurso innova, se va ser parte de este proceso juntamente con la carrera de ingeniería industrial.
4	Hemos realizado la Expo ciencia el 2010, donde se ha expuesto la parte productiva, la parte de investigación y la parte de interacción social, ha tenido un éxito, dentro de la innovación por ejemplo estamos en el plan estratégico facultativo justamente colocando como una de las líneas, esto de la innovación de la implementación de nueva tecnología y en base ello que vaya la investigación, la interacción, y la producción, entonces está el plan estratégico como una línea la parte de innovación, motivación al desarrollo empresarial de la facultad, lo que hasta la anterior década la formación era solamente de empleados públicos ahora tenemos que desarrollar un aparato productivo, desarrollo rural debe estar enmarcado en la productividad, la comercialización dentro de un mercado interno bastante pequeño y empezar a mirar a los mercados solidarios, especiales, los orgánicos, etc., y eso nos permita aumentar nuestro aparato productivo y ese que sea la señal de desarrollo rural que nosotros buscamos, ya que si apuntamos a un desarrollo productivo hacia un mercado interno rápidamente es consumido por la inestabilidad del mercado interno y por la competitividad, porque cuando una idea se ve que tiene mucho éxito inmediatamente viene la competencia, y viene el contrabando, entonces la estrategia no es dirigir al mercado interno sino al mercado externo para sobrevivir. Otra de las vertientes que se tiene del plan estratégico es la seguridad alimentaria que de acuerdo al informe del día de ayer en el evento que se dio en el hotel Europa, dice que en Bolivia existe 2 millones de habitantes que tienen una alta desnutrición y que la seguridad alimentaria no está cubriendo a ellos, y como Facultad de Agronomía tenemos que incentivar el proceso productivo, entonces tenemos que dejar de formar empleados, y cambiar de perfil, y justamente mañana se va a iniciar un acto de inicio el nuevo plan de estudio de Ingeniería Agronómica y entonces ahí se tiene que tocar estas líneas de acción, de seguridad alimentaria, emprendimiento productivo, y también con esa visión se ha creado la carrera de Ingeniería de Producción y Comercialización Agropecuaria en Viacha, es decir la anterior carrera técnica agropecuaria se ha transformado en una carrera de Ingeniería Producción y Comercialización Agropecuaria la idea es justamente es apoyar al proceso productivo y no solo al proceso productivo ya que quien sabe el principal cuello de botella de un emprendimiento agrícola, uno puede llegar a producir, tener altos rendimientos, buena calidad y el detalle es como ,logro venderlo, a que mercado está dirigido ello, a veces se tiene un excelente producto pero como no existe un mercado bueno, tiene que estar al lado la doñita del mercado vendiendo el producto y casi al mismo precio, a pesar que es de alta calidad, tecnología, exista higiene, etc., entonces el mercado es fundamental, entonces la carrera Ingeniería en Producción y Comercialización Agropecuaria en Viacha tiene esa visión de apoyar el proceso productivo del sector rural, apoyar las empresas familiares, comunitarias, no solamente en hacerles producir el producto estándar que sea de buena calidad, si no también que tengan políticas de comercialización hacia un mercado interno, seguridad alimentaria, y principalmente mercados de exportación, generación de divisas, generación de ingresos dentro de este proceso, y dentro de estos no solo es vender sino se tiene otras estrategias y dentro esas estrategias justamente esta el agroturismo, entonces dentro este proceso de innovación, es decir enseñarles a mucha gente ciudadina como se produce en los centros de producción, como está ocurriendo en Caranavi por ejemplo, gente de Japón, Italia están hiendo a los Yungas uno por pasar por el camino de la muerte y dos por ir a los cafetales de donde nace el café de altura con aroma chocolatada, que ellos lo toman en su país y que vienen al origen. Entonces hay que diversificar esas alternativas y apropiar esas iniciativas e ingresar en la curricula.

**Anexo 6. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Vice - Decano de la Facultad de Agronomía (de la pregunta 5º a la 7º)**

Nº de Pregunta	Entrevistado: Ing. Ramiro Augusto Mendoza Nogales Vice Decano de la Facultad de Agronomía - UMSA
5	Hay que dejar de formar empleados públicos, en el diseño de la curricula hay que incorporar una asignatura transversal lo que es la productividad, absolutamente en todas las materias, también para que exista productividad tiene que haber innovación, es decir si vamos a seguir utilizando lo que siempre utilizamos, seguramente el proceso productivo no va hacer exitoso, para ello que tengo que desarrollar, desarrollar tecnología alternativa, implementación de nuevos sistemas, calibración de nuevos equipos, utilización de insumos orgánicos, etc., ahí se genera investigación, ahí se genera la innovación dentro de un proceso productivo, entonces eso tiene que estar inmerso, y otro detalle que siempre conversamos con el director de carrera y con el decano tratar de desarrollar la parte practica en el sitio real donde se desarrollo el proceso productivo.
6	Se menciona en el anterior punto.
7	El perfil profesional no tiene que estar dirigido a formar empleados públicos, sino hacer servicios que es lo que generalmente el profesional quiere hacerlo en trabajar en una gobernación, alcaldía, en una oficina, dar capacitación, etc., a veces es lo que quiere en realidad ese perfil hay que desplazarlo, no eliminarlo pero si dar otras alternativas con la parte productiva, con la parte de exportación, comercialización, innovación, generación de nueva tecnología, y todo incorporado en la nueva curricula.



## Anexo 7. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Director de Carrera.

Nº Preg	Entrevistado: Ing. Ph.D. David Cruz Director de Carrera de Ingeniería Agronómica
1	Desconozco cuantos se lanzaron, pero sé que existe hace unos años, y sé que llego a la Facultad y se publico en la Facultad, pero lastimosamente no se presentaron postulantes.
2	No participo la carrera de Ingeniería Agronómica.
3	Llego uno nota escrita invitando a participar, pero solo llego la carta, pero lo que si recomendaría que primero deberían promover e incentivar al docente, estudiantes a participar, hacer mayor difusión de los premios o reconocimientos que se otorgan, y se desconoce, ya que solo llega.
4	Es interesante que este tipo de iniciativas se lance dentro de la carrera de Ingeniería Industrial, nosotros también lanzamos dentro de nuestro plan de gobierno cuando sea candidateado que nosotros lanzáramos la creación de empresas manejadas por los propios estudiantes, para que sirva como su primer empleo dentro la vida profesional del estudiante, está dentro de los planes y está en mi gestión y vamos hacer que los estudiantes manejen estas empresas. La facultad y la UMSA también deberían hacer que existan empresas agropecuarias como lo hace la Universidad San Simón, como el Centro Forrajera o Producción de Semilla.
5	Mayormente dentro el plan de estudios estamos haciendo que el estudiante no simplemente empleador o que busque ministerios, ONGs, o ser empleado, queremos formar empresarios, formar sus propias empresas, uno debe crearse empleo, no solo que el Estado sea el empleador, a pesar que hemos visto en los últimos años el nuevo Gobierno pretende ser líder en promover empleos pero no creo que abarque a todos nuestros profesionales.
6	Primero: que las materias de planificación y proyectos agropecuarios sea reforzado no solo con un semestre sino con dos semestres, ya que es una materia bien importante, ya que hemos recibido solicitudes de Organizaciones por ejemplo del Fondo Indígena que piden profesionales sepan elaborar proyectos, monitorear y evaluar proyectos, y estamos un poco flacos, porque se da un solo semestre y desde ahí debemos modificar el plan de estudio, Las modalidades de graduación sean por trabajo dirigido y ayuda a los estudiantes a elaborar proyectos, y otro es el proyecto de grado que lo vamos a implementar y también queremos hacer convenios con todos los municipios para que los estudiantes vayan hacer su modalidad de graduación.
7	Conocer la realidad que acontece y la política actual, y estar acorde a la realidad social, económica y política del país y acorde a la nueva constitución política del Estado y en este sentido si usted ha visto el Estado está promoviendo mucho la producción orgánica, promoviendo la seguridad y soberanía alimentaria y el estudiante debe estar formado en estos campos por lo que se está creando el área de producción orgánica, riesgos y cambios climáticos, y debe tener una sensibilidad social a los productores y se debe rescatar los saberes locales y ancestrales, ya que la universidad da pautas de tecnologías pero no podemos cambiar las tecnologías ancestrales.



**Anexo 8. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada a la Coordinadora del Plan Extraordinario de Titulación de Antiguos Estudiantes No Graduados (PETAENG) y Ex Vicedecana**

Nº de Preg	Entrevistado: Ing. M.Sc. Teresa Ruiz-Díaz Coordinadora del Plan Extraordinario de Titulación de Antiguos Estudiantes No Graduados (PETAENG) y Ex Vicedecana
1	No lo sé, desconozco.
2	No lo sé, desconozco.
3	No lo sé, desconozco.
4	No lo sé, desconozco.
5	El cambio en la orientación o del enfoque del profesional. Lo que demanda el emprendedor, el estudiante, un cambio de pensum. Así mismo debe existir un cambio en la visión de las autoridades, estudiantes y docentes.
6	<p>La mejor forma es mostrando replicas, mostrar proyectos emprendedores concretos. Por ejemplo en Cota Cota independientemente de ser un Centro de Experimentación debería ser un Centro de Producción, donde se muestren o se plasmen las ideas emprendedoras. Por ejemplo aplicar las prácticas:</p> <p>Aprender haciendo</p> <p>Mostrar Ejemplos Internacionales</p> <p>Descubrir las potencialidades del estudiante</p> <p>Cambiar la formación de Dependientes a Independientes</p> <p>Un mezcla de lo anterior en una reformulación.</p> <p>Identificar el grado de innovación empresarial de estudiante y el gusto que tiene el estudiante por trabajar o investigar.</p> <p>Desarrollar Talleres periódicos de motivación que coadyuven a la orientación del estudiante.</p> <p>Niveles de Orientación, hacia donde quiere ir el estudiante.</p>
7	<p>Como elementos claves sugiero:</p> <p>Conocimiento de la Realidad Nacional</p> <p>Conocimiento de la Realidad Local</p> <p>Conocimiento de la Estructura Normativa del Estado referente al Sector Agropecuario.</p> <p>Por ejemplo dentro lo normativo se tiene: La Ley de Municipalidades, Ley de Autonomías, etc.</p> <p>Como se crean las organizaciones, los tipos diferentes de asociaciones, etc.</p> <p>Que emprendimientos existen, como iniciaron con el negocio, etc.</p> <p>Conocimiento del Mercado, saber cómo funciona el mercado.</p> <p>Conocer las potencialidades de exportar, cuales son los nuevos productos.</p> <p>No existen materias en el pensum que hablen del enfoque empresarial y emprendedor mediano.</p> <p>Se tiene un paradigma en el estudiante muy marcado: de que producir significa exportar, lo cual no es así ya que se debería fijar en el autoconsumo interno.</p>



**Anexo 9. Respuestas en extenso a la Entrevista Guiada al Docente de la materia Innovación y Desarrollo Empresarial de Carrera de Ingeniería Industrial de la UMSA y fundador del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE) y de la Fundación MAYA**

° de Pregunta	Entrevistado: Ing. M.Sc. Jorge Velasco Tudela Docente de la materia Innovación y Desarrollo Empresarial de Carrera de Ingeniería Industrial de la UMSA y fundador del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE) y de la Fundación MAYA
1	No participaron.
2	No participaron.
3	Desconozco.
4	<p>Esta cultura se inició en el sistema académico de la carrera de la Ingeniería Industrial impulsado por mi persona Ing. Jorge Velasco Tudela, creando así la materia de Desarrollo Emprendedor; esta involucra los factores culturales que inciden en la formación de vocaciones para emprender, tales como la valoración social del universitario emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia y presentaciones de modelos de empresarios ejemplares.</p> <p>Donde se planteó un objetivo a alcanzar dentro de la carrera, facultad y por ende dentro de la UMSA; ofrecer al universitario estudiante una visión global e integradora de las empresas, así como una serie de competencias relacionadas con la adquisición de conocimientos, su aplicación práctica y su transformación personal. De esta manera promovió el Espíritu Empresarial al estudiante.</p>
5	<p>Citaré algunos puntos que puedan ayudar a que tú plantees un modelo de formación de emprendedores para la creación de empresas:</p> <p>PRIMERA (Desarrollo Emprendedor)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Identificar la pasión del universitario.</li> <li>Identificar las oportunidades que te brinda nuestro medio.</li> <li>Simular una posible idea de negocio con los estudiantes dentro de la universidad.</li> <li>Aprender a fracasar y no darse por vencido.</li> <li>Realizar toda actividad con emprendimiento.</li> <li>Haz innovado. Vuelve a innovar. Es el camino al éxito.</li> <li>Etc.</li> </ol> <p>SEGUNDA (concurso para las mejores ideas de negocio)          TERCERA (pre-incubación de las posibles ideas de negocios)          CUARTA (incubación de la idea de negocio)          QUINTA (seguimiento)</p> <p>Cada punto tiene que estar sustentada con un modelo de interacción y plan de trabajo, para crearle un escenario al estudiante donde pueda desenvolverse sin temor al fracaso aprendiendo de ellos, como también a comportarse frente al éxito.</p>
6	Lo mencionado en el punto 5.
7	Cambiar nuestra educación tradicional a una educación empresarial. Es la clave:..!!!



**Anexo 10. Fotografías del Trabajo de Campo (1ª parte)**



**Anexo 11. Fotografías del Trabajo de Campo (2ª parte)**

