CURRÍCULO DE LA EDUCACIÓN EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES DE PUERTO RICO Y FILIPINAS: EXPLORANDO LA MENTALIDAD Y CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES DE LAS MUJERES UNIVERSITARIAS. UN ESTUDIO COMPARATIVO.

ENEIDA S. SERRA LUGO

Universidad Interamericana de Puerto Rico

Recinto de San Germán

Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial

22 de mayo 2017

COMITÉ DE DISERTACIÓN

CURRÍCULO DE LA EDUCACIÓN EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES Y FILIPINAS: EXPLORANDO LA MENTALIDAD Y CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES DE LAS MUJERES UNIVERSITARIAS. UN ESTUDIO COMPARATIVO

Por

Eneida S. Serra Lugo

Nosotros, los miembros del Comité de Disertación Doctoral de la estudiante Eneida S. Serra Lugo, certificamos que la investigación sometida por esta cumple con los requisitos para las disertaciones doctorales establecidos por el Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial del Recinto de San Germán de la Universidad Interamericana de Puerto Rico y, para que así conste, firmamos certificando la aprobación de la misma.

Dra. Zulma Quiñones-Howell, PhD
Directora del Comité — Fecha 5/22/17

Dr. Jaime L. Santiago Canet, PhD
Co-Director del Comité — Fecha 5/22/17

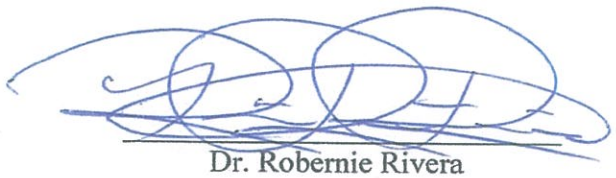
Dr. Andrés Gutiérrez Desa, PhD
Co-Director del Comité — Fecha 22 de mayo de 2017

Dra. Ailín Padilla, PhD
Directora CEG — Fecha 22 de mayo de 2017

Dra. Nydia Alvarado, PhD
Decana Asuntos Académicos — Fecha 22 de mayo de 2017

CERTIFICACIÓN DE EDICIÓN

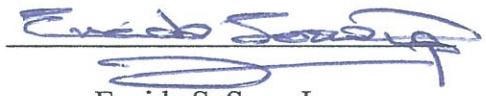
Certifico que he leído, con propósito de edición, la Disertación Doctoral sometida al Centro de Estudios Graduados de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San Germán, para optar por el grado de Doctor en Filosofía del Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial, por Eneida S. Serra Lugo, titulada: *Currículo de la Educación Empresarial en las Universidades de Puerto Rico y Filipinas: Explorando la mentalidad y características empresariales de las mujeres universitarias. Un Estudio Comparativo*. La disertación se ajusta a las recomendaciones establecidas por el *Publication Manual of the American Psychological Assosiation, (*APA), última edición y del *Manual para la Preparación y Defensa de la Disertación Doctoral,* del Centro de Estudios Graduados de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán.



Dr. Robernie Rivera

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Eneida S. Serra Lugo, certifico que la disertación doctoral titulada: *Currículo de la Educación Empresarial en las Universidades y Filipinas: Explorando la mentalidad y características empresariales de las mujeres universitarias. Un Estudio Comparativo,* la cual presento como requisito para optar por el Grado de Doctor en Filosofía del Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial, con concentración en Negocios Internacionales del Recinto de San Germán de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, es el resultado de mi labor de investigación. Así mismo, doy fe que este trabajo es uno original e inédito.



Eneida S. Serra Lugo

Derechos Reservados©2017

RESUMEN

El objetivo estudio investigación, se basó en explorar las características empresariales en mujeres estudiantes universitarias de la Universidad Interamericana de Puerto Rico de empresas y otras concentraciones. Para conocer estas características, se utilizó el cuestionario de Características Personales Empresariales (CEP) desarrollado por la compañía *Management Systems International.*

La falta de estudios en el campo del empresarismo, en la identificación de la mentalidad empresarial y características, permitirá presentar un marco curricular empresarial en las distintas facultades universitarias. Uno que sirva de modelo en la implementación de un programa de nuevos enfoques en la educación, más allá de la enseñanza de teorías en empresarismo. Un modelo que permita el desarrollo de aptitudes y actitudes. Para de esta forma aprovechar oportunidades, pensar y convertir oportunidades en una actividad económica y social para beneficio no tan solo individual sino del país.

En la República de Filipinas, el empresarismo es visto como el impulsor del desarrollo económico, por lo que la Constitución de la República de Filipinas reconoce su importancia, estableciendo leyes y ordenanzas que promueven la educación empresarial. Se presenta el proceso de desarrollo en la educación empresarial en Filipinas, y cómo este proceso de compromiso e integración, puede aportar a las universidades y por ende a Puerto Rico.

Siguiendo el método de investigación cuantitativo, se presenta el objetivo general del estudio de investigación: Conocer si existen características empresariales en las jóvenes estudiantes universitarias en cualquier concentración y comparar los resultados con estudio realizado en Filipinas.

Los resultados evidenciaron que sí existen las características empresariales en las jóvenes universitarias, al comparar los mismos con estudio realizado en Filipinas.

Algunas de las recomendaciones son: la creación de un nuevo modelo de educación empresarial que fomente el espíritu empresarial. Que permita la participación activa en proyectos y el desarrollo de las características empresariales identificadas. Un currículo que presente el empresarismo como una opción real de desarrollo personal y profesional.

Debido a la aceptación recibida se percibe un clima favorable, de aceptación, por parte de las jóvenes universitarias participantes, de igual manera, por parte del profesorado, hacia el desarrollo de un nuevo enfoque en la educación empresarial.

DEDICATORIA

Antes que nada, dedico este trabajo al Padre Eterno, primero por permitirme estar en la vida, vivirla y poder agradecer tantas bendiciones recibidas, por mis padres, mi familia, por obrar en mí al sanarme de cáncer, gracias por tu infinito amor y por tus ángeles que me guían en el camino del Plan Divino.

Te agradezco la fortaleza ante la enfermedad, cuando en las noches, luego de tratamientos, el cansancio, el dolor físico y emocional, mantuviste mi mente clara, con fe para no desfallecer y lograr alcanzar el sueño de obtener mi grado.

Por todas las personas que pusiste en mi camino para poder continuar, que confiaron en mí, por aquellos que cumplieron su misión y ya no están, gracias por el don del perdón, la gratitud, y el amor incondicional.

Agradecida de las estudiantes que participaron en el estudio, a los distintos Recintos de la Universidad Interamericana de Puerto Rico (Fajardo, Aguadilla, Ponce, Arecibo y San Germán) por su colaboración, y para quienes utilicen este trabajo de investigación para estudios ulteriores investigativos.

A todos ustedes: ¡No hay obstáculo que te permita alcanzar tus sueños! Ten fe y confía en tu ser interior, que te guía en cada paso, en cada decisión, y te levanta en cada tropiezo, no desfallezcas pues Padre Eterno vive en ti. Namasté.

AGRADECIMIENTOS

A cada persona que Dios puso en mi camino, quienes me motivaron a continuar, a no desistir, no empece a los embates de la vida enfrentados durante todo este tiempo; uno de crecimiento, de aprendizaje, lágrimas, frustraciones, logros y mucha fortaleza.

Mi agradecimiento a una persona que más que una amiga, una hermana que estuvo en los momentos más difíciles en mi vida, quien estuvo mano a mano conmigo dándome la fortaleza necesaria para continuar y con quién comencé esta jornada, para mi querida hermana la Dra. Ivelisse Betancourt Rivera. ¡La palabra gracias es pequeña para agradecerte tanto!

A mi estimado comité de disertación, a la Dr. Zulma Quiñones, directora, al Dr. Jaime Santiago Canet y el Dr. Andrés Gutiérrez Desa, co-directores. Ejemplos de lucha, de gran sabiduría, y de extraordinaria calidez humana. También mi gratitud a la facultad de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán, muy en especial al Profesor Lester Torres, por su apoyo para poder terminar a tiempo la evaluación estadística del estudio, a la Dra. Milsa Morales, y a la Dra. Ailín Padilla, que siempre me extendieron su mano. Al Dr. Robernie Rivera por su ayuda incondicional en la recta final del escrito.

A una persona que ha sido un pilar en el desarrollo de la educación empresarial en Filipinas, a la Dra. María Luisa Gatchalian, quien gentilmente ha extendido su mano para con esta servidora.

Para unos seres que supe escoger, antes de nacer, para ser mis padres: Héctor y Jenny, quienes me guiaron por el camino de la humildad, fe, y me enseñaron a luchar con

honestidad, que el sacrifico en largas madrugadas, es compensado por el orgullo de mis padres al mi sueño alcanzar. ¡Al Fin! ¡Los Amo Papi y Mami!

A mi ángel en el cielo, Abby Guzmán (QEPD), aun sin importar tanto sufrimiento, nunca perdiste la FE, luchaste con amor y sin temor, hasta que partiste a tu nueva casa.

También, para quien luego se convirtió en un ángel terrenal, Sra. Blanca I. Rivera, quién me enseñó, con su ejemplo, a luchar. Dios nos pone personas en el camino para no desfallecer y terminada su misión hay que continuar. Siempre tú…

A mi hermano, Héctor Enrique, mi cuñada Eneida, y mis sobrinos Ricardo Enrique y Héctor Enrique, quienes ante la adversidad todos fuimos cómplices de amor para con nuestros padres. ¡Los amo!

Toda mi gratitud a las estudiantes universitarias de los distintos Recintos, quienes aportaron grandemente para poder realizar el estudio de investigación; y también a la facultad de dichos Recintos quienes sacaron de su tiempo para ayudar en el mismo.

A todos ustedes, un recordatorio: "*Cada día que vivimos es una ocasión especial, por tanto, todo lo que hagas, hazlo con humildad, con amor, gratitud, sin temores, ni dudas, con fe en ti, en que todo lo que te propongas, lo vas a alcanzar. Aunque sea sobre la mar, sé el camino para que otros puedan seguir y llegar, como tú has llegado, sé el faro para que otros alcancen la orilla de todos sus sueños". ¡NO DESISTAS!* (Por: Eneida Serra Lugo). ¡Gracias, gracias, gracias!

TABLA DE CONTENIDO

Página

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA iii

RESUMEN iv

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTOS vi

LISTA DE APÉNDICES xi

LISTA DE TABLAS xii

LISTA DE FIGURAS xiii

CAPÍTULO I 1

Introducción 1

Propósito del Estudio 2

Planteamiento del Problema 6

Justificación del Estudio 9

Importancia del Estudio 12

Preguntas del Estudio 14

Marco Teórico 16

Modelo Conceptual 19

Delimitación del Estudio 23

Aportación del Estudio 25

Definición de términos 26

CAPÍTULO II 29

Revisión De Literatura 29

Crisis Económica 33

Educación Empresarial 35

Características Emprendedoras de los Estudiantes 39

Currículo Educación Empresarial 42

CAPÍTULO III 50

Metodología 50

Justificación del Método 53

Descripción de la Investigación 53

Selección de la Muestra 55

Procedimiento para realizar el estudio investigación 57

Análisis de los Datos 60

Análisis de Contenido 60

Aspectos Éticos 61

CAPÍTULO IV 62

Presentación, Análisis y Discusión de los Resultados 62

Presentación y análisis de la información sobre la educación empresarial actual en Filipinas 64

Presentación y análisis de la educación empresarial en Puerto Rico 71

Presentación y análisis de datos obtenidos 74

CAPÍTULO V 115

Conclusiones, recomendaciones y estudios futuros 115

Limitaciones del Estudio 115

Contribución del Estudio 115

Conclusiones 117

Modelo Conceptual Revisado 120

Recomendaciones y estudios futuros 124

Referencias 128

LISTA DE APÉNDICES

Página

Apéndice A. Autorización IRB 144

Apéndice B. Autorización cuestionario CEP 145

Apéndice C. Carta Modelo Solicitud Instalaciones 146

Apéndice D. Carta Modelo Paticipantes 147

Apéndice E. Carta Consentimiento Informado 148

Apéndice F. Cuestionario Características Empresariales 149

Apéndice G. Hoja Evaluación Cuestionario 152

Apéndice H. Hoja de Perfil 155

Apéndice I. Mapa de Filipinas 156

Apéndice J. Mapa de Puerto Rico 157

LISTA DE TABLAS

Página

Tabla 1: Objetivos y preguntas de Estudio 15

Tabla 2: Distribución Cuestionarios por Recinto 56

Tabla 3: Reuniones por Recinto 59

Tabla 4: Resultados CEP Original 83

Tabla 5: Tendencias Centrales Original 84

Tabla 6: Resultados CEP Corregido 85

Tabla 7: Tendencias Centrales Corregido 86

Tabla 8: Rresultados Total de la Media por Currículo 87

Tabla 9: Resultados Total de la Media por Recinto 88

Tabla 10: Resultados Total de la Media y Posición por Recinto 89

Tabla 11: Resultados CEP Filipinas 104

Tabla 12: Resultados Prueba T Muestra Única 107

Tabla 13: Resumen Comparativo Educación Empresarial 124

LISTA DE FIGURAS

Página

Figura 1. Modelo Conceptual 23

Figura 2. Fuente Management Systems International 42

Figura 3. Fórmula Estadística de la Media 82

Figura 4. Tela de Araña – CEP Corregido 94

Figura 5. Perfil Características Empresariales Personales Filipinas 105

Figura 6. Tela de Araña Comparativo Filipinas y Puerto Rico 108

Figura 7. Puntuaciones Ecosistema Empresarial de Puerto Rico 112

Figura 8. Puntuaciones Ecosistema Empresarial de Filipinas 112

Figura 9. Nuevo Modelo Conceptual 123

Capítulo I

Introducción

"El valor de una educación universitaria no es el aprendizaje de muchos datos, sino el entrenamiento de la mente para pensar". Albert Einstein

El mercado global, la movilidad entre países y la internalización de las empresas brindan, indudablemente, la oportunidad de crecimiento económico, lo que constituye el motor propulsor para el desarrollo y la educación empresarial. Estos últimos, a su vez, redundan en la creación de nuevas empresas que aportan al desarrollo económico de cualquier país.

No tan solo la globalización implica una serie de oportunidades de crecimiento económico, sino que expande las fronteras en el campo de la educación con el fin de desarrollar nuevas destrezas y competencias. Igualmente, sus efectos producen competitividad en el desarrollo del capital humano para afrontar los nuevos retos que acompañan al cambio generado por esta. Más aún, la globalización conlleva consecuencias adversas que impactan la economía, pues crea incertidumbre en las oportunidades de trabajo.

Como indica Bello (2009) el resultado de una economía global produce cambios en las economías de los países, cuando las sociedades se adentran en una nueva era que requiere un sistema educativo dotado de nuevos conocimientos y nuevas metodologías. A través de estos, se permite adaptarse a un ambiente cambiante que requiere nuevos requisitos en las dimensiones de la calidad del capital humano.

Propósito del Estudio

Con el propósito de cimentar nuevas bases educativas en el programa de empresarismo, el propósito de este estudio es comparar el currículo actual de la Universidad Interamericana de Puerto Rico con el currículo actual del Colegio Miriam en Filipinas. Esto es debido a que el programa empresarial aborda una de las disciplinas de mayor crecimiento en la educación superior, de acuerdo a López, Gatchalian, Ibáñez y Serrano (2013). Es sabido que la globalización ha abierto nuevos modelos educativos en el empresarismo que son relevantes, y que se identifican como valores y destrezas empresariales, los cuales se encuentran contemplados en el programa de *Aprendizaje para el Siglo 21: Globalización 2009.*

De igual manera, Fayolle (2011) nos indica que el empresarismo se ha convertido en un fenómeno económico y social de crecimiento en el campo académico y de enseñanza como estrategia para el desarrollo de crecimiento económico en distintas universidades.

Por otra parte, Dunchev (2012) nos indica que desarrollar un empresarismo fuerte y dinámico representa un elemento de estabilidad social y económica para cualquier sociedad; en especial cuando la economía globalizada está determinada por nuevos factores de conocimiento, tecnología y capital humano (Mentalidad Emprendedora-Un Proyecto de Vida, 2010).

Con respecto a la educación en empresarismo, varias estrategias son discutidas en el *Green Paper Entrepreneurship in Europe* (2003, GPEE por sus siglas en inglés). Se desprende de aquí que uno de los objetivos es la estrategia relacionada con la educación

como infraestructura en el empresarismo, mediante la cual se comprometa a los jóvenes, desde la escuela primaria, a contemplar la educación como el camino correcto en la creación de empresarios (Gamundi, 2011).

El empresarismo contribuye no tan solo a la creación de empleos, al desarrollo económico y a la competitividad, sino que también permite el crecimiento personal. Así mismo, también promueve una sociedad de conocimiento que valora el campo del empresarismo a través de cambios en el currículo educativo (GPEE, 2003).

Por otro lado, para el año 2000, el Consejo de las Naciones Europeas, realizó una reunión en Lisboa, conocida como la Agenda de Lisboa, donde se reconocieron los retos a los cuales se enfrentan, en términos de la globalización, y cómo desarrollar una economía basada en el conocimiento. Al analizar la educación superior, uno de los hallazgos de mayor envergadura que los investigadores encontraron establece que la enseñanza del empresarismo no está propiamente integrada dentro de los currículos de educación superior.

De igual forma, Smith y Paton (2011) señalan al examinar las instituciones educativas que se encargan de preparar a un graduado emprendedor e innovador que es evidente que éstas no están siendo efectivas al generar graduados con pensamiento empresarial, de distintas disciplinas, que trabajen en equipos para identificar y aprovechar oportunidades. Tampoco se enfocan en la enseñanza de ventajas competitivas para la industria y el comercio. Los investigadores señalan, más bien, que producen graduados funcionales, profesionales y disciplinados.

Más aún, Smith y Paton (2011) indican que la educación superior, no es un fenómeno estático, sino que se encuentra en continuo cambio y se nutre de investigaciones, de nuevos modelos pedagógicos y de experiencias que, efectivamente, se trabajan practicando.

De esta manera, el adquirir conocimiento y su subsecuente desarrollo del entendimiento y la acción individual constituyen actividades que nunca se detienen; en otras palabras, el conocimiento y aprendizaje van de la mano, según Kolb (citado en Smith y Paton, 2011).

En consecuencia, nos hacemos la siguiente pregunta: ¿Por qué es importante el empresarismo? Ante los cambios en que se encuentran todas las sociedades globales, en cualquier sociedad la educación en empresarismo debe ir de la mano con los cambios en ella con el fin de crear un desarrollo del crecimiento económico y para que éste, a su vez, produzca empleos y ayude a fomentar la cohesión económica y social en países cuyo desarrollo económico se encuentre rezagado.

Por tanto, la educación en empresarismo debe proveer un aprendizaje perdurable que permita a las personas encargarse de su vida, re-dirigiéndose a nuevos sectores de estudios y siendo autosuficientes. Debe estar enmarcada en un programa de estudios enfocada en estos puntos.

Por otra parte, Oriol (2013) nos indica que las universidades son uno de los pilares fundamentales para generar conocimiento, factor determinante de la forma en que la economía y la sociedad responden a los desafíos y exigencias de la globalización.

Así mismo, es fundamental que la universidad no se limite solamente a la transmisión de contenidos docentes, sino que asuma un rol activo. Debe procurar despertar la intención empresarial en los estudiantes, promover el acceso a la información, ayudar y asesorar a los individuos en la elaboración de empresas y servir de enlace en la formación del conocimiento empresarial (Benavides, Sánchez y Luna, 2004).

Como resultado, podemos entender que el empresarismo es crucial para la competitividad de cualquier economía, donde nuevas iniciativas, sea a través de la creación de nuevas empresas, de reorganización en las existentes o de nuevas tecnologías, aumenten la productividad y la competencia. El empresarismo obliga a ser innovadores, a mejorar las características competitivas, a brindar beneficios a la sociedad a través de la obtención de productos y/o servicios a un menor costo.

El empresarismo es de gran importancia, máxime cuando el sector industrial en Puerto Rico, se ha visto afectado como resultado de la internacionalización de las empresas que buscan bajar los costos de sus productos en otros países. Podemos mencionar a: Merck, Pfizer y Abbott (García, 2014).

Esta investigación, que propone indagar acerca de las características y las similitudes empresariales de las mujeres universitarias, persigue como objetivo demostrar que, sin importar al currículo de concentración al que se pertenezca, hay unas similitudes que, si son debidamente desarrolladas, pueden inclinar a los estudiantes hacia el estudio del empresarismo. Por otro lado, este estudio busca servir de estímulo a que en nuestras universidades se revisen los currículos actuales de empresarismo y se comparen entre

todos, además de motivar a los universitarios a ver la carrera en empresarismo como una opción real.

Planteamiento del Problema

Un efecto de la globalización, debido a la re-estructuración de las compañías por bajar los costos de manufactura, es el desempleo, y Puerto Rico no es la excepción. De acuerdo a Lobato (2012) la economía de Puerto Rico, está pasando por un período de recesión económica, la cual comenzó en el último trimestre del año fiscal 2006. Según las cifras del Reporte al Gobernador de la Junta de Planificación, se refleja que para el año 2015, la tasa de desempleo representó un 13%; mientras que el empleo por cuenta propia, incluidos los empresarios, representó un total de 162,000 personas

Para noviembre de 2016, se presenta una disminución en la tasa de desempleo, bajando a un 11.7%; mientras que el empleo por cuenta propia representó 175,000 personas. Esto representa en términos porcentuales un incremento de 7.4 %.

En lo referente al desempleo, entre los factores sociales que inciden en el problema del desempleo podemos mencionar los siguientes: la dependencia económica de los sectores bajo el nivel de pobreza y la poca o baja escolaridad, ya que limita al desempleado a unas opciones específicas que, de estar saturadas, no permiten su fácil colocación en el mercado laboral.

Como resultado, según el Reporte de Empleo y Desempleo en los Jóvenes para el año 2013, el estimado total de personas desempleadas para este año fue de 170,000. Dentro de este número, el segmento de jóvenes entre las edades de 16 a 24 años fue el

grupo con la mayor tasa de desempleo: un 18.2%. Solamente 128,000 jóvenes en el mismo segmento participaron en el mercado laboral.

Posteriormente, para el año 2014, el desempleo fue estimado en 159,000 jóvenes de los cuales el 85% tenían estudios postsecundarios.

Cabe recalcar que el promedio de empleo para el 2014 fue de 986,000 personas, donde el 63% de los trabajadores poseen un grado universitario. Esto refleja una participación en el mercado laboral con un nivel alto de estudios.

En la actualidad, la economía de Puerto Rico muestra un crecimiento reducido y se encuentra en la encrucijada de una recesión económica que comenzó a partir del 2006 (Resumen Económico Suplemento Especial, 2014). La disminución y la tasa de participación laboral se redujo en un 15.4% para el año 2013, según la Agenda Recuperación Económica (2014).

Para el año fiscal 2014, el empleo por cuenta propia representa a 157,000 personas, lo que significa un impacto negativo de -6.2%. Podemos observar nuevamente que el grupo de jóvenes de 16 a 24 años tiene la mayor tasa de desempleo con un porcentaje de 24.1%.

Según el Plan de Desarrollo Económico y Transformación de Gobierno para Puerto Rico (2006), una de las estrategias de enfoque para el desarrollo económico del país consistía en fomentar el empresarismo local con el programa "Apoyo al de Aquí". Este programa incluía el fortalecer a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) y la creación del programa "La Llave para tu Negocio" del Banco Desarrollo Económico, en conjunto con la Compañía de Comercio y Exportación, creados no tan solo para proveer

el financiamiento, sino para brindar capacitación, entrenamiento y acceso a mercados tanto locales como internacionales.

Por otra parte, la Agenda para la Recuperación Económica 2014-2018 indica que el enfoque económico tiene que girar en torno a la capacidad de producción local, propiciando levantar una sociedad productiva y dinámica, cuya meta sea un desarrollo sostenible en el que participen todos los puertorriqueños. En otras palabras, una sociedad con oportunidades para todos.

Además, presenta una serie de postulados para alcanzar la meta de una pronta recuperación económica, dentro de los cuales podemos mencionar los siguientes. Primero, el diversificar la economía, el incentivar agresivamente la producción local, el fortalecer la competitividad local y el incorporar nuevos modelos que fomenten el desarrollo económico sostenible. Segundo, el concentrar los esfuerzos en el desarrollo de la agricultura, el turismo y el empresarismo. Por último, el tercero consiste en transformar el sistema educativo, en la preparación adecuada de los estudiantes para insertarse en una economía globalizada y cambiante.

En este último postulado, una de las acciones principales consiste en renovar y adaptar los currículos, modificando su contenido y estrategias de enseñanza haciendo hincapié en la creatividad, la innovación, el liderazgo y el empresarismo desde temprana edad.

Con respecto al Plan de Desarrollo del 2006, aunque estos programas de empresarismo han sido bastante exitosos, necesitan de una estructura, de paciencia, de espacio y de comprensión para el fracaso. Deben tomar en consideración planes de

financiamiento que, junto a programas de educación y mentoría en el área del empresarismo puedan ser adaptados a las microempresas y a los pequeños y medianos negocios (Gamundi, 2011).

Por lo que se refiere a la Agenda para la Recuperación Económica, la universidad juega un papel importante en conjunto con el gobierno con el fin de convertirse en el propulsor de la productividad y ser aliada en la recuperación económica del país.

Por tanto, es necesario crear una cultura empresarial, muy en especial entre los jóvenes, donde el empresarismo no tan solo sea un instrumento que permita el crecimiento económico o un instrumento de política pública, sino también un instrumento social (Gamundi, 2011).

Como bien indica López (2012), es que la mayoría de los estudiantes no conoce cómo ser emprendedores, por lo cual necesitan instrucción para serlo y para que este aprendizaje sea recibido a través de todas las etapas formativas desde la educación primaria hasta la universidad y estudios postgrado.

Justificación del Estudio

Según Ladd y Rivera (citados en Acevedo, 2009), ambos consideran que, aunque Puerto Rico posee un récord impresionante en su desarrollo educativo, si se compara con la mayoría países del mundo, su sistema educativo se encuentra en una encrucijada. Para ambos autores, las reformas educativas han fracasado en lograr los objetivos de una sincronización de esfuerzos entre el sistema educativo del sector escolar y universitario y comentan que existe un deterioro de las tendencias y patrones de aprovechamiento de los estudiantes.

De igual forma, Valdemoros (2009) plantea que es necesario reformar la educación cuanto antes; los tiempos de un trabajo para toda una vida se acabaron; lo que cuenta es la flexibilidad, la adaptabilidad, la movilidad y la capacidad para aprender. Y esto se debe enseñar en todos los niveles del sistema educativo, que debe ampliar su conexión con diferentes ámbitos: el sector empresarial, la investigación, la administración pública y la cooperación social. Debe ser un sistema que potencie el espíritu emprendedor en aras de un mayor dinamismo empresarial, aunando la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la independencia, el afán de superación y la de toma de riesgos. El sistema educativo debe ser instrumento indispensable hacia la transformación económica y social.

Por consiguiente, basado en el reporte de Iniciativa Educación Mundial del Foro Económico Mundial (GEM, 2010), mientras la educación constituye uno de los pilares más importantes para el desarrollo económico, el empresarismo figura como el motor principal de la innovación y de crecimiento económico.

Para Prodi (citado en Audretsch, 2009), Presidente de la Comisión Europea, las lagunas en el campo del empresarismo deben ser tomadas seriamente debido a la evidencia acumulada que muestra que la clave del crecimiento económico y las mejoras en la productividad recaen en la capacidad emprendedora de una economía.

Por lo que, la educación empresarial juega un papel esencial en la formación de actitudes, en el desarrollo de destrezas y en la cultura desde niveles primarios. Debe ser un proceso continuo, desde la temprana juventud hasta la educación superior, la

exposición a una educación empresarial para aprender destrezas, actitudes y conductas cónsonas a esta visión.

En relación al país de Filipinas cabe señalar que, durante el año 2014, el porcentaje de jóvenes entre las edades de 15-24 años representaba un 19.1% de la población total del país, y su tasa de desempleo representaba un 6.7%, teniendo una tasa de alfabetización de 98% (Agencia de Estadísticas de Filipinas). Mientras, en Puerto Rico, el porcentaje de jóvenes entre las edades de 15-24 años representa un 14.3%, pero el porcentaje en el desempleo se duplica.

Otro punto relacionado con el Reporte GEM es que mide las economías de países participantes y las fases de desarrollo económico y crea un perfil por sus respectivos atributos individuales, valores sociales y actividades de emprendimiento.

En cuanto al nivel de desarrollo económico, Filipinas se sitúa entre los países con una economía la cual es impulsada por factores, mientras que la de Puerto Rico es una economía impulsada por la innovación.

Ante lo anteriormente expuesto, es menester mencionar que Filipinas es un archipiélago localizado al sureste de Asia, con una extensión territorial de 300,000 kilómetros cuadrados, (véase Apéndice E). Mientras, Puerto Rico está localizado en el Caribe y tiene una extensión territorial de 13,791 kilómetros cuadrados (véase Apéndice F).

A su vez, cabe mencionar que, en Filipinas, en cuanto a los valores sociales hacia la iniciativa empresarial se refiere, sobre el 80% favorece el empresarismo como una excelente elección de carrera. Allí la atención de los medios publicitarios a la iniciativa

empresarial contribuye a desarrollar una cultura empresarial. Esta se sitúa en un 85%, y aporta en 78% en el éxito empresarial. En contraste, en Puerto Rico solamente un 18% es el empresarismo considerado como una carrera a seguir, y la atención de los medios publicitarios a la iniciativa empresarial está en un 72%, siendo solamente el 51% percibido con el éxito empresarial (GEM, 2014).

Cabe señalar, que la Constitución de Filipinas de 1987, reconoce al empresarismo como el motor de crecimiento económico, y en el Plan de Desarrollo de Filipinas se refuerza al empresarismo como una de las metas del gobierno en cuanto al desarrollo económico y creación de trabajos (Evangelista, 2013).

Importancia del Estudio

La importancia de la educación empresarial es la clave para el desarrollo de destrezas necesarias para crear y fortalecer nuevos empleos. En el entorno económico y social actual, esto resulta crítico pues es un elemento importante para el desarrollo y crecimiento económico al desempeñar un papel esencial en la formación de actitudes, habilidades y cultura, desde el nivel primario hasta la educación superior (Reporte Iniciativa Global Educación 2010).

Según expertos que suscriben el reporte "Global Monitoring Entrepreneurship" (GEM, 2014), el empresarismo es un catalítico para el crecimiento económico y la competitividad nacional; también indican que no todos los grupos en las sociedades tienen igual acceso en este esfuerzo. Además, cuando una parte de la población no participa en el empresarismo, las economías pierden el beneficio que pudiera obtenerse

en la creación de nuevos productos y servicios, al igual que pierden de obtener ganancias adicionales para la empresa y se detiene la creación de nuevos empleos.

Por otro lado, Benneworth y Osborne (2015) mencionan que se está utilizando la educación universitaria para desarrollar el empresarismo en Europa, para impulsar de esta forma una recuperación económica luego de la crisis del 2008.

Por lo que, la educación superior del futuro debe ir en acorde a este ambiente cambiante, en que se encuentran todas las sociedades; aunque por un lado vemos la reducción de carreras profesionales tradicionales, a su vez provee la apertura hacia nuevas carreras (López, Gatchalian, Ibáñez y Serrano, 2013).

Por consiguiente, la educación adquiere unas dimensiones que se sitúan más allá de las instituciones tradicionales actuales. La universidad debe ser el vehículo de transformación, formación y creación de conocimiento en el capital humano. Debe fomentar la adquisición de experiencias y oportunidades y expandir el conocimiento más allá del salón de clases y de las teorías que se enseñan, todo lo cual repercute en el crecimiento económico de nuestra sociedad.

Así mismo, la universidad debe ser una fuente directa del proceso económico a través de nuevas formas de capacitación tanto del personal como de los estudiantes. Debe crear nuevas formas de generar conocimiento, habilidades, de creatividad y capacidades investigativas. Todos estos son factores que ayudan en el proceso de crear empleos y de impulsar la prosperidad regional y nacional (Varela, 2003).

La universidad debe convertirse en una que promueva una actitud positiva hacia el espíritu empresarial, que permita y desarrolle en los estudiantes la capacidad y la

inquietud para la creatividad, iniciativas e innovación en productos y servicios, que redunden no tan solo en el beneficio personal sino del país.

Preguntas del Estudio

Debido a que en ambos países la participación de las jóvenes femeninas es alta comparada con la partición masculina, se considera, para propósitos del estudio la pregunta base para dirigir el mismo la siguiente: ¿Cuáles son las características y la mentalidad empresarial personal que poseen las jóvenes estudiantes universitarias? La cual nos lleva a generar las siguientes interrogantes que guiaran este estudio:

1. ¿Cuáles son las características que poseen las jóvenes estudiantes en concentración de negocios/empresarismo de Puerto Rico en comparación con las estudiantes universitarias de Filipinas?
2. ¿Cuáles son las características que poseen las jóvenes universitarias en concentración de negocios/empresarismo en Filipinas?
3. ¿Cuáles son las características que poseen las jóvenes que no pertenecen a la concentración de negocios/empresarismo?
4. Las jóvenes en concentración de negocios, ¿tienen las mismas similitudes o características de las que no son de la misma concentración?
5. ¿Tienen las jóvenes universitarias las características necesarias para crear su empresa?
6. ¿Se pueden identificar las fortalezas y debilidades para aprovechar oportunidades?

A continuación, mostramos la relación de las preguntas del estudio con los objetivos del mismo (véase Tabla I).

Tabla 1

Relación entre los Objetivos y Preguntas de Investigación

OBJETIVO	PREGUNTA
General: Conocer si existen características Empresariales en las jóvenes estudiantes Universitarias en cualquier concentración tanto en Puerto Rico y comparar resultados con estudio realizado en Filipinas 1. Conocer las características empresariales de las jóvenes estudiantes en la concentración de negocios y desarrollar perfil. 2. Conocer las características empresariales de las jóvenes estudiantes en otras concentraciones y desarrollar perfil. 3. Conocer las similitudes de las jóvenes de distintas concentraciones. 4. Crear perfil que permita identificar si poseen las características necesarias para crear su empresa. Explorar la contribución de la Universidad en el desarrollo de las destrezas y actitudes necesarias para crear empresa. 5. Conocer las fortalezas y debilidades a través del perfil desarrollado, y que, con la ayuda de mentores, empresarios, y la universidad puedan aprovechar oportunidades en la creación de empresas y de aportación al desarrollo económico.	¿Cuáles son las características y la mentalidad empresarial personal de las jóvenes universitarias en Puerto Rico y comparar con estudio realizado en Filipinas? ¿Cuáles son las características que poseen las jóvenes estudiantes en concentración de negocios en Filipinas? ¿Cuáles son las características que poseen las jóvenes estudiantes en otras concentraciones? ¿Las jóvenes universitarias en concentración de negocios y otras concentraciones, tienen las mismas similitudes o características? ¿Tienen las jóvenes universitarias las características suficientes para crear su empresa? ¿Se pueden identificar fortalezas y debilidades para aprovechar oportunidades?

Marco Teórico

En el marco teórico se consideraron los siguientes temas: (a) globalización como catalítico de cambio; (b) efecto en el desarrollo económico o desestabilidad; (c) repercusión en las condiciones sociales y económica; (d) expansión de la educación empresarial, empresas y política pública; (e) nuevo marco currículo empresarial perdurable, que permita a los jóvenes re-dirigirse a nuevos sectores estudios, y (f) sociedad de conocimiento.

Como primer punto, la globalización como catalítico de cambio, aunque permite el desarrollo en países pequeños como también en países en pleno desarrollo, crea desestabilidad en estos países, cuando las industrias buscan moverse amparados en estrategias de negocios, para manufacturar sus productos a un menor costo en otros países. En la actualidad, Puerto Rico atraviesa una etapa crítica en su economía, donde la tasa del desempleo es de un 13%.

Entre las ventajas que permite la globalización, y en las cuales hemos de enfocar, se encuentra que permite la difusión de la tecnología, del conocimiento y del estudio.

Ladd y Rivera-Batiz (citados en Acevedo, 2009) aun cuando Puerto Rico mantiene un récord impresionante en su desarrollo educativo al compararse con otros países del mundo, el sistema educativo actual se encuentra en una encrucijada debido a que las reformas educativas implantadas han fracasado en sus objetivos.

Ante esta situación, Puerto Rico está ante su peor crisis económica y de desempleo. Es imperante que nuevas plataformas en la educación sean re-estructuradas y nuevos procesos implementados para el desarrollo de empresarios.

Según Malagon (n.f.) tanto la globalización como la sociedad del conocimiento generan diferentes procesos que configuran la vida social en todas sus manifestaciones y han influenciado drásticamente la modificación de los paradigmas educativos.

Al ser la sociedad del conocimiento el principal medio de producción para las nuevas generaciones, es el sistema económico y social donde el producto final se caracteriza más por un valor agregado de conocimiento incorporado que por la cantidad de materiales utilizados en su manufactura. Por tanto, la sociedad del conocimiento es la sociedad de la educación, pues adquiere dimensiones más allá de currículos o instituciones tradicionales.

Se debe agregar que Puerto Rico debe insertarse en la formulación, investigación, desarrollo y comercialización de ideas, pues la universidad es el pilar fundamental en el proceso debido a que de allí emanan las ideas y se propicia la actividad de investigación. De esta forma se fomenta el desarrollo económico basado en el conocimiento (Agenda Recuperación Económica, 2014).

Es preciso reconocer que, ante el entorno social actual, las universidades juegan un papel importante en el desarrollo de las capacidades y talentos de los jóvenes, brindando nuevos enfoques y dinámicas en la educación, lo que debe permitir que los jóvenes se enfoquen en los nuevos retos laborales y de oportunidad empresarial.

De acuerdo a lo antes expuesto y según la literatura revisada en cuanto al tema de la crisis económica, se ha podido observar cómo los países han aceptado el empresarismo como la clave para el desarrollo económico y la importancia que adquiere cada vez más

la universidad en ser el vehículo a través del cual los estudiantes se desarrollen en el empresarismo como propulsor de desarrollo económico en los países.

Como se menciona en la Declaración de Budapest-Viena (2010), el compromiso y el impulso de los países participantes es el desarrollo en la educación superior, pues el rol que las instituciones de educación superior juegan es importante en las sociedades democráticas al fortalecer la cohesión social. A la vez que los estudiantes adquieren conocimientos, desarrollan destrezas y competencias, se posibilita un desarrollo social y económico.

Con respecto a lo antes expuesto, en el caso de Filipinas las reformas en la educación superior son la clave para la competitividad y el desarrollo económico; sus esfuerzos se concentran en hacer su fuerza trabajadora una más competente y generadora de desarrollo económico (Llorito, 2012).

Según Evangelista (2013), el empresarismo en Filipinas es visto como el propulsor de desarrollo económico. Para el año 2011, un total de 830,000 empresas, de las cuales el 99.6% son clasificadas en micro, pequeñas y medianas empresas, fueron responsables del 38% del total de crecimiento en el empleo.

El empresarismo es mucho más que un término económico: es una forma de pensamiento. Hoy día se ha convertido en una parte dinámica y de desarrollo que promueve el crecimiento económico. El empresarismo es el camino para inspirar a individuos creativos en buscar oportunidades y desarrollarlas (Evangelista, 2013).

Modelo Conceptual

En el Capítulo II, en la Revisión de Literatura, se presentan temas relevantes a la importancia no tan solo del empresarismo, sino de nuevos enfoques en la educación empresarial, donde la universidad sea el promotor en la formación de nuevas capacidades, destrezas, motivaciones, en la investigación y desarrollo, de unión de esfuerzos externos (gobierno, mentores, empresarios, fideicomisos, y otros) encaminados a la creación de una empresa.

Dada la importancia de la universidad en el desarrollo del conocimiento en el capital humano, es importante que el currículo de empresarismo sea cónsono con las nuevas tendencias en la enseñanza del mismo. Su rol debe ser el de convertirse en una organización difusora de conocimiento adaptable a los ambientes competitivos (Guerrero y Urbano, 2010).

Por otro lado, el utilizar la encuesta de Características Empresariales Personales (CEP), ha de ayudar en la creación del Perfil del Estudiantado, para que sirva de estímulo a los universitarios de todos los currículos a percibir las oportunidades en la creación de empresas, a desarrollar las actitudes y habilidades que fomenten la mentalidad empresarial en todos los ámbitos de estudio.

Aun cuando el estudio se delimita a las jóvenes estudiantes universitarias, el mismo puede ser utilizado en toda la población estudiantil y, a su vez, el resultado del estudio deberá servir al cuerpo rector de la universidad a revisar el currículo en Empresarismo. Castillo y Orlando (citados en Olmos, González y Alcaraz, 2012) indican que como institución, la universidad debe orientar a los jóvenes a desarrollar

comportamientos y competencias emprendedoras, fomentando el espíritu emprendedor y empresarial, motivarles a ser empresarios.

Como nos indica Gamundi (2011), el empresarismo se aprende a través de la práctica, se aprende haciendo. El empresarismo es un instrumento no sólo de política económica, sino que a su vez es un instrumento social.

Por otro lado, Kolb (citado por Gamundi, 2011) indica que el ciclo de aprendizaje, es una mezcla de la práctica y la teoría y que el mismo debe incluir:

1. Experiencia sólida (a través del trabajo, haciendo, experiencia).
2. Reflexión (reflejar la experiencia).
3. Conceptualización (aprender de la experiencia).
4. Experimentación (poner en práctica lo aprendido).

Igualmente, Kolb (citado por Gamundi, 2011) indica que este ciclo de aprendizaje puede ser implementado y utilizado en cualquier etapa de los procesos educativos. Este proceso se basa en el desarrollo conducta empresarial y es uno continuo, que debe apoyar a los estudiantes a través de distintos modelos de enseñanza: aprendiendo haciendo, aprendizaje de proyectos y solución de problemas, entre otros.

Al presentar el Modelo Conceptual Currículo Empresarial se vislumbra el entorno universitario como uno que, bajo condiciones ideales, permita fomentar una actitud positiva hacia la educación empresarial, y a su vez, uno que influya en los universitarios motivándolos a través de la experiencia, del aprender haciendo, creando y desarrollando sus habilidades.

La investigadora entiende que los jóvenes al entrar a la universidad, los jóvenes poseen, en mayor o menor grado, unas actitudes y aptitudes, que si se desarrollan correctamente pueden motivar la iniciativa emprendedora.

Para la investigadora, la universidad debe ser ese ambiente donde se creen las condiciones ideales en pro de la creación de actitudes y aptitudes de desarrollo para los estudiantes. Debe ser un ambiente objetivo al trabajar en conjunto con el gobierno para crear política pública que sirva de vínculo con la sociedad, con empresarios, con fideicomisos y con redes de apoyo. Allí debe ser viable el desarrollo de nuevas ideas, de tecnología, de investigadores y de innovación en productos y/o servicios que redunden en el desarrollo económico del país a través de la creación de nuevas empresas.

Igualmente considero que la universidad debe ser el lugar que brinde los recursos que ayuden a desarrollar y fortalecer esas capacidades empresariales en los estudiantes. La universidad debe procurar motivar a los estudiantes a ser innovadores, ayudándolos a identificar las oportunidades y a desarrollar sus ideas en una sociedad que se encuentra contraída económicamente y donde escasean las oportunidades de empleo. De esta forma, contribuye con el desarrollo económico del país.

Por lo tanto, la universidad debe ser el ambiente que propicie las condiciones ideales para proveerle a los jóvenes estudiantes las herramientas de formación, de experiencias y de conocimiento con el fin de afinar sus destrezas para ayudarles en su desarrollo personal. Igualmente, al fomentar el empresarismo, se crea una opción real de desarrollo profesional que redunda en el desarrollo y crecimiento económico del país.

Por otro lado, en coordinación con los diversos agentes de la sociedad, tales como el gobierno, los ciudadanos emprendedores, los mentores, las organizaciones empresariales, los fideicomisos, los consorcios, y otros, se contribuye al marco cognitivo que fomenta el crecimiento y desarrollo económico y social del país (véase Figura I) a través de la capacitación, la experiencia y el aprendizaje.

Como indican Benavides, Sánchez y Luna (2004) la universidad debe adoptar un papel más activo en el proceso de generación de nuevos emprendedores que, junto a otras instituciones y agentes sociales, ayuden a desarrollar las competencias necesarias para promover la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptarse, la habilidad para aprender a aprender y poder resolver problemas.

Por ello, la universidad requiere un cambio en las metodologías de enseñanza en empresarismo, debe ser ese instrumento que motive, que desarrolle capacidades, actitudes, aptitudes y habilidades en los estudiantes, promoviendo el espíritu empresarial en ellos para que sean capaces de aportar en el crecimiento económico del país.

Como indica Varela (2001), la educación empresarial que busque contribuir al desarrollo de nuevos contenidos y conocimientos, de nuevas formas de pensamiento, de cualidades y habilidades de adaptación, que esté orientada a la solución de problemas y a la realización de proyectos, permitirá en los estudiantes una apertura de pensamiento a otras oportunidades.

A continuación, se presenta el Modelo Conceptual creado por la investigadora. Presentamos los puntos antes expuestos; observamos cómo se establecen las variables dependientes e independientes en el desarrollo de las capacidades del estudiante. Al ser

desarrolladas éstas, y luego ser evaluadas, se hace claro que redundan en lo que tanto necesita el país: la creación de nuevas empresas que beneficien en el desarrollo económico y social (véase Figura I).

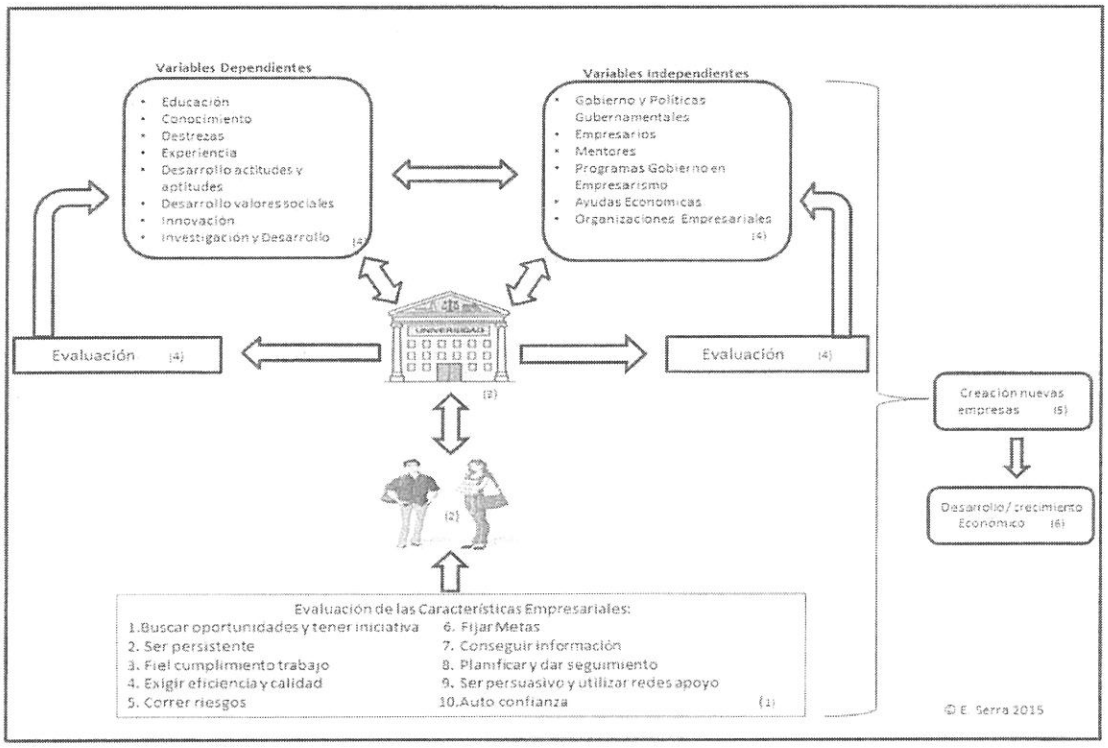


Figura 1. Modelo Conceptual – Elaboración propia Investigadora 2015

Delimitación del Estudio

Este estudio no pretende hacer una relación entre empresarismo y desarrollo económico, como tampoco abundar en los diferentes currículos universitarios en la educación en empresarismo.

Más bien, el objetivo del mismo es señalar la importancia de crear un nuevo marco educativo en las universidades con respecto al empresarismo, que esté enfocado

tanto en la educación empresarial como en el adiestramiento empresarial, en otras palabras, en el aprender haciendo, como bien indica Gamundi, 2011.

Como resultado, el atemperar el currículo empresarial actual a las nuevas realidades económicas, al ambiente cambiante y a las necesidades de preparación del capital humano (los estudiantes), se debe contribuir a crear emprendedores. Es el encender la chispa en los jóvenes universitarios, haciéndolos conscientes de que, si se tienen las actitudes, las fortalezas, el deseo, el compromiso y la voluntad, se puede lograr el ser empresario. Es ayudarlos a desarrollar las características empresariales, sin importar la concentración a la que pertenezcan, empoderándolos en su desarrollo personal.

Para realizar nuestro estudio, solamente se tomará como muestra para el mismo, el sector estudiantil femenino. Esto se debe a que, según el Compendio Estadístico del Estudiantado Universitario, para el año académico 2015-16, el 58% del estudiantado universitario estaba compuesto por féminas.

Por lo tanto, se distribuyeron ciento noventa cuestionarios en distintos recintos de la Universidad Interamericana de Puerto Rico. De estos, el 50% fue distribuido en estudiantes de la concentración empresas/empresarismo y el otro 50% entre estudiantes de otras concentraciones. Esto permitió conocer si existen similitudes entre las estudiantes concentración de negocios y en aquellas que pertenecientes a otra concentración; igualmente, permitió conocer si existen las características empresariales en ambos grupos.

Aportación del Estudio

Ante el panorama de incertidumbre y la recesión económica por la que atraviesa Puerto Rico, es necesaria la creación de nuevas estrategias económicas y sociales que permitan la participación de nuestros jóvenes, promoviendo así el desarrollo empresarial que fomente el crecimiento económico del país.

Para ello son necesarias nuevas modalidades en la oferta curricular que ofrezcan las universidades, con el fin de promover la actitud empresarial en los estudiantes, educándolos en empresarismo, desarrollando aptitudes, conocimiento y destrezas en la práctica de esta disciplina, aprendiendo al hacer, en el mundo real, con la ayuda de mentores, de empresarios y de profesores capacitados en empresarismo.

Un currículo balanceado en teoría y práctica, en aprender a hacer, enfocado en la creación de emprendedores en una forma sistemática, con acciones efectivas y medibles. En su preparación deben participar mentores empresarios. Deben procurarse visitas a compañías, donde exista una integración de diferentes concentraciones, que se permita trabajar en equipos, en un ambiente de aprendizaje, de descubrir y moldear actitudes y habilidades como emprendedores.

Según indican Timmons y Spinelli (2009) se puede crear un ambiente propicio para que las personas tengan oportunidad de aprender, de descubrir, y de moldear sus actitudes y habilidades como emprendedores, incluyendo la actitud mental de tolerancia al riesgo y al fracaso que todo emprendedor debe tener.

Más aun, un programa basado en el compromiso entre la universidad y las empresas debe contar con el apoyo gubernamental. A través de la creación de legislación

y de política pública se puede fortalecer y permitir el desarrollo de estudiantes para que puedan crear una empresa y manejarla. Debe ser un programa cuya repercusión sirva como elemento propulsor de creación de empleo y de desarrollo económico de Puerto Rico, según se establece en la Agenda para la Recuperación Económica de 2014.

De igual manera, la universidad puede aprovechar oportunidades con empresas privadas, ejemplo del cual sería el Programa Echar Pa'lante (EPL) del Banco Popular, cuyas áreas de enfoque principal son las siguientes: la educación como eje principal de cambio y desarrollo del sector empresarial, como modelo emergente y motor del desarrollo económico en Puerto Rico (Echar Pa'lante, 2011).

Definición de términos

Los términos a continuación descritos, responden a conceptos identificados en la revisión literaria para propósitos de la investigación.

1. Adiestramiento Empresarial - Es la construcción de conocimiento y destrezas en la preparación de crear un negocio.
2. Crecimiento Económico - El crecimiento económico es una variable que aumenta o disminuye el producto interno bruto (PIB). Si el PIB crece a un ritmo superior al del crecimiento de la población, se dice que el nivel de vida de ésta aumenta. Si por el contrario la tasa de crecimiento de la población es mayor que la tasa de crecimiento del PIB, podemos afirmar que el nivel de vida de la población está disminuyendo (Porto, 2017).
3. Crisis Económica - Hace referencia a un periodo de escasez en la producción, comercialización y consumo de productos y servicios. La economía es cíclica, es

decir, combina etapas de expansión con fases de contracción. Estas fluctuaciones sucesivas se conocen como ciclo económico (Porto y Merino, 2009).

4. Currículo Educación - Refiere al conjunto de competencias básicas, objetivos, contenidos, criterios metodológicos y de evaluación que los estudiantes deben alcanzar en un determinado nivel educativo. Proviene de la palabra del latín "curriculum" (Epistemología, 2014).
5. Desarrollo Económico - En la actualidad, el concepto de desarrollo económico forma parte del de desarrollo sostenible. Una comunidad o una nación realizan un proceso de desarrollo sostenible si el desarrollo económico va acompañado del humano, social, y del ambiental, preservación de los recursos naturales y culturales y despliegue de acciones de control de los impactos negativos de las actividades humanas (Gestiopolis, 2001).
6. Educación Empresarial - El tipo de formación que pretende desarrollar la intención de ser empresario y de llevar a cabo comportamientos dinamizadores por parte de los participantes, o los elementos que configuran esa intención: el conocimiento empresarial, la deseabilidad percibida de la actividad empresarial, o su factibilidad (Liñán, 2006).
7. Espíritu Empresarial - Ánimo a crear, formar y / o establecer una empresa. Desarrollar actitud emprendedora que permita, entre otras cosas: sobreponer obstáculos, ver oportunidades donde otros ven problemas, ánimo a la acción y toma de riego. (Romaguera, 2008).

8. Globalización - Proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los gobiernos. (Diccionario Real Academia Española, 2015).
9. Innovación - Según Porter: Elemento clave de la competitividad. La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar productos (Porter, 1998).

   Para Schumpeter: Introducción en el mercado de un nuevo bien o de una nueva clase de bienes, de un nuevo método de producción aun no experimentado, la adopción de una nueva fuente de suministros, y la implantación para una nueva estructura en el mercado (Nieto y Griol, 2011).
10. Mentalidad Empresarial - Estado mental específico que orienta la conducta humana hacia actividades y resultados emprendedores, atraídos por oportunidades, innovación y creación de valor y que permite la habilidad de tomar riesgos calculados y aceptar la realidad del cambio y la incertidumbre (Arango, 2015).
11. Mentor - consejero o guía. (Diccionario Real Academia Española, 2015).

En este capítulo se expuso el propósito del estudio, el planteamiento del problema y la justificación para realizarlo. Además, se presentaron las preguntas, el marco teórico y el modelo conceptual que sientan las guías del estudio. En el Capítulo II, se realiza una revisión de literatura con el propósito de obtener información de distintas fuentes sobre el tema de estudio.

Capítulo II

Revisión De Literatura

En este capítulo se revisará la literatura encontrada sobre la crisis económica en Puerto Rico, la importancia de nuevos enfoques en la educación empresarial que estimulen una reforma en el currículo empresarial a nivel de bachillerato. Esta reforma debe preparar al estudiantado con conocimientos de empresarismo que estimulen el desarrollo de sus destrezas, habilidades, actitudes, competencias y competitividad para impulsar el desarrollo y crecimiento económico en Puerto Rico.

Nos indica Gamundi (2011), que el empresarismo es uno de los principales detonantes de la innovación, de la competitividad y el crecimiento económico debido a la presencia y al impacto en sectores de servicios, de manufactura y de actividades relacionadas con la economía del conocimiento. Por ello, existe una estrecha correlación entre el empresarismo, el desarrollo económico, en términos de crecimiento, los cambios tecnológicos, la innovación, el incremento en la productividad y la creación de empleos.

Además, para Timmons y Spinelli (2009) la transformación radical de la economía es el resultado del empresarismo y cómo este es el impulsor en la creación de empleos, la innovación y la creación nuevas empresas que se convierten, a su vez, en motor para el crecimiento económico.

Para estos autores, el crecimiento de la economía en Estados Unidos se ha debido, básicamente a una generación de empresarios que han alterado la estructuras sociales y económicas en los Estados Unidos, dando pie al establecimiento del empresarismo para futuras generaciones, quienes han de ser la base de los desarrollos en dicha economía.

De acuerdo a Kuratko (2003), la economía en Estados Unidos alcanzó su desarrollo económico máximo al promover y desarrollar la actividad empresarial, indicando que las nuevas firmas empresariales juegan un papel importante en el crecimiento económico. Esto se debe a que la innovación conduce al cambio tecnológico y al crecimiento de la productividad. Además, estas nuevas firmas son el mecanismo por el cual las personas entran en el movimiento económico y social de la sociedad americana.

Desde la perspectiva de la situación económica que atraviesa en la actualidad Puerto Rico, en su Agenda de Recuperación Económica (2014) el gobierno presenta seis postulados para lograr el progreso social, productividad e innovación. Entre estos se encuentran los cuales siguientes: concentrar los esfuerzos en el desarrollo del empresarismo y transformar el sistema educativo, como medidas para el desarrollo económico.

Para poder alcanzar la recuperación fiscal, una economía competitiva, el enfoque del gobierno de Puerto Rico, se basó en los siguientes principios:

1. Necesidad de impulsar la competitividad - Fortalecer y respaldar el capital humano, y la infraestructura social y económica a través estrategia de facilitar el desarrollo de sectores e industrias en crecimiento.
2. Necesidad de aumentar la productividad local - Promover desarrollo económico sostenible, enfocados en el aumento de la producción local, el desarrollo de empresas y la sustitución en las importaciones.
3. Necesidad de establecer un horizonte a largo plazo.

4. Necesidad de restablecer la confianza en el país.

Con el fin de alcanzar las metas establecidas por el Gobierno de Puerto Rico, y siendo el capital humano el activo más importante, se establece que las universidades deben asegurarse de contribuir con la educación como uno de los elementos primordiales dentro del plan de recuperación económica y como actor principal. Deben proveer las herramientas de formación adecuada y dotar a los estudiantes con las destrezas y los conocimientos necesarios para el desarrollo profesional. En otras palabras, que el futuro emprendedor esté apto para producir nuevas fuentes de empleo (Olmos, González y Alcaraz, 2014).

Para la investigadora, una educación empresarial debe adecuarse a la realidad económica actual de Puerto Rico y permitir la formación de conocimiento y competencias necesarias en cuanto a creatividad, innovación, liderazgo y empresarismo.

En relación a la educación en empresarismo, Fayolle (2004) indica que sus objetivos y metas deben estar conectados a las necesidades sociales y que estas conciernen a los gobiernos, instituciones, empresas y a los individuos, por lo que, las expectativas sociales y beneficios de la educación en empresarismo son variadas, implicando una variedad de metas relacionadas a objetivos personales y socio-económicos.

Por tanto, se sugiere una nueva perspectiva en el diseño y desarrollo de un currículo empresarial cuya transferencia de conocimiento no sea solo el eje primordial, sino que la experiencia a través de la práctica, de la investigación, de la generación de

ideas y del trabajo en equipo será lo que permitirá alcanzar las metas de crecimiento económico en cualquier país.

Según Garavan y O'Cinneide (1994), países industrializados que han enfrentado recesiones económicas, con altas tasas de desempleo y grandes fluctuaciones en el comercio internacional, han prestado atención al empresarismo como una solución al desempleo y a la recuperación económica.

De manera que, si el empresarismo es visto como un proceso económico altamente creativo, las formas convencionales en la educación empresarial actual también deben ser revisitadas. Es por ello que el mayor reto al que se enfrenta la educación empresarial es crear un currículo adecuado para la preparación y aprendizaje en el mundo exterior (Gibb, citado en Garavan y O'Cinneide, 1994).

Es necesario romper con el paradigma actual en la educación universitaria que en su sistema tradicional exige asistir a clases, tomar notas, aprender teorías y otras obligaciones obsoletas. Es necesario que la universidad considere que la cultura emprendedora no es tan solo parte de la formación de estudiantes, sino que debe facilitar la labor y el esfuerzo del gobierno, apoyando al crecimiento económico del país (Hernández y Arano, 2015).

Otro punto es que la formación en la educación empresarial debe ser un proceso en el que intervengan diferentes variables sociales, culturales, psicológicas y económicas para que contribuyan a desarrollar, con un conjunto de conocimientos específicos, competencias. Así se logrará que la persona emprendedora del mañana tenga altas probabilidades de éxito y contribuya al desarrollo social (Varela y Bedoya, 2006).

Además, según Morales y Roig (n.f.), la universidad debe ser un centro de formación y generación de nuevos conocimientos y debe crear el ambiente propicio para fomentar el espíritu emprendedor de estudiantes y del profesorado que participe de esta formación.

Crisis Económica

Para el año 1940, la economía de Puerto Rico se centraba en la agricultura, con 31% del ingreso neto para ese sector, mientras que la manufactura solo el 2%. Con la evolución a una economía industrial, la manufactura llegó a tener un 46% del ingreso neto y la agricultura menos del 1%. En el contexto de la modernización industrial, también la manufactura evoluciona del concepto de *manos a la obra* a uno centrado en el conocimiento (Agenda Recuperación Económica, 2014).

De acuerdo a Benson, Villamil y Quiñones (citados en Ortega, 2013), Puerto Rico ha perdido su capacidad de crecimiento económico, por lo que es urgente abandonar el modelo que en el pasado resultó tan beneficioso para el desarrollo del país. Hoy día, la falta de planificación y de innovación y la carencia de un liderazgo que ejecute medidas profundas son motivo de este estancamiento en que se encuentra Puerto Rico.

Por otro lado, el Nuevo Día (2013) destaca que desde 2004 la economía de Puerto Rico ha decrecido en un 16 %, y atribuye la recesión iniciada en 2006 a la desaparición de la sección 936 del Código de Rentas Internas Federal, que otorgaba privilegios contributivos a corporaciones estadounidenses establecidas en la Isla.

Como resultado a esta desaceleración en la economía de Puerto Rico, indicó Ruhe (2014) en la Cumbre Empresarial Juvenil que el 87% de la clase trabajadora no se siente

motivada en sus respectivos trabajos. Producir un cambio en este sentido se logrará cuando se adiestren personas para ser productivas, para estar motivadas y dispuestas a movilizar la economía y el desarrollo de Puerto Rico. El empresarismo es la clave para este cambio; igualmente tiene mucho valor integrar programas y proyectos de empresarismo en la educación (Pericás, 2014).

Con respecto a lo anteriormente expuesto, como resultado de la pasada y actual crisis económica en Puerto Rico, a través de este estudio se pretende buscar distintas formas de pensamiento en cuanto al desarrollo del país. Se procura que se trabaje de forma coordinada, bien planificada, como claramente está expuesto en la Agenda Recuperación Económica 2014, donde dos de los postulados u objetivos son: el desarrollo del empresarismo y transformar el sistema educativo proveyendo las herramientas necesarias y propiciar las condiciones que permitan el desarrollo económico.

Como se afirma en el párrafo anterior, el empresarismo juega un papel crítico en el desarrollo económico y es la clave para la innovación y mejoras a productos. También es uno de los ingredientes importantes en la generación de nuevos empleos, al crear la oportunidad en comunidades en la oferta de trabajo (Ekmekcioglu, 2012).

Debido a ello, el gobierno debe desarrollar políticas que estimulen el empresarismo, de forma estructurada y en coordinación con entidades que promuevan el crecimiento de la iniciativa empresarial, y que a su vez ayuden al desarrollo de los empresarios nuevos que surjan.

Educación Empresarial

Desde hace varios años la educación empresarial ha tomado un auge frente a la educación tradicional ofrecida por las distintas universidades del mundo pues su función es significativa para el desarrollo de una cultura emprendedora. Esta permite a los estudiantes desarrollar una consciencia de la intención empresarial, perfeccionando habilidades y proveyendo las herramientas para crear la confianza en sus capacidades. Al tener la formación necesaria para poder envolverse en la actividad empresarial, se consolida el desarrollo de iniciativas o ideas para resolver necesidades o problemas existentes en su comunidad o en el país. También resulta en un catalítico para la innovación, la generación de empleos y, a su vez de desarrollo económico (Portillo, 2010; Gatchalian, 2010; Kigotho, 2014; Soria, Zuniga y Ruiz, 2015; Hernández & Arano, 2015).

Según Santiago Canet (2013) hace 17 años no se ofrecía en Puerto Rico ningún programa de empresarismo. Hoy día se ofrecen varios, en niveles de Certificado, Grado Asociado, Bachillerato, Maestría y Doctorados.

Como bien indica Santiago Canet, actualmente las universidades en Puerto Rico, ofrecen cursos en empresarismo, pero luego de la investigadora evaluar los mismos ante los nuevos retos, concluye que estos no están adecuados para fomentar una generación de estudiantes graduados con pensamiento empresarial, ni intención empresarial, menos para formar una sociedad de dueños, como menciona (Gamundi,2011).

A su vez, Gamundi (2011) nos indica que el empresarismo es el proceso mediante el cual los individuos reconocen la importancia de ser dueños de un negocio o de una

alternativa viable, de desarrollar ideas de negocios, de aprender el proceso del empresarismo y de asumir la iniciativa de desarrollar un negocio.

Reynolds (citado en Gamundi, 2011), define el empresarismo como un intento de la creación de un nuevo negocio, o de una iniciativa similar, ya sea un empleo propio, un nuevo negocio o la expansión de un negocio existente, ya sea por un individuo o grupo de individuos.

De igual manera, Guerrero y Urbano (2012) indican que en el contexto de una sociedad emprendedora o una sociedad de dueños (Gamundi, 2011) tanto el empresarismo como el conocimiento son considerados como las fuerzas propulsoras para la creación de empleos, competitividad y crecimiento.

Ante los retos para lograr ventajas competitivas, aumento de productividad, creación de empleos, y fomentar el crecimiento económico, el empresarismo es la llave para el desarrollo económico. Es por ello que la universidad, clave en el desarrollo del conocimiento, debe afrontar nuevos retos ante los cambios económicos y sociales que enfrenta el país y modificar el sistema educativo (Bello, 2006).

En el reporte preparado para el Banco Mundial, Valerio, Parton y Robb (2014) indican que el empresarismo es el catalítico económico y de desarrollo social; además, tanto la mentalidad empresarial como las destrezas pueden ser aprendidas a través de la educación empresarial y de adiestramientos en empresarismo.

De acuerdo a Reynolds, Hay, Camp y Sánchez (citados en Raposo & do Paco, 2011) hay tres razones por las cuales la educación debe estimular el empresarismo. Primero porque provee a los individuos con un sentido de autonomía, independencia y

auto confianza. Segundo, la educación hace a las personas conscientes de las opciones alternas en la carrera profesional. Tercero, la educación amplia los horizontes a los individuos para que estén mejor preparados para percibir oportunidades y, por último, provee el conocimiento que puede utilizarse en desarrollar nuevas oportunidades empresariales.

De acuerdo al Reporte Económico de las Pequeñas Empresas de Estados Unidos (SBA por sus siglas en inglés), se indica que hay un impacto positivo entre la educación y el desempeño empresarial. Se reporta en esta publicación que los programas educativos en empresarismo ofrecidos por las universidades habían aumentado a 1,600 para el 2005. El motivo para este incremento es, en parte, la insatisfacción por las ofertas tradicionales de estudio. Se establece que los métodos pedagógicos seleccionados deben responder a la nueva mentalidad creativa e innovadora de los estudiantes para que el enfoque esté atemperado a la realidad y métodos de enseñanza basados en la experiencia (*The Small Business Economy*, 2006).

De igual manera, el reporte GEM para el año 2010, indica que la educación continúa siendo un factor importante para el desarrollo innovador empresarial y que los cursos deben enfocarse en mejorar las habilidades de los estudiantes para identificar y tomar ventajas de nuevas oportunidades empresariales.

Es por ello que se propone en este estudio revisitar el currículo actual de empresarismo actual para establecer planes de acción en la enseñanza, de investigación, de capacidades y de seguimiento, que permitan una reforma y se disemine su enseñanza a través de distintos departamentos en la universidad. Así, se podría comenzar su

enseñanza desde el primer año universitario, capacitando a la población universitaria en empresarismo, ayudándolos en la creación de negocios, exponer a los estudiantes al mundo real del empresarismo, enseñándolos a tomar riesgos, a ser dueños y a tomar responsabilidad del crecimiento económico de Puerto Rico.

Por tanto, se necesita un sistema educativo que esté dotado de nuevas metodologías que les permita adaptarse a un ambiente de cambios con nuevos requerimientos en las dimensiones de la calidad humana (Bello, 2006). Este debe ser un sistema donde la aportación de empresarios pueda motivar a los jóvenes a emprender una carrera en empresarismo, donde se construyan redes de apoyo que posibiliten el trabajo en equipo y el desarrollo de ideas y donde el ambiente universitario cree una actitud positiva hacia el empresarismo (Tkachev y Kolvereid, citados en Fayolle y Gailly, 2015).

Debe crearse un ambiente a través del cual la universidad provea cursos en empresarismo, en conjunto con una educación en gerencia de pequeños negocios y programas de redes de apoyo dirigidos a cambiar valores, actitudes hacia el empresarismo. El propósito de ser crear consciencia en los universitarios y alentarlos a entender que el empresarismo es una opción real y potencial.

Autores como Soorech, Salamzadeth, Safarzadeh y Salamzadeth, (mencionados en Ruiz, Cabeza y Briano, 2012), resaltan la importancia de la universidad para implementar programas donde se desarrollen las capacidades empresariales y se fomente una cultura emprendedora, que dispongan de recursos para la ejecución de los programas y se estipule una metodología a través de la cual el profesorado enseñe a los estudiantes a aprender a emprender.

Por otro lado, Kuratko (2003) indica que el empresarismo es un proceso dinámico, de visión, cambio y creación, donde se persiguen oportunidades, se toman riesgos; es tener la tenacidad para convertir una idea en una realidad, es una perspectiva especial, una perspectiva empresarial que puede ser desarrollada en los individuos y que puede ser enseñada.

Se debe agregar a lo mencionado anteriormente que estudios realizados tanto en Estados Unidos, América Latina, Europa, Asia y África, han demostrado que la actitud empresarial de los jóvenes estudiantes ha tenido un gran impacto debido a los cursos de empresarismo ofrecidos por las diferentes universidades alrededor del mundo. La experiencia empresarial ofrecida ha redundado al crecimiento económico y social de los países.

Características Emprendedoras de los Estudiantes

A través de la utilización Cuestionario de Autoevaluación de Características Empresariales Personales (CEP), se nos permitió corroborar que, independientemente la concentración a que pertenezca el estudiante, hay características empresariales personales similares.

El cuestionario realizado por la compañía *Management Systems International* (MSI por sus siglas en inglés), fue elaborado en unión a David McClelland (1961), quien ayudó al lanzamiento de la revolución empresarial como el desarrollo más significando en empresarismo por más de dos décadas.

De acuerdo a McClelland, existen 10 Características Empresariales Personales, las cuales son las más significativas para detectar y fortalecer el potencial empresarial. Estas son las siguientes:

1. Buscar oportunidades y tener iniciativas
2. Ser persistente
3. Ser fiel al cumplimiento del trabajo
4. Exigir eficiencia y calidad
5. Correr riesgos
6. Fijar metas
7. Conseguir información
8. Planificar y hacer seguimiento sistemático
9. Ser persuasivo y utilizar redes apoyo
10. Autoconfianza

Estas características están fundamentadas en la Teoría de las Necesidades utilizada por David McClelland (1961), psicólogo del comportamiento, y establece que la motivación de un individuo se debe a la búsqueda de satisfacción basada en tres necesidades:

1. Necesidad de Logro - grado una persona desea realizar tareas difíciles y desafiantes en un alto nivel.
2. Necesidad de Afiliación - gente que busca buenas relaciones interpersonales con otras personas.

3. Necesidad de Poder - típica en las personar que les gusta estar a cargo como responsables. Se identifican dos tipos de poder: poder personal y el poder institucional.

De acuerdo a McClelland, las primeras cinco características (buscar oportunidades, persistencia, fiel al cumplimiento, eficiencia/calidad y correr riesgos) están asociadas a la necesidad de logro, las características de ser persuasivo y autoconfianza están asociadas a la necesidad de poder. Por último, las características de fijar metas, conseguir información y planificar, están asociadas a la necesidad de afiliación.

Según Gaitán (n.f.), McClelland acercó el comportamiento personal y motivacional al desarrollo económico, indicando que las características personales están intrínsecamente relacionadas con la importancia del desarrollo empresarial y su consecuente desarrollo económico y social de las naciones.

Para propósitos de correlacionar las características con las necesidades a continuación se presenta de forma gráfica, el Modelo Conceptual (CEP). Se muestra visualmente la correlación de la Teoría de las Necesidades de McClelland y las características empresariales (véase Figura 2).

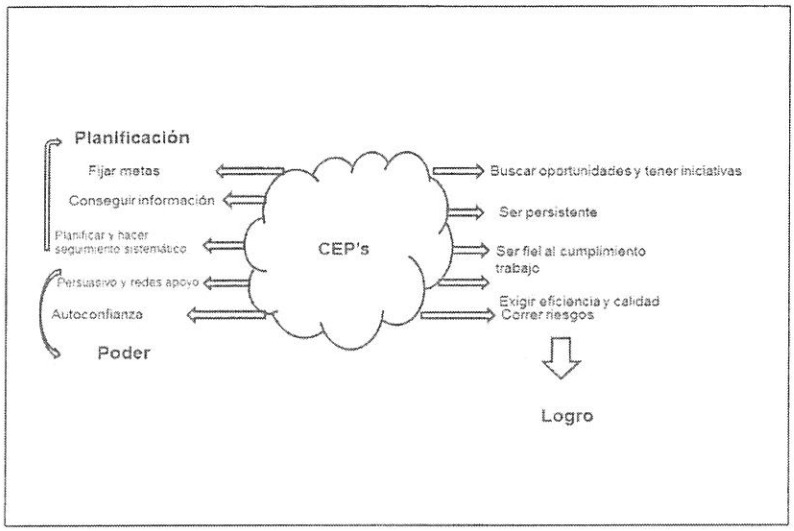


Figura 2. Fuente *Management Systems International*

Currículo Educación Empresarial

Al tomar como base la definición de currículo de educación, explicada en el capítulo primero, diremos que se refiere al conjunto de competencias básicas, objetivos, contenidos, criterios metodológicos y de evaluación que los estudiantes deben alcanzar en un determinado nivel educativo.

La educación empresarial se considera uno de los campos de estudio de más alto crecimiento a nivel educativo alrededor del mundo. Esto se debe a la creciente importancia que ha tenido el mismo para el desarrollo, crecimiento económico y la generación de empleos en cualquier país. Del mismo modo como se define el currículo de educación, debe ser definido el concepto de currículo empresarial.

Si se tratase de definir lo que es un currículo empresarial y atemperamos su definición a la realidad actual, esta investigadora considera que el currículo empresarial debe ser uno que incentive la importancia del empresarismo y su viabilidad. Debe desarrollar las competencias de los estudiantes, basarse en la experiencia a través de

prácticas de simulación de negocios. Igualmente, debe contar con el apoyo de empresarios y de egresados como estrategias de fomentar el empresarismo; que se permita la participación en los centros de actividad, o parques industriales de Puerto Rico. En otras palabras, que cree una relación estrecha con la experiencia empresarial real.

Por tanto, la universidad tiene un rol protagónico en el desarrollo del conocimiento de los estudiantes en cuanto a la intención empresarial, en el estímulo a que vislumbren una carrera en empresarismo como alternativa; en la creación de una actitud y un compromiso firme; en el fomento de capacidades, que permitan una generación de emprendedores que se conviertan en vehículo de promoción del desarrollo económico del país.

Es importante que la universidad expanda sus métodos pedagógicos de una forma distinta estableciendo un currículo empresarial que promueva la intención empresarial, el espíritu empresarial, la innovación, la creatividad y el desarrollo de habilidades entre el estudiantado. Como bien dice Albert Einstein: "*Una locura es hacer la misma cosa una y otra vez, esperando obtener resultados diferentes. Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo*".

En las Filipinas, en especial el Colegio Miriam, cuando se implementó su programa en empresarismo, el trasfondo estuvo basado en los siguientes principios:

1. Reconocimiento de la necesidad socio-económica para desarrollo, crecimiento e inyección de los recursos para la sostenibilidad económica.

2. Una disciplina que permite a los ciudadanos a crear empresas, generar empleos, productividad, crear riqueza para ellos y otros y sostenerla con ética y responsabilidad.

Cuando el Colegio Miriam reconoció la necesidad socio-económica del país, identificaron cinco bloques como marco de referencia para las necesidades y requisitos actuales y futuros en la academia tanto para los estudiantes, profesores como para la universidad, los negocios, las industrias y la comunidad en general. Crearon así, un marco curricular donde se vive el empresarismo, López, Gatchalian, Ibañez y Serrano (2013). Estos bloques son:

1. El curso, necesidad de enseñanza y aprendizaje, competencias empresariales y resultados.
2. Políticas, estándares, y guías para el Bachiller en Empresarismo.
3. Programa diferenciado de empresarismo, especialidad y nichos.
4. Métodos pedagógicos relevantes, modelos apropiados de incubadoras, educadores competentes, y una evaluación más allá de números.
5. Colaboración institucional, asociaciones, vínculos e internalización.

Al comparar el currículo de educación empresarial de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán, y el Currículo Empresarial del Colegio Miriam en Filipinas, se tiene el firme propósito de que el mismo redunde de forma favorable en un cambio al programa actual y aporte a la Academia con un estudio que ha resultado exitoso en Filipinas y en otros países. Se trata de un cambio de paradigma en la educación empresarial de Puerto Rico, en la formación de conocimiento empresarial, en

la creación de laboratorios que fomenten la creación de empresas con el apoyo de mentores empresarios. Igualmente, se trata de reconocer el papel de las redes y asociaciones de apoyo que permitan promover el aprender practicando.

Este cambio de currículo, que este estudio presenta luego de investigar, no es tan solo en Filipinas sino a través de la revisión de literatura, es un nuevo enfoque utilizado en diferentes partes del mundo como estrategia de las universidades para que sea el catalítico, ese motor que aporta al crecimiento económico del país, utilizando simulaciones de negocios en sus cursos. Algunas universidades que lo han implementado son las siguientes: la Universidad de Zagreb, Universidad de Teherán, Universidad de Payam Noor, Universidad Islámica Azad (estas en Irán), Universidades en Australia, Universidad Europea de Madrid, Universidad Europea de Chipre, San Marcos de Perú, Universidad de Pune en India, y en Estados Unidos podemos mencionar Colegio Babson, Universidad de Harvard, entre otras.

Al evaluar el currículo actual de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán, observamos que se ofrece un Bachillerato en Administración de Empresas (BBA), en Desarrollo Empresarial y Gerencial. Para obtener el bachiller en esta concentración, son requeridos 119 créditos, divididos en requisitos medulares (41 créditos), requisitos de concentración (27 créditos), educación general (48 créditos) y cursos electivos (3).

Del currículo de la Universidad Interamericana podemos mencionar del currículo un dato pertinente, y es que solamente 12 créditos son enfocados en el área empresarial, lo que equivale a entre cuatro a cinco clases en empresarismo. Estos cursos son ofrecidos

entre el tercer y cuarto año de universidad, lo que contrasta notablemente con lo expresado en el primer capítulo: que nuestras universidades no están adecuadas para generar los graduados capacitados en pensamiento empresarial (Smith y Paton, 2011).

En el caso del Colegio Miriam de Filipinas, el currículo de Bachillerato en Empresarismo es de 146 créditos, según Ordenanza Número 17 de la Comisión Educación Superior. El enfoque del mismo, según se mencionó anteriormente, está centrado en el reconocimiento de las necesidades socio-económicas, en el crecimiento y la inyección de recursos para la sustentabilidad económica. Esto permite a los estudiantes establecer negocios, generar empleos y productividad y crear bienestar para ellos y otras personas, de una forma ética y responsable. Los 146 créditos están distribuidos de la siguiente manera:

- Educación General (36 créditos): Cursos establecidos por la universidad.
- Cursos Medulares Negocios (21 créditos): Cursos basados en cuatro funciones importantes de los negocios. Estudiante de negocios y gerencia deben tener el conocimiento básico de estas cuatro áreas funcionales.
- Cursos Concentración Empresarismo (60 créditos): Cursos básicos de emprendimiento, donde se establecen los conceptos fundamentales que todo estudiante en empresarismo debe conocer en el campo de los negocios y gerencia. De acuerdo a la Comisión Educación Superior, en estos cursos se deben involucrar profesores que sean empresarios. Estos créditos se dividen: 21 créditos en cursos de Incubadoras y 39 créditos en cursos No relacionados a incubadoras.

- Cursos Electivos (14 créditos): Aquí los cursos pueden ser en clases de educación física, y el Programa Nacional de Capacitación en Servicios.
- Cursos Especializados/Electivos (15 créditos): Se proveen electivas basadas en el interés o especialidad de la facultad, y pueden ser utilizados para especializarse en ciertos tipos de negocios.

Este modelo curricular, fue generado tomando como base las 10 Competencias Empresariales, obtenidas mediante la utilización cuestionario de Características Empresariales Personales (CEP); el cual fuera desarrollado por la compañía Management Systems International (MSI), y creado por David McClelland. Ha sido utilizado en Estados Unidos como en otras partes de América para el desarrollo, creación e implementación del currículo empresarial.

Cabe señalar que, dentro de los cursos ofrecidos por el Colegio Miriam, como pre-requisito al curso de Planificación de Empresas, y solo para propósitos de la clase, cada estudiante recibe un cuestionario para su evaluación personal. La Dra. María L. Gatchalian (comunicación personal, 8 de marzo, 2016), delineó una rúbrica modificada del cuestionario para los estudiantes cuyo objetivo es poder cotejar el desarrollo y las competencias adquiridas de los mismos, agrupando las diez características en tres bloques, siendo estos:

- Clúster de logro - Dentro de este bloque se miden las características de buscar oportunidades, correr riesgos moderados, exigir eficiencia y calidad, compromiso de trabajo, ser persistentes y auto-motivados. La característica de fiel al cumplimiento del trabajo fue identificada por

McClelland. En el caso de Filipinas es un compromiso para trabajar y sacar hacia adelante cualquier iniciativa surgida; esta investigadora entiende que por el enfoque del currículo de empresarismo en el Colegio Miriam, el de cumplir de manera cabal lo requerido en el curso.

- Clúster de planificación (afiliación) - Las características son: buscar información, establecimiento de metas y planificación sistemática.
- Clúster de poder - Son las redes de apoyo y la autoconfianza, igualmente que la necesidad de poder identificada por McClelland.

Este sistema de rúbrica permite que el estudiante se relacione con los temas del curso, y a su vez, permite al profesor evaluar objetivamente el nivel de desempeño de acuerdo a los criterios específicos del mismo, proveyendo un marco de autoevaluación que permita el entendimiento y manera de proceder para el desarrollo de las competencias en los estudiantes.

La investigadora entiende que no hay ninguna diferencia entre el modelo CEP desarrollado por McClelland en contraste por el desarrollado por la Dra. Gatchalian; más bien es cuestión de conceptos. En cuanto a la necesidad de afiliación la Dra. Gatchalian lo categoriza como planificación, se sobre entiende por esto que es la forma como el estudiante puede entender las formas para llegar al éxito, siendo importante la planificación de los recursos disponibles, buscar la información necesaria y establecer metas personales de una manera organizada y planificada.

Por consiguiente, el programa curricular en empresarismo del Colegio Miriam puede servir de base a las universidades para emular este proceso y para la

implementación y el desarrollo de un programa flexible y eficiente en las universidades de Puerto Rico. Debe concebirse un programa con énfasis en el desarrollo y en el potenciar la mentalidad empresarial para manejar pequeñas y medianas empresas, para ser innovadores y competentes en la preparación de planes de negocios, para convertirse en expertos en la identificación de oportunidades de negocios prometedores. Igualmente debe generarles a los estudiantes confianza en la toma de decisiones de negocios y, al mismo tiempo, adquirir las habilidades prácticas necesarias en el campo elegido.

En este capítulo, la investigadora sentó las bases para elaborar el presente estudio al presentar revisión de literatura de artículos, publicaciones y estudios existentes llevados a cabo en el campo de la educación empresarial.

En el Capítulo III se describe la metodología utilizada en el estudio de investigación para la recopilación de los datos y su ulterior análisis.

Capítulo III

Metodología

En el estudio se utilizó el paradigma de investigación cuantitativa con la finalidad de poder contestar las preguntas: primero, ¿cuáles son las características de la mentalidad empresarial personal que poseen las jóvenes estudiantes universitarias? y segundo, ¿si estás características son similares entre las jóvenes que estudian en la concentración de negocios a las de aquellas que no estudian la misma concentración?

El utilizar esta metodología, nos va a permitir la evidencia empírica para acercarnos a la realidad para de forma objetiva, con los datos obtenidos, analizar los hallazgos obtenidos y poder llegar a la conclusión.

Además, Herrera (2008) indica que el objetivo de la investigación cuantitativa es el de adquirir conocimientos fundamentales que nos permita conocer la realidad de una manera más imparcial, donde se recogen y analicen los datos a través de conceptos.

Por otro lado, nos indica Shuttleworth (2008) que la investigación cuantitativa es una excelente manera de finalizar los resultados y probar o refutar una hipótesis; de este modo se llega a una respuesta y los resultados pueden ser discutidos y publicados legítimamente.

Encontramos en la literatura que la metodología cuantitativa presenta el empirismo o positivismo metodológico; es decir, se centra en los aspectos observables susceptibles de cuantificación. El principio fundamental del empirismo es que el conocimiento válido, cuantificable y medible solo puede establecerse por referencia a lo

que se ha manifestado a través de la experiencia, teniendo la capacidad de predicción y generalización.

De acuerdo a Madrigal, Marín, Mitranda, Mora, Muñoz, Olaso, Orozco y Paniagua (2009) a través de la investigación cuantitativa, se explora:

a. Entender las percepciones, opiniones y necesidades
b. Identificar actitudes y comportamientos
c. Establecer diferencias y similitudes
d. Generar respuestas de tipo puntual frente a un tema

Por lo que las preguntas formuladas en el primer capítulo fueron dirigidas a identificar las diferencias y similitudes entre la población universitaria femenina. Estas son:

1. ¿Cuáles son las características empresariales y la mentalidad empresarial personal de las jóvenes universitarias en Puerto Rico?
2. ¿Cuáles son las características de las mujeres universitarias en otras concentraciones?
3. ¿Son estas características similares entre mujeres universitarias que estudian en la concentración de negocios y las que estudian en otras concentraciones?
4. ¿Tienen las características suficientes para crear su empresa? Tanto las mujeres universitarias en concentración de negocios y de otras concentraciones.
5. ¿Existen debilidades, destrezas, competencias y fortalezas?

Por otra parte, Timmons y Spinelli (2009) indican que para fomentar la mentalidad empresarial se debe crear un plan de acción derivado en acciones que motiven a las personas a ser emprendedores. Debe hacerse a través de programas curriculares activos, basados en la filosofía de aprender haciendo, de involucrar a empresarios y empresas en la creación y el diseño de cursos y de adiestrar y motivar a los maestros en la educación empresarial, dentro de un marco dinámico y cambiante para preparar a los futuros empresarios.

Al identificar a través de este estudio las características de las jóvenes universitarias, se permitirá a su vez la evaluación actual del currículo universitario para que resulte en el desarrollo de un nuevo currículo en educación empresarial. Este debe estar enfocado en un nuevo paradigma, integrador de la experiencia real y que abarque lo multidisciplinario, de una forma sistemática con acciones efectivas y medibles, donde se emulen programas como los establecidos en el Colegio Babson en Estados Unidos y el del Colegio Miriam en Filipinas.

Metodología

Existe una variedad de aplicaciones en la investigación cuantitativa que permite cuantificar y ordenar el resultado de actitudes, comportamientos, y características (Madrigal, et al. 2009).

Una de las características de la investigación cuantitativa es que su base es epistemológica, de positivismo y funcionalismo, de medición objetiva, de demostración de la causalidad y la generalización de los resultados y la recopilación de datos es

estructurada (Herrera, 2008). La investigación cuantitativa filtra factores externos; por lo tanto, los resultados obtenidos son reales e imparciales (Shuttleworth, 2008).

A diferencia de los estudios cualitativos (ideal para proyectos investigación fase inicial y de enfoque subjetivo), en esta investigación buscamos los datos del grupo específico para obtener resultados que nos permitan obtener una medición objetiva, confirmatoria, inferencial, deductiva y generalizable con datos sólidos y repetibles.

Justificación del Método

La etimología del término investigación proviene de la palabra en latín *investigare*, la cual se refiere a llevar a cabo estrategias para descubrir algo. La investigación es un proceso sistemático, organizado y objetivo, que sirva de base para interpretar resultados con el fin de ampliar conocimientos o de generar nuevos (Diccionario *Real Academia Española, 2015).*

Alineado a esta definición, se encuentra una de las metodologías de investigación, la cuantitativa, también llamada lógica-hipotética-deductiva (Arroyo, 2014), cuya estructura es ordenada. En este tipo de metodología se tienen delineadas, de manera lógica, las hipótesis o preguntas del estudio; es objetiva, orientada al resultado, con datos sólidos y que son repetibles. Además, es delimitada y los resultados deben ser de beneficio para la academia, hecho que permite la generación de marcos educativos y la creación de nuevas políticas públicas o fortalecimiento de las existentes.

Descripción de la Investigación

Para la realización del estudio se utilizó el Cuestionario de Características Empresariales Personales, que consta de 55 afirmaciones, el cual fue desarrollado por la

firma *Management Systems International* (MSI por sus siglas en inglés), que identifica 10 características empresariales personales, sobre la base de la Teoría de las Necesidades de McClelland. De este modo, se consigue contribuir con la Academia al proponer un currículo de educación empresarial innovador, desde el primer año universitario, proyectando los resultados a partir de los datos obtenidos sobre las características objetivas de la muestra.

El cuestionario desarrollado por MSI, y utilizado para la realización del estudio, fue estructurado utilizando escala de medición tipo Likert para sus afirmaciones. Este tipo de medición es muy utilizado en los cuestionarios y en las encuestas. Del total de 55 enunciados, 50 son agrupados para medir las características empresariales, y luego sumados para el puntaje total, y cinco de los enunciados son considerados como el factor de corrección para validar la información y la coherencia de las jóvenes en sus contestaciones para el puntaje corregido final.

Autorizaciones

Se siguieron los siguientes pasos para la realización del estudio:

1. Autorización *Interamerican Review Board (IRB* por sus siglas en inglés) para realizar el estudio de investigación.
2. Identificación Recintos de la Universidad Interamericana para la distribución del cuestionario.
3. Cartas de Solicitud a los Recintos previamente identificados.
4. Autorizaciones de los Recintos para realizar el estudio.

Para poder llevar a cabo el estudio investigativo, la investigadora sometió todos los documentos requeridos por la Junta de Revisión (IRB por sus siglas en inglés) de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, la cual concedió autorización para realizar el mismo (véase Apéndice A).

Luego de recibida la autorización de la Junta Revisión, la investigadora solicitó la autorización por escrito a la Universidad Interamericana para realizar la investigación en los siguientes Recintos: Fajardo, Ponce, Arecibo, Aguadilla y San Germán.

Para poder llevar a cabo la investigación, la investigadora solicitó un área designada, con mesas y sillas. Las cartas de solicitud fueron enviadas a través de correo electrónico y el seguimiento se llevó a cabo por medio de llamadas telefónicas y de correos electrónicos. Las respuestas de aprobación se recibieron a través de estos medios.

La investigadora agradeció la disponibilidad y el compromiso de todos los recintos identificados para llevar a cabo la investigación, en los días y horas acordadas, y la disponibilidad del personal presente en la coordinación de los grupos y salones.

Selección de la Muestra

La población es definida según Hernández, Fernández y Baptista (2010), como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Por lo tanto, el definir las características de la población nos permite delimitar la muestra de nuestro estudio.

La población de la investigación estuvo compuesta por jóvenes universitarias matriculadas en el currículo empresarial, al igual que pertenecientes a otros currículos, en los diferentes recintos.

En la selección para la muestra, se tomó en consideración a las jóvenes universitarias de la Universidad Interamericana de los recintos de: Fajardo, Ponce, Arecibo, Aguadilla y San Germán.

Para el propósito de la investigación, se distribuyeron 190 cuestionarios en los recintos de la Universidad Interamericana. Para ello nos basamos en la población estudiantil de cada recinto; el 50 % fue repartido entre jóvenes universitarias estudiantes de empresas/empresarismo; y, el otro 50 % entre jóvenes universitarias pertenecientes a otros currículos.

Una vez identificados los Recintos de la Universidad Interamericana, se estableció la muestra en función del área geográfica y la cantidad de cuestionarios por recinto (véase Tabla 2).

Tabla 2

Distribución de Cuestionarios por Recinto

Recintos Universidad Interamericana	**Empresas**	**Otros Currículos**
Recinto Fajardo	15	15
Recinto Ponce	25	25
Recinto Arecibo	15	15
Recinto Aguadilla	15	15
Recinto San Germán	25	25
	95	95

Nota: 95 = total cuestionarios por concentración

Procedimiento para realizar el estudio investigación

El procedimiento llevado a cabo consistió en la identificación del grupo de féminas, tanto de la concentración empresas/empresarismo como de otras concentraciones.

En los casos donde el grupo era uno mayor, y se tenía la disponibilidad de un salón, el personal asignado de contacto procedió a la presentación de la investigadora, quién agradeció el tiempo y explicó el propósito de la investigación. Se informó que se obtuvieron los permisos requeridos para el mismo y se indicó a las participantes que el método utilizado para el estudio investigativo fue cuantitativo. También se les explicó que por ese motivo les tomaría 10 minutos contestar el cuestionario, que consistía de 55 cinco enunciados, escritos en un papel por ambos lados. Además, se les indicó que conjuntamente con el cuestionario se les entregaría la carta modelo de participantes, con la que se podían quedar, y el consentimiento informado, que debe ser devuelto al momento de entregar el cuestionario completado.

Para poder completar la cantidad de cuestionarios por recinto, la investigadora también se movilizó a distintas partes del lugar, donde procedió a presentarse y a preguntar a las jóvenes a cuál currículo pertenecían. Les informó el propósito del estudio de investigación y les solicitó la cooperación voluntaria de las jóvenes para realizar el cuestionario.

Instrumentos

El procedimiento para poder llevar a cabo el estudio de investigación incluyó el envío de la carta de presentación a los rectores y decanos de asuntos académicos de los

recintos previamente identificados. En esta comunicación se expuso el tema del estudio y el propósito de la invitación que les exhortaba a colaborar en el mismo; se les envió la carta de la aprobación recibida por parte de la Junta Revisora (IRB). Igualmente, se les indicó que la investigación está protegida por las normas de investigación relacionadas a sujetos humanos establecidos por los organismos institucionales de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, con la debida confidencialidad y manejo de la información.

Además, con la carta de invitación, se incluyó la hoja de consentimiento de las participantes, donde se explica que la misma debe ser firmada y entregada a la investigadora como parte de los requisitos de su participación. Se les notificó el propósito del cuestionario, la obtención de permisos de la universidad y los procedimientos de confidencialidad y manejo de la información. Para llenar el cuestionario, en la hoja de consentimiento, las participantes contaban con el espacio para escribir su nombre, el lugar, el día y la hora en que se realizó el cuestionario y las firmas de la participante y de la investigadora (véase Apéndice E).

Descripción de las participantes

El total de participantes entre todos los Recintos fue de 190 jóvenes universitarias, debidamente matriculadas en los recintos participantes. Como se indicara previamente, los recintos fueron seleccionados de cinco zonas geográficas de Puerto Rico. El 50 por ciento de las participantes eran pertenecientes al currículo de empresas y el otro 50 por ciento pertenecían a otros currículos.

De un total de 190 cuestionarios utilizados para realizar el estudio de investigación, se obtuvo el 100 por ciento de participación entre toda la población. Se comenzó el proceso en los diferentes recintos de la Universidad Interamericana el 2 de noviembre de 2016 y se terminó el 23 de noviembre de 2016. En la Tabla 3 se detalla el recinto, las fechas de realización estudio, y el tiempo de duración para completar los cuestionarios.

Tabla 3

Datos sobre las reuniones por Recinto

Recinto Universidad Interamericana	Fecha Reunión	Duración
Recinto Fajardo	2 de noviembre de 2016	3 horas
Recinto Ponce	16 de noviembre de 2016	5 horas
Recinto de Arecibo	21 de noviembre de 2016	3 horas
Recinto de Aguadilla	22 de noviembre de 2016	3 horas y 30 minutos
Recinto de San Germán	23 de noviembre de 2016	3 horas y 30 minutos

Nota. Reuniones Realizadas por la Investigadora

Organización de los cuestionarios

Para facilitar la organización de los cuestionarios, se identificaron de acuerdo a los pertenecientes al currículo de empresas/empresarios y los de otras concentraciones. Tan pronto fue completado el número de participantes por recintos, se procedió a segregar los mismos por lugar y por currículo.

Se inició la fase de codificar los cuestionarios, según las contestaciones de las participantes, y a preparar la hoja de evaluación y la hoja de corrección, (Apéndice G), de cada participante, por recinto y por currículo.

Análisis de los Datos

En una investigación cuantitativa, el análisis de datos consiste en resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuesta a las interrogantes de la investigación (Alva, n.f.).

De acuerdo a *Sage Publications* (2010), la investigación cuantitativa se define como la explicación de fenómenos mediante la recopilación de datos numéricos que se analizan utilizando métodos basados en las matemáticas, a través del procesamiento estadístico.

El instrumento utilizado por la investigadora para la obtención de los datos en el estudio fue el, que consiste de 55 enunciados, donde se pide a las participantes su reacción a cada afirmación, utilizando el escalamiento tipo Likert.

A través de las contestaciones de cada una de las afirmaciones del cuestionario, del cual se obtuvieron los datos numéricos por concentración, se permitió la obtención de los datos para su ulterior análisis estadístico.

Análisis de Contenido

La información recopilada de los cuestionarios está fundamentada en diez características empresariales, según el modelo desarrollado por MSI, por lo que se utilizó el análisis de contenido como técnica de evaluación para responder a las preguntas objetivos del estudio y realizar el análisis de los datos del cuestionario.

De acuerdo a Berelson (citado en Hernández, 1997), el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa. Para Krippendorff (citado en Andréu, n.f.), es una técnica de investigación

destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.

Por tanto, los resultados de la tabulación de los cuestionarios individuales fueron analizados estadísticamente. Luego, se interpretaron para contestar las preguntas del estudio y llegar a conclusiones. La interpretación de estos datos se presentará en el Capítulo IV.

Aspectos Éticos

Para asegurar un proceso transparente y que ofreciera garantías de integridad, seguridad y confidencialidad, se proporcionó la hoja de consentimiento informado a cada estudiante, la cual fue firmada y devuelta conjuntamente con el cuestionario.

Todos los documentos y cuestionarios, con sus respectivos consentimientos informados, serán mantenidos en casa de la investigadora por un término no mayor de cinco años. Luego de terminado este tiempo, se dispondrá de ellos mediante métodos seguros de descarte.

CAPÍTULO IV

Presentación, Análisis y Discusión de los Resultados

Esta investigación recopila información de las características empresariales de las jóvenes universitarias de los recintos de la Universidad Interamericana, obtenida a través de la utilización del cuestionario CEP. Además, permitió percibir el sentir de las jóvenes y de varios profesores, al presentarles el propósito de la investigación, con respecto al tema. Hubo una aceptación generalizada en cuanto al propósito del estudio: el permitir un cambio en el currículo actual de empresarismo.

La investigadora analizó los datos obtenidos en el cuestionario para responder a la pregunta general del tema de la disertación: ¿Cuáles son las características y la mentalidad empresarial personal que poseen las jóvenes universitarias? De esta pregunta se desprenden seis preguntas guías a ser analizadas en este estudio.

El estudio de investigación tiene la finalidad de demostrar que, independientemente al currículo al cual pertenezcan las jóvenes universitarias, estas presentan similitudes en las mismas características, aunque el grado de comparación varíe.

Se pretende, además, que los hallazgos que surjan del análisis de los cuestionarios cuando se identifiquen las características empresariales permitan sentar las bases para proponer la creación un currículo de empresarismo o de programas enfocados en el desarrollo de las características identificadas. A su vez, que la universidad sea el vehículo que ayude en el desarrollo, motivando la mentalidad y la intención empresarial y, por consiguiente, propiciando una reforma en la educación empresarial que contribuya

al desarrollo económico de Puerto Rico. El currículo o programa debe ayudar en los siguientes aspectos: (a) el fortalecimiento de las características empresariales; (b) el desarrollo de aptitudes; y (c) la disposición de crear un negocio propio.

Ya que la universidad es centro de formación y generación de conocimientos, ha de ser el vehículo que permita un entorno positivo en el desarrollo de un currículo empresarial. Este debe estar enfocado en los siguientes: (a) estimular la mentalidad empresarial y (b) desarrollar a futuros emprendedores que aporten al desarrollo económico en Puerto Rico.

Para propósitos del estudio de investigación, como herramienta empleada para la evaluación estadística se utilizó el programa estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS por sus siglas en inglés). Este programa se usó para medir las características del grupo participante, currículos de empresas/empresarismo y el grupo correspondiente a otros currículos. Los datos obtenidos fueron evaluados utilizando la *Prueba T*, la cual permite determinar si existen diferencias significativas entre las medias de los grupos participantes.

La *Prueba T* fue desarrollada y es utilizada para establecer la diferencia entre las medias de dos poblaciones independientes. De acuerdo a esta prueba, la hipótesis nula sostiene que las varianzas de los grupos son iguales y la hipótesis alterna indica que las variables son diferentes entre sí. Si el valor de la varianza es mayor de 0.0 5, entonces la varianza es igual en ambos grupos; de lo contrario, si la varianza es menor de 0.05, entonces existe diferencia entre los grupos (Blacutt, 2012).

Este capítulo se estructuró en cuatro partes. En la primera se discute el desarrollo de la educación empresarial en Filipinas, que da base a la creación de un currículo y de programas en las universidades de ese país. En la segunda se discute la educación empresarial en Puerto Rico; en la tercera se presentan los resultados de los datos obtenidos de la investigación a través de los cuestionarios y en la cuarta parte se discuten los hallazgos para contestar las preguntas de la investigación.

Presentación y análisis de la información sobre la educación empresarial actual en Filipinas.

En Filipinas existen tres agencias de gobierno que se encargan de los requisitos de la educación de los ciudadanos (Velasco, 2013). Estos son: (a) Departamento de Educación (DepEd), que se encarga de cumplir con los requisitos de la educación elemental hasta nivel secundario; (b) la Comisión de Educación Superior (CHED por sus siglas en inglés), que es responsable del desarrollo y la operación de la educación superior (compuesto por instituciones privadas y públicas); y, (c) la Autoridad de Educación Técnica y Desarrollo de Competencias (TESDA por sus siglas en inglés).

En la década de los 70, se comienza a recopilar evidencia de que el empresarismo puede ser desarrollado en el salón de clases. Además, las actividades de empresarismo se asociaban con la construcción de la nación al crear trabajos y logra la equidad, lo que mejoraba la productividad nacional. Por esta razón, las universidades y escuelas de negocios comenzaron a introducir programas de empresarismo o, en algunas universidades, algunos créditos en cursos de especialización (Fajardo, 2013).

Esto ha sido evidenciado por el plan de educación de K-12, el cual prepara a los jóvenes estudiantes (de no poder asistir a la universidad) con las habilidades para poder desarrollar un negocio (Fajardo, 2013). Ejemplo de ello ha sido el programa piloto de la Fundación de Investigación y Desarrollo de Pequeñas Empresas (SerDef por sus siglas en inglés). Igualmente, un programa de educación empresarial para niños en grado pre-escolar y elemental, Creando una Sociedad Emprendedora Hoy (BEST por sus siglas en inglés), con el lema "*Kung anong kinamulatan, siya ring pagkakatandaan*", que significa: "Lo que sea que creció contigo permanecerá contigo hasta la vejez".

Como resultado de este movimiento hacia la educación empresarial, la Universidad de Filipinas y su Instituto de Industrias de Pequeña Escala (UP-ISSI por sus siglas en inglés) y la Fundación de Investigación y Desarrollo de las Pequeñas Empresas, son considerados pilares de la iniciativa empresarial y la educación (Fajardo, 2013; López & Gatchalian, 2015). La primera fue establecida bajo la Ley de la República de Filipinas en 1966 y, posteriormente, a principios de los años 70, fue establecida la Fundación. En estos programas se centran los valores personales, actitudes y competencias del empresario con relación al aspecto de la gestión empresarial de la producción, el mercadeo y las finanzas (Fajardo, 2013).

En Filipinas, el empresarismo es visto como un propulsor importante para empoderar al desventajado económicamente y promover la innovación de productos y servicios que permitan mejorar la productividad del país.

Por tal razón, la Constitución de la República de Filipinas, desde el año 1987, reconoce la importancia del empresarismo como el motor de desarrollo económico.

Explícitamente, se destaca el papel del sector privado en su contribución hacia una mejor calidad de vida del filipino (Evangelista, 2013).

Por esta razón, la Comisión de Educación Superior en Filipinas ha impulsado la integración formal de la educación empresarial, en virtud de la Ley de la República Núm. 7722 (1994), según consta en la Orden de Resolución Núm. 17, Serie 2005, de Requisitos Curriculares para el Bachiller en Ciencias en Empresarismo. Esta ley contiene las nuevas orientaciones académicas de programas y cursos en Empresarismo (López & Gatchalian, 2015, Velasco, 2013).

Es necesario mencionar que la Comisión de Educación Superior en Filipinas es una que periódicamente revisa los currículos de la educación y los miembros de la comisión son seleccionados entre los sectores académicos y del sector de la industria. Esto permite a la comunidad académica la libertad de moldear sus programas académicos basados en: (a) su misión; (b) sus fortalezas; (c) su localización geográfica, y (d) su respectiva fortaleza en la industria. Esto les permite ser creativos en el ofrecimiento de programas educativos, como son los programas de incubadoras, artes culinarias y modas, entre otros.

En el año 1983, la Universidad De La Salle se une a este esfuerzo en la educación empresarial cuando comienza a ofrecer el Bachiller en Ciencias Empresariales y, para el año 2003, la Maestría en Empresarismo. En el año 1999, el Instituto de Gerencia en Asia también comenzó a ofrecer en su programa la Maestría en Empresarismo. Luego, en el año 2007, este programa pasó al Centro de Empresarismo y Educación en Gerencia ACE, en colaboración con el Ateneo de Escuela de Negocios (Velasco, 2013).

En la actualidad, los cursos de empresarismo comenzaron a ganar terreno como parte de una educación formal dentro de las universidades y como curso vocacional electivo en la educación secundaria, principalmente para el sustento y el autoempleo de los jóvenes. De acuerdo a Velasco y Del Rosario (2013), el enfoque en el empresarismo se ha manifestado en Filipinas por la cantidad de universidades que incluyen cursos de esta disciplina en sus programas. Igualmente, es visible en las ofertas formales de títulos y en el ofrecimiento de cursos en los programas de empresas para estudiantes de nivel subgraduado y de posgrado.

Estas iniciativas para formalizar la educación en empresarismo a través de las instituciones académicas y las agencias de gobierno han demostrado la importancia que tienen y la necesidad de desarrollar destrezas empresariales que redundan en el crecimiento económico y la competitividad del país (Llorito, 2012). Hay que mencionar el compromiso del gobierno filipino en la creación de políticas nacionales, leyes y resoluciones que reconocen la importancia de impartir educación empresarial para mejorar los mecanismos hacia desarrollo empresarial del país. Algunos ejemplos de estas resoluciones son: (a) la Resolución del Senado 2212, conocida también como el Empresarismo Juvenil, Acta del 2014, y (b) la Resolución del Senado 1026 o Acta Empresa Social 2013 (Gatchalian, 2015).

En consonancia con lo antes indicado, luego de revisada la literatura, hay un total de 192 centros de educación (*Guía de Universidades y Colegios*) en Filipinas que ofrecen el Bachiller en Ciencias Empresariales. Solamente la Universidad Saint Mary's

University ofrece el grado doctoral en empresarismo; tres en Maestría; y dos en certificados en empresarismo (Schools Offering Entrepreneurship in the Philippines, n.f.)

Como resultado del desarrollo en la educación empresarial, la creación de cursos con la colaboración de la industria y el gobierno ha permitido la expansión del empresarismo en cursos tradicionales de las universidades. Algunos son: Bachiller en Ciencias y Artes de Gerencia Empresarial; Bachiller en Agro-negocios con concentración en empresarismo; Bachiller en Tecnología Alimentaria y Empresarismo; Bachiller en Agricultura con especialidad en Emprendimiento Agrícola; y, cursos en Tecnología Empresarial.

Hay que añadir a lo antes expuesto que según la página de universidades de Filipinas y la guía de colegios, se ofrecen cursos en Maestría de Gerencia de Recursos con especialidad en Empresarismo; Tecnología de Ropa; Gestión de Servicios Alimenticios; Tecnología del Hogar; y Empresarismo con concentración en tecnología automotriz, tecnología de dibujo, eléctrica, tecnología de refrigeración y aire acondicionado; y Turismo Empresarial, entre otros. Actualmente, de forma emergente y con gran auge se encuentran el empresarismo social y el tecnológico. Además, existen programas de impacto en el desarrollo, los cuales se ocupan de las graves deficiencias y necesidades en los recursos, el medio ambiente y otros asuntos socio-económicos dentro de las comunidades de Filipinas.

En definitiva, no hay duda de que las universidades y los colegios en Filipinas han sido clave para el desarrollo económico y social del país. En este lugar existe, cada día más, el reconocimiento de que la educación superior es un elemento clave en el

desarrollo sostenible de un país, lo que demuestra, a su vez, que los esfuerzos del gobierno, según expresados en la Constitución y su plan de desarrollo, van en la dirección correcta.

Con respecto al empresarismo en Filipinas, el *Plan de Desarrollo 2011-2016* del gobierno refuerza su compromiso hacia el espíritu empresarial para alcanzar las metas de desarrollo económico y la creación de empleos. Queda evidenciado, a través del compromiso del gobierno, de empresarios, de asociaciones y de las universidades, cómo el empresarismo ha aportado al desarrollo del país, tanto en la creación de empresas como en la de empleos en el país.

Para el año 2014, la contribución para el desarrollo del empresarismo estuvo a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MSME por sus siglas en inglés), que constituyeron el 99.6 % del total de los negocios en Filipinas y que contribuyeron en un 62.8% a la generación de empleos. Aportaron el 36% del ingreso total de las exportaciones del país (Autoridad Estadísticas Filipinas) y fueron el sector de ventas al detal y al por mayor, con la reparación de vehículos, los sectores que más contribuyeron a generar empleos, seguidos por la manufactura, el alojamiento y alimentación, la educación y los servicios financieros y de seguros.

Los resultados positivos de lo antes expuesto le han permitido a Filipinas continuar mejorando el currículo de empresarismo en las ofertas que ofrecen las distintas universidades del país. Más aun, el esfuerzo para hacer crecer la educación empresarial en torno a la preparación de los profesores, al crear la asociación de *Educadores Empresariales de Filipinas* (ENEDA por sus siglas en inglés) es encomiable. El

propósito de esta asociación es ayudarlos a desarrollar las destrezas y los conocimientos necesarios para una enseñanza efectiva y eficiente, en pos de la educación de personas morales, espiritualmente rectas y empresarios responsables (Gatchalian, 2010).

De este modo, la educación será una en la que puedan tener una experiencia interactiva, que pongan manos a la obra y que apliquen los conocimientos con la ayuda de mentores empresarios y que, a su vez, permita medir el progreso de los estudiantes. Debe existir también un ambiente de apoyo donde los miembros de la facultad y los estudiantes puedan trabajar juntos para: (a) identificar oportunidades económicas; (b) realizar el lanzamiento de nuevas empresas; y, (c) alcanzar, eventualmente, un nivel comercial que exceda los límites de la universidad. Conviene subrayar que hay currículos empresariales donde la asociación entre la universidad y los empresarios ha producido resultados sorprendentes. Al ser desarrollados y enseñados de la forma indicada, han demostrado superioridad sobre los métodos tradicionales de enseñanza (Thorp y Goldstein, 2010).

El propósito de lo antes expuesto es proponer la creación de un currículo en ciencias empresariales o la de promover la inclusión de un curso en empresarismo. Debe concebirse una propuesta de educación que sensibilice a los estudiantes en opciones alternas en su carrera, que sea viable, que les prepare y les provea con el conocimiento adecuado para que pueden utilizar el mismo en la creación de empresas. Además, que les sugiera cuán importante es y cómo pueden contribuir al desarrollo económico del país, independientemente del área de especialidad de sus estudios.

Presentación y análisis de la educación empresarial en Puerto Rico

En Puerto Rico, la agencia encargada de crear la política pública con relación a los estándares de la educación es el Consejo de Educación de Puerto Rico (CEPR), creado bajo el Plan de Reorganización número 1 del 26 de julio de 2010. Este plan consolida el Consejo de Educación Superior y el Consejo General de Educación bajo la Ley Número 182 de 17 de diciembre de 2009, conocida como la Ley de Reorganización y Modernización de la Rama Ejecutiva del Gobierno de Puerto Rico.

El propósito del CEPR, cuya visión está plasmada en su reglamento, es expedir licencias y acreditar a las instituciones educativas del país y elevar la calidad de la educación. Pretenden el desarrollo de una educación de excelencia, con innovación y tecnología. Dentro de sus funciones, además de expedir licencias y acreditar las instituciones educativas, cuentan con programas de apoyo a la educación dirigidos a: (a) programas de asistencia económica; y (b) becas a estudiantes para los estudios en disciplinas identificadas como prioridad para el desarrollo económico e industrial de Puerto Rico.

Al comparar los objetivos del Consejo Educación de Puerto Rico con los de la Comisión Educación Superior en Filipinas, se puede observar una gran diferencia entre ambos en cuanto a la educación en estos dos países. Por ejemplo, la Comisión Educación Superior de Filipinas presenta su visión, objetivos y metas de forma mucho más claras, precisas y delineadas que las del CEPR.

De acuerdo con lo expresado anteriormente, Aponte (2005), presidente del cuerpo rector del CEPR, indica en su reporte "Hacia una Educación de Clase Mundial" (2014),

que Puerto Rico está lejos de tener una educación de clase mundial. Expone en este que hay que realizar cambios, entre los que se encuentran los siguientes: (a) establecer metas claras en el proceso de enseñanza-aprendizaje; (b) crear acuerdos con sectores para promover las metas; (c) desarrollar una visión multipartidista para alcanzar una educación de clase mundial; (d) desarrollar una educación orientada a la innovación; (e) fortalecer el empresarismo local; y (f) desarrollar una educación continua desde el nivel prescolar hasta el técnico-universitario.

De igual modo, al realizar un estudio de percepción de desarrollo de competencias, López y Rivera (2016) indican que la educación representa el factor de mayor debilidad en el desarrollo humano del país. Consideran que es de suma importancia que el sistema de educación atempere sus ofertas para desarrollar las capacidades de los estudiantes al nivel requerido ante la difícil situación que atraviesa el país. Un punto importante que indican es que ni las universidades públicas ni las privadas parecen ser pertinentes para impulsar el empresarismo, contribuyendo poco a la creación de capital social.

De acuerdo a lo anterior, las universidades no están contribuyendo al desarrollo económico y social del país al nivel que la situación actual amerita, refiriéndose, específicamente, a la facultad de administración de empresas. No obstante, según los esfuerzos y enfoques que el CEPR presenta en su reglamento, en cuanto a la educación empresarial en las universidades, se muestra que definitivamente hay un gran camino por recorrer en cuanto a la implementación de cambios. Esta situación tal vez se deba al

poco tiempo que el mismo lleva constituido y a que la implementación parece, prima facie, de lento establecimiento, por ende, retrasado en la obtención de resultados.

Cabe señalar que no se presentan estrategias de política pública para lograr los objetivos, como tampoco formas de engranar los sectores privados y del gobierno para alcanzar las metas claras en la creación de una educación de clase mundial. Esto es así, aun cuando en la *Agenda de Recuperación Económica de Puerto Rico* para el 2014 se identifican enfoques relacionados al desarrollo del empresarismo y a la transformación del sistema educativo.

Para la investigadora, es necesario la implementación de leyes que permitan esa transformación en el sistema educativo, tal como las existentes en Filipinas en cuanto al desarrollo del empresarismo. El cuerpo rector encargado de la educación en Puerto Rico debe asegurar la participación de todos los sectores, tanto de los estudiantes y de la facultad de las universidades, como de las empresas, comunidades, y agencias del gobierno para desarrollar la educación. Esta transformación es necesaria para el desarrollo social y económico del país.

Se debe agregar que nuestras universidades públicas y privadas, aun con los esfuerzos realizados con relación a la educación empresarial y los programas para promover el empresarismo en el sector estudiantil, no han creado un currículo adecuado para desarrollar emprendedores. La educación empresarial no comprende, en sí misma, el desarrollo de capacidades, de innovación y de creatividad. Más bien, los cursos de empresarismo pertenecen al programa de la facultad de Administración de Empresas, y contemplan la capacitación para trabajar en una empresa en vez de en el autoempleo.

Presentación y análisis de datos obtenidos

A partir de la evaluación de los cuestionarios, en esta segunda parte se presentan los datos encontrados en cuanto a las características empresariales personales para contestar la pregunta base del estudio: ¿Cuáles son las características y la mentalidad empresarial personal que poseen las jóvenes estudiantes universitarias?

Como hemos indicado anteriormente, los resultados indican que las jóvenes encuestadas presentan características empresariales. Mediante cursos de desarrollo y motivación empresarial, se les puede presentar alternativas en la selección de la carrera profesional a seguir para que vean nuevas oportunidades y expandir sus conocimientos; fortalecer sus destrezas y desarrollar aquellas áreas débiles. Igualmente, deben poder fomentar un pensamiento creativo y promover un empoderamiento en sus vidas profesionales, y así poder considerar el empresarismo como una alternativa viable y atractiva.

Como fue presentado en el Capítulo II, el modelo conceptual CEP está basado en diez características, según la Teoría de Necesidades de McClelland. Estas son consideradas como las más significativas en la detección y el fortalecimiento empresarial. A continuación, se enumeran:

- Buscar oportunidades y tener iniciativas
- Ser persistente
- Ser fiel al cumplimiento del trabajo
- Exigir eficiencia y calidad
- Correr riesgos

- Fijar metas
- Conseguir información
- Planificar y hacer seguimiento sistemático
- Ser persuasivo y utilizar redes de apoyo
- Tener autoconfianza

Luego de evaluados los 190 cuestionarios de las jóvenes participantes, tanto del currículo de empresas/empresarismo como de los otros, se infiere que todas las jóvenes presentaron las características antes mencionadas. Por consiguiente, al analizar el resultado estadístico, se concluye lo siguiente al considerar los resultados del cuestionario corregido:

1. La característica más sobresaliente en ambos grupos: fijar metas.
2. La característica menos sobresaliente: ser persistentes al trabajar por sus metas.
3. La característica con una diferencia significativa entre ambos grupos: buscar oportunidades y tener iniciativas.

Como se afirmó anteriormente, la característica de fijar metas es similar en ambos grupos, por lo que independientemente cual sea el currículo de estudio, ambos están claros en cuanto a las metas que desean alcanzar como individuos, tanto en lo personal como en lo profesional. En cuanto a ser persistentes para alcanzar las metas, ambos grupos reflejaron que es un área a mejorar, puesto que pueden ser persuadidas para alcanzar sus metas o, simplemente, toman en consideración y miden las oportunidades antes de asumir cualquier tipo de riesgo.

En la característica de buscar oportunidades y tener iniciativas, el grupo de las estudiantes de empresas o empresarismo sobresalió del grupo de las estudiantes pertenecientes a otros currículos. Se puede inferir que la educación en este campo les ha permitido pulir esa característica. Por tanto, la universidad puede ser el vehículo que permita refinar estas características o habilidades para que sean de mayor utilidad a las jóvenes a lo largo de su carrera universitaria y a través de sus vidas.

A través del empleo de la metodología CEP, se presentan los resultados del cuestionario para ambos grupos. Luego, se muestra el perfil de las estudiantes, utilizando la media estadística de los resultados originales y el perfil, utilizando la media de los resultados corregidos para ambos grupos. Al agruparlas, el análisis se basa en la Teoría de Necesidades de McClelland. Como se puede observar, las características que caen bajo el enfoque de la necesidad de logro representan el 50% del total de las diez características a ser evaluadas, mientras que el 30% corresponden a la necesidad de afiliación y solamente el 20% a la necesidad de poder.

A continuación, se procederá con la evaluación preliminar de las características categorizadas, siguiendo la Teoría de Necesidades de McClelland.

Necesidad de Logro

Buscar oportunidades y tener iniciativas. Con respecto a esta característica, se persigue conocer si las estudiantes universitarias exploran nuevas oportunidades, ideas, enfoques y tienen iniciativas para lograr sus objetivos. La media en el grupo de empresas/empresarismo fue de 16.63 puntos, mientras que en el grupo de otros currículos fue de 15.82 puntos. Esta diferencia, según la prueba T, representa una diferencia

significativa en su resultado. Las estudiantes del programa de empresas arrojaron un puntaje mayor que las jóvenes pertenecientes a otros programas. Se puede inferir que esto se debe a que los cursos de concentración, tales como Gerencia de Operaciones, Estrategias Empresariales y Gerenciales, entre otros, enfocados en el trabajo de empresas, les ha permitido a las estudiantes desarrollar esta característica. Especialmente porque contemplan un ambiente competitivo y cambiante donde es menester explorar nuevas ideas que aporten al desarrollo de la compañía.

Ser Persistente. En ambos grupos, esta característica obtuvo una puntuación baja. En el grupo de empresas fue de 14.75 puntos y en el grupo de otros currículos fue la misma, 14.75 puntos. Esta característica es una de importancia para la consecución de las metas. Aunque ambos grupos presentan que es una característica que poseen, no la tienen adherida fuertemente en su vida. Es por esto que hay que motivarles a ser persistentes al luchar por una meta, por un sueño, enfrentando desafíos y comprometiéndose con obtener resultados.

Ser Fiel al cumplimiento del trabajo. Ambos grupos presentaron compromiso y dedicación en la realización de sus tareas o proyectos; a su vez, al buscar el apoyo necesario para cumplir con estos asegura que se cumple con la tarea, aunque sea realizada la misma para otra persona, además el realizar la tarea de otra persona para cumplir a tiempo con la misma, aunque tengan que sacrificar de su tiempo personal y lograr los objetivos. En el grupo de empresas la puntuación fue de 18.37 puntos, ligeramente alta en comparación con el grupo que pertenece a otros currículos, que fue de 17.93 puntos.

Exigir eficiencia y calidad. Tanto el grupo de empresas como el de otros currículos presentan la misma puntuación de la media, 16 puntos. Ambos presentan tener confianza en el trabajo realizado y en sus destrezas, además de que consideran que pueden realizar el mismo de forma eficiente, sin afectar la calidad.

Correr riesgos. El grupo de las jóvenes pertenecientes a otros currículos presentó la media por encima del grupo de jóvenes de empresas/empresarismo. Este grupo presenta que son más arriesgadas al tomar decisiones, evaluando las alternativas que tienen frente sí, asegurando el control de los resultados. Aunque en términos de la media la diferencia no es significativa, se puede observar que ambos grupos evalúan las oportunidades de riesgo y éxito en la toma de sus decisiones para lograr los objetivos. En el grupo de empresas/empresarismo, la media fue de 15.85 puntos y en el grupo perteneciente a otros currículos, de 16.02 puntos. Se infiere de este resultado que tienen el valor necesario para atreverse, de forma moderada, a tomar riesgos al momento de ejecutar acciones, o el tomar decisiones para lograr sus objetivos.

Necesidad de Afiliación

Fijar Metas. En los grupos de empresas como en el de otros currículos, las estudiantes mostraron que esta característica fue la de mayor calificación, siendo la media de 20 puntos. Ambos grupos están motivados por sus metas personales y profesionales. Podemos inferir que tienen una visión clara de lo que desean a corto, mediano y largo plazo. La media para el grupo de empresas/empresarismo fue de 20.42 puntos y para el grupo de otros currículos, de 20.62 puntos.

Conseguir información. La búsqueda de información para llevar a cabo sus tareas es una característica donde los dos grupos, al no tener el conocimiento, o al tener información incompleta, recurren a personas que les brinden la información necesaria. Así, tienen la certeza de poseer un entendimiento claro y conciso de lo que es requerido, y de identificar diferentes fuentes de información para llevar a cabo sus tareas o proyectos. Para el grupo de empresas, esta característica obtuvo 17.38 puntos y la media del grupo de otros currículos obtuvo 17.46 puntos.

Planificar y hacer seguimiento sistemático. Para asegurar el cumplimiento de un proyecto, es necesario calcular el tiempo requerido para la fecha de entrega. También, se requiere revisar los planes necesarios, de acuerdo a las expectativas y los recursos con los que cuentan, para cumplir con las fechas estipuladas. En ambos grupos, esta característica se presenta más fuerte en el grupo de empresas/empresarismo, con una media de 16.47 puntos. Mientras, para el grupo de otros currículos, su media fue de 15.98 puntos. Para la investigadora, el puntaje superior del grupo perteneciente a empresas/empresarismo puede deberse a los cursos de concentración, en especial los de gerencia de proyectos, donde la planificación y el seguimiento son requeridos para cumplir con las fechas establecidas.

Necesidad de Poder

Ser persuasivo y crear redes de apoyo. Esto requiere la habilidad para conseguir el apoyo de personas, trabajar en equipo e influenciar a otros para alcanzar las metas establecidas. Igualmente exige tomar las acciones necesarias de impacto para poder alcanzar los objetivos establecidos y cumplir con los proyectos. Ambos grupos presentan

similitud en sus medias. La media del grupo de empresas/empresarismo obtuvo una media de 16.99 puntos, ligeramente mayor que la media del grupo de otros currículos, 16.68 puntos. Se infiere que el grupo de empresas/empresarismo tiene la capacidad de liderazgo para lograr influenciar a otros y de buscar los recursos necesarios para completar proyectos.

Tener auto confianza. Esta característica implica tener la confianza en las habilidades para enfrentar retos y situaciones difíciles, el luchar por alcanzar las metas, manteniendo firmeza en las decisiones.

Ambos grupos mostraron tener confianza en llevar a cabo cualquier actividad que realicen. La media para el grupo de empresas/empresarismo fue de 18.97 puntos y la de otros currículos fue de 18.67 puntos, por lo cual no existe una diferencia significativa. Ambos grupos poseen confianza en sí mismos al llevar a cabo cualquier proyecto y adelantar sus metas, teniendo éxito en todo lo que emprenden. Se infiere de este resultado que tienen confianza en sus destrezas y una actitud positiva hace al éxito.

Según Ripsas (citado en González, 2015), en el campo de la psicología se han delineado una serie de características que describen al emprendedor. Estas son: (a) enfoque hacia las metas; (b) autoconfianza, y (c) correr riesgos, entre otras características, lo que implica que el individuo siempre es un emprendedor y no solo lo es en un momento dado.

Por otro lado, tanto Timmons, Áspero, McClelland y Giba (citados en Valera, 2006) han manifestado que la cultura empresarial se expresa en las siguientes características:

a. Fuerza vital (Dedicación)

b. Deseo de superación y progreso

c. Capacidad de identificar oportunidades

d. Visión de futuro

e. Habilidad innovadora y creadora

f. Aceptación al cambio

g. Iniciativa

h. Autonomía

i. Toma de decisiones

j. Confianza en sus facultades (Autoconfianza)

k. Actitud positiva hacia el éxito

l. Compromiso y perseverancia

m. Correr riesgos

n. Capacidad de realización

o. Capacidad de administrar recursos

p. Practicabilidad y productividad

q. Control de recursos y situaciones

r. Inconformismo positivo (hay oportunidad de mejoramiento)

s. Soluciones y no problemas

t. Responsabilidad

u. Capacidad de integrar hechos

v. Liderazgo

Por lo que se infiere que ambos grupos poseen las características personales empresariales necesarias. Por supuesto, estas deben ser desarrolladas y fortalecidas con el apoyo de la universidad a través de cursos que les permitan a los estudiantes adquirir las competencias necesarias que promuevan la creatividad, la adaptación a cambios, la flexibilidad, la innovación y la búsqueda de soluciones a problemas. Igualmente, estos cursos deben estimular una intención empresarial en el estudiante y la motivación suficiente para convertirse en emprendedores.

A continuación, se presentan las tablas y los resultados. Primero se presenta la media (punto de referencia más utilizado estadísticamente) de distribución de la muestra tomada con los datos originales obtenidos de los cuestionarios (véase Tabla 4). Luego, se presentan los datos corregidos, según los parámetros del cuestionario CEP; estos últimos han de ser los utilizados para el análisis del estudio de investigación (véase Tabla 6).

En estadística, la media (o el promedio) es el valor que se obtiene al sumar todos los valores y se divide entre el número total de observaciones. En otras palabras, se suman los resultados obtenidos de cada aseveración del cuestionario y se divide entre el total de los cuestionarios realizados por concentración (véase Figura 3).

$$\bar{x} = \Sigma xi/n$$

Figura 3. Fórmula Estadística de la Media

En esta fórmula, $\bar{x}$ es la media de la muestra tomada; *xi* son cada uno de los valores a ser sumados; y *n* es el número de observaciones. El símbolo Σ representa la sumatoria de todos los valores *xi*.

Tabla 4

Resultados Cuestionario CEP Original

Característica	Concentración	*N*	*Mean*	*Std. Deviation*	*Std. Error Mean*
Buscar Oportunidades y tener iniciativas	Empresas	95	18.09	1.851	.190
	No empresas	95	17.36	2.202	.226
Ser Persistente	Empresas	95	16.21	2.148	.220
	No empresas	95	15.88	2.123	.218
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	Empresas	95	19.83	2.435	.250
	No empresas	95	19.46	2.235	.229
Exigir eficiencia y calidad	Empresas	95	17.82	2.410	.247
	No empresas	95	17.74	1.947	.200
Correr riesgos	Empresas	95	17.32	2.647	.272
	No empresas	95	17.56	2.400	.246
Fijar metas	Empresas	95	21.88	2.264	.232
	No empresas	95	22.16	1.991	.204
Conseguir la información	Empresas	95	18.84	2.663	.273
	No empresas	95	19.00	1.935	.199
Planificar y hacer seguimiento sistemático	Empresas	95	17.94	2.572	.264
	No empresas	95	17.52	2.401	.246
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	Empresas	95	18.45	2.641	.271
	No empresas	95	18.22	2.614	.268
Tener autoconfianza	Empresas	95	20.43	2.735	.281
	No empresas	95	20.19	2.407	.247
Puntuación CEP	Empresas	95	186.82	11.269	1.156
	No empresas	95	185.08	10.107	1.037

Nota. N = Distribución de cuestionarios por concentración

En la Tabla 5 se presentan las tendencias centrales para el total de los datos originales agrupados, donde se presenta por característica, los valores obtenidos de los mismos. En cuanto a la media o el promedio, la mediana se refiere a los valores, a la mitad de la serie de datos de los cuestionarios en forma ordenada. La moda, por otro lado, es el total de los datos obtenidos, es el valor que más se repite en los resultados obtenidos del total de cuestionarios.

Tabla 5

Tendencias Centrales CEP Original

Característica	Válido	*Media*	*Mediana*	*Moda*	*Desviación estándar*
Buscar oportunidades y tener iniciativas	190	17.73	18.00	17	2.062
Ser persistente	190	16.05	16.00	16	2.136
Ser fiel cumplimiento trabajo	190	19.65	20.00	20[a]	2.338
Exigir eficiencia y calidad	190	17.78	18.00	17[a]	2.185
Correr riesgos	190	17.44	17.00	16	2.523
Fijar metas	190	22.02	22.00	21[a]	2.131
Conseguir información	190	18.92	19.00	20	2.323
Planificación y seguimiento sistemático	190	17.73	18.00	17	2.490
Ser persuasivo y redes de apoyo	190	18.34	18.00	18	2.623
Autoconfianza	190	20.31	20.00	19	2.572

Nota. Válido = total de cuestionarios. [a] = denota que existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño. (Según programa SPSS).

En cuanto a los resultados del CEP corregido, los parámetros de la media (punto de referencia estadístico más utilizado) fluctúan entre 14 a 21 puntos y, son los utilizados para contestar las preguntas del estudio de investigación, por lo que permitió de forma más integra analizar la información de los mismos (véase Tabla 6).

De igual manera, se han de presentar los resultados de tendencia central del CEP corregido del total de los datos cuestionarios completados, mostrando las tendencias de los datos en la media, mediana y modo de cada una de las características (véase Tabla 7).

Tabla 6

Resultados Cuestionarios CEP Corregidos

CEP Corregido

Característica	Concentración	*N*	*Mean*	*Std. Deviation*	*Std. Error Mean*
Buscar Oportunidades y tener Iniciativas	Empresas	95	16.63	2.531	.260
	No empresas	95	15.82	2.847	.292
Ser Persistente	Empresas	95	14.75	2.946	.302
	No empresas	95	14.35	3.134	.322
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	Empresas	95	18.37	2.829	.290
	No empresas	95	17.93	2.532	.260
Exigir eficiencia y calidad	Empresas	95	16.36	3.172	.325
	No empresas	95	16.20	2.966	.304
Correr riesgos	Empresas	95	15.85	3.442	.353
	No empresas	95	16.02	3.042	.312
Fijar Metas	Empresas	95	20.42	2.819	.289
	No empresas	95	20.62	2.585	.265
Conseguir la información	Empresas	95	17.38	2.929	.300
	No empresas	95	17.46	2.387	.245
Planificar y hacer seguimiento sistemático	Empresas	95	16.47	3.148	.323
	No empresas	95	15.98	2.895	.297
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	Empresas	95	16.99	3.441	.353
	No empresas	95	16.68	3.266	.335
Tener autoconfianza	Empresas	95	18.97	3.253	.334
	No empresas	95	18.65	2.942	.302
Puntuación CEP	Empresas	95	172.19	21.562	2.212
	No empresas	95	169.72	20.662	2.120

Nota. *N* = Distribución de cuestionarios por concentración

Tabla 7

Tendencias Centrales Resultados Totales CEP Corregido

Característica	Válido	*Media*	*Mediana*	*Moda*	*Desviación estándar*
Buscar oportunidades y tener iniciativas	190	16.23	16.00	17	2.717
Ser persistente	190	14.55	15.00	16	3.040
Ser fiel cumplimiento trabajo	190	18.15	18.00	18	2.686
Exigir eficiencia y calidad	190	16.28	16.50	18	3.064
Correr riesgos	190	15.94	16.00	15	3.241
Fijar metas	190	20.52	21.00	21	2.700
Conseguir información	190	17.42	18.00	17	2.665
Planificación y seguimiento sistemático	190	16.23	16.50	17	3.027
Ser persuasivo y redes de apoyo	190	16.84	17.00	17[a]	3.349
Autoconfianza	190	18.81	19.00	19	3.097

Nota. Válido = total de cuestionarios. [a] = denota que existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño. (Según programa SPSS).

Los resultados de la media, de los totales de los datos corregidos, se presentan en la Tabla 8, la cual muestra en forma resumida la media de los totales obtenidos de las características de los grupos encuestados por currículo.

Tabla 8

Resultado Total de la Media CEP por Grupo

Característica	Currículo Empresas $N = 95$	Otros Currículos $N = 95$
Buscar oportunidades y tener iniciativas	16.63	15.82
Ser persistente	14.75	14.35
Ser fiel cumplimiento del trabajo	18.37	17.93
Exigir eficiencia y calidad	16.36	16.20
Correr riesgos	15.85	16.02
Fijar metas	20.42	20.62
Conseguir la información	17.38	17.46
Planificar y seguimiento sistemático	16.47	15.98
Ser persuasivo y redes de apoyo	16.99	16.68
Autoconfianza	18.97	18.65

Nota. N = Número de datos por currículos

De igual manera, al analizar y comparar los resultados totales de la media por recinto universitario, podemos observar que la característica de fijar metas es la característica más sobresaliente en todos. El recinto de Ponce fue el que obtuvo mayor puntuación, con 20.98 puntos, y el recinto Arecibo menor puntuación, con 20.37 puntos.

Además, en consonancia con lo indicado anteriormente, la característica menos sobresaliente en todos los recintos es la característica de ser persistentes. El recinto de Aguadilla obtuvo 15.07 puntos, en contraste con el recinto de Ponce que obtuvo 13.88 (véase Tabla 9).

Aunque el propósito del trabajo de investigación no es realizar una comparación entre los recintos universitarios, se puede observar que los resultados totales de la media se comportan con similitud entre los mismos. Los recintos universitarios, muestran las características empresariales, aunque en diferentes grados en cuanto a la clasificación de los puntajes. Esto significa que mientras para algunos recintos una característica obtiene

una calificación alta, para otros la misma característica obtiene una calificación baja. Por ejemplo, los recintos de San Germán, Arecibo, Ponce y Fajardo, obtuvo la segunda posición en la característica de autoconfianza mientras que Aguadilla obtuvo la tercera (véase Tabla 10).

Al comparar los recintos entre sí, de las puntuaciones y las diferencias entre las calificaciones en las características se infieren varios puntos: (a) la motivación impartida por los profesores; (b) área geográfica; (c) distintas necesidades de las estudiantes; (d) recursos, y (d) conocimiento, entre otros. Esta consideración puede ser objeto de un estudio de investigación en el futuro.

Tabla 9

Resultado Total de la Media por Recinto Universitario

Característica	San German *N= 50*	Aguadilla *N = 30*	Arecibo *N = 30*	Ponce *N = 50*	Fajardo *N = 30*
Buscar oportunidades y tener iniciativas	16.86	15.90	15.97	16.22	15.77
Ser persistente	14.78	15.07	14.77	13.88	14.53
Ser fiel cumplimiento del trabajo	17.86	18.80	17.37	18.40	18.33
Exigir eficiencia y calidad	17.10	16.53	15.60	15.42	16.77
Correr riesgos	16.62	16.10	15.13	15.70	15.83
Fijar metas	20.50	20.37	19.93	20.98	20.53
Conseguir la información	17.56	17.27	16.87	17.56	17.67
Planificar y seguimiento sistemático	16.80	15.90	15.67	15.78	16.90
Ser persuasivo y redes de apoyo	17.04	16.70	16.27	16.84	17.20
Autoconfianza	19.48	18.63	18.23	18.86	18.37

Nota. *N* = Número Total de datos (Cuestionarios) por Recinto

Tabla 10

Resultados Total de la Media y Posición por Recinto

Característica	San Germán	Aguadilla	Ponce	Arecibo	Fajardo
Buscar Oportunidades	16.86 (7)	15.90 (8)	16.22 (6)	15.97 (6)	15.77 (9)
Ser persistente	14.78 (10)	15.07 (10)	13.88 (10)	14.77 (10)	14.53 (10)
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	17.86 (3)	18.80 (2)	18.40 (3)	17.37 (3)	18.33 (3)
Exigir eficiencia y calidad	17.10 (5)	16.53 (6)	15.42 (9)	15.60 (8)	16.77 (7)
Correr riesgos	16.92 (9)	16.10 (7)	15.710 (8)	15.13 (9)	15.83 (8)
Fijar metas	20.50 (1)	20.37 (1)	20.98 (1)	19.93 (1)	20.53 (1)
Conseguir información	17.56 (4)	17.27 (4)	17.56 (4)	18.67 (4)	17.67 (4)
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16.80 (8)	15.90 (9)	15.78 (7)	15.67 (7)	16.90 (6)
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	17.04 (6)	16.70 (5)	16.84 (5)	16.27 (5)	17.20 (5)
Tener autoconfianza	19.48 (2)	18.63 (3)	18.86 (2)	18.23 (2)	18.37 (2)

Nota. Posiciones basadas en los totales obtenidos por característica

En este punto, las preguntas de investigación se responden con el análisis de los hallazgos obtenidos a través de cuestionarios completados por las jóvenes universitarias del currículo de empresas/empresarismo y las jóvenes universitarias pertenecientes a otros currículos. Los hallazgos demostrar que las jóvenes participantes en la encuesta demuestran, en algún grado, que poseen cada una de las características empresariales. A continuación, presentamos las tendencias de las contestaciones para la pregunta base del estudio de investigación: ¿Cuáles son las características y la mentalidad empresarial personal que poseen las jóvenes universitarias?

Los resultados obtenidos de los cuestionarios muestran que la totalidad de las jóvenes que participaron, tienen en mayor o menor grado las características empresariales

necesarias. Si se provee el debido proceso educativo, en un ambiente de aprendizaje activo, que permita adquirir o fomentar destrezas, las estudiantes podrán desarrollar una intención empresarial, sin importar la facultad de concentración en la que se encuentren matriculadas. Igualmente, si se les presenta el empresarismo como una alternativa real, les servirá de estímulo para desenvolverse en este campo.

Con respecto a Filipinas, el empresarismo es una necesidad real debido a la falta de empleos para las personas no preparadas, razón por la cual el gobierno ha demostrado su compromiso al crear leyes y resoluciones que permiten el desarrollo de los individuos en este campo. Al aportar ayudas económicas y crear conciencia de su importancia concientizan, a su vez, a estas personas de que pueden convertirse en agentes de cambio en todas las comunidades.

Como se mencionó anteriormente, el Colegio Miriam exige como pre-requisito de los cursos de empresarismo a las estudiantes tomar el cuestionario CEP antes de comenzar los módulos de estos cursos. Luego de terminado el curso; esto con el firme propósito de medir el desarrollo de las capacidades de las jóvenes al finalizar el mismo, de esta forma pueden enfocar en las áreas de desarrollo que vienen dándose en Filipinas.

De acuerdo al *Reporte Global GEM* (2015-216), sobre el 37% de la población de entre 18-64 años tiene intención empresarial y el 74% percibe el empresarismo como una excelente elección de carrera. Lamentablemente, en el caso de Puerto Rico, solamente el 11% de la población tiene intención empresarial y el 16% percibe al empresarismo como una elección de carrera.

A continuación, se discuten las preguntas 3 y 4 del estudio. La pregunta 3 es la siguiente: ¿Cuáles son las características que poseen las jóvenes estudiantes en otras concentraciones?; y, la pregunta 4 es: ¿Tienen las jóvenes universitarias en concentración de negocios y otras concentraciones las mismas similitudes o características?

Según los resultados de los cuestionarios, ya que ninguna de las características obtuvo una puntuación de cero, podemos concluir que tanto las jóvenes de otras concentraciones como las jóvenes de empresas muestran las mismas características empresariales. La única diferencia significativa fue en la característica buscar oportunidades y tener iniciativas. Como se ha expresado anteriormente, si estas jóvenes de otras concentraciones contaran con una formación específica que les permita cambiar su percepción en cuanto al empresarismo, pudiesen desarrollarse de forma adecuada y se pudiese motivar la intención empresarial en ellas.

En cuanto al grupo de las jóvenes estudiantes en empresas, se muestra un mayor puntaje en esta característica. Con una educación en empresarismo se les puede permitir descubrir una actitud más favorable hacia la creación de una empresa. La puntuación de este grupo puede deberse a una mayor motivación para alcanzar el logro (según la Teoría de McClelland). También puede estar relacionado principalmente con los cursos de la facultad de empresas, donde se enseña gerencia de operaciones y desarrollo de plan de negocios. Estas nociones les permiten tener una exposición mayor en cuanto al manejo de un negocio que la que tiene el grupo de jóvenes que pertenecen a otros currículos.

Cabe mencionar que los currículos de empresas varían de universidad en universidad pues cada institución tiene un enfoque distinto en sus cursos y en el

desarrollo del estudiantado. Esta distinción se hace clara en las misiones, los objetivos y las estrategias de formación de cada institución.

Además, según los resultados obtenidos podemos añadir las tres características con mayor calificación del grupo empresarial fueron: correr riesgos, con 20.42 puntos; autoconfianza con 18.97 puntos; y ser fiel en el cumplimiento del trabajo con 18.37 puntos. En cuanto a las características de menos calificación se encuentran: exigir eficiencia con 16.36 puntos; correr riesgos con 15.85 puntos; y, ser persistente con 14.75 puntos.

En cuanto al grupo de jóvenes pertenecientes a otros currículos, las tres características con mayor calificación fueron: fijar metas con 20.62 puntos; autoconfianza con 18.65 puntos; y, ser fiel en el cumplimiento del trabajo con 17.93 puntos. Las características de menos calificación fueron: buscar oportunidades con 15.82 puntos; planificar y seguimiento sistemático con 15.98 puntos; y, ser persistente con 14.35 puntos.

En conclusión, se observa que las tres características de mayor calificación, o más fuertes, en ambos grupos de jóvenes fueron: fijar metas, autoconfianza y fiel en el cumplimiento del trabajo. La variabilidad de ambos grupos se observa en las características de baja calificación, que son: exigir eficiencia, correr riesgos, planificar y seguimiento sistemático, buscar oportunidades y conseguir información, y ser persistentes. Esto puede deberse al perfil individual de cada estudiante, lo que pudiera ser considerado para un trabajo de investigación posterior. Vemos cómo en ambos

grupos la característica de más baja calificación fue la de ser persistentes, una cualidad que debe ser desarrollada en ambos grupos.

Si se toma como base la Teoría de las Necesidades de McClelland, se observa que las tres características de mayor calificación en ambos grupos son una combinación de: (a) necesidad de logro; (b), necesidad de afiliación, y (c) necesidad de poder. Mientras, en el grupo de empresas, las tres características de más baja calificación están relacionadas a la necesidad de logro. Para el grupo de jóvenes de otros currículos se encuentran: (a) la necesidad de afiliación y (b) necesidad de logro.

Como resultado de lo antes expuesto, vemos como ambos grupos muestran las mismas similitudes en cuanto a las tres características de mayor calificación. En general, si se toma como base la fluctuación de la media entre 15-21 puntos, ambos grupos comparan, presentando una similitud con diferencias mínimas entre sí.

Aun cuando el grupo de jóvenes pertenecientes a otros currículos no están asociadas directamente a cursos de empresarismo, sí poseen las características necesarias para la creación de un negocio. Mediante el modelo conceptual presentado en esta investigación, se indica que los jóvenes sí presentan estas características antes de llegar a la universidad, aunque también ahí las desarrollan. Por lo tanto, el raciocinio utilizado en el desarrollo del modelo conceptual queda validado con los resultados obtenidos a través de los cuestionarios.

A continuación, se presenta el resultado de los cuestionarios corregidos, de forma gráfica y sencilla, lo que permite mostrar la información obtenida y comparar ambos grupos (véase Figura 4).

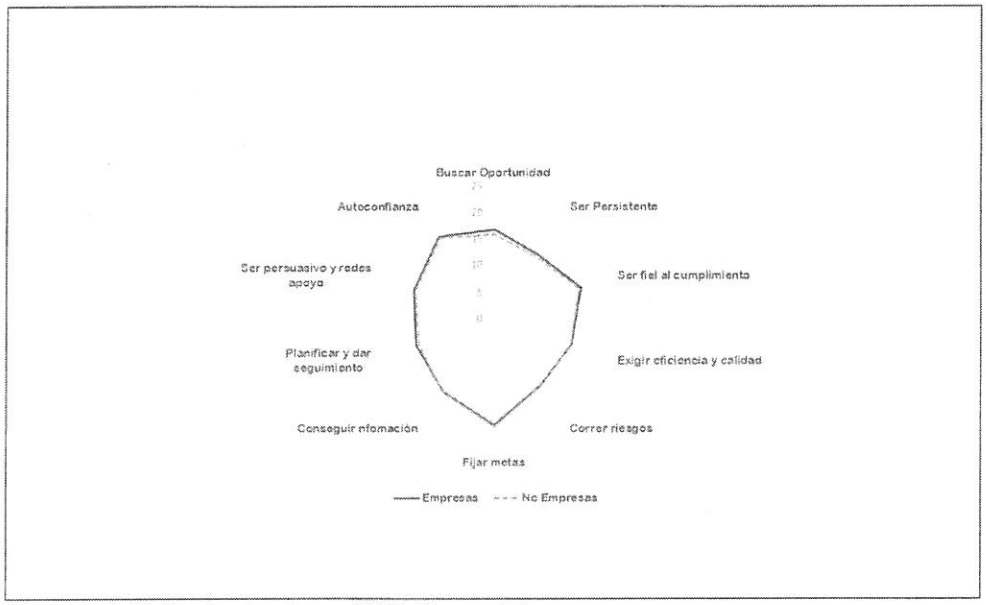


Figura 4. Tela de Araña – CEP Corregido

El siguiente punto a ser discutido es la pregunta número cinco del trabajo de investigación. La pregunta 5 es: ¿Tienen las jóvenes universitarias las características suficientes para crear su empresa?

Según los resultados obtenidos, reflejados en la Figura 4, y previamente discutidos, podemos concluir que las jóvenes muestran estas características. La actitud que tengan hacia crear una empresa ha de depender de su grado de motivación y de una educación formal adecuada que les permita conocer sus fortalezas y debilidades en todas y cada una de las características antes mencionadas.

Las características que obtuvieron mayor calificación en la encuesta completada por las jóvenes están las siguientes: la necesidad de afiliación, están claras al momento de fijar sus metas y cómo alcanzarlas. En cuanto a la necesidad de poder, su autoconfianza al perseguir las metas trazadas y son responsables (fieles) al cumplimiento del trabajo, sin importar el tener que realizar el trabajo de otras personas para cumplir con el mismo.

Por otro lado, cabe mencionar que antes de actuar y ejecutar cualquier iniciativa, las jóvenes de empresas toman en consideración que ellas sientan con certeza que van a obtener éxito y que tengan el control del resultado a ser obtenido. La segunda calificación más baja en cuanto a la necesidad de logro es esta, de la que puede inferirse que pueden correr riesgos, pero moderados, pues toman en consideración todas las posibilidades de éxito o fracaso antes de actuar.

Mientras, para las jóvenes de otros currículos la necesidad de logro relacionada a la característica de correr riesgos ocupa el cuarto lugar dentro de las características de más baja calificación. Se puede inferir de los resultados que las jóvenes de otros currículos son ligeramente más propensas a correr riesgos al ejecutar cualquier proyecto.

De acuerdo al modelo de proceso de empresarismo, Timmons (2008), Bygrave & Hofer (91), y Moore (86) indican que el enfoque primordial del proceso de empresarismo se centra en todas las acciones que están asociadas con percibir la oportunidad. Es este el evento detonador, donde la determinación, el compromiso, el liderazgo, la obsesión por la oportunidad, la tolerancia al riesgo, la creatividad y la motivación son características que les permiten a los individuos ser emprendedores.

En definitiva, podemos decir que en las jóvenes universitarias se encuentran todas las características empresariales, lo que sin embargo no significa que en su fuero interno tengan la intención de emprender un negocio. Para que esto suceda es necesario lo siguiente: (a) que se adecúen los cursos educativos; (b) que se les incentive y se les motive; (c) que se les presenten alternativas en el campo profesional; (d) que se les desarrolle; (e) que sean partícipes de proyectos empresariales; (f) que entiendan que

pueden ser entes activos en la sociedad; (g) que perciban oportunidades y puedan poner en práctica ideas y tomar riesgos, y (h) que puedan apreciar su aportación en el desarrollo social y económico del país, a través de una carrera real en empresarismo.

Según Laguador (2013), el buscar oportunidades y tener iniciativa es lo que permite al emprendedor actuar en estas ocasiones para crear nuevos negocios, aun en situaciones donde las demás personas no advierten estas coyunturas o solamente perciben problemas y desesperanza. Entonces, se insiste en que es a través de la universidad, de la revisión curricular, que se permitirá el desarrollo de esas destrezas empresariales, promoviendo el empresarismo a través de programas de aprendizaje, de visitas, de foros, de simposios, de ferias y de competencias.

Como bien indica Tobón (2008), la formación de los módulos en la educación debe construirse teniendo en cuenta un plan en la formación de cursos que tome en consideración las competencias de los individuos. Debe buscarse la manera de reforzar las competencias que permitan el desarrollo y el fortalecimiento de habilidades para ser personas emprendedoras que crezcan como seres humanos y que sean agentes de cambio en la sociedad. Luego, al poner en práctica estas habilidades en el mundo laboral-empresarial, seguramente podrán también transformar, para bien, el entorno social.

Por otro lado, Fayolle & Gailly (2015) indican que los efectos que la educación empresarial ejerce en las actitudes y en la intensión de los participantes hacia una conducta empresarial se debe al papel que juega la universidad en los cursos de empresarismo que ofrece. A través de estos cursos se puede influenciar la predisposición a ser emprendedores. El rol de la universidad es crear conciencia en los estudiantes de

que el empresarismo es una opción viable como carrera. Indica además que la disponibilidad de cursos adecuados en empresarismo, en unión a una imagen positiva de emprendedores dentro del campus universitario, son dos de los factores que motivan a los estudiantes a estudiar una carrera empresarial (Autio et al., 1997 y Johannisson, 1991, citados en Fayolle & Gailly, 2015).

A continuación, se discute la pregunta número seis del trabajo de investigación. La pregunta 6 es: ¿Se pueden identificar fortalezas y debilidades para aprovechar oportunidades?

Con respecto a las fortalezas identificadas, encontramos en ambos grupos similitudes en las fortalezas. Según los resultados de los cuestionarios, las cinco características de mayor calificación son: fijar metas, autoconfianza, ser fiel al cumplimiento del trabajo, conseguir información, ser persuasivos y redes de apoyo. El total de la media para ambos grupos es de una calificación de 18 puntos, de las cuales dos pertenecen a la necesidad de poder: autoconfianza y redes de apoyo; dos de la necesidad de afiliación: fijar metas y conseguir información y de necesidad de logro, ser fieles al cumplimiento.

De acuerdo a McClelland (citado en Robbins, 2003), la necesidad de poder es: (a) el deseo de tener un impacto; (b) ser influyente; (c) hacer la diferencia; (d) el poder influenciar a otras personas, y (e) la necesidad de afiliación. Indica, además, que el individuo tiende a ganar la amistad, a ser cooperadores en situaciones que se presenten por encima de ser competidores y el deseo de mantener relaciones donde exista un alto grado de entendimiento mutuo.

Al mismo tiempo, los individuos con un alto grado de necesidad de un logro son personas que prefieren situaciones con alto grado de responsabilidad personal. Prefieren la retroalimentación, pero con un grado moderado en riesgo.

Como resultado, McClelland indica que cuando estas características están presentes, los estudiantes de alto rendimiento estarán motivados fuertemente y tendrán éxito en actividades empresariales o en la gerencia de un departamento dentro de una organización. También menciona que la necesidad de afiliación y la de poder están íntimamente relacionadas con el éxito gerencial.

En cuanto a las características identificadas como de baja calificación en el perfil de las jóvenes estudiantes, se deduce de los resultados que el ser persistentes es la debilidad identificada en ambos grupos. Para el grupo de empresas, además de ser la característica más débil, también se identificaron las características de correr riesgos y exigir eficiencia. Por otro lado, para el grupo de estudiantes de otros currículos se identificaron el buscar oportunidades y la planificación sistemática.

A partir de lo antes expuesto, de los resultados de la muestra seleccionada para participar en los cuestionarios se desprende que poseen características empresariales y que las mismas pueden ser desarrolladas aún más con cursos enfocados a su desarrollo. También el fomentar también el pensamiento creativo, que les provea autoconfianza, de formación integral y que les permita abarcar otras áreas de conocimiento. Además, que los cursos sean distribuidos a través de la vida estudiantil. Para que de esta forma puedan incrementar sus destrezas e interés por una carrera en el empresarismo (Gutiérrez y Amador, 2011).

De acuerdo al Consorcio de Educación Empresarial (2017), la educación empresarial no es aprendida a través de la lectura de libros. Las actividades de educación empresarial son un vehículo real para desarrollar destrezas académicas; en otras palabras, los emprendedores no nacen sino, más bien, se hacen a través de las experiencias en sus vidas. La educación en empresarismo consiste en motivar el pensamiento creativo y desarrollar un alto sentido de empoderamiento, aprendiendo a reconocer y a perseguir oportunidades, a identificar los recursos necesarios para comenzar a ser emprendedores.

El siguiente punto se relaciona a la pregunta 2 del estudio de investigación: ¿Cuáles son las características que poseen las estudiantes en concentración de negocios en Filipinas?

Debido al nivel de pobreza en las comunidades de Filipinas, todas las iniciativas del gobierno están enfocadas hacia la educación empresarial, siendo la etapa de desarrollo económico guiada por los factores. Esto es así en el caso de Filipinas debido a la necesidad que tienen de crear empleos y de formar ciudadanos que aporten en el desarrollo y crecimiento económico del país.

De acuerdo a Gatchalian (2010), en Filipinas existe un desarrollo progresivo en los individuos adolescentes, quienes toman con más seriedad el aprendizaje y el conformar su identidad. Al escoger su profesión, lo que significa una carrera para toda la vida, buscan desarrollar sus destrezas y sus capacidades, además de adquirir más conocimiento o mejorar las habilidades personales. De ahí se desprende que sus necesidades de logro y de poder se encuentran entre las de mayor importancia para comenzar sus estudios en empresarismo. Estos individuos están claros en sus metas, son

persistentes en sus objetivos y buscan las oportunidades, utilizando redes de apoyo para llevar a cabo sus proyectos.

De acuerdo a Rasheed y Sabarre (citados en Laguador, 2013), los estudiantes con adiestramiento en empresarismo, en total, tienen las características empresariales. Si se comparan con otros estudiantes, tienen mayor motivación de logro, mayor control personal y más autoconfianza.

En el caso de Filipinas, el Colegio Miriam, y como fuera mencionado anteriormente, antes de comenzar cursos en empresarismo es un pre-requisito el realizar el cuestionario de las características. Con el propósito de desarrollar y fortalecer en las jóvenes las características identificadas en el cuestionario, de esta forma, puedan desarrollar nuevos negocios que les permitan ser económicamente autosuficientes.

A través del currículo de empresarismo, en Filipinas se les desarrolla a los estudiantes en redes de apoyo para alcanzar sus metas a través de la búsqueda de colaboración o asociación de: (a) compañías privadas; (b) pequeñas empresas de la comunidad; (c) organizaciones no gubernamentales, y (d) agencias de gobierno, entre otros. También se les prepara en la motivación y en la capacidad de desarrollo para enfrentar eventos no esperados al comenzar la creación de su empresa. Además, son alentados a trabajar en equipo, ayudando a otras personas por un objetivo común: el tener éxito al iniciar una pequeña empresa.

El aceptar la responsabilidad de completar los trabajos (compromiso con el contrato de trabajo), dentro de la necesidad de logro, lo que significa el cumplimiento de una promesa hacia un cliente al momento que la misma se hace. Siendo esta

característica el mejor indicador como un buen emprendedor, siendo la esencia del empresarismo. En cuanto a ser persistentes, es la habilidad de perseguir una meta, aun cuando se enfrenten con dificultades, hacer las cosas con determinación, trabajar arduamente hasta que el trabajo es completado.

En fijar las metas, es la habilidad de establecer metas a corto y largo plazo, siendo una característica importante del emprendedor, puesto que dirigen, y hacen saber dónde quiere llegar. Buscar información, es la destreza de buscar y encontrar la información correcta y valiosa para la creación de una empresa, es la conducta aprendida de buscar, preguntar, y obtener la información necesaria para guiarles en lo que deseen hacer.

En fin, si nos dejamos llevar por las características de los jóvenes estudiantes filipinos, el currículo de educación empresarial se centra en el desarrollo de las capacidades empresariales de éstos y en motivarlos a ser emprendedores. En otras palabras, a que los estudiantes puedan ver las oportunidades en su entorno para ayudar en las comunidades donde se necesiten los recursos y para llevar a cabo proyectos en beneficio de la sociedad del país.

Es por esto que para el año 2016, en la Cumbre de Inversión Inteligente para el Futuro, una de las jóvenes del Colegio Miriam quedó entre los primeros diez lugares. El objetivo primordial de la cumbre es introducir nuevas compañías ("startups"), y de capital de riesgo, que sean claves en la expansión de la economía filipina, animando a los estudiantes a crear compañías orientadas a resolver los problemas del país. El Colegio Miriam participa activamente de estas cumbres con el propósito de exponer a los

estudiantes a oportunidades de inversiones prácticas, no convencionales, de la realidad actual en las operaciones de los negocios.

Las estudiantes de empresarismo del Colegio Miriam participan activamente en adiestramientos relacionados a la creación de empresas sociales. De este modo se les ofrece la oportunidad de desarrollar sus negocios y convertir sus ideas en modelos que se puedan ejecutar. Además, se les adiestra en la búsqueda de soluciones a problemas existentes en la sociedad, específicamente a través del programa *Ciudadano Activo*. El apoyo de la universidad en actividades cuyas plataformas innovadoras es de vital importancia permite desarrollar a los jóvenes y estos, a su vez, pueden transformar la sociedad, impactándola positivamente, a través del empresarismo.

Como muestra de lo anteriormente explicado, en el año 2016 el Colegio Miriam fue reconocido por la Comisión de Educación Superior (CHED) como el Centro de Excelencia en Administración de Negocios, Empresarismo y Educación de Maestros. Además, fue declarado Centro de Desarrollo en Comunicación. Esta designación es signo de reconocimiento al compromiso del Colegio en la calidad y la excelencia institucional en su programa de educación empresarial.

El aprendizaje del empresarismo a través de una educación formal comprende los siguientes aspectos: (a) creación de competencias personales; (b) generación de ideas; (c) identificación de oportunidades; (d) solución de problemas; (d) destrezas en la toma de decisiones; (e) desarrollo de negocios; (f) identificación y creación de redes de apoyo; (g) planificación, y (h) creación y operación de un negocio. Esta meta requiere el compromiso tanto del estudiante como del maestro para trabajar juntos y poder

desarrollar el proceso desde la etapa de incubación del negocio hasta que el estudiante alcance su objetivo, Gatchalian (citada en Co, 2016).

En el 2014, otro logro obtenido por el Colegio Miriam fue llegar a la Competencias Finales de *Enactus* en Filipinas, donde compitieron con estudiantes de diferentes colegios y universidades del país y obtuvieron el segundo lugar. Las jóvenes participantes presentaron su propuesta de negocio en empresarismo social a través del producto *IMPACK*. Este es un producto desarrollado por los estudiantes, con la ayuda de tutores de la facultad, para la preparación y supervivencia ante un desastre (Miriam College News, 2014). *Enactus* es una organización sin fines de lucro dedicada a inspirar a los estudiantes a mejorar el mundo a través de acciones empresariales que transformen la vida de las personas, incluidas la de los estudiantes, según se desarrollan como líderes efectivos guiados por valores en la sociedad.

La palabra *Enactus* proviene de la unión de las siguientes palabras inglesas: "entrepreneurial", "action" y "us". "Entrepreneurial" se refiere a crear innovación en los negocios con integridad y pasión; "action" es la experiencia del impacto social que inicia la empresa social; y "us" se refiere a los estudiantes, académicos y líderes empresariales que colaboran para crear un mundo mejor (Enactus, 2017). Como se ha podido apreciar, el currículo de educación empresarial en el Colegio Miriam está enfocado en la creación de una mentalidad emprendedora que permite el desarrollo de las características de los estudiantes y que posibilita la creación de sus negocios. Esta empresa se efectúa con la ayuda de profesores, empresarios, agencias privadas y agencias de gobierno.

En la Tabla 11 que se presenta a continuación, se observan los resultados de un estudio realizado a un grupo de estudiantes en su tercer año de la Universidad Liceo de Filipinas. Los datos muestran la media de las características empresariales de estudiantes que pertenecían a Gerencia de Operaciones de la facultad de Administración de Empresas. La investigación, especifica que la participación del estudiantado, la muestra fue de 32 estudiantes y se llevó a cabo utilizando el cuestionario CEP (Laguador, 2013).

Tabla 11

Características Empresariales Personales Estudiantes Filipinas 3er año Universidad

Características	*Media*	Posición
Buscar oportunidades y tener iniciativas	17.3	8
Ser persistente	18.6	3
Compromiso al trabajo de contrato (ser fiel al cumplimiento del trabajo)	17.8	6
Exigir eficiencia y calidad	18.5	4
Correr Riesgos	16.5	10
Fijar metas	20.4	1
Conseguir información	18.8	2
Planificación sistemática	17.7	7
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	18.4	5
Autoconfianza	17.1	9

Nota. Fuente Jake M. Laguador, 2013

Igualmente, se presenta la Figura 5. El gráfico exhibe el perfil de las características, según del resultado estudio realizado en la Universidad Liceo de Filipinas.

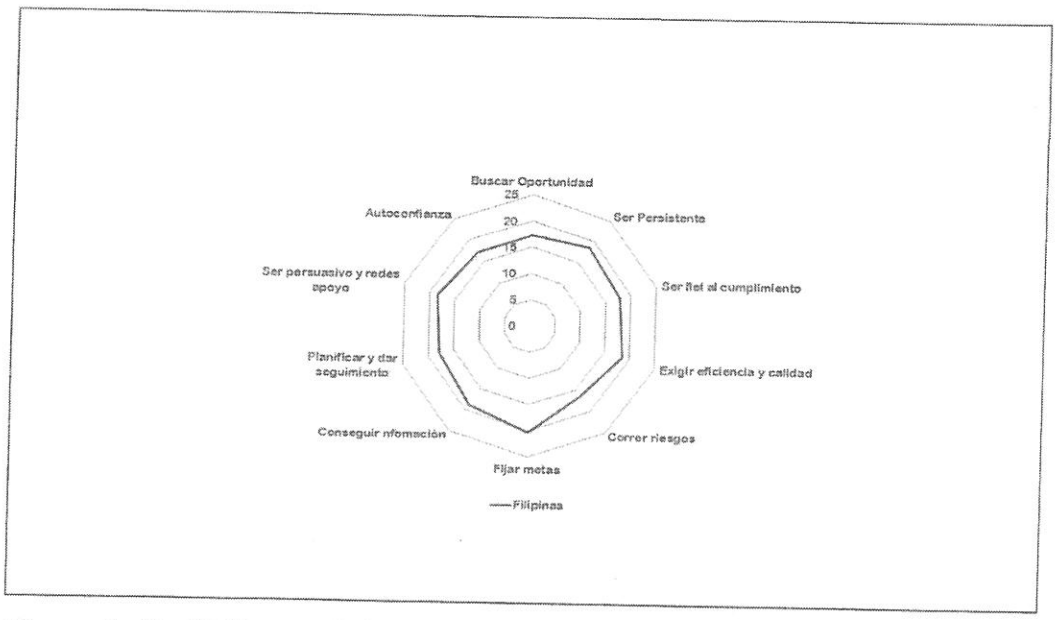


Figura 5. Perfil Características Empresariales Personales Filipinas

En comparación con los resultados obtenidos en Puerto Rico, tanto el grupo de Filipinas como el de Puerto Rico obtuvieron puntuación mayor y similar en la característica de fijar metas y la de ser persuasivo y crear redes apoyo. Podemos observar que en ambos grupos la necesidad de afiliación es la que más les motiva y, en quinto lugar, la necesidad de poder. Además, en cuanto a la discrepancia significativa, mientras que para el grupo de Filipinas fue la de correr riesgos, con la puntuación más baja (necesidad de logro), para el grupo de Puerto Rico la puntuación más baja fue en la característica de ser persistentes (necesidad de logro). Para el grupo de Filipinas esta característica es de alta puntuación, ocupando la posición número tres.

Para el grupo de Puerto Rico la necesidad de logro y la de ser persistentes obtuvo la puntuación más baja, 14.55 puntos. Mientras, la puntuación más baja en el grupo de

Filipinas obtuvo una media de 16.5 puntos. Esto significa que la puntuación más baja en Filipinas es más alta que la puntuación más baja obtenida por el grupo de Puerto Rico.

A continuación, se contrastan los resultados del estudio de Filipinas (en base a los datos disponibles del estudio), con el resultado total de los recintos de Puerto Rico. Para realizar la comparación, se utilizó la *Prueba T* de muestra única ya que no se tenía la desviación estándar de los resultados de Filipinas. Esto permitirá comparar los resultados obtenidos de la media de Puerto Rico (muestra única), y contrastar los mismos con los resultados del estudio realizado en Filipinas (punto de referencia).

El propósito es determinar el grado de significancia (*Valor p*, de los resultados de la media entre Puerto Rico y Filipinas. Se establece 0.05 como el nivel de significancia menor. Se considera como hipótesis nula (H_0): que no existen diferencias de significancia en la media de Puerto Rico y Filipinas. Como supuesto, la hipótesis alternativa (H_a) es que existen diferencias entre ambos resultados. Además, se presenta la posición obtenida de cada característica por país (véase Tabla 12).

Tabla 12

Prueba T de muestra única Características Empresariales y posición Filipinas vs. Puerto Rico

Características	$\bar{x}$ Filipinas	$\bar{x}$ Puerto Rico	*t*	*P*
Buscar oportunidades	17.3 (8)	16.23 (7)	-5.45	.00
Ser persistente	18.6 (3)	14.55 (10)	-18.37	.00
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	17.8 (6)	18.15 (3)	1.78	.08
Exigir eficiencia y calidad	18.5 (4)	16.28 (6)	-9.99	.00
Correr riesgos	16.5 (10)	15.94 (9)	-2.40	.02
Fijar metas	20.4 (1)	20.52 (1)	.618	.54
Conseguir información	18.8 (2)	17.42 (4)	-7.13	.00
Planificar y hacer seguimiento sistemático	17.7 (7)	16.23 (8)	-6.71	.00
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	18.4 (5)	16.84 (5)	-6.43	.00
Tener autoconfianza	17.1 (9)	18.81 (2)	7.61	.00

Nota. p = valor de significancia

De los resultados podemos observar que del total de las 10 características empresariales, aparece un total de 8 características: (a) buscar oportunidades; (b) ser persistente; (c) exigir eficiencia y calidad; (d) correr riesgos; (e) conseguir información; (f) planificar y dar seguimiento sistemático; (g) ser persuasivo, y (h) crear redes de apoyo. Todas muestran un nivel de significancia menor de 0.05. Puerto Rico tuvo un puntaje superior en solo 2 características: fijar meta y ser fiel al cumplimiento, lo que significa que Filipinas exhibe en un 80%, las características empresariales de forma sobresaliente. Por lo tanto, al comparar con Puerto Rico se acepta la hipótesis alternativa de que existen diferencias entre Puerto Rico y Filipinas (véase Figura 6).

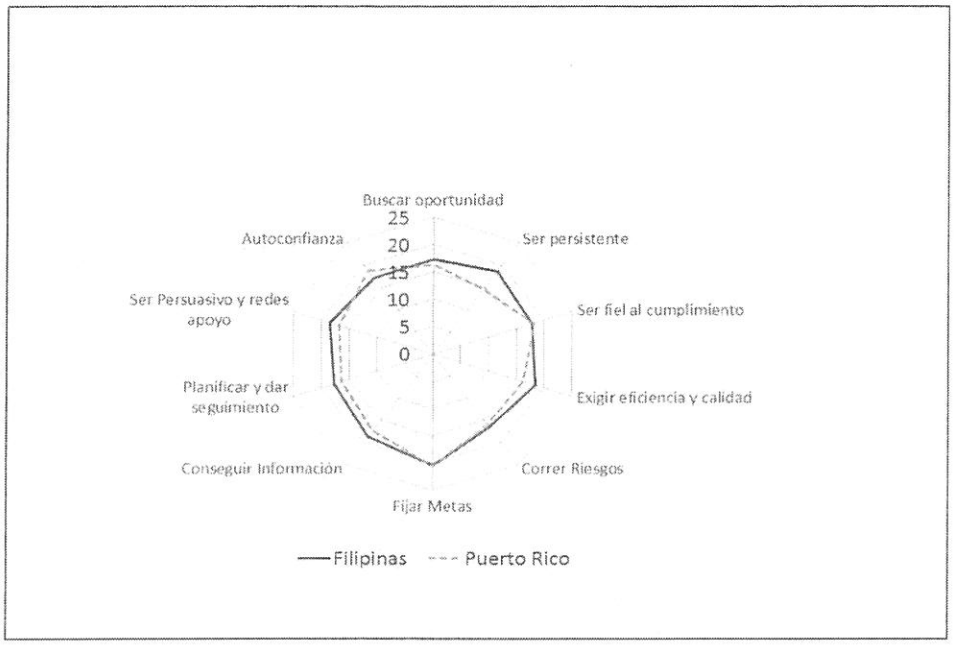


Figura 6. Tela de Araña Comparativo Filipinas y Puerto Rico

En conclusión, en Filipinas el empresarismo es la clave del desarrollo económico del país. En su constitución, el gobierno del país lo considera como el motor de la creación de empleos. Por otro lado, las organizaciones encargadas de la educación, en quienes recae el establecimiento de las políticas y el desarrollo de la enseñanza, específicamente de la instrucción empresarial, son los responsables de la gran aceptación de que goza la educación empresarial en todas las universidades y colegios del país. Además, ayudas económicas, programas de investigación y desarrollo. Este apoyo total se conoce en la actualidad como el ecosistema de apoyo a la educación empresarial en las universidades. Las políticas del gobierno fomentan la creación de programas relevantes al empresarismo, a la educación empresarial, a proveer ayudas económicas para el desarrollo de nuevos negocios y a la infraestructura comercial y legal. Igualmente,

favorecen la apertura de mercados internos y dinámicos y la creación de normas sociales y culturales que permiten un entorno apropiado para el empresarismo.

Tanto es así que la promoción del desarrollo del empresarismo, con el fin de conseguir las metas propuestas en la economía del país, está contemplada en el Plan de Desarrollo Nacional de Filipinas (2011). Además, los estándares y guías curriculares están centralizados en el Consejo de Educación Superior, pero éste, a su vez, permite a las universidades la creación de sus propios programas.

En el caso de Puerto Rico, en cuanto a la transformación económica, en su Agenda de Recuperación Económica 2014-2018 se indica que hay que aumentar la capacidad productiva local. Por otro lado, en cuanto a la transformación del sistema educativo, se menciona que la universidad tiene la misión de volver a convertirse en el motor de la productividad. Se hace mención en la Agenda de lo fundamental que es la formulación, la investigación, el desarrollo y la comercialización de ideas para el proceso de desarrollo económico, integrando al Fideicomiso para Ciencia, Tecnología e Investigación. Además, también se promueve un apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) y a las Microempresas del país.

Lamentablemente, no se percibe en la Agenda un plan firme para la transformación necesaria del país; tampoco se delinean estrategias para conseguir un plan de desarrollo económico ni se engrana en este plan al Consejo Educación, que debe ser considerado como parte integral para la consecución de las metas en este importante sector del país.

De acuerdo a Valera (2001), todo gobierno que esté comprometido con el progreso económico sostenido debe garantizar que todos los aspectos del sistema económico conduzcan y soporten niveles más altos de la actividad en este sector. Para la investigadora, esto no se percibe de una forma clara y concisa en la Agenda de Recuperación Económica de Puerto Rico.

Otro punto a considerar es que, según el reporte GEM, en términos porcentuales, la actitud de los estudiantes, en cuanto a escoger el empresarismo como una elección de carrera, se muestra como una diferencia relevante. Este dato señala que todavía hay mucho camino por recorrer en cuanto a la educación empresarial. Tanto el Gobierno como el Consejo de Educación Superior de Puerto Rico y las universidades deben fomentar la implementación de leyes y políticas de guías efectivas, atemperadas a la educación del siglo 21.

Dentro de los hallazgos encontrados en cuanto a la educación empresarial, se muestra a continuación un comparativo del *Reporte GEM* 2015-2016. Se observan las puntuaciones existentes para el ecosistema empresarial de Puerto Rico (véase Figura 5) y el ecosistema empresarial en Filipinas (véase Figura 6) y se comparan con 62 diferentes economías del mundo. La percepción en cuanto a un alto estatus para los emprendedores es 76% en Filipinas y 47% en Puerto Rico.

Acerca del concepto ecosistema empresarial que se mencionó previamente, para el 2009, el reporte GEM incorpora el concepto de marco de condiciones empresariales (EFC's por sus siglas en inglés) al referirse a las características principales del entorno socioeconómico de un país. Se espera que éstas tengan impacto significativo en el sector

empresarial; su objetivo principal es estimular y apoyar la actividad empresarial en los países. Son identificadas nueve condiciones: (a) apoyo financiero; (b)política gubernamental; (c) programas empresariales del gobierno; (d) educación y adiestramiento empresarial; (e) transferencia de investigación y desarrollo; (f) infraestructura comercial y legal; (g) regulaciones de entrada, apertura del mercado interno y dinámica del mercado; (h) acceso a infraestructura física; y, (i) normas culturales y sociales del país.

Para 2014, el *Reporte GEM* indica que estas condiciones son los componentes más importantes de cualquier ecosistema empresarial y que constituyen el oxígeno necesario de recursos, incentivos, mercados e instituciones de apoyo para la creación y crecimiento de nuevas empresas. En el 2014, las condiciones del marco empresarial son identificadas como: finanza empresarial; políticas y programas gubernamentales relevantes al empresarismo; educación empresarial; transferencia de investigación y desarrollo; infraestructura legal y comercial; infraestructura física; apertura y dinámica de los mercados; infraestructura física; y, las normas sociales y culturales del país.

En las siguientes figuras presentamos las puntuaciones obtenidas para el ecosistema empresarial de Puerto Rico (véase Figura 7) y para el ecosistema empresarial de Filipinas (véase Figura 8).

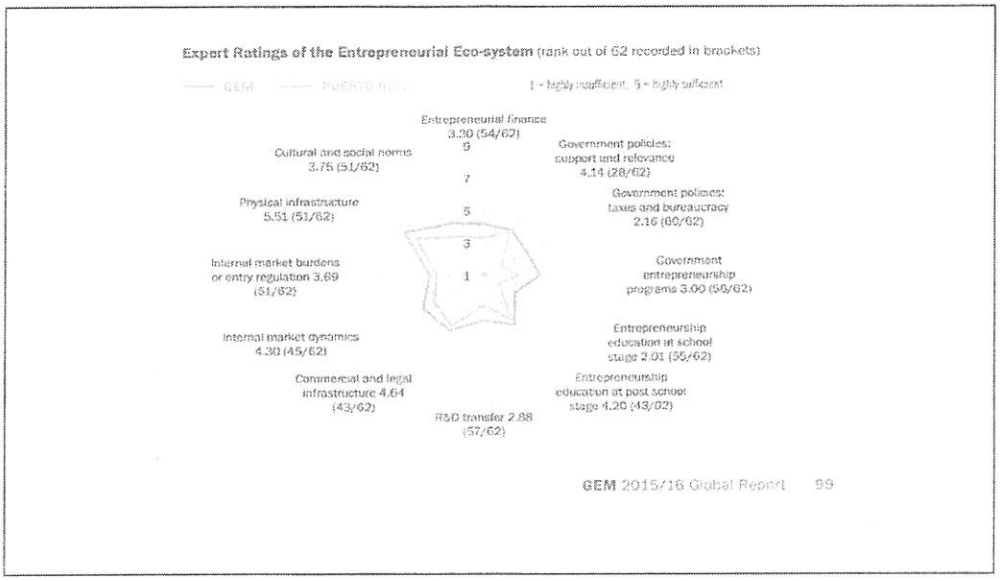


Figura 7. Puntuaciones Ecosistema Empresarial de Puerto Rico

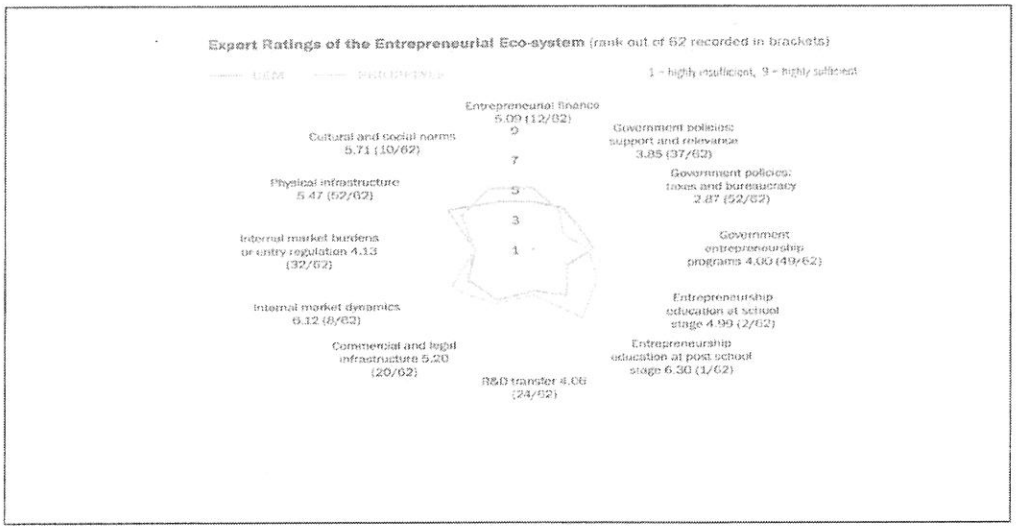


Figura 8. Puntuaciones Ecosistema Empresarial de Filipinas

Como se puede observar en ambos gráficos, el esfuerzo de todas las agencias, tanto del gobierno como privadas, han permitido la expansión del empresarismo en Filipinas por encima de otros países asiáticos, a través de políticas, leyes, ayudas e

infraestructura. Puerto Rico, que se encuentra dentro de los países de América Latina y el Caribe que participan de las estadísticas del GEM, no tiene, lamentablemente, el porcentaje más bajo en percibir el empresarismo como carrera de estudio. En cuanto a cómo se visualiza el estatus de los emprendedores, en el caso de América Latina, Guatemala obtuvo el mayor porcentaje: un 95% de la población percibe el empresarismo como una carrera educacional. En la región del Caribe, el 70% de la población de Barbados visualiza el empresarismo como carrera de estudio, el mismo porcentaje de cómo visualizan el estatus de los emprendedores.

En definitiva, Puerto Rico necesita un empuje para promover el empresarismo y crear las condiciones para promover el marco empresarial, no tan solo en las universidades, sino también a nivel gubernamental. Se necesita un enfoque distinto al actual, uno avalado por el gobierno y que trabaje en conjunto con agencias privadas, empresas y parques tecnológicos. Este nuevo rumbo debe permitir el desarrollo de un currículo empresarial que motive y cuya meta sea crear personas emprendedoras, de nuevos negocios, que aporten al desarrollo económico del país, trastocado por las diferentes crisis económicas y fiscales de los pasados años.

Según González (2015), el empresarismo ha sido utilizado como estrategia para resolver las crisis que provoca el desempleo en países que han optado por fomentar el mismo como vehículo para alcanzar la innovación y mejorar la competitividad. Consideramos que esta es la fórmula que Puerto Rico debe tomar para convertirse en propulsor económico y ayudar a resolver la crisis económica a que se enfrenta.

En contraste con lo anteriormente expuesto, González (2011) indica que la falta de conocimiento entre los gestores de política pública acerca de la actividad económica ha propiciado regulaciones y esfuerzos fragmentados que han lacerado y limitado la actividad empresarial en Puerto Rico. Las iniciativas utilizadas buscan contrarrestar la pérdida masiva de empleos, en vez de impulsar la gestión empresarial como dinámica esencial para el crecimiento de la economía.

Por su parte, entre las alternativas sugeridas para el impulso de la actividad empresarial en Puerto Rico, Gamundi (2011) sugiere la transformación completa del sistema educativo para que fomente el empresarismo desde la educación primaria hasta la educación superior. Expone, además, que este es el momento propicio para que diversos sectores de la sociedad se puedan sentar en una mesa y articular un proyecto colectivo que permita la transformación del país. Debe incluirse tanto a los empresarios como a las universidades, a las organizaciones sin fines de lucro, a los trabajadores, entre otros.

Capítulo V

Conclusiones, recomendaciones y estudios futuros

En este capítulo se presentan las limitaciones y el impacto de esta investigación, además de las conclusiones y las recomendaciones para futuros estudios.

En los capítulos previos se presentó la revisión de la literatura relacionada a la educación empresarial y a las universidades, al igual que la descripción del método de investigación cuantitativa a través del cuestionario CEP, utilizado en varios recintos de la Universidad Interamericana de Puerto Rico.

Limitaciones del Estudio

Debido a que un alto porcentaje de la matrícula en las universidades de Puerto Rico consiste de jóvenes mujeres, el estudio se limitó al sector de las universitarias pertenecientes a los currículos de empresas/empresarismo y a otros currículos. Se pretendía conocer si existían características empresariales en ambos grupos de universitarias de modo que se pudiese justificar la creación de un currículo empresarial más enfocado en el desarrollo éstas. Asimismo, se concibe que la oportunidad debe ir dirigida al estudiantado en general, para encaminarlos a conseguir un entendimiento claro y conciso del empresarismo. El currículo debe permitir el desarrollo de las capacidades y, a su vez, motivar a los estudiantes a ver el empresarismo como una oportunidad real para su desarrollo personal y el del país.

Contribución del Estudio

Las siguientes se consideran las aportaciones más importantes de la investigación:

1. Utilizar el cuestionario CEP, por primera vez, para realizar una encuesta en la población estudiantil, lo que permitió identificar las características empresariales de las jóvenes encuestadas.
2. Presentar una investigación para que las universidades, en especial la facultad de Administración de Empresas conciba otro modelo de educación empresarial, fuera del engranaje actual en el que está delineado el currículo actual de empresarismo. Se pretende que la investigación les permita, además, auscultar modelos que han resultado exitosos en otras universidades, donde el acierto de poner ideas en acción ha permitido el éxito en sus programas de empresarismo y, de esta forma implementar un nuevo modelo en Puerto Rico. Este debe ser un modelo balanceado, holístico, integrador, que permita el desarrollo de esas características en los jóvenes estudiantes y que, a su vez, permita una nueva mentalidad y ejecución hacia el emprendimiento.
3. Sugerir que la universidad tenga una actitud más activa ante el Consejo Educación de Puerto Rico y ante el Gobierno para que se cree y se fomente la educación empresarial. Creemos que la educación debe atemperarse a las necesidades existentes del país, con planes estructurados de desarrollo y se conciba la creación de un currículo empresarial que tenga el aval de todas las agencias gubernamentales. Los planes de re-estructuración económica que menciona el Gobierno deben atemperarse a este modelo.

Conclusiones

El propósito del estudio de investigación permitió explorar las características empresariales personales de las jóvenes universitarias y, a su vez, construir sus perfiles a través de la utilización del cuestionario CEP.

Con respecto a la utilización del cuestionario CEP, este método ha sido utilizado para medir las características empresariales de estudiantes de México, Estados Unidos y Filipinas. El propósito ha sido crear un currículo empresarial en las universidades, atemperado a los nuevos requisitos de educación, y que sean establecidos por sus Consejos de Educación, además de avalados por el gobierno. Igualmente, permiten medir la intención empresarial, y los efectos de una preparación académica en empresarismo la cual permite el desarrollo económico del país. Que se sepa, esta es la primera vez que este tipo de análisis es realizado dentro de la población estudiantil de Puerto Rico.

El modelo utilizado en el Colegio Miriam de Filipinas para la educación empresarial es uno definido y avalado por el Gobierno de ese país. El propósito del gobierno, en unión al sector privado, es apoyar totalmente el adelanto del país y proveer ayudas encaminadas al desarrollo de la educación empresarial como el motor socio-económico de Filipinas.

La Comisión de Educación Superior (CHED por sus siglas en inglés) ha impulsado la integración formal de la educación empresarial, según plasmado en la Orden del Memorándum núm. 17 – Requisitos Currículo para el Bachiller en Ciencias en Empresarismo. A su vez, estos esfuerzos también han redundado en la creación de la

asociación de Educadores Empresariales de Filipinas (ENEDA por sus siglas en inglés), convirtiéndose en herramientas para la creación de un currículo más interactivo y que sigue ganando reconocimiento en las instituciones universitarias alrededor de todo el país.

De acuerdo a los diferentes estudios realizados anteriormente, no tan solo en Filipinas sino alrededor del mundo, y en consonancia con los resultados de esta investigación, según lo manifestado por varias estudiantes universitarias, se concluye que un currículo de educación empresarial es viable en las universidades de Puerto Rico.

Para poder atemperar las necesidades socio-económicas y la viabilidad de un currículo en ciencias en empresarismo, se recomienda lo siguiente:

1. Realizar un estudio utilizando grupos focales y cuestionarios entre estudiantes, profesores y administradores de la universidad para reforzar estos hallazgos y lograr la creación de un currículo en empresarismo.
2. Comprometer realmente al Gobierno de Puerto Rico en la creación de un currículo en empresarismo que esté atemperado a la realidad actual.
3. Unir el sector privado para que aporte al desarrollo de un currículo empresarial.
4. Integrar en las universidades propuestas existentes de programas académicos exitosos de otras instituciones de educación.
5. Lograr la colaboración de entidades tales como: PyMES, Compañía de Comercio y Exportación, Empresas, RedEmprendia, Asociación de Industriales de Puerto Rico, Centro Empresarial para Músicos CulturArte y Echar Pa'lante, entre otros.

Entre todos debe conseguirse la integración de ideas y de apoyo al programa empresarial.

6. Conseguir el apoyo de egresados para que participen en charlas y en foros e, inclusive, invitarlos como profesores.
7. Adiestrar a los profesores para que puedan enseñar empresarismo utilizando los talleres de certificación ofrecidos por la Fundación Kauffman.

Timmons y Spinelli (2009) reconocieron el movimiento emprendedor como la revolución más grande del siglo XXI, por lo cual se debe romper con el paradigma actual en la educación empresarial y comenzar a preparar emprendedores en las universidades. De esta forma, se puede contribuir al crecimiento económico del país.

Por otro parte, Schumpeter (citado en Crespo, 2006) indica que los emprendedores juegan un papel importante en el desarrollo económico del país, aportando los componentes de innovación y cambio tecnológico a través de producir nuevos productos o servicios o mejorar los existentes. De manera similar, Bygrave & Hofer (1991) y Moore (1986) consideran que hay eventos precursores, detonadores para el desarrollo del empresarismo que inciden en que las personas vayan tras logros, tomen riesgos y, si se tiene la educación y se adquiere la experiencia, se propicia el movimiento empresarial.

Finalmente, la investigadora propone que se evalúe la propuesta actual del programa en empresarismo de la universidad para atemperar el mismo a la actualidad. Este programa debe preparar las nuevas generaciones de estudiantes a lo siguiente: (a) identificar oportunidades; (b) crear ideas; (c) permitir la innovación en productos,

servicios, en tecnología, y (d) conseguir la creación de un negocio operacional y rentable, de impacto para el desarrollo económico del país.

Debe ser un programa que permita que los jóvenes universitarios puedan practicar activamente en la creación de una empresa, donde puedan aprender con la práctica y adquirir experiencia, innovar, crear y, más aún, tener confianza en sí mismos, en sus ideas. Además, debe conseguir que el estudiante afine sus destrezas, adquiera nuevas, y cree conciencia de que Puerto Rico necesita de su aportación en todos los ámbitos, permitiendo el crecimiento y desarrollo económico del país.

Modelo Conceptual Revisado

Basado en los hallazgos de la revisión de la literatura y lo antes expresado, la investigadora presenta el nuevo Modelo Conceptual (véase Figura 8) que toma como premisa los modelos del proceso empresarial desarrollados por Timmons (2008), Bygrave y Hofer (91) y Moore (86). Se atemperó su elaboración, tanto el Modelo Conceptual original, como el revisado, al propósito del estudio de investigación.

Para comprender mejor lo expuesto anteriormente, los tres modelos del proceso empresarial (Timmons, et. al.) indican que hay fuerzas que guían el proceso empresarial; que existen unas características de los individuos que promueven la innovación y que, si se combinan con el ambiente, se crea una oportunidad.

Luego de evaluados los resultados, se entiende que los estudiantes poseen características (factores endógenos) antes de llegar a la universidad y que, por otro lado, la universidad es ese factor exógeno, que permite el desarrollo de las competencias del estudiante y amplia el conocimiento. Es deseable que la universidad provea educación en

empresarismo para que los estudiantes aprendan a través de la experiencia; que se convierta en factor detonante, que abra horizontes en la mentalidad empresarial de los jóvenes universitarios; que presente el empresarismo como una opción real, donde se puedan realizar investigaciones y desarrollar ideas de su entorno social; además de ayudarles a percibir las oportunidades y ponerlas en marcha.

Como indica Moore (1986) en su modelo de proceso de empresarismo, las características personales de los individuos se combinan con el ambiente para crear una oportunidad, para crear innovación, donde los factores externos o el evento detonador sean influencias importantes para el emprendedor.

Por lo tanto, la universidad debe ser el entorno donde se provea un currículo eficaz en la educación empresarial, más allá de teorías o la creación de planes de negocio. Una universidad debe tener como misión una educación de excelencia en empresarismo, y su visión debe promover esta disciplina y forjar emprendedores. Una universidad debe unir variables independientes, por un lado, y el Gobierno establecer leyes y políticas que avalen un currículo empresarial que provea recursos a futuros emprendedores.

El modelo conceptual revisado añade al Consejo Educación de Puerto Rico para que, en unión al Gobierno del país, se hagan responsables de la creación de leyes que reafirmen el compromiso en la educación empresarial. Se añade también a egresados empresariales que sirvan de motivación y estímulo a los estudiantes; de igual modo se suman organizaciones como las PyMes y Echar Pa'lante en la preparación de los estudiantes.

El nuevo Modelo Conceptual en la creación de un nuevo currículo empresarial, es un proceso lineal que permita la motivación, provea los recursos e influya en los jóvenes estudiantes a ser emprendedores exitosos. La universidad, en conjunto con profesores, gobierno, agencias privadas, agencias gubernamentales y egresados empresariales (modelos a seguir), deben motivar a incentivar la mentalidad y la intención empresarial en los estudiantes. Además, deben moldear emprendedores exitosos; que todos y cada uno de estos factores externos favorezcan el entorno empresarial para la creación de nuevas empresas que permitan la creación de una sociedad donde el empresarismo sea el motor de crecimiento, la creación de empleos y la competitividad.

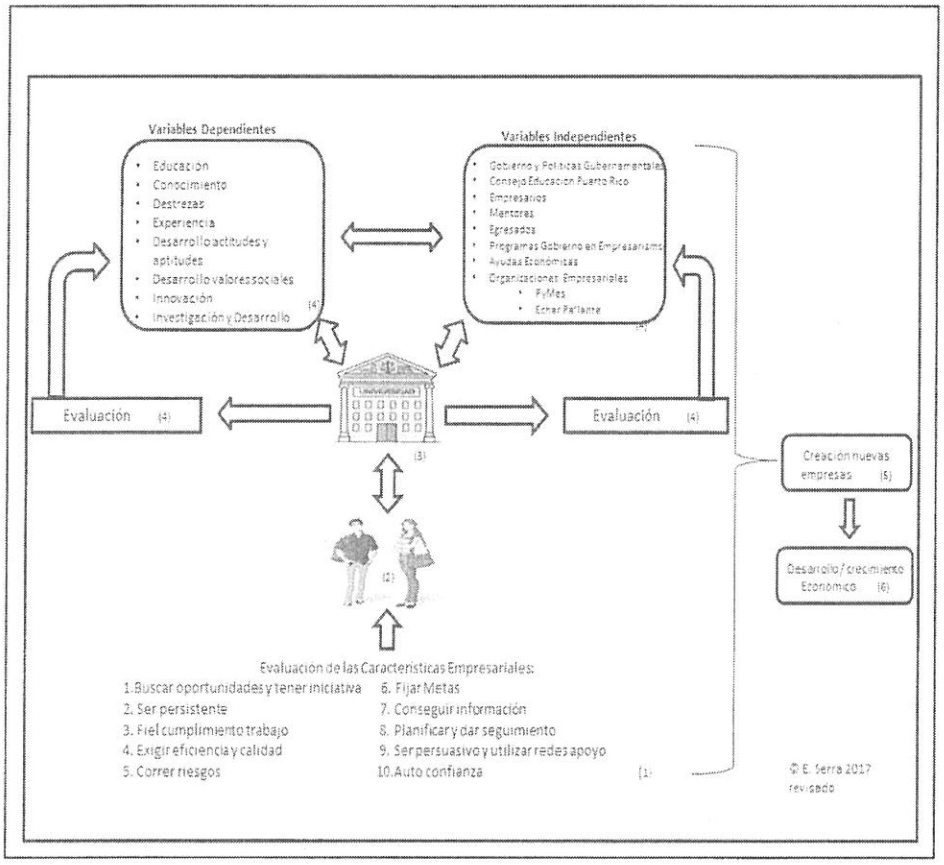


Figura 9. *Nuevo Modelo Conceptual – Elaboración propia Investigadora revisado*

En el siguiente punto, se presenta un resumen del proceso de implementación de educación empresarial en Filipinas y se compara con Puerto Rico. El propósito es el de permitir la creación de un nuevo modelo de educación empresarial en Puerto Rico (véase Tabla 13).

Con el propósito de que la educación empresarial en Puerto Rico sea una herramienta esencial en el desarrollo de una cultura empresarial (Fayolle, 2011) en el país y, a su vez, una herramienta de desarrollo económico que promueva la ventaja competitiva, se identifican los retos que esta investigadora entiende Puerto Rico necesita atender.

Tabla 13

Resumen Comparativo Educación Empresarial Filipinas y retos para Puerto Rico

Filipinas	Puerto Rico
Alto nivel desempleo	Alto nivel desempleo
Gobierno reconoce importancia del empresarismo como motor desarrollo económico. Incluido en la constitución del país desde 1987	Plasmado en Agenda Recuperación Económica 2014-2018. Reto: Establecimiento de leyes y políticas
Agencias Responsables Educación: Departamento Educación, Comisión Educación Superior, Autoridad Educación Técnica y Desarrollo de Competencias	Agencia Responsable Educación: Consejo Educación de Puerto Rico
Introduce Educación Empresarial 1966	Reto: Nuevo modelo curricular empresarial
Leyes y Proyectos definidos educación formal	Reto: No hay coordinación entre Rama Ejecutiva y CEPR de proyectos o leyes definidos
Plan Educación Empresarial desde K1-K12	Reto: Establecimiento educación empresarial en grados primarios
Desarrollo económico sostenible	Reto: Establecer plan desarrollo económico sostenible
Alto porcentaje entre los jóvenes escoger el empresarismo como carrera	Bajo porcentaje entre los jóvenes escoger empresarismo como carrera
Establecimiento Bachiller en Ciencias Empresariales	Reto: Reforma educativa. Creación Bachiller en Ciencias Empresariales
Perfil Características Empresariales	Reto: Creación perfil estudiantes para el desarrollo empresarial

Nota: Elaboración propia

Recomendaciones y estudios futuros

Dentro de las recomendaciones que la investigadora sugiere para estudios futuros se encuentran los siguientes: (a) expandir el estudio a la población estudiantil en general; (b) difundir el estudio a los profesores de empresarismo; y (c) divulgar el estudio a la administración universitaria. De este modo, se permite la generación de datos

cualitativos y cuantitativos para poder auscultar y evaluar las cualidades, los atributos, las competencias y las metodologías pedagógicas actuales. A su vez, estas deben permitir realizar evaluaciones comparativas con otras universidades que han demostrado tener mejores prácticas en la enseñanza y preparación empresarial de sus estudiantes.

Se deben realizar estudios en universidades que en la actualidad tienen en su oferta el Bachiller en Ciencias Empresariales, o que ofrecen programas en empresarismo para comparar los mismos y poder realizar los ajustes necesarios para ofrecer un programa apropiado para la preparación de emprendedores.

La universidad debe promover eventos empresariales de forma continua y promover la participación de empresarios en cursos, orientaciones y seminarios. Este tipo de eventos debe estimular en los estudiantes la intención de convertirse en empresarios. Deben ofrecerse cursos donde la participación en la creación y manejo de un negocio les ofrezca la perspectiva real de ser empresarios.

De acuerdo con lo antes expuesto, Banuchi (2012) presenta un ejemplo donde la universidad fomenta el espíritu empresarial en los estudiantes a través de la creación del proyecto ideado por una catedrática del Recinto Universitario de Mayagüez (RUM). El negocio Huella Colegial es una empresa laboratorio para que los estudiantes de mercadeo puedan poner en práctica lo aprendido. Esto ha permitido que la comunidad conozca los programas y lo que hacen los estudiantes en la institución universitaria. Este programa fomenta el espíritu empresarial entre los estudiantes participantes de los cursos de Mercadeo Básico y Gerencia de Ventas al Detal. Son estudiantes que provienen de distintas disciplinas en Administración de Empresas y cuya experiencia les ha permitido

desarrollar las capacidades de liderazgo, trabajo en equipo y toma de decisiones. También les ha permitido trabajar con el concepto de un negocio real en la universidad.

Los estudiantes matriculados en Mercadeo Básico se encargan de la contabilidad, reclutamiento, promoción y auspicios del negocio, mientras que los estudiantes de Gerencia de Ventas se encargan de diseñar el interior de la tienda, crear su imagen y desarrollar la estrategia de ventas. El negocio de Huella Colegial es un café teatro donde también participan estudiantes con talento artístico. Venden refrescos, galletas, bizcochos, camisetas y memorabilia de la universidad para el disfrute de estudiantes, visitantes y residentes de la ciudad de Mayagüez.

Se recomienda, finalmente, la creación de un nuevo modelo de educación empresarial, como un currículo fuera del currículo de administración de empresas, enfocado en la preparación de emprendedores. Debe ser un currículo orientado a fomentar el espíritu empresarial, a la solución de problemas, a ejecutar proyectos que les permita a los estudiantes su participación activa en los mismos. Además, que provea la utilización de la tecnología, la creatividad, el expandir conocimientos, aprovechar oportunidades y ponerlas en acción. Debe también permitir el desarrollo de características empresariales en todos y cada uno de los estudiantes.

La investigadora entiende que es ardua la labor hacia el proceso de crear en la universidad un nuevo modelo en educación empresarial; igualmente, es complicada la creación de cursos que motiven a los estudiantes a ser emprendedores. Este debe ser un proceso estructurado, de seguimiento y evaluación a los estudiantes que demuestren una

intención o motivación hacia el emprendimiento. La universidad puede evaluar los recursos disponibles para lograr el éxito del programa (Valera, 2006).

Además, y tomando prestadas las palabras del Dr. Rodrigo Valera (2003), concluyo: "Poder brindar al profesional actual y futuro, las capacidades y habilidades necesarias para que sea un factor de desarrollo económico y social, para que esté capacitado como empresario, como un ente creativo, capaz de superar sus limitaciones y las del país y de hacer una contribución efectiva en nuestro desarrollo, como ente innovador, independiente, creativo, líder, original, arriesgado, visionario que logra satisfacer sus metas personales por su propia acción" (pp. 12-13).

Referencias

Acevedo, N. (2009). *Educación para el siglo XXI.* Recuperado de http://educacionysociedadenelsiglo21.blogspot.com/2009/12/educacion-para- el-siglo-xxi.htm

Alva, A. (n.f.). *Análisis de los datos e interpretación de los resultados.* Recuperado de http://cmapspublic2.ihmc.us/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1177276899217_1477413697_5143

Andréu, J. (n.f.). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada.* Recuperado de http://www.public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf

Aponte, E. (2005). *La economía de Puerto Rico en la economía global y la educación superior.* Recuperado de http://cie.uprrp.edu/cuaderno/ediciones/19/pdfcuaderno19/c19art4.pdf

Aponte, R. (2014). *Hacia una educación de clase mundial.* Recuperado de http://www2.pr.gov/agencias/cepr/inicio/acercadelcepr/Documents/Direccion%20Ejecutiva/Educacion%20Calse%20Mundial%20R%20Aponte%20Parsi.pdf

Audretsch, D. (2009). The Entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer* 2009 34(3). Recuperado de http://link.springer.com/article/10.1007/s10961-008-9101-3/fulltext.html

Banuchi, R. (2012, 8 de enero). Los negocios sí son cosa de jóvenes. Negocios. *El Nuevo Día,* p. 6

Bello, J.R. (2006). La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios. *Cuadernos Unimetanos 8 (2006)*, 2-9. Recuperado de http://scholar.google.es/scholar?q=La+preparacion+emprendedora+y+la+formacion+de+graduados+universitarios&btnG=&hl=en&as_sdt=0%2C5

Benavides, M., Sánchez, M.I. & Luna, R. (2004). *El proceso de aprendizaje para los Emprendedores en la situación actual: Un análisis cualitativo en el ámbito Universitario.* Recuperado de http://robertoluna.es/files/articulo%20emprendedores%20rluna%direccion%20y%organizacion%202004.pdf

Benneworth, P. & Osborne, M. (2015). *Understanding universities and entrepreneurship education: Towards a comprehensive future fesearch agenda.* Recuperado de http://doc.utwente.nl/97599/

Blacutt, M. (2012). Estadística Aplicada con SPSS. Módulo I. *Capítulo 73: Análisis del test de "Levene". Igualdad de varianzas.* Recuperado de http://www.mailxmail.com/curso-estadistica-aplicada-spss-modulo/análisis-test-levene-igualdad-varianzas

Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2),* pp 13-22. Recuperado de https://www.slideshare.net/namekuwanday/theorizing-about-entrepreneurship-45779199

Calderón, J. (2010). *Perfil del estudiantado universitario en Puerto Rico:*

Hallazgos del Consejo de Educación. Recuperado de http://www2.pr.gov/agencias/cepr/inicio/Investigacion/Documents/Otros/PERFIL%20DEL%20ESTUDIANTADO%20UNIVERSITARIO%20EN%20PUERTO%20RICO%20BW.pdf

Central Intelligence Agency (2014). *The World Fact Book*. Recuperado de https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rp.html

Co, M.R. (2016, 1 de febrero). Of enterprising learning, enterprising teachers. *Philippine Daily Inquirer*. Recuperado de http://www.mc.edu.ph/News/tabid/194/tag/entrepreneurship/Default.aspx

Commission of the European Communities (2003). *The Commission's Green Paper: Entrepreneurship in Europe*. Recuperado de http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200203/ldselect/ldeucom/142/142.pdf

Consejo Educación de Puerto Rico (2016). *Compendio estadístico sobre la educación de Puerto Rico 2015-2016*. Recuperado de http://www.ce.pr.gov/

Crespo, R. (2006). *Joseph Schumpeter, el primero que describió cómo actúa realmente un Empresario*. Recuperado de http://materiabiz.com/joseph-schumpeter-el-primero-que-describio-como- actúa-realmente-un-empresario/

Cuestionario Características Empresariales Personales (CEP). Recuperado de http://www.msiworldwide.com/

Declaración Budapest-Viena (2010). Recuperado de

http://eees.universia.es/objetivos/

Definición Currículo Educación (2016). Recuperado de http://epistemologia.over-blog.es/pages/DEFINICION_DE_CURRICULO_Y_CONTENIDOS-1432924.html

Departamento del Trabajo y Recursos Humanos de Puerto Rico. (2015). *Empleo y desempleo en Puerto Rico.* (18 de septiembre de 2015). Recuperado de http://www.mercadolaboral.pr.gov/lmi/pdf/Grupo%20Trabajador/2015/EMPLEO%20Y%20DESEMPLEO%20EN%20PUERTO%20RICO%208.pdf

Department of Trade and Industry (2016). *MSMEs statistics.* Recuperado de http://dti.gov.ph/businesses/msmes/msme-resources/msme-statistics

Diccionario Real Academia Española. Recuperado de http://dle.rae.es/?id=OxX3Y1t

Disdier, O. (2015). *Anuario estadístico del sistema educativo: Año escolar 2012-2013.* Recuperado de http://www.estadisticas.gobierno.pr/iepr/LinkClick.aspx?fileticket=m8j9w8fbhE%ed&tabid=165

Dunchev, B. (2012). *Measuring the impact of entrepreneurship education at Aarhus School of Business and Social Sciences.* Recuperado de http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/44955837/Biser_Dunchev.pdf

Ekmekcioglu, E. (2012). The Impact of entrepreneurship on economic growth.

Recuperado de https://www.academia.edu/1600957/The_Impact_of_Entrepreneurship_on_Economic_Growth

EntreEd (2015). *The National Consortium for Entrepreneurship Education*. Recuperado de http://www.entre-ed.org/

Estado Libre Asociado de Puerto Rico (2006). *Plan desarrollo económico y transformación de gobierno para Puerto Rico.* Recuperado de http://www.gobierno.pr/NR/rdonlyres/AB02A274-583E-4E99-A474-4EDDD5097182/0/PlanDesarrolloEconomico.pdf

European Parliament (2015). *Consejo Europeo de Lisboa. Conclusiones de la Presidencia.* Recuperado de http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm

Evangelista, R. (2013). *Entrepreneurship in the Philippines: Opportunities and challenges for inclusive growth.* Recuperado de http://www.cipe.org/publications/detail/entrepreneurship-philippines-opportunities-and-challenges-inclusive-growth

Fajardo, H. (2013). Entrepreneurship education and UP ISSI-Serdef. *Philippine Daily Inquirer.* Recuperado de http://business.inquirer.net/129643/entrepreneurship-ducation-and-up-issi-serdef

Fayolle, A. (2011). World Encyclopedia of Entrepreneurship. Léo-Paul Dana (Ed). *Entrepreneurship Education* (pp. 86-100). MA: Edward Elagar

Publishing Limited.

Fayolle, A. & Gailly, B. (2015). The Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management 53 (1),* 75-93

Gaitán, H. (n.f.). *Innovación y Empresarismo.* Recuperado de http://www.monografias.com/trabajos87/innovacion-y-empresarismo/innovacion-y-empresarismo.shtml

Gamundi, B. (2011). Buscando una sociedad de dueños (1era Ed.). Intéligo, Inc. *La Educación, las Universidades, las Empresas, el Gobierno y la Promoción Desarrollo Económico.* (pp. 163-195). SIBN: 978-1-59608-957-0

Garavan, T. & O'Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: A review and evaluation – Part I. *Journal of European Industrial Training 18(8), 3-12.* Recuperado de http://www.entrepreneur.dk/entrprnship.htm

García, L. (2014). *Será difícil que Puerto Rico pueda recuperar su pasado glorioso en la manufactura farmacéutica.* Recuperado de http://sincomillas.com/sera-dificil-que-puerto-rico-pueda-recuperar-su-pasado-glorioso-en-la-manufactura-farmacéutica/

Gatchalian, M.L. (2010). *An in-depth analysis of the entrepreneurship education*

in the Philippines: An initiative towards the development of a framework for a professional teaching competency program for entrepreneurship educators. Recuperado de https://aboutphilippines.ph/files/A5V5_TIJRR.pdf

Gestiopolis (2001). *Crecimiento económico y desarrollo económico, ¿Se relacionan?* Recuperado de https://www.gestiopolis.com

Global Entrepreneurship Monitor (2015). *GEM 2015 Report.* Recuperado de http://gemconsortium.org/report/49480

Global Entrepreneurship Monitor (2014). *GEM 2014 Report.* Recuperado de http://gemconsortium.org/report

González, A. (2015). *La Importancia del empresarismo para Puerto Rico.* Recuperado de http://ventanadelpueblo.com/noticias/noticias-sociales/38-la-importancia-del-empresarismo-para-puerto-rico

González, J. (2011, 18 de octubre). Prostituido el empresarismo en la Isla. *El Nuevo Día,* p. 34

Guerrero, M. & Urbano, D. (2012). *Trasferencia de conocimiento y tecnología: Mejores Prácticas en las universidades emprendedoras españolas.* Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-10792012000100004&script=sci_arttext&tlng=pt

Gutiérrez, A. & Amador, M.E. (2011). El potencial emprendedor en los

estudiantes de la carrera de Contabilidad de las Universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México Centro Universitario de los Altos: Un análisis comparativo. *Quipukamayoc, 19(36), pp. 63-82.* ISSN: 1609-8196. Recuperado de http://ateneo.unmsm.edu.pe/ateneo/bitstream/123456789/2873/1/Quipukamayoc09v2n36_2011.pdf

Hernández Acosta, J.J. (2013). La educación empresarial para el emprendedor cultural. *Fórum Empresarial* 2013 18(2). Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63131334003

Hernández, C. & Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa. 2015-1.* Recuperado de http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf

Hernández, J. (2009). *Investigación Cuantitativa.* Recuperado de http://juanherrera.files.wordpress.com/2008/11/investigacion-cuantitativa.pdf

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1997). ¿Qué es y para qué sirve el análisis de contenido? *Metodología de la Investigación* (pp. 335-339). México: McGraw Hill

Junta de Planificación de Puerto Rico. (2015). *Informe Económico al Gobernador de Puerto Rico, 2015.* Recuperado de http://www.jp.pr.gov/

Kigotho, W. (2014). *World Bank calls for more entrepreneurship education.* Recuperado de

http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20140704081803607

Kuratko, D. (2003). *Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st Century.* Recuperado de http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_ed.pdf

La crisis económica de la Isla está fundamentada en el status. (2013, 7 de noviembre). *El Nuevo Día.* Recuperado de *http://www.elnuevodia.com/noticias/politica/nota/lacrisiseconomicadelaislaestafundamentadaenelstatus-1638030/*

Laguador, J.M. (2013). A correlation study of personal entrepreneurial competency and the academic performance in operations management of Business Administration students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences,3(5)*, 61-70. Recuperado de http://www.hrmars.com/admin/pics/1802.pdf

Liñán, F. (2006). *Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresario de calidad.* Recuperado de http://www.revista-eea.net/documentos/24236.pdf

Llorito, D. (2012). *Philippines: Reforms in higher education key to growth and competitiveness.* Recuperado de http://go.wolrdbank.org/2QP7VDHHL0

Lobato, M. (2012). *El sistema financiero y la recesión económica en Puerto Rico: Una visión panorámica.* Recuperado de

http://cicia.uprrp.edu/publicaciones/Papers/OCIF/Lobato-Sist_Fro_y_Recesion.pdf

López, A. (2012). *El emprendedor necesita formación para emprender.* Recuperado de http://emprende.unir.net/blog/el-emprendedor-necesita-formación-para-emprender/index.html

López, A., Gatchalian, M., Ibañez, M. & Serrano, M. (2013). *Development of an entrepreneurship curriculum framework and approaches for global competitiveness. The Philippine experience.* Recuperado de http://academia.edu/5265742/ENTREPRENEURSHIP_CURRICULUM_FRAMEWORK_DEVELOPMENT_FOR_GLOBAL_COMPETITIVENESS

López, A., Gatchalian, M. (2015). *Current status of entrepreneurship education (EE) in the Philippines.* Recibido el 8 de marzo de 2016, de Dra. Gatchalian.

López, S. & Rivera, B. (2016). *Estudio de percepción sobre el desarrollo de las competencias genéricas de los estudiantes de Administración de Empresas y su inserción en el sector productivo.* Recuperado de http://www2.pr.gov/agencia/cepr/inicio/publicaciones/Publicaciones/Lopez%20Palau%20Informe%20Final.pdf

Madrigal, K., Marín, E., Mitranda, L., Muñoz, M., Olaso, A., Orozco, D. & Paniagua, M. (2009). *La Utilización de la encuesta en la investigación cuantitativa.* Recuperado de

http://www.ulacit.ac.cr/files/proyectosestudiantiles/239_investigacion%20cuantitativa.pdf

McClelland, D. (1961). *Teoría de las Necesidades.* Recuperado de http://www.12manage.com/methods_mcclelland_theory_of_needs_es.html

Mentalidad Emprendedora: Un Proyecto de vida ser empresario (2010). Recuperado de http://www.buenastareas.com/ensayos/Mentalidad-Emprendedora-Un-Proyecto-De-Vida/671494.html

Miriam College News (2014). Recuperado de http://www.mc.edu.ph/News/tabid

Moore, C. (1986). Understanding entrepreneurial behavior: A definition and model. *Academy of Management Proceedings 1*(1986), 66-70. Academy of Management

Morales, S.T. & Roig, S. (n.f.). *El Papel de las universidades en el fomento de la cultura emprendedora.* El caso de España. Recuperado de http://www.uv.es/~motiva/Medellin/SilviaMoralesSalvadorRoig.pdf

National Economic Developmental Plan. *The Philippine Devolopment Plan 2011-2016.* Recuperado de http://www.neda.gov.ph/2013/10/21/philippine-development-plan-2011-2016

Nieto, J. & Griol, I. (2011). Definiciones de innovación. Recuperado de http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/handle/10785/642

Olmos, R.E., González, R.F. & Alcaraz, E. (2014). Desarrollo de competencias

emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales. 22*, 29-53. Recuperado de http://scholar.google.es/scholar?q=Desarrollo+de+competencias+emprendedoras%3Aun+analisis+explicativo+con+estudiantes+universitarios&btnG=&hl=en&as_sdt=en&as_sdt=0%2C5

Oriol, M. (2013). El Futuro de la universidad desde la perspectiva del mundo empresarial. Recuperado de http://circulodeempresarios.org/es/sala-de-prensa/articulos/el-futuro-de-la-universidad-desde-la-perspectiva-del-mundo-empresarial

Ortega, M (2013, 25 de abril). Puerto Rico perdió su capacidad de crecimiento, reiteran economistas. *Primera Hora.* Recuperado de http://www.primerahora.com/noticias/gobierno-política/nota/puertoricoperdiosucapacidaddecrecimientoreiteraneconomistas-915482/

Partnership for 21 Century Skills (P21). *Learning for the 21st Century Report. A Report and mile guide for 21st Century Skills.* Recuperado de http://www.p21.org/storage/documents/P21_Report.pdf

Pihie, Z. A. L., & Sani, A. S. A. (2009). Exploring the entrepreneurial mindset of students: Implication for improvement of entrepreneurial learning at university. *The Journal of International Social Research*, *2*(8), 340-345. Recuperado de http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt2/sayi8pdf/pihie_sani.pdf

Puerto Rico se Transforma: Agenda de Recuperación Económica 2014-2014/. (2014,

mayo 6). Recuperado de http://tribunapr.com/2014/05/06/gobierno-presenta-su-agenda-de-recuperacion-economica.html

Porter, M. (2008). Clusters and competition. In Harvard Business School Publishing Corporation (Ed). *On Competition* (pp. 213-303). Boston

Portillo, A. (2010). *Hacia una Universidad con Espíritu Empresarial.* Recuperado de http://www.aporrea.org/educacion/a97941.html

Porto, J. (2017). *Definición de Crecimiento Económico*. Recuperado de http://definicion.de/crecimiento-economico/

Porto, J., Merino, M. (2009). Definición de Crisis Económica. Recuperado de http://definicion.de/crisis-economica/

Reporte Empleo y Desempleo Puerto Rico (2013). *Empleo y Desempleo de Puerto Rico. Revisión Censo 2010.* Recuperado de http://cce.estadisticas.pr

Robbins, S. (2003). Basic Motivation Concepts. *Organizational Behavior, 10th ed.* (pp. 162-164). New Jersey, NJ: Prentice Hall

Ruiz, J., Cabeza, D. & Briano, G. (2012). *Universidad y emprendimiento: Un caso de estudio en la Facultad de ciencias económicas y empresariales de la UGR.* Recuperado de http://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf

Sage Publications (2010). *Introduction to quantitative research.* Recuperado de https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/36869_muijs.pdf

SanDiego (2013). *Mentalidad empresarial.* Recuperado de http://sandiego20.blogspot.com/2013/03/mentalidad-empresarial.html

Santiago Canet, J. (2013). Estudios de casos para enseñanza. *58th ICSB World Conference*. Vol. 1, No. 1, v

Schools offering Entrepreneurship courses in the Philippines (n.f.). Recuperado de http://www.finduniversity.ph/entrepreneurship-schools/

Sin Comillas (2014, 25 de septiembre). Echar Pa'lante ofrece conferencia sobre empresarismo juvenil. Recuperado de http://sincomillas.com/echar-palante-ofrece-conferencia-sobre-empresarismo-juvenil/

Smith, A. & Paton, R. (2011). A Collaborative international approach to the development, implementation and assessment of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 17*(1), 104-118.

Shuttleworth, M. (2008). *Diseño de la investigación cuantitativa.* Recuperado de https://explorable.com/es/diseno-de-la-investigación-cuantitativa

Soria, K., Zuniga, S. y Ruiz, S. (2015). *Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio.* Recuperado de http://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v9n1/art04.pdf

Small Business Administration (2015). *The Small Business Economy Report 2006.* Recuperado de https://www.sba.gov/sites/default/files/files/sb_econ2006.pdf

Small Business Administration (2015). *The Small Business Economy Report 2010.*

Recuperado de https://www.sba.gov/sites/default/files/sb_econ2010.pdf

Thorp, H. & Goldstein, B. (2010). *The Entrepreneurial University*. Recuperado de https://www.insidehighered.com/views/2010/09/27/entrepreneurial-university

Timmons, J. & Spinelli, S. (2009). *New Venture Creation*. New York: McGraw Hill

Tobón, S. (2008). *La formación basada en competencias en la educación superior: El enfoque complejo.* Recuperado de http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1LVT9TXFX-1VKC0TM-16YT/Formaci%C3%B3n%20basada%20en%20competencias%20(Sergio%20Tob%C3%B3n).pdf

Valdemoros, J. (2009). *Educación: Hablamos de futuro*. Recuperado de http://circulodeempresarios.org/es/sala-de-prensa/articulos/educacion-hablamos-de-futuro

Valera, R. & Bedoya, O.L. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*. *22*(100), 21-47. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf

Valera, R. (2001). *Educación empresarial: El reto del nuevo siglo.* Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/46154515_Educacion_empresarial_el_reto_del_nuevo_siglo

Valera, R. (2003). *Hacia una universidad con espíritu empresarial.*

Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/237266173_Hacia_una_universidad_con_espiritu_empresarial

Valerio, A., Parton, B. & Robb, A. (2014). *Entrepreneurship education and training programs around the world: Dimensions for success*. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=en&lr=&id=ypFtAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Entrepreneurship+Education+and+Traing+Programs+around+the+World:+Dimensions+for+Success+&ots=6RSKdW3BmP&sig=L_zUHocA8uSXkbdZxlXE7lUqd8c#v=onepage&q=Entrepreneurship%20Education%20and%20Traing%20Programs%20around%20the%20World%3A%20Dimensions%20for%20Success&f=false

Velasco, A. & Del Rosario, R. (2013). *Entrepreneurship education in Philippines*. Recuperado de https://www.academia.edu/15246695/Entrepreneurship_Education_in_the_Philippines

World Economic Forum (2010). *Global Education Initiative*. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GEI_MENAEntrepreneurshipEducation_Report_2010.pdf

Lista de Apéndices

Apéndice A

Autorización *InterAmerican Review Board* (IRB)

Inter American University of Puerto Rico
Central Office

March 18,2016

Eneida S. Serra Lugo
15 Estancias de Sierra Maestra,
Añasco, P.R. 00610-9685

APPLICATION REGARDING STUDY # 15-16-079: "CURRICULO DE EDUCACIÓN EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES DE PUERTO RICO Y FILIPINAS: EXPLORANDO LA MENTALIDAD Y CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES DE LAS MUJERES UNIVERSITARIAS. UN ESTUDIO COMPARATIVO"

The document the researcher sends for IRB review and approval is included with this letter. The document was approved with the following condition:

Regulations require that:

- *all documents (surveys, informed consent/assent documents, letters of collaboration/authorization, etc.) presented to research subjects have the IRB seal of approval.* **NOTA: Es requisito de ley, que todos los documentos e instrumentos que se vayan a utilizar y presentar a los sujetos deben tener el sello de aprobación de la JRI.**
- *a summary report of findings be sent to the IRB Administrator after the research has been completed for record purposes*
- *the IRB has the authority to review/observe ongoing research and documentation to verify compliance with regulations by the researcher*
- *changes made to the research protocol after this approval must be reviewed by Board members prior to application to research subjects. Some of these changes may be approved by expedited review while others may require full Board review.* **NOTA: Es responsabilidad del investigador enviar a la JRI todo documento, instrumento, procedimiento, cambios en tamaño de muestra o sus características para revisión y aprobación de la junta previo a presentarlo o utilizarlo con los participantes.**

If the research has not been completed and report of findings has not been submitted by March, 2017 the protocol is subject to continuing review by the Board.

Cordially,

Irradeswinda Rivera Ocasio
IRB Administrator

c: Dra. Nyvia Alvarado
Dra. Zulma Quiñones

IAUPR-IRB CENTRAL OFFICE
VALID FROM THRU
18 -03- 16 - 18 -03- 17
APPROVED

Institutional Review Board
PO Box 363255 • San Juan, PR 00936-3255 • Tel. (787) 766-1912 • FAX (787) 250-7984

Apéndice B

Autorización Cuestionario CEP

Eneida,

The below referenced questionnaire is authorized for your use.

Thank you for checking in with MSI.

Best, Ellen Yount

Ellen M. Yount
Senior Vice President
Management Systems International
Arlington, VA 22202
(Work) +1 703 979 7100, Ext. 214
(Cell) +1 202 437 8425
eyount@msi-inc.com

msiworldwide.com

Apéndice C

Carta Modelo Solicitud de Instalaciones

_____ Fecha

_____

Dirección del Destinatario

_____

_____

Estimado(a) señor (a):

Como parte de los requisitos para obtener el grado de doctorado en filosofía en Desarrollo Empresarial y Gerencial con concentración en negocios internacionales, de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San Germán, llevaré a cabo una investigación. La misma se basa en cimentar las bases para un nuevo modelo de educación empresarial universitario en Puerto Rico. Para poder realizar el estudio, es necesario el realizar una encuesta Características Empresariales Personales, entre las jóvenes universitarias que pertenezcan al currículo de empresarismo y de otros currículos.

Por lo que solicito su colaboración permitiéndome realizar la encuesta en la Universidad que usted a bien representa. Es necesario el establecimiento de un área designada para realizar la misma, mesa de registro y sillas.

Los participantes han de ser jóvenes estudiantes universitarias, debidamente matriculadas en su institución en el currículo de educación empresarial y de cualquier otro currículo. Esta investigación está protegida por las normas de investigación relacionadas a sujetos humanos establecidos por los organismos institucionales de la Universidad Interamericana de Puerto Rico. La identidad de las participantes se mantendrá confidencial.

Entiendo que los resultados del estudio serán de gran provecho tanto para la comunidad académica y como del bienestar económico del país. Para cualquier duda me puede contactar a través de mi teléfono celular (787) 319-1800.

De aceptar esta solicitud será necesario que me envíe una carta para confirmar su colaboración. Adjunto un modelo para su conveniencia. Gracias anticipadas por su atención a este asunto,

Cordialmente,

Eneida Serra Lugo
Estudiante Doctoral
Investigadora Principal

Apéndice D

Carta Modelo Participantes

_____ Fecha

Estimada Estudiante Universitaria:

Como parte de los requisitos para obtener el grado de Doctor en Filosofía en Desarrollo Empresarial y Gerencial con concentración en Negociones Internacionales, de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán, realizo una investigación sobre las características empresariales personales, que a su vez permita la creación de un nuevo modelo de educación empresarial en Puerto Rico.

Con el objetivo de obtener datos sobre las características empresariales personales, que permita la creación de un perfil de las estudiantes, es necesario el realizar encuesta. Has sido invitada a participar de la misma.

Su participación es de carácter voluntario y confidencial. He obtenido los permisos necesarios de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San Germán, y de la institución que prestará sus instalaciones para conducir la misma. Su participación es este estudio es voluntaria, por tanto, no habrá ninguna compensación ya sea monetaria o no monetaria. Si decide participar, su participación y comentarios que emita durante la realización de la encuesta, serán estrictamente confidenciales.

La encuesta tomará aproximadamente 20 minutos el realizarla. Si accede a participar y luego de comenzada la misma cambia de opinión, puede dejar de participar y abandonar la misma cuando desee, entregando el cuestionario. De igual manera si decide participar de la encuesta y tiene alguna duda o pregunta, las mismas serán contestadas o aclaradas por parte de la investigadora. Una vez se apruebe la disertación por parte del comité de disertación y se confiera el grado de doctor en filosofía a la investigadora principal, el material será retenido solamente por esta y custodiado por un mínimo de cinco años, transcurrido ese tiempo se dispondrá del mismo mediante métodos confiables de seguridad.

Gracias por su tiempo e interés en colaborar,

Atentamente,
Eneida Serra Lugo
Estudiante Doctoral
Investigadora Principal

Apéndice E

Consentimiento Informado

Como parte de los requisitos para obtener el grado de Doctor en Filosofía en Desarrollo Empresarial y Gerencial con concentración en Negociones Internacionales, de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán, realizo una investigación sobre las características empresariales personales, que a su vez permita la creación de un nuevo modelo de educación empresarial en Puerto Rico.

La investigación será mediante el método cuantitativo y se realizará encuesta de características empresariales personales. Usted está invitado a participar en:

Recinto de: _____
Fecha: _____ de _____ de 2016
Hora: _____
Lugar: _____

Su participación es de carácter voluntario y confidencial. He obtenido los permisos necesarios de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San Germán, y de la institución que prestará sus instalaciones para conducir la misma. Su participación es este estudio es voluntaria, por tanto, no habrá ninguna compensación ya sea monetaria o no monetaria. Si decide participar, su participación y comentarios que emita durante la realización de la encuesta, serán estrictamente confidenciales.

La encuesta tomará aproximadamente 20 minutos el realizarla. Si accede a participar y luego de comenzada la misma cambia de opinión, puede dejar de participar y abandonar la misma cuando desee, entregando el cuestionario. De igual manera si decide participar de la encuesta y tiene alguna duda o pregunta, las mismas serán contestadas o aclaradas por parte de la investigadora.

Una vez se apruebe la disertación por parte del comité de disertación y se confiera el grado de doctor en filosofía a la investigadora principal, el material será retenido solamente por esta y custodiado por un mínimo de cinco años, transcurrido ese tiempo se dispondrá del mismo mediante métodos confiables de seguridad.

Yo _____, mayor de edad, estudiante en Universidad Interamericana, Recinto de _____ declaro que he leído y entendido lo expuesto en este Consentimiento Informado y que estoy de acuerdo en participar voluntariamente de la investigación descrita en el mismo.

_____ _____
Firma del Participante Fecha

_____ _____
Eneida Serra Lugo, Investigadora Fecha

Apéndice F

CUESTIONARIO ESTÁNDAR DE AUTO EVALUACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES (CEP)

Escala de calificación:

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

1. Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse. ___
2. Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrar una solución. ___
3. Término mis trabajos a tiempo. ___
4. Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente. ___
5. Prefiero las situaciones en las cuales puedo controlar al máximo el resultado final. ___
6. Me gusta pensar sobre el futuro. ___
7. Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, recaudo toda la información posible antes de darle curso. ___
8. Planifico un proyecto grande dividiendo en tareas de menor envergadura. ___
9. Logro que los demás apoyen mis recomendaciones. ___
10. Me siento confiad@ que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar. ___
11. No importa quién sea mi interlocutor, le escucho con atención. ___
12. Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga. ___
13. Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero que hagan. ___
14. Soy fiel a las promesas que hago. ___
15. Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo. ___
16. No me involucro en algo nuevo a menos que tenga la certeza que tendré éxito. ___
17. Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida. ___
18. Busco el consejo de personas que son especialistas en las ramas en que me estoy desempeñando. ___
19. Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea. ___
20. No invierto mucho tiempo en pensar cómo influenciar a otras personas. ___
21. Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista. ___
22. Me resiento cuando no logro lo que quiero. ___

23. Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades. ____

24. Cuando algo se me interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto hasta lograr lo propuesto. ____

25. Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo. ____

26. Me molesta cuando pierdo el tiempo. ____

27. Tomo en consideración las posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar. ____

28. Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito. ____

29. Comienzo a realizar acciones sin perder tiempo buscando información sobre lo que voy hacer. ____

30. Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse al iniciar una nueva labor y anticipo lo que haría si se suscitan. ____

31. Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas. ____

32. Cuando estoy haciendo algo difícil o desafiante me siento confiado en mí triunfo. ____

33. En el pasado he sufrido fracasos al haber iniciado algún proyecto. ____

34. Prefiero desempeñar tareas que hago a la perfección y en las que me siento seguro. ____

35. Cuando me enfrento a serias dificultades en lo que hago, rápidamente me desplazo hacia otras actividades. ____

36. Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial por lograr que quede satisfecha con el trabajo. ____

37. Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas: siempre considero que hay una manera mejor de hacerlo. ____

38. Llevo a cabo tareas arriesgadas o desconocidas para mí. ____

39. Cuento con un plan claro para mi vida. ____

40. Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona. ____

41. Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos. ____

42. A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema. ____

43. El trabajo que hago y entrego es excelente. ____

44. En ciertas ocasiones he sacado ventajas de otras personas. ____

45. Me he aventurado a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado. ____

46. Trato de superar de diversas formas los obstáculos que se me interponen para alcanzar mis metas. ____

47. Mi familia y vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajos que yo mismo determino. ____

48. Me ideo formas para terminar las labores de manera rápida en el trabajo como en el hogar. ____

49. Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas. ____

50. Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales con mis metas anuales. ____

51. Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos. ____

52. Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, busco otro. ____

53. Puedo lograr que personas con firmes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar. ____

54. Me mantengo firme en mis decisiones, aun cuando otras personas me contradigan enérgicamente. ____

55. Cuando no sé algo no reparo en admitirlo. ____

Apéndice G

HOJA DE EVALUACIÓN DEL CUESTIONARIO ESTÁNDARD DE AUTOEVALUACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES

Instrucciones:

1. Los paréntesis contienen el número de cada una de las preguntas a la cual usted le dio una calificación; anote en la parte superior de cada paréntesis la calificación que le mereció a cada pregunta. Observe que los números son consecutivos en las columnas, o sea la respuesta número dos (2) se encuentra inmediatamente debajo de la respuesta # 1, y así sucesivamente.
2. Lleve a cabo las sumas o restas que se designan en cada hilera para poder completar la puntuación de cada una de las CEP.
3. Sume todas las puntuaciones de las CEP individuales para determinar la puntuación final.

Evaluación de las declaraciones	Puntuación	Características Empresariales Personales (CEP)
___ + ___ + ___ - ___ + ___ + 6	= ___	Buscar oportunidades y tener iniciativas.
(1) (12) (23) (34) (45)		
___ + ___ + ___ - ___ + ___ + 6	= ___	Ser persistente.
(2) (13) (24) (35) (46)		
___ + ___ + ___ + ___ - ___ + 6	= ___	Ser fiel al cumplimiento del trabajo.
(3) (14) (25) (36) (47)		
___ + ___ + ___ + ___ - ___ + 6	= ___	Exigir eficiencia y calidad.
(4) (15) (26) (37) (48)		
___ - ___ + ___ + ___ + ___ + 6	= ___	Correr riesgos.
(5) (16) (27) (38) (49)		

___ -	___ + ___ + ___ + ___ + 6	= ___	Fijar metas.
(6)	(17) (28) (39) (50)		
___ +	___ - ___ + ___ + ___ + 6	= ___	Conseguir información.
(7)	(18) (29) (40) (51)		
___ +	___ + ___ - ___ + ___ + 6	= ___	Planificar y hacer seguimiento sistemático.
(8)	(19) (30) (41) (52)		
___ -	___ + ___ + ___ + ___ + 6	= ___	Ser persuasivo y crear redes de apoyo.
(9)	(20) (31) (42) (53)		
___ -	___ + ___ + ___ + ___ + 6	= ___	Tener autoconfianza.
(10)	(21) (32) (43) (54)		
	PUNTUACIÓN TOTAL DEL CEP	____	
___ -	___ - ___ - ___ - ___ + 18	= ___	Factor de corrección.
(11)	(22) (33) (44) (55)		

HOJA PARA CORREGIR LA PUNTUACIÓN

Instrucciones:

1. El factor de corrección (la suma del total de las respuestas número 11, 22, 33, 44 y 55 se usan para determinar si la persona ha tratado de presentar una imagen altamente favorable de sí misma. Si el total de esta suma es 20 o mayor, entonces el total de la puntuación de las 10 CEP debe corregirse para poder proveer una evaluación más acertada de la puntuación en torno a las CEP del individuo.
2. Emplee los siguientes números para llevar a cabo la corrección del puntaje.

Sí el total del Factor de Corrección es:	Reste el siguiente número de la puntuación de cada CEP
20 ó 25	7
15 ó 19	5
10 ó 14	3
9 ó menos	0

3. Emplee la sección siguiente para corregir el puntaje de cada CEP antes de proseguir a la Hoja Perfil.

HOJA DE PUNTUACIÓN CORREGIDA

	Puntuación original		Factor de Corrección		Total corregido
Buscar oportunidades y tener iniciativas	____	-	____	=	____
Ser persistente	____	-	____	=	____
Ser Fiel al cumplimiento	____	-	____	=	____
Exigir eficiencia y calidad	____	-	____	=	____
Correr riesgos	____	-	____	=	____
Fijar metas	____	-	____	=	____
Conseguir información	____	-	____	=	____
Planificar y hacer seguimiento sistemático	____	-	____	=	____
Ser persuasivo y crear Redes de apoyo	____	-	____	=	____
Tener autoconfianza	____	-	____	=	____
TOTAL DE LA PUNTUACIÓN CORREGIDA		=			____

Apéndice H

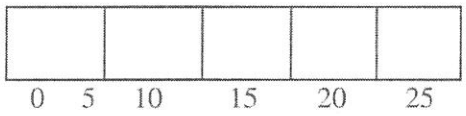
HOJA DE PERFIL

Instrucciones:

1. Transfiera la puntuación corregida de las CEP a la Hoja de Perfil designando con una "x" el lugar apropiado en la línea horizontal que representa cada una de las CEP.

Si la puntuación alcanzada en "Busca de oportunidad" es de 17, se designaría de la siguiente manera:

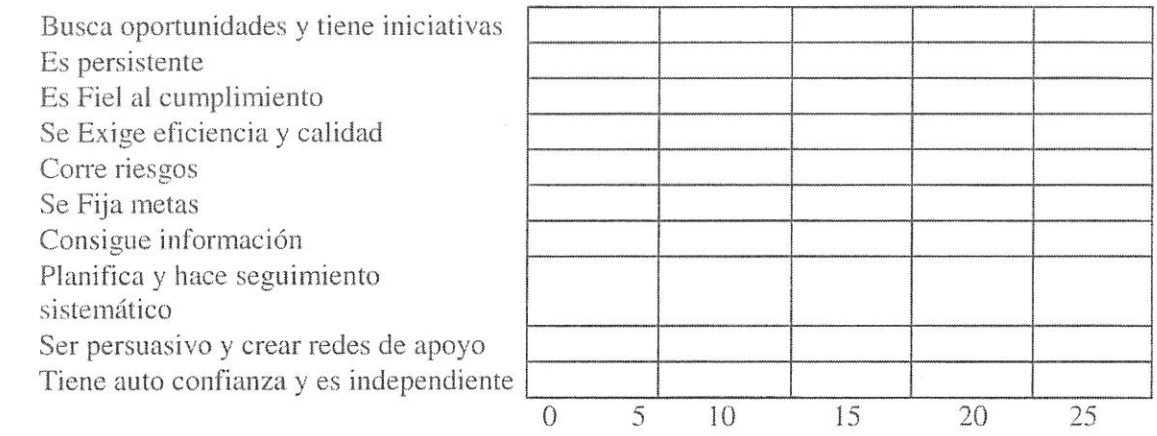
Busca oportunidades y tiene iniciativas



2. Dibuje una línea vertical gruesa conectando las "X" de cada una de las CEP, de esta forma logra construir un Perfil de sus CEP.

PERFIL

PUNTAJE



PUNTAJE DE COMPETENCIAS

Fuente: *Management Systems International (Washington)*

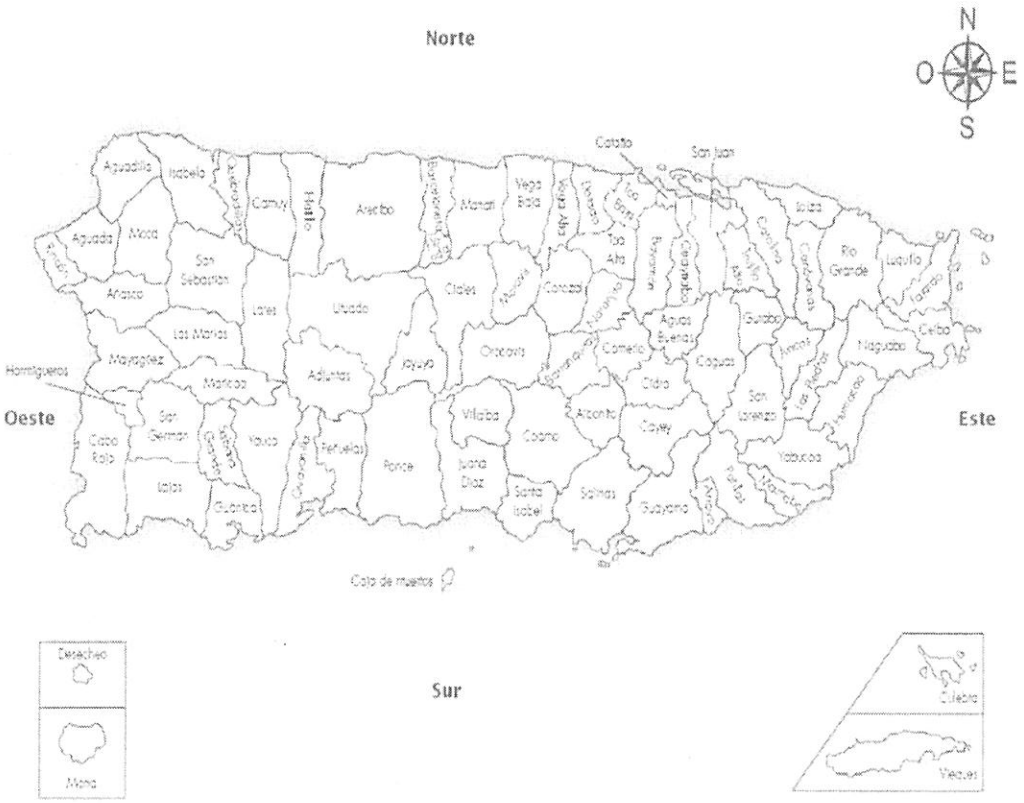
Apéndice I

Mapa de Filipinas



Apéndice J

Mapa de Puerto Rico


Norte
N
O
E
S
Oeste
Este
Sur
Hormigueros
Cabo de Muertos
Aguadilla
Isabela
Camuy
Hatillo
Arecibo
Manatí
Vega Baja
Vega Alta
Dorado
Toa Baja
Cataño
San Juan
Aguada
Moca
San Sebastián
Aguadilla
Lares
Utuado
Ciales
Morovis
Corozal
Toa Alta
Bayamón
Cataño
Guaynabo
Trujillo Alto
Carolina
Río Grande
Luquillo
Fajardo
Ceiba
Aguas Buenas
Caguas
Gurabo
Juncos
Naguabo
Las Marías
Maricao
Añasco
Mayagüez
Hormigueros
Maricao
Adjuntas
Jayuya
Orocovis
Comerío
Cidra
San Lorenzo
Las Piedras
Humacao
Yabucoa
Maunabo
Sabana Grande
San Germán
Cabo Rojo
Lajas
Yauco
Guánica
Peñuelas
Ponce
Juana Díaz
Villalba
Coamo
Aibonito
Barranquitas
Naranjito
Corozal
Toa Alta
Bayamón
Cataño
Guaynabo
Trujillo Alto
Carolina
Río Grande
Luquillo
Fajardo
Ceiba
Aguas Buenas
Caguas
Gurabo
Juncos
Naguabo
Las Piedras
Humacao
Yabucoa
Maunabo
Patillas
Arroyo
Guayama
Salinas
Santa Isabel
Coamo
Aibonito
Cayey
Cidra
Comerío
Orocovis
Morovis
Manatí
Vega Baja
Dorado
Barceloneta
Florida
Arecibo
Camuy
Hatillo
Quebradillas
Isabela
Aguadilla
Aguada
Moca
San Sebastián
Añasco
Lares
Utuado
Ciales
Morovis
Manatí
Barceloneta
Florida
Arecibo
Camuy
Hatillo
Quebradillas
Isabela
Aguadilla
Aguada
Moca
San Sebastián
Añasco
Lares
Utuado
Ciales
Morovis
Manatí
Vega Baja
Vega Alta
Dorado
Toa Baja
Cataño
San Juan
Bayamón
Cataño
Guaynabo
Trujillo Alto
Carolina
Río Grande
Luquillo
Fajardo
Ceiba
Aguas Buenas
Caguas
Gurabo
Juncos
Naguabo
Las Piedras
Humacao
Yabucoa
Maunabo
Patillas
Arroyo
Guayama
Salinas
Santa Isabel
Coamo
Aibonito
Cayey
Cidra
Comerío
Orocovis
Jayuya
Adjuntas
Utuado
Lares
Las Marías
Maricao
Mayagüez
Hormigueros
Añasco
Aguada
Aguadilla
Isabela
Camuy
Hatillo
Arecibo