

Emprendimiento estudiantil universitario. Caso: Universidad Del Zulia

María Cristina Useche Aguirre; Martina Gregoria Giler Alva; Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete
Emprendimiento estudiantil universitario. Caso: Universidad Del Zulia
SAPIENTIAE: Revista de Ciencias Sociais, Humanas e Engenharias, vol. 4, núm. 2, 2019
Universidade Óscar Ribas, Angola
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=572761148002>

Emprendimiento estudiantil universitario. Caso: Universidad Del Zulia

University Student Entrepreneurship. Case: Universidad del Zulia

Emprendimiento estudiantil universitario na Universidad del Zulia

Maria Cristina Useche Aguirre

Universidad del Zulia (LUZ), Venezuela

mariacristina.useche@fces.luz.edu.ve

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

id=572761148002

Martina Gregoria Giler Alva

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

magiamia74@hotmail.com

Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

evetaty_3126@hotmail.com

RESUMEN:

El objetivo de la presente investigación es determinar las competencias de emprendimiento desarrolladas por los estudiantes de administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Las bases teóricas se fundamentaron en las perspectivas de Veciana (1999), González (2004), Martínez y Carmona (2009), Sáenz y López (2015) y Alles (2008), Winter (2000), Gareth y Crozier (2004), Schnarch (2014), y Belzunce y col (2011), Hernández (2000) y Porter (1991), entre otros. Se recurrió a la investigación cualitativa, abordando las capacidades personales, organizacionales y comerciales. La población estuvo conformada por 373 estudiantes activos y presenciales cursantes de la Escuela de Administración de la referida facultad y universidad. Se concluye que los estudiantes en su proceso de formación universitaria han adquirido y puesto en práctica 21 competencias correspondientes a las capacidades personales, organizacionales y comerciales, permitiendo implementar aptitudes y actitudes en pro del desarrollo de iniciativas empresariales, así como de solventar problemas socioeconómicos desde la axiología profesional.

PALABRAS CLAVE: Estudiantes universitarios, competencias de emprendimiento, capacidades personales, capacidades organizativas, capacidades comerciales.

RESUMO:

O objetivo da presente investigação é determinar as competências de empreendimento, desenvolvidas pelos estudantes de Administração da Faculdade de Ciências Económicas e Sociais da Universidade de Zulia, no Município Maracaibo do estado Zulia. As bases teóricas foram fundamentadas de acordo com as perspectivas de Veciana (1999), González (2004), Martínez e Carmona (2009), Sáenz e López (2015), Alles (2008), Winter (2000), Gareth e Crozier (2004), Schnarch (2014), Belzunce et. al (2011), Hernández (2000), Porter (1991), entre outros. Recorreu-se à investigação qualitativa, abordando sobre as capacidades pessoais, organizacionais e comerciais. A população definida para participar no estudo foi constituída por 373 estudantes activos e presenciais, da Escola de Administração da referida Instituição de Ensino Superior. Concluiu-se que os estudantes, no seu processo de formação universitária, têm adquirido e posto em prática, 21 competências, correspondentes às capacidades pessoais, organizacionais e comerciais, permitindo implementar atitudes e aptidões, em prol do desenvolvimento de iniciativas empresariais, assim como de resolver problemas socio-económicos desde a axiologia profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Estudantes universitários, competências de empreendimento, capacidades pessoais, capacidades organizativas, capacidades comerciais.

ABSTRACT:

The objective of this research is to determine the entrepreneurship skills developed by the administration students of the Faculty of Economic and Social Sciences of the Universidad del Zulia in the Maracaibo municipality of Zulia state. The theoretical bases were based on the classical view of scientific administration, considering the perspectives of Veciana (1999), González (2004), Martínez y Carmona (2009), Sáenz y López (2015) y Alles (2008), Winter 2000, Gareth y Crozier (2004), Schnarch (2014), y Belzunce y col (2011), Hernández (2000) y Porter (1991), among others. In this regard, qualitative research was used, addressing personal, organizational and commercial capabilities. The population consisted of 373 active and face-to-face students of the seventh semester in the School of Administration of the aforementioned faculty and university. It is concluded that the students in

their university training process have acquired and put into practice 21 competences corresponding to the personal, organizational and commercial capacities, allowing to implement aptitudes and attitudes in favor of the development of business initiatives, as well as to solve socioeconomic problems from the professional axiology.

KEYWORDS: University students, entrepreneurship skills, personal skills, organizational skills, business skills.

INTRODUCCIÓN

La crisis económica en Venezuela es un problema que ha venido afectando al país significativamente, y ella ha sido producto de complejos desequilibrios estructurales, disminución de ingresos petroleros e insuficiente capacidad de producción, tanto petrolera y no petrolera, como pública y privada, para satisfacer la demanda nacional y generar recursos mediante exportación de bienes y servicios, entre otros. Al respecto, el Fondo Monetario Internacional (FMI) indica que:

“el producto interno bruto (PIB) del país cerró con una caída de 16,5% en 2016 y en 2017 retrocedió 14%, según datos preliminares. En un informe sobre la economía regional, Werner apuntó que este escenario en Venezuela es resultado de “significativas distorsiones microeconómicas y desequilibrios macroeconómicos exacerbados por el colapso de la exportación petrolera” (El Nacional, 2018, p. 1).

Al respecto, El Nacional (2017) indica que, Riera el primer vicepresidente del Consejo Nacional del Comercio y los Servicios (Consecomercio), se han perdido alrededor de 500.000 empresas en 10 años. De 800.000 comercios que existían en 1998 se calcula que hoy no llegan a 230.000, detalló el representante gremial. Asimismo, explicó que los aumentos salariales decretados por el Ejecutivo evidencian la crisis económica. En una economía hiperinflacionaria, cuya inflación se estima supera un 1500%, hay que hacer ajustes porque si no los trabajadores quedan absolutamente rezagados, la economía venezolana está enferma y necesita que los ciudadanos conozcan de ella para salir de la crisis. Advirtió que actualmente no se atacan las causas de la inflación. Dos millones de venezolanos emigrados y un millón de empleos perdidos en los últimos años. Eso quiere decir que esto no está bien, si no se atacan los elementos de fondo podrás ajustar mil veces el salario y no llegarás a la solución.

Pudiendo ser una alternativa de solución para la crisis económica en Venezuela el emprendimiento, pues de acuerdo al Centro de Emprendedores del Instituto de Estudios Superiores de Administración (2008), la promoción actividades de investigación, docencia y divulgación en temas de emprendimiento, la ha ubicado en el quinto lugar entre las escuelas de negocio de América Latina, indicando que el rol del emprendedor es central en la generación de valor a la sociedad y en el crecimiento económico del país, así como, el desarrollo de programas dirigidos de esta fuerza de progreso e innovación en Venezuela.

Ante la crisis económica que experimenta el país, así como la emigración en masa de población económicamente activa y con estudios de tercer y cuarto nivel, estructurar una actividad económica bajo el emprendimiento es una alternativa, que permitirá insertarse en segmentos de mercado que han sido abandonados y penetrar más rápidamente que en un estado normal económico y para ello de acuerdo a Caldas, et al (2014, p.8). Siempre y cuando posea:

“El espíritu emprendedor relacionado a la iniciativa y a la activación para poder identificar oportunidades de negocio, organizar los recursos necesarios y convertir las oportunidades en ideas factibles. También es imprescindible que sea flexible y se adapte a los cambios, actuando en función de las exigencias de cada situación”. Asimismo, Krauss (2011) indica que diferentes autores y organismos internacionales han reconocido la importancia de los emprendedores a la hora de considerar el desarrollo económico de los distintos países, entendiendo al emprendedor como una persona que percibe una oportunidad y crea un nuevo negocio con ella. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que el hecho de desarrollar la capacidad emprendedora como forma de combatir el desempleo es bueno, pero el efecto no es inmediato, ya que puede demorarse una década en ver el resultado). En este sentido, Angelelli y Prats (2005) explican que el impacto

de la actividad emprendedora es positivo sobre el crecimiento y el empleo, siempre que se lo considere en un horizonte de mediano y largo plazo.

En la investigación realizada por Alvarado (2011), indica que la importancia de las competencias de emprendimiento para los estudiantes de administración constituyen, una estrategia para el desarrollo económico y social de los países y de las regiones en la medida en que aprovecha y promueve la iniciativa de los individuos o de pequeños grupos con un alto deseo de independencia económica y sentido de logro, para generar un círculo virtuoso de prosperidad, innovación, crecimiento y desarrollo.

La importancia de este tema en la formación de los alumnos es crear competencias que les permita innovar, identificar y explotar oportunidades de negocios, desarrollar actividades de económicas, así como crear empresas y promover trabajos de investigación, entre otros, para que los estudiantes desarrollen habilidades, como: renovación de ideas y funcionamientos, así como creación y/o coordinación de nuevas combinaciones de recursos, para extraer el máximo beneficio de sus innovaciones, entre otros, en una economía como la venezolana cargada de incertidumbre y caos tanto macro como microeconómico.

Ante la grave situación económica nacional, pero sobretodo todo microeconómica, el emprendimiento y el fomento de competencias de emprendimiento es uno de los caminos para volver a inducir la actividad económica, para ser independientes, lo cual implica desarrollar una cultura encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. Aspectos que han sido inculcados en el proceso de enseñanza-aprendizaje a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia, pues el emprendimiento es una competencia transversal básica, con la cual se enseña a los estudiantes a que “emprendan acciones nuevas y diferentes haciendo las adaptaciones organizacionales y estratégicas a corto, mediano y largo plazo con flexibilidad y compromiso” (Escuela de Administración y Contaduría Pública, 2012). Basado en lo antes expuesto, se decidió como objetivo determinar las competencias emprendedoras adquiridas por los estudiantes de la escuela de administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia, en el municipio Maracaibo del estado Zulia.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para ello se consideraron las competencias desde la concepción de Veciana (1999) y clasificación por naturaleza de González (2004) y complementariamente se abordaron las tres, a saber: las capacidades personales desde la perspectiva Sáenz y López (2015) y Gareth y Crozier (2004); capacidades organizativas desde las perspectivas de Winter (2000) y Alles (2008), Fernández (2011) y capacidades comerciales desde la visión de Schnarch (2014), Belzunce, et al. (2011), Hernández (2000) y Porter (1991), entre otros. (Error 1: La referencia: Veciana (1999) está ligada a un elemento que ya no existe) (Error 2: La referencia: Sáenz y López (2015) está ligada a un elemento que ya no existe) (Error 3: La referencia: Winter (2000) está ligada a un elemento que ya no existe) (Error 4: La referencia: Schnarch (2014) está ligada a un elemento que ya no existe)

En tal sentido, se recurrió a una investigación cuali-cuantitativa, mediante un diseño de investigación de campo. La población estuvo conformada por 373 estudiantes presenciales del octavo semestre en la Escuela de Administración de la facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia (Secretaría Docente de la Escuela de Administración, 2016); empleándose la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, conformada la muestra por 40 estudiantes, a quienes se aplicó un cuestionario estructurado con escala likert para la recolección de datos, el cual fue validado de contenido por expertos en el área y para medir su fiabilidad se aplicó Alpha de Cronbach, obteniendo como resultado el valor 0,98.

Una vez recopilados los datos se creó un baremo cuali-cuantitativo (ver cuadro 1) para agrupar los datos desde ambas perspectivas, para ello se emplearon técnicas cuantitativas para agrupar los mismos y presentarlos

mediante representaciones gráficas, asimismo, se empleó la técnica cualitativa argumentativa para explicar los resultados y su incidencia temática y sectorial.

Cuadro No. 1 Baremo Cuali-cuantitativa de la Escala Likert

Alternativas Valor cuantitativo	Escalas Percepciones (Nivel de conformidad) Valor cualitativo	Tendencia
5	Totalmente de acuerdo	Tendencia
4	De acuerdo	positiva
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Tendencia Neutral
2	En desacuerdo	Tendencia
1	Totalmente en desacuerdo	negativa

Fuente: Elaboración propia.

Basado en el baremo del cuadro 1, los resultados de la investigación, se presentan 3 tendencias, la tenencia positiva conformada por las respuestas totalmente de acuerdo y de acuerdo; la tendencia neutral conformada por la alternativa de respuesta indeciso y la tendencia negativa conformada por las alternativas de respuesta totalmente en desacuerdo y en desacuerdo.

Competencias de emprendimiento

Ha habido una pluralidad de posturas sobre las competencias de emprendimiento (Filella, 1997; Mateu, 1997; Galindo, 2006; Martínez y Carmona 2009); que coinciden que son un conjunto de características individuales (aptitudes y rasgos de personalidad) que implementadas facilitan la adquisición de conocimientos y permiten resolver problemas exitosamente, bien sea, sociales, económicos, ecológicos, ambientalistas, entre otras, basado en la ética y en pro de la sociedad. En este sentido, se comparte la opinión de Vázquez, et al (2015, p. 93), quienes plantean que “las competencias emprendedoras no sólo deben ayudar a los sujetos a desarrollar con éxito una iniciativa empresarial, sino también a cultivar valores y prácticas sociales asentadas en principios democráticos”. (Error 5: La referencia: Vázquez, et al (2015 está ligada a un elemento que ya no existe)

Galindo (2006) señala que el desarrollo de las competencias de emprendimiento coadyuva a aumentar el dinamismo en las personas, generar espacios y estimular las ideas para el desarrollo socioeconómico; así mismo explican complementariamente Caldas y col (2014) en que ellas permiten reconocer y evaluar posibilidades de negocio, organizar recursos necesarios y convertirlos en oportunidades factibles, así como proporcionar valor añadido a la sociedad.

Desde una concepción racionalista, Veciana (1999) agrupa las principales teorías y estudios sobre el emprendimiento y construye una clasificación multidimensional conformada en 4 grandes aristas, que el autor concibe como enfoques de emprendimiento, a saber: económico, psicológico, sociocultural o institucional y gerencial; y para cada enfoque crea a su vez tres niveles: el nivel micro (orientada al sujeto), nivel meso (orientada a la empresa) y el nivel macro (orientación global de la economía), y desde esas orientaciones multidimensional, aunado a las multiplicidad competencias propuestas (Prat (1986), Rodríguez y Fernández (1991), Filella (1997), Mateu, (1997), Olamendi (1998) González (2004) contrastó y comparó la mismas, obteniendo 28 competencias que concentró en tres capacidades: personales, organizacionales y comerciales, que han sido abordadas en términos de continuidad, complementariedad por expertos en el tema, como Sáenz y López (2015), Winter 2000), Gareth y Crozier (2004), Alles (2008:62), Schnarch (2014), y Belzunce, et al (2011), entre otros. Basadas en ellas, en este trabajo se asumieron 21 competencias, tomando como criterio las que tuviesen vinculación directa con las competencias de emprendimiento de la malla curricular de la Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia (2011), las cuales se identifican en el cuadro 1. (Error 6: La referencia: Veciana (1999) está ligada

a un elemento que ya no existe) (Error 7: La referencia: Rodríguez y Fernández (1991), está ligada a un elemento que ya no existe) (Error 8: La referencia: Sáenz y López (2015) está ligada a un elemento que ya no existe) (Error 9: La referencia: Winter 2000) está ligada a un elemento que ya no existe) (Error 10: La referencia: Schnarch (2014) está ligada a un elemento que ya no existe)

Cuadro 1 Competencias de Emprendimiento

Capacidades Personales	Capacidades Organizacionales	Capacidades Comerciales
Toma de decisiones Cambios del mercado Actitud para aprender Visión futura Gestión del riesgo Gestión del Tiempo Planificación de actividades Gestión de la presión Esfuerzos Administrativos Creatividad	Delegar responsabilidades Motivación Organización de la empresa Liderazgo Selección del personal	Ética Relaciones sociales Ventas Empatía Negociación Comunicación

elaboración propia basada en González (2004)

Las capacidades personales para Sáenz y López (2015) son todas aquellas habilidades, aptitudes, talentos o destrezas que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio. Gracias a las capacidades personales, se pueden tener las herramientas y actitudes necesarias para enfrentarse a las exigencias que demanda la nueva sociedad. (Error 11: La referencia: Sáenz y López (2015) está ligada a un elemento que ya no existe)

Poseer capacidades personales como: liderazgo, visión futura y creatividad, entre otras, permite a las personas tener herramientas eficaces para poder reducir riesgos y mantener la fortaleza interna necesaria para poder sobreponerse a cambios inesperados que pueda verse enfrentado un negocio. De igual forma, Gareth y Crozier (2004), señalan que las capacidades personales son importantes dentro de una organización, pues permiten ofrecer inspiración y motivación a otras personas vinculadas directas e indirectamente en el negocio; así como tener siempre como meta el desarrollo personal propio y de quienes lo rodean.

Ahora bien, con respecto a las capacidades organizacionales, en términos específicos, son rutina de alto nivel (o colección de rutinas) que en conjunto con el proceso de asignación y combinación de los insumos ofrecen alternativas de decisión para producir salidas de un determinado tipo (Winter, 2000). Desde una perspectiva menos operativa, se entienden como habilidades que representan una forma colectiva de solucionar problemas, evolucionan en el tiempo mediante un proceso de aprendizaje (y en consecuencia poseen un componente dinámico intrínseco), y representan una forma distintiva de combinar y asignar recursos, así como de cooperar, interactuar, tomar decisiones, entre otros. Estas capacidades según Alles (2008, p. 62) “permitirán cumplir la estrategia organizacional, siempre con un enfoque ganar-ganar en relación con los empleados, cuidando que estos ocupen los puestos para los que mejor están preparados, tanto en cuanto competencias como en cuanto a conocimiento”. (Error 12: La referencia: Winter, 2000 está ligada a un elemento que ya no existe)

En relación a las capacidades comerciales, Schnarch (2014), y Belzunce, et al (2011) coinciden en que es la habilidad de convencer a un cliente de que el producto o servicio de la empresa son la mejor opción, prestándole el mejor servicio de atención. La competencia comercial está relacionada con la capacidad de satisfacer las necesidades del entorno, lo cual se presume que las personas deberían tener empatía, capacidad de negociación y de comunicación, así como adaptarse al ambiente externo y mantenerse en un intercambio permanente con él; por lo que puede ser concebida como una estrategias competitivas o como

una herramienta fundamental para alcanzar una posición favorable en el mercado, a través de su creación y mantener ventajas competitivas. (Error 13: La referencia: Schnarch (2014), está ligada a un elemento que ya no existe)

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Sobre las capacidades personales se abordaron mediante diez competencias de emprendimiento como lo son: creatividad, esfuerzos administrativos, gestión de la presión, planificación de actividades, gestión del tiempo, gestión del riesgo, visión futura, actitud a aprender, cambios del mercado y toma de decisiones, respectivamente. El comportamiento de las respuestas en todas estas competencias predominó la tendencia positiva, seguida de la neutral y por último la tendencia negativa (ver gráfico N° 1).

La Toma de decisiones fue una de las competencias abordadas y al consultar sobre ella se detectó que la tendencia que predomina es positiva, demostrando que los estudiantes son capaces de tomar decisiones con objetivos claros e información actualizada tomando en cuenta los cambios del mercado, esto coincide con los autores Sainz y López (2015) para quienes es imprescindible tener la capacidad de elegir la mejor alternativa para actuar, teniendo claro los objetivos, comprometiéndose con la decisión tomada y siendo coherente con la misma (ver gráfico 1).

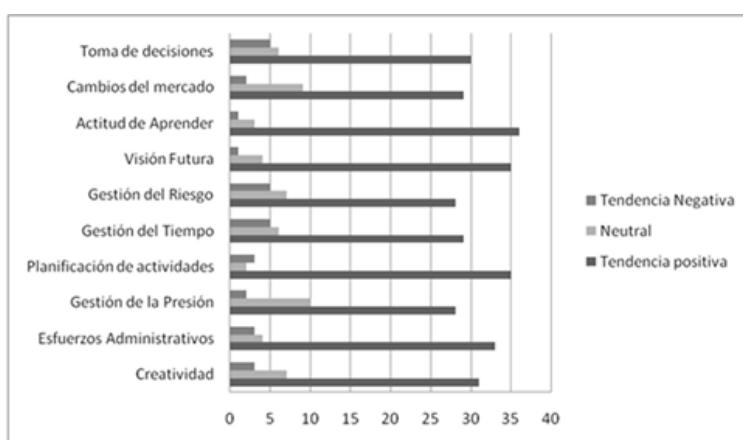


Grafico N° 1 Capacidades Personales
Elaboración Propia.

En relación a la competencia cambios del mercado, el predominio de la tendencia positiva, permite afirmar que los estudiantes son capaces de estar al tanto de lo que sucede en el mercado y además adaptarse a los posibles cambios de éste, lo cual coincide García (2007), quien señala que el cambio en el mercado es lo único seguro dentro del panorama empresarial, por lo que, hay que observar las tendencias y hábitos de los consumidores, porque que de lo contrario se tendrán pocas oportunidades de triunfar, este cambio afecta a todos los sectores, a todas las empresas y a todas las funciones, y para gestionarlo se requiere de capacidad de adaptación, a través de estrategias de mercadeo para el presente y futuro, ya que esta será la única manera de saber hacia dónde ir.

Con respecto a la actitud a aprender, al igual que en las otras competencias (tendencia predominante positiva), se puede afirmar que los estudiantes son capaces de aprender nuevas habilidades por sí mismo, lo cual coincide con la posición Schnarch (2014), quien indica que las personas exitosas reconocen que están aprendiendo siempre y que pueden aprender de todos cada día. No estar dispuesto a escuchar y a aprender, es negarse muchas oportunidades.

Al abordar la visión futura, (tendencia predominante positiva), se encontró que los estudiantes realizan planes a futuros, buscando el mejor manejo de los recursos, generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas por otros, permitiéndoles una mejor utilización de los recursos.

Sobre la gestión del riesgo, se observa que la tendencia que predomina es positiva, demostrando que los estudiantes son capaces de afrontar riesgos manteniendo un alto desempeño ante situaciones complejas; competencia de gran relevancia para la revisión de futuros acontecimientos o desvíos y como señala Fernández (2011), tienen la capacidad de tomar acciones para afrontar posibles conflictos que puedan aparecer, haciendo el mejor trabajo posible.

Al indagar sobre la gestión del tiempo, se evidenció (tendencia predominante positiva) que los estudiantes son capaces de administrar el tiempo para lograr sus metas y/o objetivos, y según Rodrigo (2005) el saber gestionar el tiempo permite programar actividades para que sean efectuadas en el tiempo previsto y de la manera idónea. Al respecto, también se consultó a los estudiantes: si sabían planificar su tiempo y actividades (predominio de respuestas positivas), y manifestaron que son capaces de planificar y programar sus actividades en sus áreas de trabajo, y esto “permite organizar de manera ordenada y coherente las actividades que habrá de realizarse en un futuro en su empresa o negocio” (Martínez y Carmona, 2009, p. 14).

En cuanto a la gestión de la presión, los estudiantes manifestaron su capacidad de mantener la calma en momentos de presión y administrar sus actividades (predominio de tendencias afirmativas), es decir que conservan la cordura en momentos de agobio, así como trabajan en mantener en estabilidad las tareas y actividades estipuladas administrativamente en cada etapa o fase crítica en la que se encuentre la actividad económica en la que se desenvuelven.

Otra de las competencias abordadas fueron los esfuerzos administrativos, y sobre ellos (tendencia predominante positiva) expresaron los estudiantes que cognitiva, procedural y actitudinalmente se esfuerzan para lograr las metas y objetivos; lo cual en el ámbito administrativo de acuerdo a Alles (2008), Munch y García (2008) y Anzola (2002) es muy importante saber cómo hacerlo, coordinar los recursos y tener la disposición para que su desempeño sea eficiente.

La competencia creatividad (tendencia predominante positiva), es importante según los estudiantes a la hora de emprender un negocio, así como para organizar alternativas para mejorar los procesos esto coincide; con ella indica Peña Herrera y Cobo (2012), se transforman ideas en oportunidades de negocio, impulsa la interacción del entorno social.

Con los resultados antes expuestos se puede afirmar que los estudiantes se consideran seres humanos creativos, planificadores de actividades con visión futura, dispuestos a asumir riesgos, trabajando bajo presión y con capacidades para tomar decisiones a la hora de emprender un negocio; definitivamente que con esta competencias personales serán profesionales con liderazgo, motivadores y desenvolverse con eficacia bien sea en una actividad económica o en el desarrollo de una actividad emprendedora.

En cuanto a las capacidades organizacionales se desarrollaron mediante cinco competencias de emprendimiento, como: Selección del personal, liderazgo, organización de la empresa, motivación y delegar responsabilidades, respectivamente. Al igual que en las competencias personales, en esta oportunidad el comportamiento de las respuestas predominó la tendencia positiva, seguida de la neutral y por último la tendencia negativa, lo cual se puede observar en el grafico N° 2.

Las respuestas obtenidas sobre la competencia delegar responsabilidades (tendencia predominante positiva) en el gráfico No. 2 permiten aseverar que los estudiantes son capaces de comisionar actividades y compromisos para generar oportunidades de desarrollo en los compañeros o cuando estos son más eficientes, lo cual genera confianza en el grupo de trabajo, así como la integración de los integrantes del mismo, y aunadamente indicada Chiavenato (2009), estimula la facultad de decisión a los empleados en el proceso de cumplimiento de la tarea asignada.

Por otra parte, los estudiantes sobre (tendencia respuesta predominante positiva), expresaron su capacidad de tener una actitud motivadora ante el trabajo y sus compañeros, además de estimular a sus colegas en las

tareas asignadas, coadyuvando según Sáenz y López (2015) a realizar y mantener una conducta determinada para alcanzar las metas o satisfacer una necesidad, así como desarrollar con interés el trabajo asignado. (Error 14: La referencia: Sáenz y López (2015) está ligada a un elemento que ya no existe)

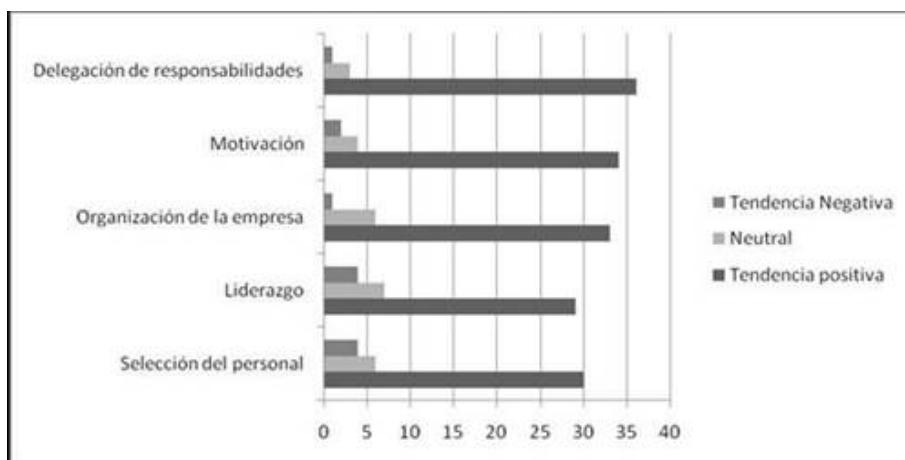


Grafico N° 2 Capacidades Organizacionales

Elaboración Propia.

Sobre la organización de la empresa, (tendencia predominante positiva), los estudiantes se encuentran en disposición de cooperar en los procesos y sistemas organizacionales, además de organizar los procesos de trabajo. Martínez y Carmona (2009) señalan que ello les permite planificar y coordinar a un conjunto de personas de forma eficaz, para realizar acciones sistemáticas en pro de los objetivos deseados y minimizando los costos.

Entre las competencias de emprendimiento, definitivamente que el liderazgo tiene un rol muy importante y sobre él, también ocurrió que la tendencia que predominó fue positiva, indicando que los estudiantes son capaces de tener actitudes de líder, estando capacitados para dirigir grupos y tener influencia sobre ellos, así como poseer habilidades para guiar acciones hacia el logro de metas y objetivos. Para Martínez y Carmona (2009), en el mundo del emprendimiento es de relevancia, pues Influir en los otros, implica que se poseen cualidades personales, conocimientos y actitudes para dirigir desde el respeto a otras personas al logro de los objetivos.

Al consultar sobre la selección del personal, (tendencia predominante positiva), se obtuvo que los estudiantes poseen actitudes mediadoras con los compañeros de trabajo, además de tener conocimientos sobre la selección del personal e implementar planes de su carrera profesional, esto coincide con Sáenz y López (2015), quienes explican que escoger adecuadamente a las personas que van a formar parte del proyecto, coordinar el equipo, repartir tareas y funciones de forma competente es de real importancia para cualquier tipo de organización. Los estudiantes que formaron parte de la muestra son capaces de seleccionar el personal, manteniendo actitudes mediadoras con los compañeros de trabajo e implementando planes de su carrera profesional, así como tener una actitud de líder, dirigiendo grupos de personas e influyendo en ellos y guiándolos en los procesos y sistemas organizacionales. Además de organizar los procesos de trabajo, son capaces de tener una actitud motivadora ante el trabajo y sus compañeros y delegar responsabilidades para generar oportunidades de desarrollo internos y externos en el grupo de trabajo en pro del logro de los objetivos. (Error 15: La referencia: Sáenz y López (2015) está ligada a un elemento que ya no existe)

En relación a las capacidades comerciales se estudiaron seis competencias de emprendimiento, a saber: comunicación, negociación, simpatía, ventas, relaciones sociales y ética. Al igual que en las competencias personales y organizacionales, en esta oportunidad el comportamiento de las respuestas predominó la tendencia positiva, seguida de la neutral y por último la tendencia negativa, lo cual se puede observar en el grafico N° 3.

Comercialmente, la competencia ética posee gran relevancia en el mundo empresarial por todo lo que implica y sobre ellas consideran los estudiantes (tendencia predominante positiva), que actúan y están dispuestos a seguir actuando bajo normativas morales y legales, sobre esto exponen Sáenz y López (2015) que el desarrollo empresarial solo debes estar por normas morales basadas en el respeto a las personas y a la naturaleza, ya que por medio de ellas se construyen relaciones de confianza con los proveedores, clientes, empleados, entre otros grupos sociales, y sobre esa base es que esas relaciones amplían y buscan oportunidades de negocio en el largo plazo. (Error 16: La referencia: Sáenz y López (2015) está ligada a un elemento que ya no existe)

En esta de la economía digital, las relaciones sociales en la comercialización de bienes y servicios juega un rol muy importante y sobre esto están en concordancia los estudiantes (tendencia predominante positiva), al señalar que usan técnicas de empatía para relacionarse socialmente en el medio donde se desenvuelven, y con ello aperturarse a nuevos caminos, posibilidades y escenarios con el apoyo de su entorno esto coincide con Caldas y col (2014) quienes indican que mantener relaciones sólidas con otras organizaciones, bien sea, proveedores, empresas con quienes tengan alianzas estratégicas, clientes, entre otros sirven para retroalimentarse y compartir ideas porque así se consiguen tener diferentes perspectivas.

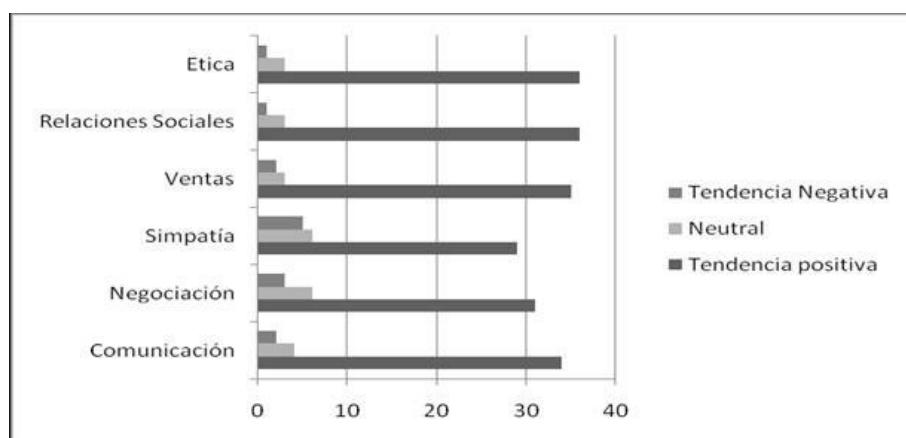


Grafico N°3 Capacidades comerciales

Elaboración Propia.

Definitivamente que para cualquier empresa en estos tiempos poseer un emprendedor con la competencia de vender se convierte en un ser valioso; al respecto, los estudiantes (tendencia predominante positiva), se consideran capaces de vender con una buena actitud y usando estrategias en el mercado; competencia que para Peña y Criado (1992) permite transmitir ampliamente las cualidades del producto/servicio en el momento adecuado, lugar preciso y al precio competitivo. Por su puesto, que para ello se requiere de otra competencia denominada Empatía, y al igual que las anteriores la tendencia que predomina fue positiva, es decir, que los estudiantes se consideran personas simpáticas ante los demás inspirando confianza y compromiso en los colegas; al respecto, Caldas y col (2014) consideran que el emprendedor y empresario no solo han de tener visión de futuro, sino que también deberán ser capaces de transmitir esa capacidad de entusiasmo y simpatía a todas las personas en su entorno (familia, amigos, entidades financieras, clientes potenciales y proveedores), con el objeto de implicarlos activamente en su proyecto.

Relacionado a las competencias anteriores, también se encuentra la negociación; al respecto, los estudiantes (tendencia predominante positiva), se consideran capaces de negociar, defendiendo y exponiendo las ideas propias ante los demás y para ello la competencia comunicación, juega un rol muy importante porque mientras más capacidad argumentativa se tenga, mejor será la capacidad de convencimiento en la negociación hacia el objetivo que se desea y eso lo facilita la comunicación, y sobre ella opinaron los estudiantes (tendencia predominante positiva) que poseen facilidad de expresar sus ideas, así como identificar a las personas dispuestas a escuchar y comunicarse fácilmente, esto coincide con Prats y Agulles

(2008) empleando los canales adecuados y ofreciendo información se concreta que logra el cometido comunicacional.

Basado en lo expuesto anteriormente, se puede afirmar que comercialmente, los estudiantes son capaces de identificar a las personas con las cuales puede comunicar expresar sus ideas, y desarrollar posiciones de negociación en beneficio de las partes interesadas, en el marco de actitudes empáticas con los demás e inspirando confianza y compromiso con los colegas, coadyuvando ello a la venta de bienes y servicios mediante el empleo de estrategias de mercado, que permitan abrirse a nuevos caminos y actuar bajo normativas morales y legales.

CONCLUSIONES

Aunque no ha sido el objeto de este trabajo validar la competencias de emprendimiento del licenciado de administración, el emplear las competencias de la malla curricular de la Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Universidad del Zulia, indirectamente se validan las competencias del currículo por competencia que está ejecutando en este momento la mencionada escuela, pues han sido los mismos estudiantes del último semestre, próximos a egresar y convertirse en profesionales, quienes ha manifestado el poseer las competencias, adquiridas en su proceso de formación universitaria y que han puesto en práctica, bien sea en prácticas profesionales, pasantías, emprendimientos individuales, o como empleados en la actividad económicas, entre otros.

El predominio de la tendencia positiva en las competencias abordadas, indica que los estudiantes de la Escuela de Administración del octavo semestre poseen, aplican y desarrollan capacidades de emprendimiento personales, que emplean para interactuar con personas de diferentes espacios e intercambiar información con ellas en sobre objetivos comunes. Asimismo, en su formación han adquirido las capacidades organizacionales, las cuales son importantes porque permite cooperar, interactuar y tomar decisiones en un entorno de alta compleja y turbulencia como es la economía venezolana. Aunadamente, los estudiantes cuentan con las competencias comerciales con las cuales puede generar mejor interacción en cuanto a negociación y ventas se refiere, aspectos de importancia en todo tipo de organización, solo por las implicaciones económicas, sino también por la gestación y desarrollo de relaciones comerciales, sociales, económicas, políticas, entre otras, que debe poseer cualquier persona en el ámbito organizacional.

Ahora bien, cabe preguntarse, puede un licenciado en administración con estas competencias de emprendimiento acoplarse a la realidad económica venezolana? Definitivamente que en épocas de crisis surgen también nuevas oportunidades, pues mientras muchas empresas cierran, esos segmentos de mercado que han sido abandonados por unos; otros los ven como nuevas oportunidades de entrar, sin menos competencias y con posibilidad de moldearlo a su conveniencia; bajo esta perspectiva de la existencia de oportunidades en crisis, es donde tiene cabida este próximo profesional que está dispuesto a arriesgarse a emprender acciones, porque ahora hay más espacios en el mercado, se pueden concretar ideas en actos económicos, las distorsiones en el mercado nacional también dan cabida para que estos emprendedores pongan a prueba su capacidad estratégica, flexibilidad, adaptación rápida a los cambios de mercado y capacidad de rearticular sus segmentos de mercado e intenten entrar o crear en nichos de mercado, es decir, un emprendedor en administración valiente, y esos emprendedores valientes en Venezuela sobran y son ellos quienes se encuentran luchando por un mejor país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, Martha. (2008) Comportamiento Organizacional: Como lograr un cambio cultural a través de la Gestión por Competencias. Editorial Granica S.A. Argentina.

- Alvarado, Oscar. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. Cuadernos de Administración .Universidad del Valle. Volumen 27. No. 45. Enero-Junio 2011.Columbia (Pp. 61-74).
- Angelelli, Pablo y Prats, Julia. (2005) Fomento de la Actividad emprendedora en América Latina y el Caribe. Sugerencias para la formulación de proyectos. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Desarrollo Sostenible. Extraído de: www.oei.es/historico/etp/fomento_actividad_emprendedora_AL_bid.pdf Consulta: 24/02/2018.
- Anzola, Sérvulo. (2002). Administración de Pequeñas Empresas. Segunda Edición. Editorial McGraw Hill. México.
- Belzunce, Michael; Danvila del Valle, Ignacio y Martínez, Francisco. (2011). Guía de competencias emocionales para directivos. Editorial ESIC. España.
- Caldas, María., Carrión, Reyes y Heras, Antonio. (2014). Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Editex. España.
- Krauss, Catherine. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. Revista Dimensión Empresarial. Vol. 9 No. 1. Enero-Junio. Uruguay. (Pp. 28- 40).
- Centro de Emprendedores del Instituto de Estudios Superiores de Administración. (2008). Emprendedores. Una apuesta al éxito de iniciativas de emprendimiento. Informe Anual (2008-2009). Extraído de: <https://es.scribd.com/document/49172568/emprendedores> Consulta: 24/02/2018.
- Chiavenato, Idalberto. (2009). Comportamiento organizacional. Editorial The McGraw-Hill/interamericana editores, S. A México.
- El Nacional. (2017). Consecuencias: Se perdieron 500.000 empresas en una década. Extraído de: http://www.el-nacional.com/noticias/crisisconomica/consecuencias-perdieron-500000-empresas-una-decada_74618 Consulta: 24/02/2018.
- El Nacional. (2018). FMI prevé inflación de 13.000% y caída del PIB en 15% para Venezuela. Extraído de: http://www.el-nacional.com/noticias/economia/fmi-preve-inflacion-13000-caida-del-pib-para-venezuela_220292 Consulta: 24/02/2018.
- Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Universidad del Zulia. (2012). Currículo por Competencia de la Carrera Licenciatura en Administración. Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela.
- Fernández, Carlos. (2011). Modelo sobre Competencias Gerenciales para el Personal Directivo de Tecnología del Sector Financiero basado en Enfoque de Organizaciones Inteligentes. Tecama American University. Guatemala.
- Filella, Jaume. (1997). La personalidad empresarial. Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar. Deusto No. 6. España.
- Galindo, Pablo. (2006). Cultura Ético-Emprendedora (E2) y desarrollo de competencias transversales clave para la inserción socio laboral de los universitarios. Revista de Educación de la Universidad de Granada. No. 19. España (Pp. 129-146).
- García, Luis. (2007). Ventas. Editorial ESIC. España.
- Gareth, Lewis y Gene, Crozier. (2004). Como evaluar y mejorar sus capacidades personales. Editorial Grupo Planeta (GBS). Edición gestión 2000. Barcelona.
- González, Francisco. (2004). Incidencia del Marco Institucional en la Capacidad Emprendedora de los Jóvenes Empresarios de Andalucía. Tesis de Doctorado. Tesis de doctorado en Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (marketing). Universidad de Sevilla. España.
- Hernández, Enrique (2000). La competitividad industrial en México. Editorial Plaza y Valdés y Universida Autónoma de México, México.
- Martínez, Francisco y Carmona, Gabriel. (2009). Aproximación al concepto de competencias emprendedoras: Valor social e implicaciones educativas. REICE. Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. Vol. 7, nº 3. España. (Pp.15-98).
- Mateu, José. (1997). Motivación y Personalidad del Emprendedor. Revista Iniciativa emprendedora. Ediciones Deusto. Julio-Agosto. España (Pp. 26- 31).

- Munch, Lourdes y García, José. (2008). Fundamentos de Administración. Editorial Trillas. México.
- Olamendi, Gabriel. (1998). Cómo crear una empresa y Triunfar en el intento. Extraído de: https://portal.uah.es/portal/page/portal/GP_EPD/PG-MA- ASIG/PG-ASIG- 34322/TAB42351/C%F3mo%20crear%20una%20empresa.pdf Consulta: 01/03/2018.
- Peña, Alicia; Conde, Consuelo y Criado, Juan. (1992). La Venta Creativa. Díaz de Santos, S.A. España.
- Peñaherrera, Mónica y Cobo, Fabian. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempo de crisis. Editorial Rinaci. España.
- Porter, Michael. (1991). Ventaja competitiva de las naciones. Vergara. Argentina.
- Prats, Julia y Agulles, Remey. (2008). Algo más que intuición para los negocios: competencias que todo emprendedor debería desarrollar. Editorial IESE Business School. España.
- Rodrigo, Luis. (2005). Habilidades Directivas y Técnicas de Liderazgo: Su aplicación en la gestión de Equipos de Trabajo. Ideas propias Editorial. España.
- Rodríguez, Carlos y Fernández, Carlos. (1991). Cómo crear una empresa. Cuadernos IMPI. IMPI. España.
- Sáenz, Nerea y López, Ana. (2015). Las Competencias de Emprendimiento Social, Coems: Aproximación a través de Programas de Formación Universitaria. Revesco. Revista de Estudios Cooperativos. N. 119. España (Pp. 159-182).
- Schnarch, Alejandro. (2014). Emprendimiento exitoso: como mejorar su proceso y gestión. Ecoediciones. Colombia.
- Secretaría Docente de la Escuela de Administración (2016). Registro de estudiantes inscritos en la Escuela de Administración. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia. Universidad del Zulia. Maracaibo, estado Zulia, Venezuela
- Universidad del Zulia. (2011). Malla Curricular de la Licenciatura de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia. Universidad del Zulia. Maracaibo, estado Zulia. Venezuela.
- Vázquez, Mitzi, Silva, María y Liquidano, María. (2015). Perspectiva de las competencias emprendedoras y la cooperación interempresarial en empresas del sector lácteo. Revista Oikos. N° 41. Chile (69-87).
- Veciana, José. (1999). Creación de Empresas como Programas de Investigación Científica. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vol 8 No.3. España (Pp. 11-36).
- Winter, Sidney. (2000). The nature and dynamics of organizational capabilities. Winter Eds. Oxford University Press. Estados Unidos.

NOTAS

- [1] Economista. Magister en gerencia de Empresas. Mención mercadeo. Doctora en Ciencias Económicas. Docente e Investigadora del Centro de Estudios de Empresa (CEE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCES) de la Universidad del Zulia (LUZ). Maracaibo- Venezuela. E-mail: mariacristina.useche@fc.es.luz.edu.ve
- [2] Contador Público. Ingeniera en Contabilidad y Auditorías. Magíster en Administración de Empresas Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Carrera en Ciencias administrativas Contables. Manabí, Ecuador. E-mail: magiamia74@hotmail.com
- [3] Ingeniera Comercial. Magíster en Administración de Empresas. Docente en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Ecuador. E-mail: evetaty_3126@hotmail.com.