UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Diagnóstico y Análisis del Fomento de una Cultura Emprendedora en las Universidades de la República Dominicana (Caso Práctico: UNAPEC, PUCMM y UCSD). Año 2009-2011

MONOGRAFÍA PARA OPTAR POR EL TITULO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Sustentantes:

BR. FLOR MELISSA FERNÁNDEZ MAÑANA 2005-0771

BR. SAJIDIA MARISOL TAVERAS COURLEAUX 2006-0169

Asesores:

Juan Rosales

Miguel Puente

Santo Domingo, D.N.

Abril, 2011

“Diagnóstico y Análisis del Fomento de una Cultura Emprendedora en las Universidades de la República Dominicana (Caso Práctico: UNAPEC, PUCMM y UCSD). Año 2009-2011.”

ÍNDICE

Agradecimientos i

Dedicatorias iii

Introducción..... v

Capítulo I. Conducta emprendedora

1.1 Concepto de emprendedor 1

1.2 Características del emprendedor 2

1.3 Actores claves del proceso de Emprendimiento 5

1.4 Factores Claves del proceso de Emprendimiento 14

1.5 El Fomento de la Cultura Emprendedora a Nivel Universitario. 18

Capítulo II. Cultura emprendedora dentro de las universidades

2.1 Concepto de cultura emprendedora 22

2.2 Referencias Históricas de la cultura emprendedora..... 22

2.3 Factores críticos ante la cultura emprendedora. 27

2.4 Aportes de la cultura emprendedora a la sociedad dominicana 34

Capítulo III. Análisis de las actividades que realizan las universidades para promover el emprendimiento.

3.1 Factores que promueven a los estudiantes a ser empleados en lugar de emprendedores. 37

3.2 Aportes para el impulso de la cultura emprendedora en las universidades. ... 41

3.3 Resultados de la Investigación..... 43

Capítulo IV. Programas para fortalecer la cultura emprendedora de las universidades.

4.1 Programa de emprendimiento UNAPEC. 51

4.2 Programa de emprendimiento PUCMM. 53

4.3 Programa de emprendimiento UCSD. 56

4.4 Impacto de estos programas en la formación emprendedora. 58

Capitulo V. Conclusiones Generales

5.1 Recomendaciones y conclusiones para fomentar la cultura emprendedora en las universidades del país. 60

- Planteamiento de Objetivos a lograr. 61
- Recomendaciones de orden Estratégico. 62
- Recomendaciones de orden Programático. 62

Bibliografía vii

Anexos.-

AGRADECIMIENTOS

Y

DEDICATORIAS

AGRADECIMIENTOS

Para concluir con este monográfico y finalizar mi carrera universitaria fue necesario del apoyo de muchas personas las cuales quiero agradecer.

En primer lugar quiero dar las gracias a **mis padres,** que con el paso de los años me inculcaron la importancia de una educación universitaria, ya que este es el primer paso para lograr mis metas.

A mi esposo y mi hija los quiero mucho y gracias por su apoyo, paciencia y comprensión.

A mi familia, abuelos, primos, hermanos, tíos, especialmente tía Margot por acompañarme en todos los momentos importantes.

A mis amigos que participaron de una forma u otra en esta investigación. Gracias Tito por tu constante colaboración.

A mi suegra que cuido de mí más preciado tesoro para que yo sea profesional.

Finalmente, gracias a mis asesores por su soporte y dedicación.

Gracias Dios, porque ya puedo decir: ¡Lo Logre!

Melissa Fernández

AGRADECIMIENTOS

Gracias Dios mío por permitirme completar esta etapa en mi vida, por brindarme esa paz espiritual cuando más la necesita y nunca dejar flaquear mi fe en ti señor.

También quiero agradecer sinceramente y muy especial a mi padre Domingo Taveras, que siempre me decía que esta vida no hay nada más importante que culminar los estudios sin importar el obstáculo que se te presente y que uno nunca termina de aprender en esta vida! Ya que siempre hay que prepararse lo más que se pueda para tener un futuro prometedor.

A mi madre por su comprensión inigualable y su apoyo incondicional.

A mi tío Pablo Luna, sabes lo inmensamente agradecida que estoy contigo… Durante todo este tiempo transcurrido has sido uno de los mejores amigos que he podido tener, pero sobretodo estoy sumamente agradecida por los sabios consejos que me diste y por estar ahí para escucharme siempre.

A mis hermanos, tíos, abuelos, amigos y todas las personas que de una forma u otra contribuyeron a este logro.

Y finalmente les doy las gracias a mis asesores por toda su dedicación y contribución intelectual en nuestro trabajo.

Por un futuro prometedor, gracias Dios mío!

Sajidia Taveras Courleaux

DEDICATORIAS

Quiero dedicar este trabajo a Dios, a mi familia y a mis amigos por el apoyo brindado para llegar a este momento tan especial en mi vida.

Melissa Fernández

DEDICATORIAS

Quiero dedicar este trabajo a Dios, a mi familia, a mi tío Pablo Luna, a mis amigos y a todas las personas que influyeron de forma positiva para lograr este existo en mi vida.

Sajidia Taveras Courleaux

INTRODUCCIÓN

La cultura emprendedora es un comportamiento social el cual se debe asumir como una forma de vida; ya que la misma impulsa a las personas a crear oportunidades.

Muchas personas piensan que “El futuro pertenece a quienes creen en la belleza de sus sueños”, sin lugar a duda un emprendedor se asemeja a este modo de pensar, porque es una persona segura de sí, con un enfoque innovador, capaz de transformar un desafío en una oportunidad.

“Diagnóstico y análisis del fomento de una cultura emprendedora en las Universidades de la República Dominicana (caso práctico: UNAPEC, PUCMM y UCSD)” se realizo con el fin de determinar las razones por las cuales los estudiantes universitarios tienden hacer empleados y no emprendedores. Además de determinar cómo las universidades están ayudando a fomentar esta cultura entre los estudiantes.

El primer capítulo trata sobre el concepto y características que debe poseer un emprendedor, la importancia del fomento e implementación de esta idea en las universidades y los factores que inciden en el proceso de emprendimiento.

En el segundo capítulo se puede apreciar el concepto general de la cultura innovadora, como surge este concepto y como ha ido evolucionando con el

transcurrir del tiempo; los factores críticos ante la cultura emprendedora y los aportes que brinda esta cultura a la sociedad dominicana.

En el tercer capítulo se explica el análisis de las actividades que realizan las universidades para promover el emprendimiento y como las mismas están implementando o impulsando la cultura emprendedora.

En el cuarto capítulo se explica detalladamente los programas de emprendimiento que ofrecen las universidades UNAPEC, PUCMM y UCSD; y el impacto de estos programas en la formación emprendedora de los estudiantes universitarios.

Por último, en el quinto capítulo se realiza un aporte de las recomendaciones y conclusiones necesarias para fomentar la cultura emprendedora en las universidades del país.

Capítulo I.

Conducta Emprendedora

1.1 Concepto de emprendedor

Se denomina emprendedor a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y luego llevarla a su desarrollo.

Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solo con una gran idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.

1.2 Características del emprendedor

Características generales:

a) **Flexible**: Ser capaz de adaptarse a toda velocidad a circunstancias y emergencias cambiantes sin sentir pánico.

b) Dinámico: con energía y diligencia para hacer las cosas es capaz de crear un impacto en el mundo.

c) **Creativo:** Tiene la facultad para crear métodos, objetos o ideas para realizar tareas de manera nuevas o distintas con la intención de

satisfacer una necesidad. Además permite cumplir con los objetivos de forma más rápida, fácil y eficiente.

d) **Capaz de asumir riesgo:** ser emprendedor consiste en asumir riesgos constantemente, pero esos riesgos deben ser analizados y calculados teniendo claro los posibles resultados de cada operación y la manera adecuada de asumir un error.

e) **Confianza en sí mismo:** las decisiones de la empresa dependen del emprendedor, lo que requiere confianza, no tener miedo de tomar decisiones. No todas serán acertadas, pero hay que saber asumir los errores.

f) **Busca oportunidades:** Para ser emprendedor hay que mantener los ojos bien abiertos y la mente activa.

Es ser lo suficientemente hábil, confiable, creativo y disciplinado para aprovechar las oportunidades que surjan. Las personas emprendedoras siempre encuentran modos de tomar ventaja de una situación y no ser dominados por esta. No esperan que las oportunidades les lleguen, ellos salen a buscar las oportunidades.

g) **Persistente:** Muchos fracasan en sus objetivos, pero no todos están dispuestos a intentarlo de nuevo. Un emprendedor dice: estoy dispuesto a intentarlo de otra manera.

Perfeccionista: en un mundo tan competitivo, a veces no vale solo ser bueno, hace falta ser mejor que los demás.

Características motivacionales:

- **Capacidad de compromiso:** Tanto consigo mismo, como con los demás.

- **Vocación por el trabajo:** Todos los días, casi todo el día hasta sacar las iniciativas adelante.

- **Constancia:** Que se puede juntar a la perseverancia y a la fe. Si el emprendedor no cree en sí mismo y en su proyecto, está destinado a fracasar.

- **Empuje:** Es la capacidad de sacar las iniciativas adelante, el nivel de sacrificio y entrega y las ganas por cumplir los sueños.

- **Coraje físico y un gran entusiasmo para toda clase de ideas:** La pasividad no es una característica de un emprendedor, el entusiasmo y el movimiento continuo sí.

Características en cuanto al saber

- ✓ **Conocimiento:** Ser emprendedor, requiere conocimiento en los temas que se van a desarrollar en los proyectos o actividades, sea cuales sean.

- ✓ **Cultura:** En un sentido amplio, saberse adaptar a las diversas situaciones y saberse comportar ante las circunstancias.

- ✓ **Capacidad de asociación:** Una idea grande, difícilmente se desarrolla por una persona, la capacidad de asociarse (bien) es clave en el éxito.

- ✓ **Capacidad de mando:** Ser el jefe no es sinónimo de poder, ser el guía o líder si lo es.

- ✓ **Visión:** Donde otras personas ven un problema o una dificultad, un verdadero emprendedor ve una oportunidad.

- ✓ **Generación de Ideas:** Es necesario tener ideas, replantearlas e implementarlas constantemente.

- ✓ **Capacidad de medir el riesgo:** Saber exactamente a que estoy jugando y cuáles son mis oportunidades, debilidades y fortalezas.

- ✓ **Capacidad de autocrítica**: Nadie es perfecto, aprender de los errores y ser consciente de ellos es fundamental.

- ✓ **Independencia: Para tomar decisiones y dar mandatos:** Es la idea de emprender, conseguir metas propias.

1.3 Actores claves del proceso de Emprendimiento

- **Sector Educativo**

En lo que se refiere al enfoque educativo los emprendedores necesitan que los educadores les ayuden a desarrollar su capacidad para pensar, entender, manejarse y emprender en el mundo que les rodea.

Las universidades dominicanas deben enfocar sus métodos de enseñanza especialmente en el área de negocios tomando en cuenta los métodos utilizados por universidades internacionales, para guiar que sus estudiantes sean emprendedores.

Por ejemplo la propuesta educativa de **la Universidad del Valle de Guatemala**. En esta Universidad se visualiza al emprendimiento como una competencia

liberadora y potenciadora de los seres humanos, esperan desarrollar en los y las estudiantes, habilidades y destrezas que les permitan convertirse en promotores permanentes de soluciones innovadoras para los problemas de su entorno.

También indican que Aprender a emprender será aprender a adoptar una actitud proactiva frente a la vida, dirigida hacia el logro de una visión personal trascendente, apoyada en el aprendizaje continuo y la generación de idas nuevas, y siendo responsable de sus propias acciones y decisiones en un ambiente diverso y multicultural.

Otro aspecto importante son los educadores que conforman las universidades, ya que estos deben ser docentes conscientes de su misión formadora, y comprometidos con su propia formación continua para entregar lo mejor de sí mismos cuando de ayudar a otros a aprender se trata.

Por esto es importante las universidades adquieran el compromiso de brindar a los y las estudiantes una preparación integral de excelencia fomentando una cultura emprendedora.

- **Sector Privado**

Dentro del proceso de emprendimiento el sector privado ayuda construir confianza y entendimiento entre líderes de negocios y emprendedores sociales,

generando colaboraciones y alianzas de mutuo beneficio que a su vez redunden en un mejor abordaje a los principales problemas sociales.

Consciente de que los emprendedores sociales tienen el mismo nivel de energía, visión y creatividad que sus pares del sector privado, se vinculan a fin de que puedan trabajar juntos y a la vez, aprender cada uno del otro.

- **Los Emprendedores Sociales se benefician con:**
  - »El asesoramiento de expertos del sector privado
  - »El intercambio de ideas con “pares” de similar visión en el mundo de los negocios
  - »El acceso a redes empresariales y contactos de negocios y la posibilidad de replicar sus modelos en otros escenarios.

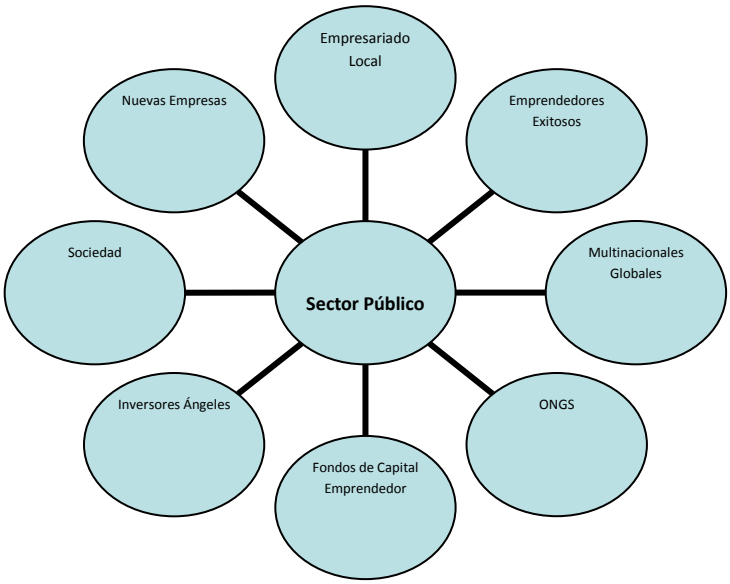
- **En tanto que los emprendedores del sector privado cuentan con:**
  - »La oportunidad de utilizar sus conocimientos y habilidades para participar en el trabajo de los Emprendedores Sociales
  - »La posibilidad de mejorar la responsabilidad social de sus compañías a partir del asesoramiento de los Emprendedores Sociales.

Sector Público

El desarrollo de la actividad emprendedora se ha incorporado de manera, creciente en la agenda de muchos países donde existe el consenso de que el emprendedurismo es un factor crítico del desarrollo económico al impulsar la productividad y el crecimiento a través de la creación de nuevas firmas innovadores, generadoras de empleos de calidad.

Así mismo, la actividad emprendedora ha comenzado a ser vista desde el sector público como un proceso dinámico de creación y desarrollo de nuevas empresas que se potencia ante la existencia de una de un favorable ecosistema emprendedor, donde el estado tiene un rol fundamental, articulando y complementando los esfuerzos de distintos actores.

Entorno Emprendedor y los componentes claves para el Éxito



Según el artículo publicado en el Listín Diario en el 2010 por la Asociación Nacional de Jóvenes Emprendedores, sobre **Políticas Públicas para el Desarrollo de los emprendimientos;** algunos aspectos elementales a considerar para la construcción de una masa crítica de emprendimientos que evidencie tienen un impacto relevante en el desarrollo económico del país y que corresponde a tener una participación determinante por parte del gobierno dominicano, son:

I-) Definición de los sectores a desarrollarse en nuestra nación: Se hace necesario una profunda discusión entre los sectores empresariales, estado y sectores académicos donde se defina dónde queremos dirigir nuestros esfuerzos. Una vez definidas esas áreas, los presupuestos de la nación deben de estar orientados a reforzar las capacidades de capital humano y de infraestructura para avance de nuestros propósitos.

II-) Mayor inversión en Investigación y Desarrollo: El Estado debe continuar aumentando las cantidades de proyectos de investigación (alineados con las áreas estratégicas) y los montos de los mismos. Si bien es cierto que en las naciones desarrolladas, los recursos provienen esencialmente del sector empresarial, se hace necesario que el Estado consigne estos recursos y que gradualmente permita que el sector empresarial juegue el papel que le corresponda una vez se evidencien los frutos de estas inversiones. El Estado debe velar por el constante desarrollo de las políticas de Ciencia y Tecnología, aumentar significativamente el número de investigadores y doctores, esencialmente en ciencias básicas.

III-) Mayor vinculación universidad-empresas: El Estado debe propiciar un mecanismo de acercamiento de los sectores académicos y empresariales.

IV-) Creación del ecosistema de emprendimiento e innovación: el Estado debe de motivar y apoyar la creación de una estrategia que permita construir un ambiente que propicie la creación de nuevas empresas. Este ambiente sugerido buscaría mantener alineados las diversas entidades públicas y privadas, evitando así la dispersión de recursos, la duplicidad de funciones y la retroalimentación de las fallas que deben corregirse.

V-) Apoyo logístico y acceso a recursos para emprendimientos dinámicos en la etapa de arranque:

El Estado debe apoyar con recursos la creación de incubadoras y aceleradoras de empresas, una vez éstas sean creadas deben alinearse con las áreas estratégicas.

VI-) Incentivos fiscales: Asimismo, debe propiciarse la creación de los incentivos fiscales necesarios para dar apoyo a las nuevas empresas, y la creación de incentivos fiscales para estimular la inversión ángel, la inversión en fondos de capital semilla y la inversión en fondos de capital de riesgo.

VII-) Inclusión del emprendedurismo en el curriculum universitario: Si queremos fomentar el emprendedurismo, el mismo debería comenzar desde la

parte inicial de la educación, pero un paso de avance sería la incorporación de la materia en el pensum de todas las universidades.

La importancia del sector publico en el emprendedurismo, es que este puede servir como herramienta para fomentar un ambiente emprendedor y facilitar a los emprendedores los recursos necesarios para que estos nuevos proyectos logren alcanzar el éxito.

1.4 Factores Claves del proceso de Emprendimiento

a) Fuentes de Financiamiento

El financiamiento son los recursos monetarios tanto en términos de deuda como de capital para apoyar el crecimiento de las empresas, la capacitación y el desarrollo de la actividad emprendedora.

El financiamiento del proceso emprendedor involucra la realización de inversiones en las etapas iníciales (en general a través de inversores ángeles) y en etapas posteriores de alta crecimiento (a través de fondos de capital emprendedor y/ o deuda si la empresa tiene la capacidad de tomarla, siendo este último caso más frecuentes en los primeros años.

Para dar inicio a una idea, para innovar, para comercializar la idea y para alcanzar índices de crecimiento de dos dígitos, las empresas emprendedoras necesitan acceso al financiamiento. Como tales, las empresas emprendedoras de alto

impacto configuran un grupo peculiar, dado que no tiene historia financiera (antecedentes) sino que demandan fondos crecientes conforme a la evolución del proyecto.

El financiamiento del proceso del emprendedor se mueve con reglas diferentes a las del crédito bancario. Los bancos se enfocan en la historia de una empresa, para asegurar en función de esta el repago de un préstamo. Los inversores de capital emprendedor diversifican el riesgo el riesgo a través de invertir en un conjunto (portafolio) de proyectos, y definen su inversión en función del equipo emprendedor, la idea y su potencial a futuro.

Al principio, un proyecto emprendedor necesita fondos para concretar la oportunidad (refinar la idea, ponerla en práctica, reunir los recursos y conseguir los primero clientes y proveedores).

La fuerte más común de fondos en este caso es el propio emprendedor o sus familiares y amigos. Solo una pequeñísima fracción de emprendedores con ideas muy innovadoras y un plan de negocios medianamente desarrollado pueden atraer inversores ángeles o capitales de inicio (por ejemplo a través de una entidad incubadora). A medida que la empresa se inserta en el mercado y empieza a obtener ventas, llegando al punto de equilibrio, los requerimientos de efectivo disminuyen considerablemente.

Sin embargo para alcanzar índices de crecimiento, empresa nuevamente demanda de fondos para financiar el crecimiento y consolidar su posición en el mercado. Aquí es donde por lo general los fondos de capital emprendedor (antes

denominado capital de riesgo) se suman al proceso proveyendo los fondos necesarios.

b) <u>Programas de investigación</u>

Los programas de investigación para emprendedores son creados para que los estudiantes en conjunto con entidades empresariales aporten sus ideas para la creación de proyectos y fomenten la maduración de las mismas poniéndolas en práctica en empresas. Se subdividen en diferentes actividades como jornadas de estimulación y asesoramiento empresarial, clubs de emprendedores, programas de emprendimiento.

h) Jornadas de estimulación:

Las Jornadas para emprendedores son actividades que se celebran periódicamente en diversas instituciones educativas.

Donde los universitarios presentan su proyecto empresarial animando a que se fomente el espíritu y la cultura emprendedora dentro de la comunidad universitaria, facilitando la implantación de aquellas ideas empresariales viables, fortaleciendo la relación entre emprendedores y entidades de apoyo a la actividad empresarial y promoviendo el espíritu innovador en todos los ámbitos de la gestión empresarial.

i) Asesoramiento empresarial:

Asesora y orienta a los estudiantes emprendedores de forma tal que los estudiantes quieran llevar a cabo su idea empresarial. Ayuda en asuntos como definir el mercado, estimación de costes, precios de venta, elaboración de un plan de marketing o análisis de las inversiones que deben realizar.

j) Clubs emprendedores:

Su fusión es poner en contacto al emprendedor con el mundo empresarial, poner en contacto con empresas, proporcionar experiencia profesional.

Las principales actividades que organiza son almuerzos empresariales, pruebas para emprendedores, jornadas informativas sobre competencias profesionales, o sobre derechos de los trabajadores, visitas a grandes empresas, participación en congresos.

k) Programas de emprendimiento:

Busca incentivar el ánimo del emprendedor creando entorno para motivar y proyectar actividades que dejen una semilla emprendedora. Estos son aplicados en universidades, asociaciones empresariales, colegios y municipios.

A través de estos se implementan programas que impulsan a los emprendedores de distintas formas:

Universidades: Buscan incorporar en sus alumnos las prácticas emprendedoras que logren sus proyectos sean de gran potencial.

Asociaciones Empresariales: Pretenden incorporar en el emprendimiento motor para la creación de nuevas empresas y la iniciativa interna necesaria para potenciar los negocios ya instalados.

Colegios: Buscan insertar una inquietud emprendedora, que haga ver a los alumnos, apoderados y profesores, una gama de posibilidades nuevas a través de estimular la iniciativa empresarial temprana.

Municipalidades: Su objetivo potenciar o incrementar el emprendimiento a un grupo específico de la comunidad, como pueden ser jóvenes, micro-empresarios, y otros.

c) Incentivos tributarios

Dentro del ámbito de promoción y facilitación uno de los mejores ejemplos de reglamentaciones legales que han promovido la innovación es la ley BAYH-DOLE de los Estados Unidos del año 1980, que permitió que las universidades retuvieran los derechos de propiedad intelectual para comercializar las aplicaciones de I + D financiadas con recursos federales.

Otro ejemplo es la Creación del mercado de títulos NASDAQ en los Estados Unidos. Prácticamente la totalidad de las empresas que actualmente cotizan en este mercado no podrán haberlo hecho en el mercado de valores de Nueva York.

Por su parte Irlanda es un ejemplo del grupo de países que introdujeron incentivos específicos para promover nuevas empresas, con medidas como impuestos corporativos preferenciales y subsidios para el empleo de capital.

d) Fomento de la Cultura

Su objetivo principal es estimular la iniciativa emprendedora y familiarizar a los estudiantes con el mundo empresarial**.**

El fomento de esta busca que las capacidades emprendedoras empiecen a potenciarse cuanto antes con acciones de sensibilización y formación, además tienen su primer eslabón en el sistema educativo concentrándose en la educación primaria y desarrollarse en la vida adulta, en universidades o escuelas de emprendedores.

Con esto se Contribuye a que los estudiantes tengan las herramientas necesarias, tanto en la educación como en cuanto a recursos económicos y materiales, para poder hacer realidad su proyecto emprendedor.

Fomentar la cultura emprendedora es una herramienta fundamental para el crecimiento, el desarrollo económico, social y para la competitividad de un país. Por ello, hoy más que nunca se hace imprescindible que todos los actores del proceso de emprendimiento de manera conjunta asuman su responsabilidad.

En las familias y la comunidad educativa, se debe incrementar el compromiso social, fomentando hábitos, actitudes, valores y prácticas curriculares que incentiven la creatividad, originalidad e iniciativa, como un bien para los propios jóvenes y para la sociedad.

Asimismo, en las empresas, se debe de valorar más las iniciativas emprendedoras de los jóvenes empleados, considerándolas un elemento de promoción y desarrollo profesional.

El sector público debe estar atento para escuchar la voz de la juventud, ha de estimular su participación en la vida pública y en la práctica democrática para así integrar sus demandas en los programas y las propuestas.

La cultura emprendedora es un modo de pensar y de obrar que impulsa a las personas a descubrir y realizar oportunidades para crear valor y mejorar el bienestar de su entorno en los más variados ámbitos.

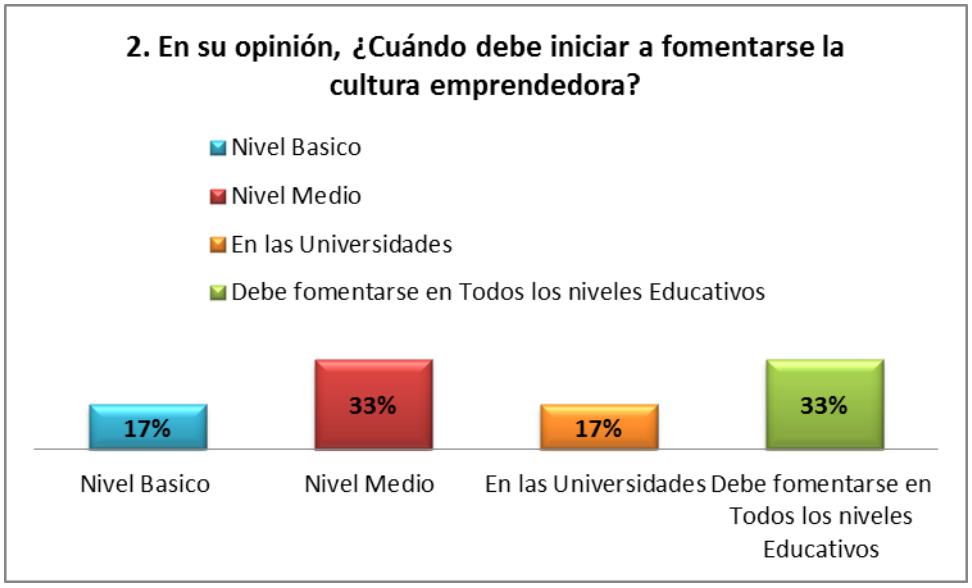
1.5 El Fomento de la Cultura Emprendedora a Nivel Universitario.

La cultura emprendedora existe en la medida en que es asumida como una forma de vida.

Se puede advertir que hay personas que empiezan emprendimientos por necesidad, porque tienen la obligación de generar ingresos económicos que les permitan sustentar a sus familias. Pero hay otros que han realizado sus estudios y que emplean energía y esfuerzo en aplicar lo que han aprendido en la vida real.

Se necesitan más personas emprendedoras y más empresas deseosas de embarcarse en actividades creativas e innovadoras. La educación puede contribuir enormemente a la creación de una cultura más emprendedora, empezando desde las edades más tempranas.

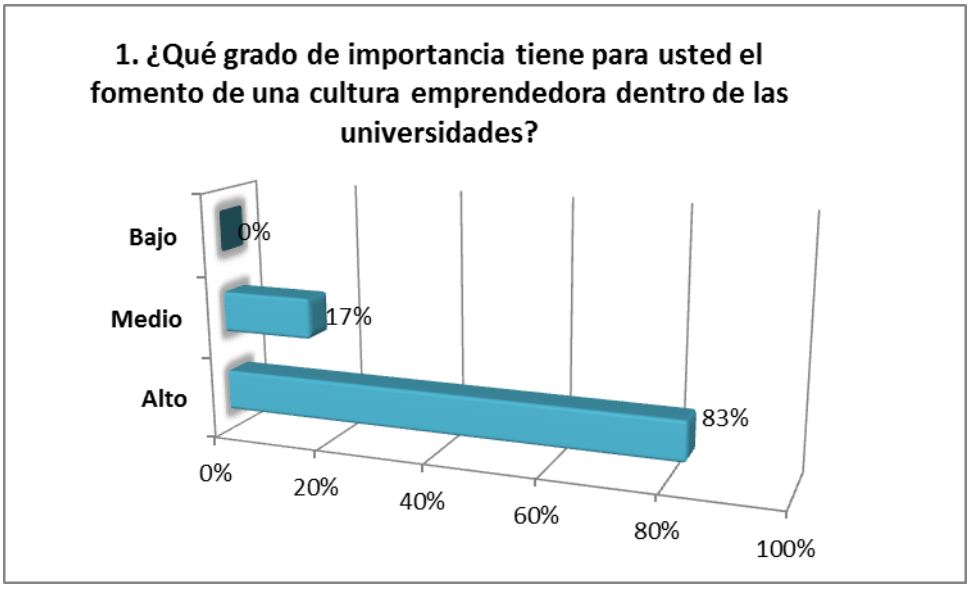
Veamos la gráfica siguiente:



En este grafico podemos observar el punto de vista de los profesores con relación a cuando debe iniciar el fomento de la cultura emprendedora.

En un sentido amplio, el espíritu emprendedor es una actitud general que puede resultar útil en todas las actividades, laborales, sociales y en la vida cotidiana. Se trata por tanto de una competencia básica y uno de los objetivos del sistema educativo debería ser el de fomentar en los jóvenes las cualidades personales que constituyen la base del espíritu emprendedor: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la independencia.

Según un estudio realizado a los profesores de las universidades **UNAPEC**, **PUCMM**, **UCSD** se identificó lo siguiente:



Este grafico indica que 83% de los profesores consideran que el fomento de la cultura dentro de las universidades es muy importante.

Los encuestados afirman esto por las siguientes razones:

- ✓ **Porque ayuda a los jóvenes a forjar su propio futuro.**
- ✓ **Porque es vital para el desarrollo económico en la sociedad dominicana.**
- ✓ **Ayuda al estudiante a superarse.**
- ✓ **Porque el fomento de la cultura emprendedora es un generador de empresas y mano de obra que impulsa la economía de los países.**

Sin embargo 17% restante considera que el grado de importancia del fomento de la cultura emprendedora es media, ya que las materias que imparten no están relacionadas con temas de emprendimiento.

Factores que favorecen el fomento de un espíritu emprendedor en las universidades.

La libertad: la actitud de todo emprendedor implica comenzar, investigar, arriesgarse, sin embargo, esto sólo es posible en un ambiente de libertad. Esta da la oportunidad de no colocar límite alguno a las ideas y darle paso a la creatividad, así realmente se puede aprovechar las oportunidades.

La educación: tiene sin duda alguna una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor, ya que permite ver las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos.

El entorno: el medio en el que se desenvuelve un emprendedor es uno de los factores más importantes, ya que es ahí donde se desarrolla el

emprendedor. En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante, existen lugares donde el emprendedor enfrenta un horizonte totalmente diferente es más bien coartado.

La riqueza de una nación está en la inteligencia creativa de sus ciudadanos. Esto es un sueño, no cabe duda, pero para crear riqueza con equidad se necesita establecer visiones a largo.

Dicha riqueza depende mucho de las universidades porque la cultura emprendedora inicia en ellas y esto contribuye a que los profesionales innoven en sus propios negocios y este impulso emprendedor beneficia a la sociedad en todos los sentidos.

Capítulo II.

Cultura Emprendedora dentro de las Universidades

2.1 Concepto de cultura emprendedora

La cultura emprendedora es un comportamiento social donde las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar y tienen la voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente. Esta consiste en identificar oportunidades y reunir recursos suficientes para transformarlos en una empresa.

La cultura emprendedora supone querer desarrollar capacidades de cambio, experimentar con las ideas propias y reaccionar con mayor apertura y flexibilidad.

Por un lado, la cultura emprendedora supone saber lanzar nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas. Por otro lado, también supone saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía.

2.2 Referencias Históricas de la cultura emprendedora

Los humanos en general son una especie emprendedora, porque en el transcurso de su existencia han generado patrones de conducta relacionados con la innovación.

Desde el mismo tránsito de la **prehistoria** a la historia de la humanidad, la cual implicó seguramente la existencia de seres capaces de explorar y organizar, hombres incógnitos, emprendedores primitivos capaces de tomar riesgos y

sostener iniciativas que contribuyeron a mejorar la vida de la humanidad: son ellos los que crearon instrumentos de caza: el hacha de mano, la lanza, vestimenta, descubrieron el fuego, la agricultura, la cocción del barro, construyeron viviendas, inventaron la escritura y con ello, la historia; en fin, inventaron la especialización social y la ciudad.

Las ciudades son donde las formas de organización social hacen prevalecer el intercambio de ideas y la creatividad, las ciudades son el sitio donde la innovación se hace característica.

Los espacios urbanos fueron dominantes por primera vez en las sociedades del **neolítico** establecidas en Mesopotamia, es decir, la parte occidental de la masa euroasiática ubicada entre los ríos Éufrates y Tigris. Esta zona llena de urbanidad fue el laboratorio de la producción urbana de la humanidad occidental. En ella se inventaron todo tipo de utensilios, se cristalizó una fase dinámica de avances y conflictos que configuraron su esencia.

Ahí se dio un proceso de creación que fue producto de la actividad emprendedora del individuo, aunque tenemos pocos conocimientos de ello, ahí se inventó la escritura, las matemáticas, la astronomía, se consolidó la agricultura; de ahí proviene la cerámica, el ladrillo y el arte de la construcción; todo ello resultado de un pueblo o conjunto de pueblos emprendedores.

Después fue en ciudades como **Atenas** donde la libertad se constituyó en un ejercicio de cultura y destacaron los emprendedores de la ciencia y la filosofía, pensadores que nos heredaron su saber desde los tiempos de Sócrates hasta los de Hypatia, emprendedores que nos legaron el conocimiento como objetivo humano y una hermosa biblioteca como centro de la vida intelectual, la biblioteca de Alejandría.

En la **Edad Media** los emprendedores fueron de tipo religioso en su primera fase y de tipo militar y mágico hacia su final. Durante ella la creencia y la fe fueron la base de las prácticas sociales, la organización social a partir de la ciudad fue relegada.

En lo general, en ese período la iniciativa individual era escasa, los emprendedores de tipo civil no eran bien recibidos y eran pocos; hacia el final de la misma, fueron los italianos quienes que se arriesgaron a atravesar Eurasia y penetraron en el Imperio Chino en busca de comercio.

Sin embargo, la acumulación de riqueza tenía un grupo especializado en ello, los judíos, quienes hicieron del ahorro y la inversión un oficio para obtener dividendos, en su éxito se encontró otro motivo para justificar su marginación.

Asimismo, otro tipo de emprendedores fueron los **alquimistas**, quienes conjuntaron la magia y la ciencia con el objetivo de encontrar la piedra filosofal, la

substancia que contuviera en sí misma los cuatro elementos y poseyera las propiedades necesarias para transmutar cualquier metal en oro, que fuera elixir de la vida, que curara enfermedades y lograra la inmortalidad, y por increíble que parezca, está búsqueda dio como resultado el descubrimiento de los fundamentos de la química.

Esta situación cambió en el **siglo XV**, cuando Bizancio cedió ante el avance musulmán en el oriente europeo, y en el occidente fueron derrotados en la Península Ibérica, una serie de emprendedores indagaron rutas comerciales alternas que rompieran el bloqueo otomano de la ruta de la seda.

Esta búsqueda transformó al mundo. Emprendedores como Enrique el Navegante traspasaron el Estrecho de Gibraltar e iniciaron la exploración de las vías marítimas hacia el Oriente.

Este fue el comienzo de los grandes descubrimientos geográficos que permitieron a marinos italianos, portugueses y españoles darle la vuelta al planeta. Estas iniciativas transformaron al mundo entre 1450 y 1800, es decir, entre el Renacimiento y la Ilustración, por eso este fue un periodo caracterizado por grandes emprendedores.

Emprendedores y cultura moderna

En este periodo los océanos fueron conquistados, el comercio alcanzó un volumen y una dimensión geográfica nunca antes logrados.

El aumento del intercambio comercial motivó fuertes oleadas de emigración de Europa al resto del mundo, y hubo un conjunto de emprendedores: exploradores, conquistadores, nuevos religiosos, gente que se arriesgó a establecer formas de vida guiadas por la utopía o por la ganancia. Estos emprendedores modificaron la vida entera del planeta: globalizaron su economía.

Las ciudades fueron nuevamente los sitios en donde los emprendedores civiles encontraron un nicho para sus actividades, los libertos urbanos, alejados de los dominios territoriales, generaron sistemas que se basaban en la producción para el intercambio a pesar de las excesivas reglamentaciones y de su carácter corporativo, pero también se apoyaron en sistemas de conocimiento donde la razón, no la creencia, ganó la batalla.

Así, desde el origen de la Época Moderna, cuando la organización social se fincó de nuevo en la razón y el entendimiento, se creó una nueva cultura que aceptó como valor el progreso material de la humanidad.

La razón se difundió a partir del siglo XVIII como principio explicativo de todo: de la naturaleza, de la religión y del propio hombre. La creencia fue sustituida por la

ciencia, la ganancia dejó de ser pecado, los préstamos a futuro y a distancia se desarrollaron sentando las bases de un mercado financiero internacional, los sistemas comerciales florecieron, primero bajo la acción emprendedora protegida por los reinos, luego, como expresión privada. La vida toda, determinada por el esfuerzo personal, era una vida con futuro porque el bienestar se convirtió en el objetivo del mundo.

Lo que siguió a la Ilustración fue una serie de revoluciones sociales, civiles, y políticas realizadas por espíritus emprendedores. En efecto, a raíz de la revolución comercial que encabezaron los ibéricos, el incremento de la riqueza dio pauta al desarrollo de la Revolución Industrial realizada por los ingleses y holandeses.

A partir de ese entonces, empezó a generalizarse la idea de que las sociedades pueden mejorar su nivel de vida. El hombre civil de las nuevas urbes industriales comenzó a definirse por su carácter emprendedor asociado al cambio social y al papel que en él juega el sentido material para encontrar nuevas modalidades que satisfagan sus necesidades tanto sociales como económicas.

2.3 Factores críticos ante la cultura emprendedora.

Existen diferentes factores que impiden que un emprendedor pueda lograr el éxito a través de una idea de negocio innovadora. Dichas barreras creadas por nuestra sociedad limitan a los emprendedores en sus emprendimientos ya que consideran que el riesgo es tan alto que solo conseguirán alcanzar fracaso.

Las razones más comunes por la cual muchos proyectos emprendedores no alcanzan su etapa final son los siguientes:

a) Falta de apoyo financiero

Una de las etapas básicas es la consecución de los recursos necesarios para poder dar inicio a un proyecto. El financiamiento es fundamental en el éxito de todo negocio; por esto cada emprendedor debe tener una idea muy clara sobre las posibilidades que su entorno empresarial le brinda.

En muchos estudios se han identificados que una de las principales causas de fracaso de las empresas son las limitaciones que tienen para el inicio de sus operaciones.

La falta de financiamiento, que no sólo ocurre en la primera etapa, sino también en las siguientes, provoca que aproximadamente un 70% de los emprendimientos no alcance a los dos años.

Asimismo, al 30% que logra superar los 24 meses se lo considera consolidado sólo cuando alcanza a los cinco años de vida porque es en esa etapa cuando logran auto sustentarse.

Según el texto de The Portable MBA Entrepreneurship, de William Bygrave, indica las fuentes de financiación más frecuentes utilizados por emprendedores son:

- Ahorro de los propietarios
- Prestamos de miembros de la familia
- Prestamos de los amigos
- Prestamos de cooperativas, fondos y grupos asociativos
- Prestamos provenientes de sus líneas de ahorros
- Créditos brindados por proveedores
- Arrendamiento de bienes y equipos
- Contratación de servicios
- Pago anticipados de pedidos
- Crédito de instituciones financieras
- Prestaciones
- Venta de bienes personales

Aunque el recurso financiero es importante, tampoco puede pensarse que lo es todo en el éxito del negocio, en el mundo hay muchos ejemplos que claramente muestran que negocios con todos los recursos financieros inimaginables fueron estruendosos fracasos, porque el negocio en si no era solido.

b) Burocracia y leyes para la apertura de una empresa

Algunas de las trabas legales e institucionales que tienen los emprendedores para realizar su idea de negocio, son las siguientes:

- Inexistencia de una legislación de reestructuración mercantil, la cual posibilite a una empresa
- salir de un proceso de bancarrota.
- Existencia de un costo laboral poco flexible, que da pie a abusos por parte de los empleados que buscan "aprovecharse del sistema".
- Falta de información sobre los beneficios de la seguridad social y dificultades para acceder a ellos.
- Sistema impositivo complejo, que penaliza empresas nuevas.

c) Miedo al fracaso

Son muchos los emprendimientos que no llegan a su etapa final ya que los emprendedores se sienten intimidados por el temor de fracasar.

El fracaso está en la mente de cada persona y en su manera de interpretar los posibles resultados derivados de alguna acción. El temor al fracaso, como la mayoría de los temores, es totalmente irreal, es la anticipación o visualización de un resultado negativo, que aún no ha ocurrido, pero que se siente como si

estuviese ocurriendo ahora. Es decir, se visualiza un mal desenlace antes de poner en marcha nuestro emprendimiento.

En muchas ocasiones el principal obstáculo al momento de poner en marcha una idea de negocios no es el tema del financiamiento ni las dificultades de crear una empresa sino el miedo al fracaso.

Por tal razón hay que cambiar de actitud ante el fracaso, porque es un factor fatal para la innovación y para el emprendedor.

d) Falta de formación emprendedora

Los sistemas educativos como los colegios y las universidades carecen de sistemas eficientes para crear una cultura emprendedora. Es indudable que el sector educativo es un elemento básico de toda trasformación cultural y por ello es absolutamente necesario cambios en los centros educativos contribuyan en el fomento de la cultura emprendedora.

Son necesarios algunos conocimientos básicos para que un negocio tenga posibilidades de éxito. Toda educación empresarial tiene que trabajar con estos elementos y desarrollarlos adecuadamente, pero no aisladamente sino en relación con las características empresariales y las del entorno.

Para que este proceso de formación sea efectivo para los emprendedores y orientado hacia un negocio propiamente dicho, exige las siguientes acciones:

- El estudiante debe estar en contacto con la realidad del sector económico que haya escogido para su plan de negocio. Por tal motivo estos deben estar entusiasmados y motivados para que aprendan acercarse a la realidad local y no dependan solo de datos o informes fríos de naturaleza global. Además que perciban detalles y particularidades de sus empresas en potencia, que sepan y hagan conciencia de en qué se están metiendo.

- Sobre la identificación y elaboración de oportunidades de negocio, es necesario desarrollar una dinámica educacional integral que diferencie ideas, de ideas de negocios, de oportunidades de negocio y un mecanismo de evaluación de cada una de ellas, para permitirle al estudiante desarrollar una dinámica clara de producir verdaderas oportunidades de negocios que sean sujetos a un plan de negocio. El análisis de fuentes de ideas y de oportunidades, el uso de banco de ideas desarrollado en muchos otros cursos y actividades curriculares.

- Uno de los aspectos que debe aprender todo estudiante de un curso o de una actividad de formación empresarial es la determinación de los requerimientos y de todas las fuentes de recursos: financieros, materiales, humanos, informáticos, etc.

Igualmente, son importantes la formulación de estrategias y el establecimiento de metas para el negocio particular de cada estudiante. No se trata de que el profesor gaste gran cantidad de horas de clase indicando las múltiples líneas de financiación existentes, se busca estudiante determine sus necesidades y salga al mundo real.

e) Baja cultura emprendedora

La falta de cultura emprendedora y no estar capacitado para administrar un negocio, son las principales causas de que nuevos emprendimientos no logren ser constituidos.

Por tal motivo es muy importante capacitar a los jóvenes para así crear una cultura emprendedora que incentive la creación de nuevas fuentes de empleos y fomenten el cambio en sus comunidades y a su vez desarrollar una visión emprendedora que garantice el crecimiento personal y el desarrollo sistémico de la nación.

f) Falta de apoyo para emprender

Muchos emprendedores tienen ideas que son geniales. Sin embargo estas ideas la mayoría de las veces se diluyen en el espacio, generalmente por falta de apoyo al emprendedor.

Por este motivo es importante apoyar a los emprendedores (especialmente proyectos vinculados a las tecnologías de la información), sobre todo aquellos que buscan socios o financiamiento para poder hacer realidad su idea y convertirla en un negocio exitoso.

Muchas veces se tratará de financiamiento, aporte de ideas, metodología, otras de apoyo logístico, programación, etc. No importa en realidad en qué aspecto se busca ayuda para el desarrollo del negocio, pero es importante crear una instancia colaborativa en la que sea posible mostrar las ideas de negocios y buscar quién pueda ayudar a llevarla adelante, obtener las visitas iniciales que se requieren para impulsar el despegue del proyecto.

2.4 Aportes de la cultura emprendedora a la sociedad dominicana

El fomento de una cultura emprendedora en las universidades, es sumamente necesario para el crecimiento y bienestar económico de nuestra nación.

Una Cultura emprendedora trae consigo la creación de nuevas empresas innovadoras, lo cual aumenta la competitividad y por ende la sociedad se beneficia ya que la competencia que ejerce nuevas empresas crean la necesidad de mejorar sus procesos y se ofrecer mejores servicios y mejores precios para el mercado.

Por otro lado, el país sería capaz de generar los insumos necesarios para la población y de este modo disminuir la compra de los productos que son importados por otros países.

El mundo está cambiando muy rápido por tal motivo es necesario un futuro emprendedor, que la sociedad dominica sea capaz de crear proyectos tan geniales que sea posible competir al mismo nivel o mayor que las grandes potencias del mundo.

Como consecuencia de esto nuestro país necesita personas emprendedoras e innovadoras. Capaces de llevar a cabo un proyecto innovador que es rechazado por la mayoría y lograr que este sea exitoso.

Para apoyar la cultura emprendedora de la República Dominicana existe el Consejo Nacional de Competitividad (CNC), este ofrece apoyo a diversos programas cuyo principal objetivo es promover y fortalecer el desarrollo de nuevas empresas, la creación de empleos y potenciar el liderazgo empresarial del país. Además busca promover la cultura emprendedora para el desarrollo económico y social, y la mejora del desempeño competitivo del país.

El Consejo Nacional de Competitividad (CNC) aboga porque se implemente en el país una Red de Incubadoras de Negocios que permita generar un trabajo

coordinado en la creación de empresas de alta competitividad y que estén basadas en la disponibilidad de capital intelectual y la innovación continua.

Ya existen procesos para consolidar centros de preincubación o incubación en seis universidades: UNIBE, PUCMM, UASD, UCATECI, INTEC y APEC, con lo que se hará un aporte fundamental en la construcción de capital social e institucional para el fortalecimiento de la futura red de incubadoras en nuestro país.

Capítulo III.

Análisis de las actividades que realizan las universidades para promover el emprendimiento.

3.1 Factores que promueven a los estudiantes a ser empleados en lugar de emprendedores.

Muchas personas siempre han querido iniciar su propio negocio o empresa, pero a la vez podemos notar que cada día más personas ejercen su carrera siendo empleados públicos o privados.

La escasa iniciativa de los estudiantes para emprender su propio negocio se debe a varios tipos de factores, entre los que destacan los de tipo psicológico y los derivados del entorno sociocultural y las instituciones.

Dentro de los factores psicológicos, uno de los primeros fenómenos que aparecen ante la idea de ser emprendedor en el estudiante, en general, es el miedo a asumir ese papel. Miedo de conllevar consecuencias económicas y personales graves. Por lo tanto, parece que el estudiante posee una actitud muy pesimista frente al riesgo que disminuye su propensión a emprender un negocio. También tienden a pensar que se tiene una alta probabilidad de fracasar y, por lo tanto, es mejor dejar “lo malo conocido a lo peor por conocer”.

Esta actitud pesimista se relaciona claramente con elementos de inseguridad. En cuanto a los factores de carácter sociocultural e institucional, la principal barrera que encuentran y que se mezcla con ese miedo al fracaso, son los problemas económicos, es decir, la obtención de la financiación inicial necesaria. Por tanto, la financiación frena de modo constante el pensamiento emprendedor. Además,

aparece un miedo o pavor a la burocracia o al “papeleo” excesivo que requiere la puesta en marcha de un negocio.

Desde un enfoque gerencial, los estudiantes asumen que para abrir un negocio necesita de personas con calificación y experiencia, sobre todo si tiene cierta envergadura, y esto se les escapa. Perciben su falta de experiencia y conocimientos como una carencia que impediría el sentirse suficientemente preparado para competir y, por consiguiente, esto obstaculiza su camino como emprendedores.

Además la falta de iniciativa por parte de los estudiantes de crear un negocio propio se atribuye también a la existencia de múltiples barreras que impiden que lleguen a plantearse esta opción y en el caso de planteársela, muchas veces los hace abandonar este camino.

Por lo antes expuesto se realizó una investigación en las universidades **UNAPEC, PUCMM, UCSD** con el fin de identificar cual es el punto de vista de los estudiantes. Según esta investigación las razones por la que los egresados de dichas universidades tienden a ser empleados en lugar de emprendedores son las siguientes:

Falta de formación emprendedora

a) No reciben la información adecuada de como emprender un buen negocio, no les ensenan a desarrollar una idea de negocios, mucho menos a innovar.

b) No se motiva lo suficiente a los estudiantes para emprender.

c) Métodos de enseñanzas pocos factibles, los métodos de educación no ayudan y los métodos que utilizan los profesores no motivan a los estudiantes a emprender

d) Porque su formación académica los enseña a ser empleados y no líderes.

e) Los métodos de educación no ayudan.

f) Porque la mayoría de las carreras están orientada a ser gerente o a tener un buen empleo pero no a ser emprendedores.

g) Porque las universidades se basan en muchas teorías indicando que los estudiantes deben tener su propio negocio pero realmente no se conocen los pasos o pautas a seguir.

h) Falta de experiencia y practica para emprender.

i) No se proporcionan las herramientas para que los estudiantes salgan con esa visión.

Apoyo Financiero

- Las condiciones económicas de nuestro país no son buenas para emprender.
- Carencia de recursos económicos.

Burocracia y Leyes

- Las leyes que existen en nuestro país dificultan la apertura de un negocio.

Miedo al Fracaso

- Existe temor de arriesgarlo todo.
- Es más cómodo y fácil ser empleado que emprendedor.
- Conformismo.
- Muchos estudiantes no asumen la responsabilidad que conlleva ser sus propios jefes.
- Porque no todas las personas están preparados para ser emprendedores.
- Los estudiantes prefieren tener trabajo seguro en lugar de un negocio propio y luego perderlo.
- Por falta de conocimiento de sus habilidades.
- Tener su propia empresa es un sacrificio muy alto

Cultura

- Anteriormente no se inculcaba la cultura emprendedora en las universidades.
- La cultura de nuestro país no cultiva la creación de nuevos negocios.
- No son visionarios.

Falta de apoyo para emprender

- En el transcurso de las carreras no se toma en cuenta las ideas de negocios presentadas en las diferentes materias.
- En el país no hay suficientes programas de apoyo para los emprendedores.
- Porque no saben cómo guiar a los estudiantes a no darse por vencidos cuando se le presentan los obstáculos.

3.2 Aportes para el impulso de la cultura emprendedora en las universidades.

La universidad desempeña un papel importante en el proceso de generación de ideas de negocios. Por una parte, desarrollando el pensamiento creativo de los estudiantes y, por otra parte apoyando la elaboración de proyectos. Después de encontrar la idea de negocios deberá evaluarse su viabilidad, culminando dicho análisis con la realización y validación del proyecto empresarial. Aquí la Universidad puede dar un gran apoyo, dado los recursos con los que cuenta.

Las universidades juegan un triple rol; En primer lugar como incitadora de la intención emprendedora, despertando en los estudiantes inquietudes por crear el negocio propio, tanto desde la realización de charlas y jornadas de motivación empresarial como a través de los propios profesores.

Otro papel fundamental de la Universidad es el de promotora. Una vez que se despierta en el estudiante el deseo de crear su propio proyecto empresarial, necesita un acceso fácil y completo a toda la información necesaria e, incluso, recibir asesoramiento en aquellos aspectos más complejos.

También es necesario el apoyo económico que desde la Universidad, podría plantearse en forma de vivero de empresas o facilitando el acceso a las posibles instituciones que ya vienen haciéndolo o que conceden algún tipo de ayuda financiera a la creación de empresas.

En la actualidad las diferentes ayudas e iniciativas de apoyo al individuo emprendedor se encuentran muy dispersas y, en muchas ocasiones, el estudiante las desconoce. La realidad muestra que el emprendedor se siente insuficientemente apoyado y motivado.

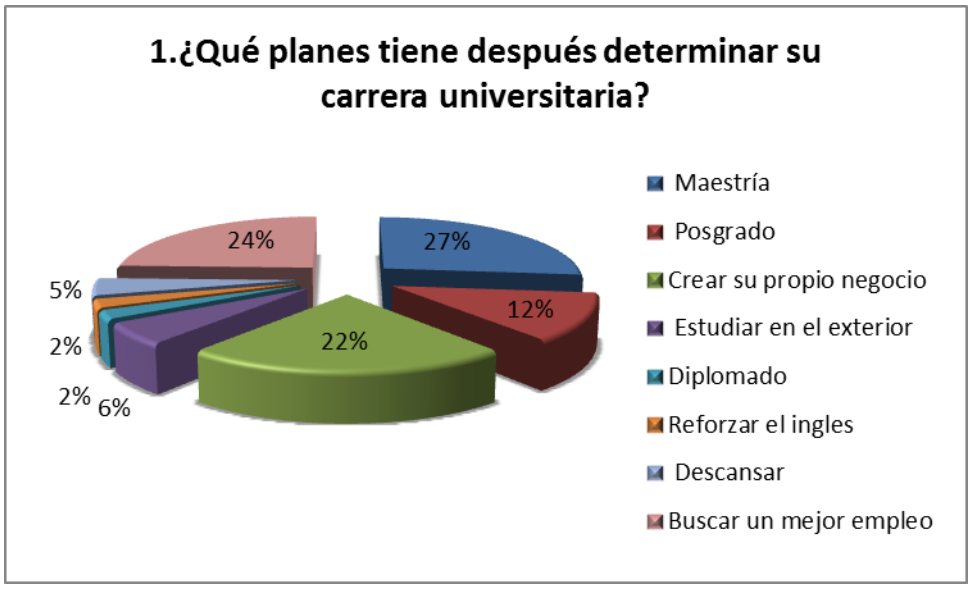
El último lugar destaca especialmente el rol formador de la Universidad, ya que la adquisición de conocimientos y el acercamiento de modelos empresariales son elementos indispensables para la generación de emprendedores en el ámbito Universitario.

Uno de los papeles de la universidad debería ser el fomento de la vocación de los estudiantes para convertirlos en potenciales emprendedores. No se trata de animar a todos los alumnos a crear su propio negocio como salida profesional, pero si a aquellos que muestran una predisposición para ello y cubran sus lagunas aptitudinales con una formación especializada.

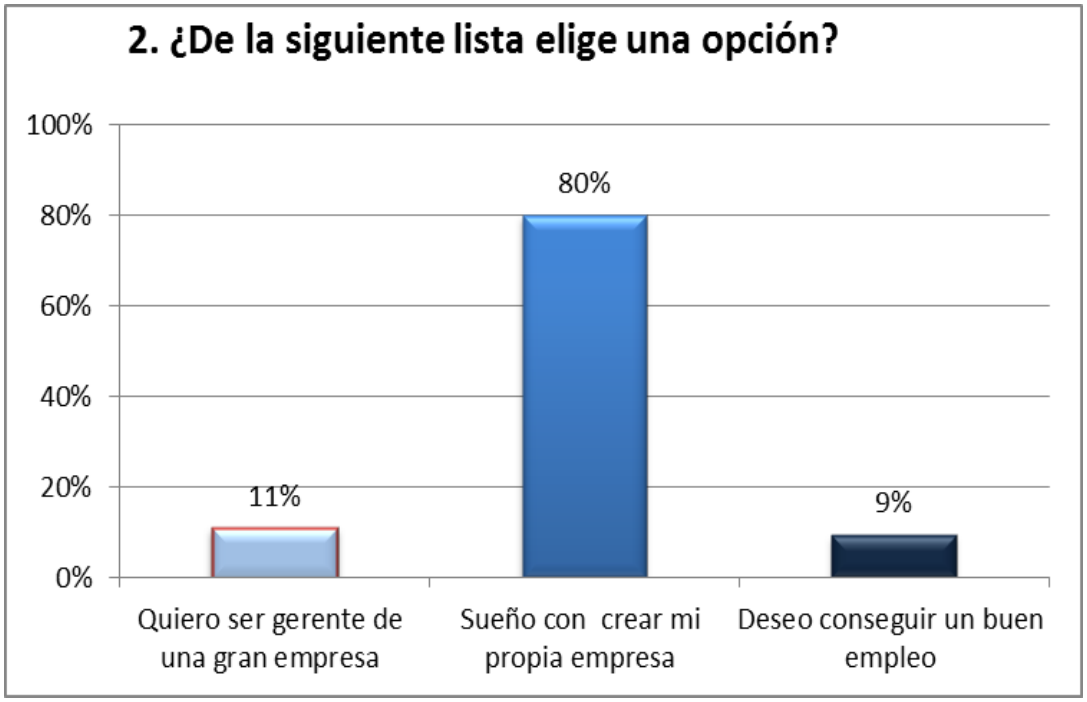
3.3 Resultados de la investigación

Se realizó una investigación en las universidades de Santo Domingo, específicamente UNAPEC, PUCMM, UCSD, con el fin de determinar y evaluar el impacto que tienen dichas universidades en la cultura emprendedora de sus estudiantes.

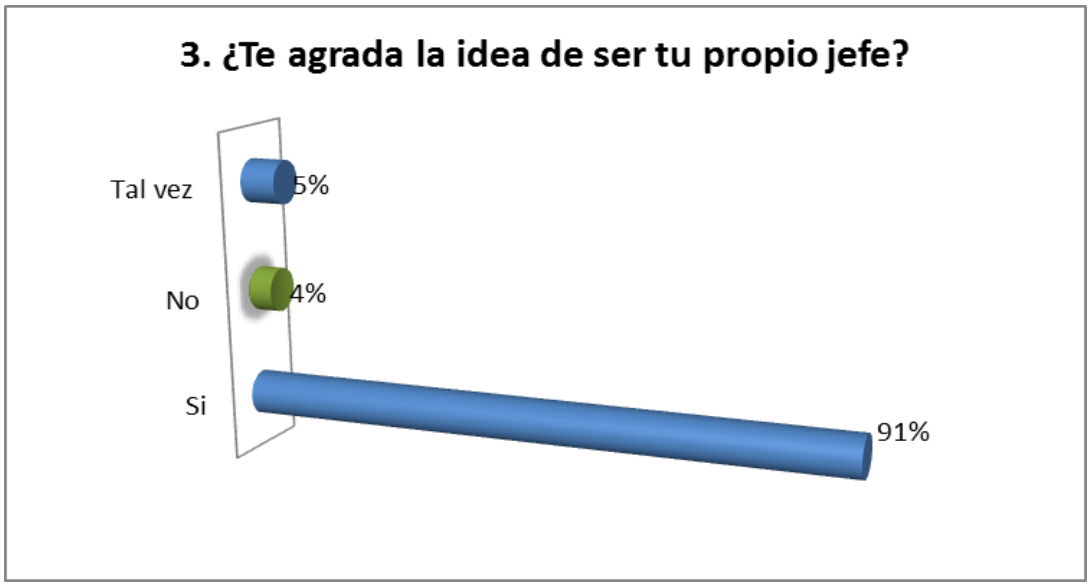
Se tomó una muestra de 75 estudiantes universitarios entre 18 y 29 años de edad de diferentes carreras.



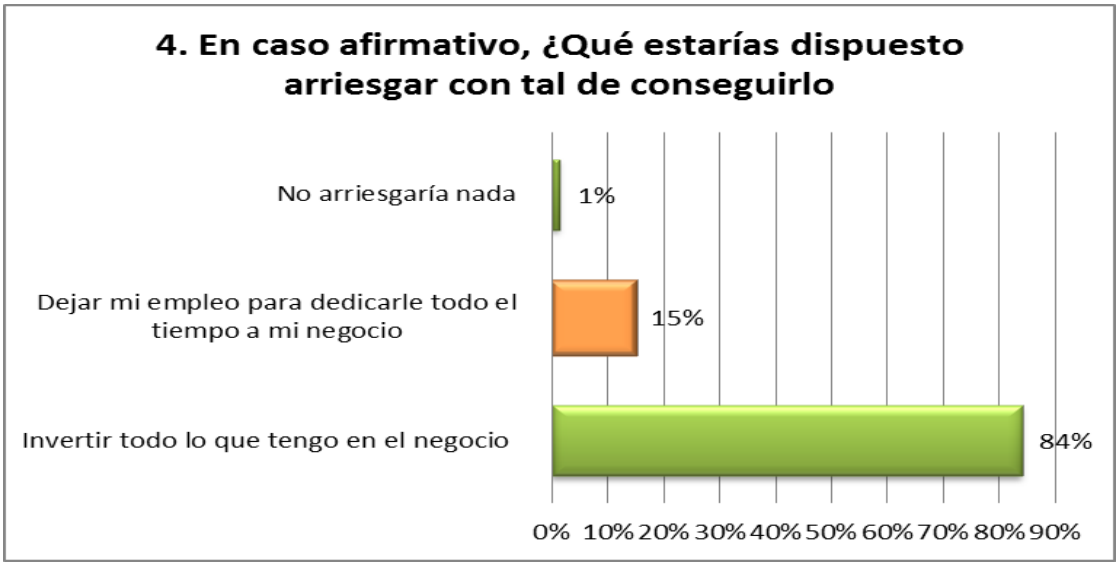
Un 27% de los estudantes despues de finalizar su carrera universitaria desean hacer una Maestria, el 24% de estos realizaran un Postgrado, sin embargo solo el 22% tienen el proposito de Crear su propio negocio.



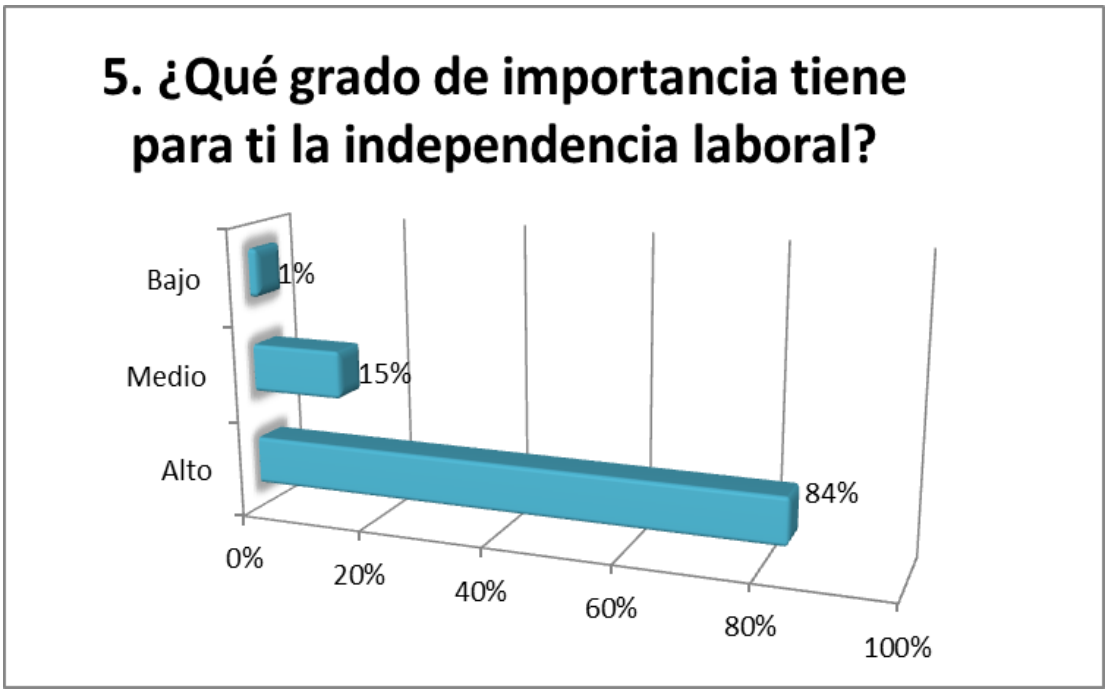
Se determino que el 80% de los esudiantes sueñan con crear su propia empresa.



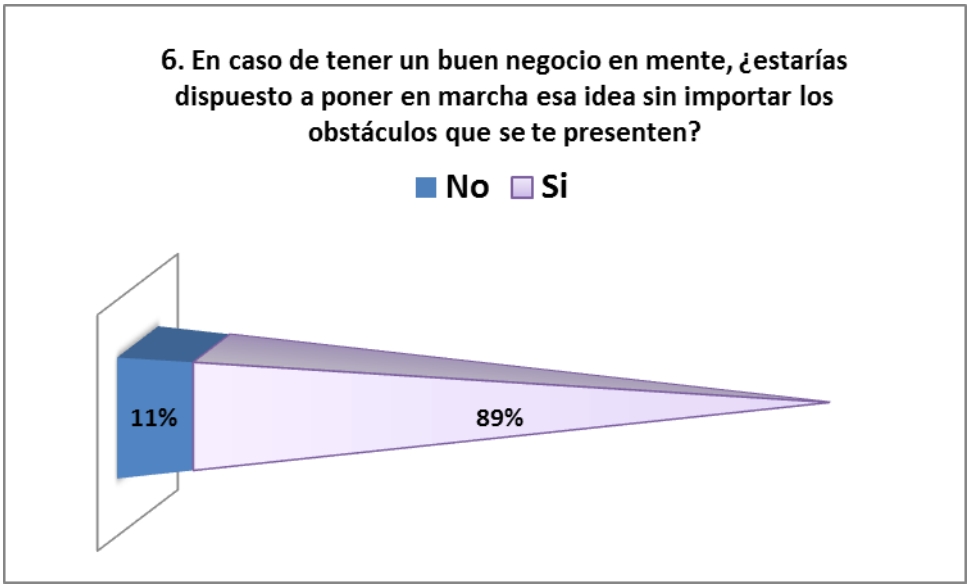
Se identico que el 91% de los estudiantes desean ser su propio jefe.



Un 84% de los encuestados afirman que estan dispuesto a invertir todo lo que tiene para crear su propio negocio. El 15% de estos estarian dispuestos abandonar su empleo para dedicarse a su negocio. Sin embargo solo un 1% no arriesgaria nada con tal de conseguirlo.



El 84% de los estudiantes consideran de gran importancia la independencia laboral.



Segun la encuesta el 89% de los estudiantes universitarios indican que estarian dispuestos a poner en marcha su negocio sin importar los obstaculos que se le presenten.

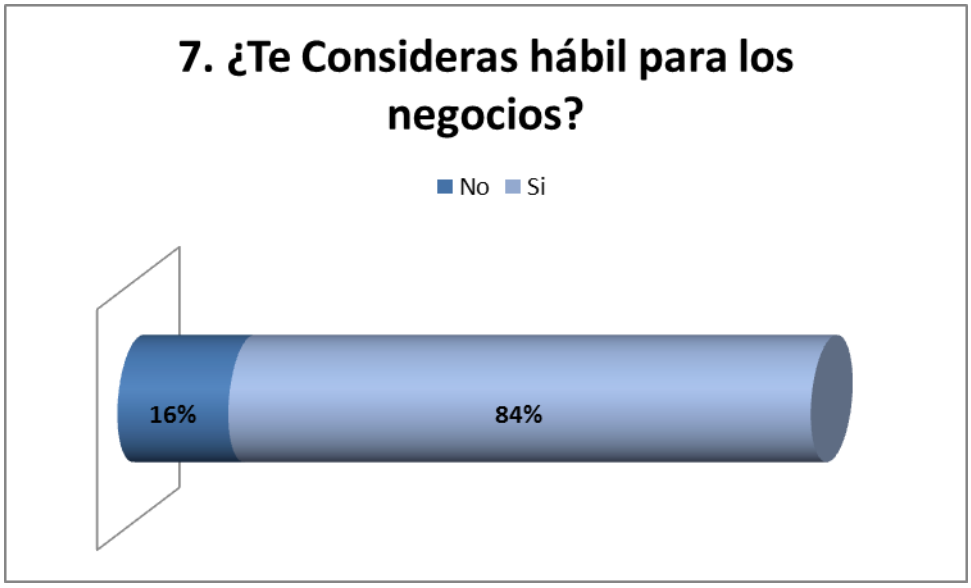
Ellos afirman que estarian dispuestos hacerlo por las siguentes razones:

- Porque los emprendedores rompen paradigmas.
- Porque se debe vencer el miedo al fracaso.
- No importan los obstaculos, todo tiene solucion.
- Confianza en el negocio.
- Buscan alcanzar el éxito.

- Desean independencia laboral.
- Harían todo por alcanzar su sueño.
- Libertad financiera.
- Es importante asumir riesgo para lograr bueno resultados.
- No tienen miedo al fracaso.
- Quieren ser independientes.

El 11% restante que no estuvo dispuesto a vencer los obstaculos, justifican su opinion por las siguientes razones.

- Prefieren ser empleados.
- Si el obstaculo es muy grande no estan dispuestos arriesgarse.
- Los obstaculos no les permiten crecer.
- Temor al fracaso



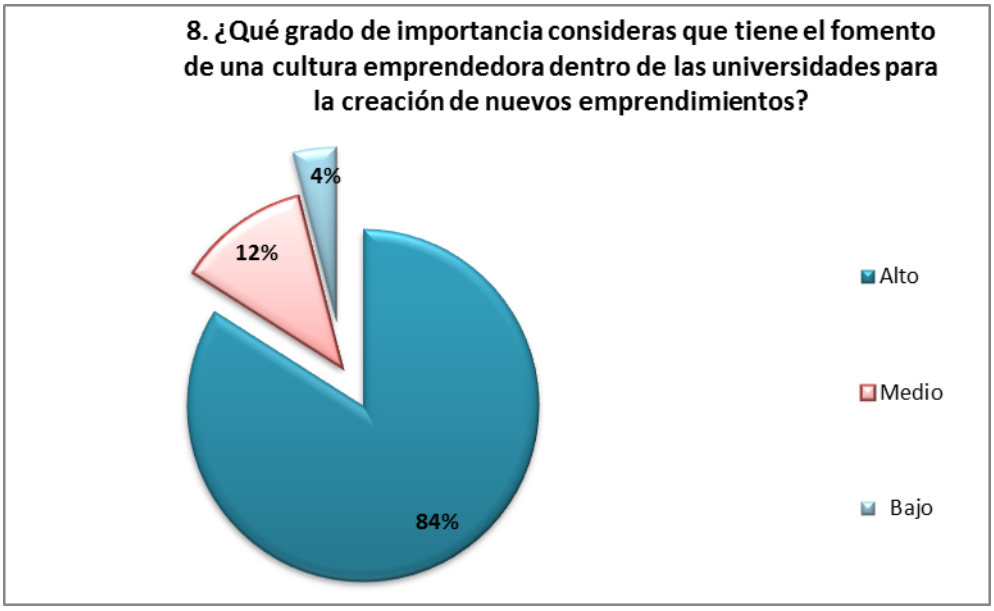
El 84% se considera habil para los negocios.

Ya que asumen:

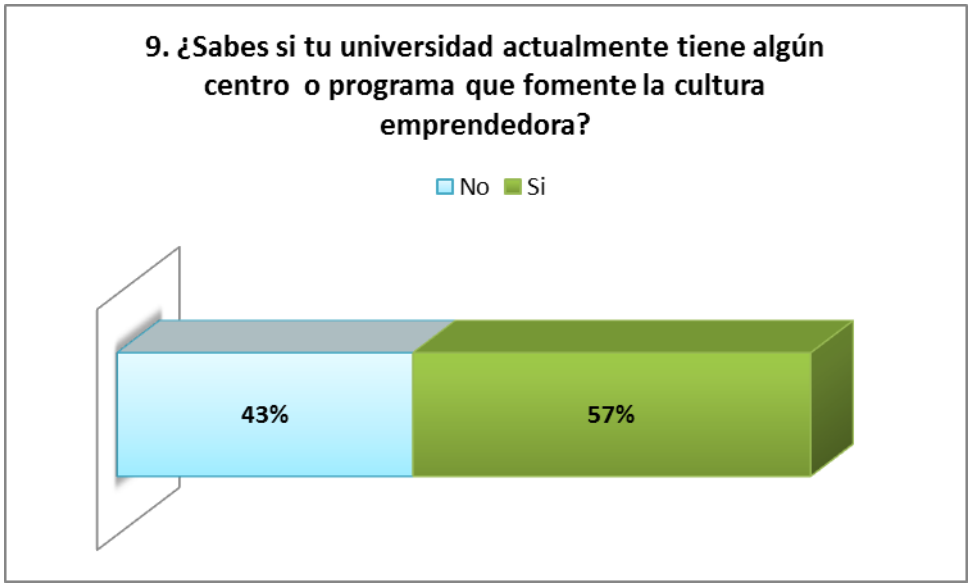
- Tener experiencia en los negocios.
- Conocen sus actitudes y aptitudes.
- Le gustan los negocios .
- Que se han criado entre emprendedores.
- Poseen esa habilidad.
- Tienen habilidad para convencer a las personas.
- Poseen buenas Relaciones Humanas

El 16% restante, indica lo siguiente:

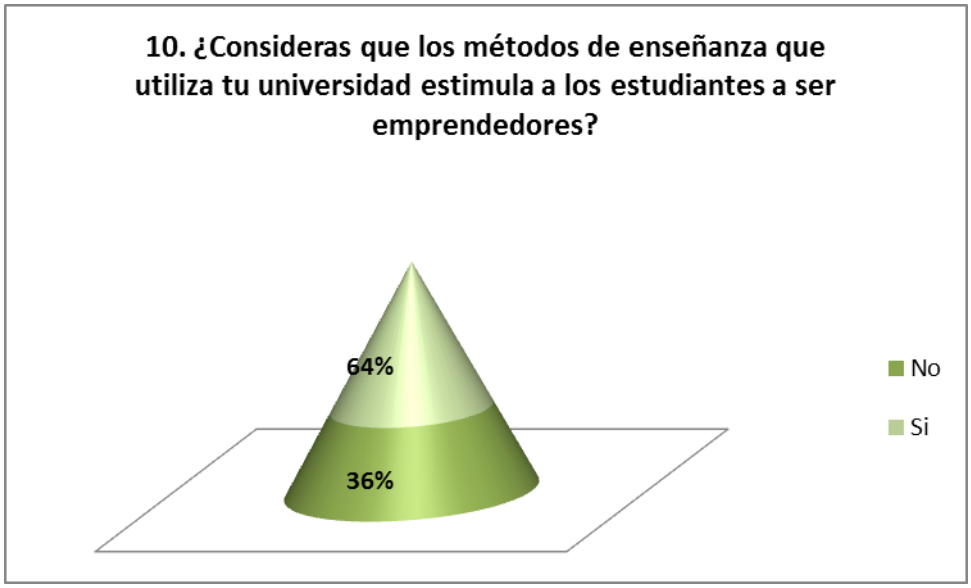
- No se consideran negociantes.
- Tienen vergüenza al momento de negociar.
- No tienen experiencia en los negocios



De los 75 estudiantes encuestados el 84% de estos estuvo de acuerdo que el fomento de la cultura emprendedora dentro de las universidades es de gran importancia para la creacion de nuevos emprendimientos.



Este grafico muestra que el 57% de los encuestados conocen la existencia los programas de emprendimiento que tiene su universidad, por otro lado el 43% desconoce la existencia de estos.



El 64% de los encuestados consideran que los metodos de enseñanza que utiliazan sus universidades los estimula a ser emprendedores. Sin embargo un 36% no estuvo de acuerdo con esto.

Capítulo IV.

Programas para fortalecer la cultura emprendedora de las universidades

4.1 Programa de emprendimiento UNAPEC.

La universidad Acción Pro Educación y Cultura (UNAPEC), dentro de su institución posee un centro de emprendimiento, innovación y desarrollo de empresas, llamado CEMPRENDE.

El cual fue fundado en el año 2009, ubicado en el campus I de la universidad. Este centro busca estimular la creación y el crecimiento de ideas de negocios provenientes de la comunidad universitaria, dirigido a estudiantes y egresados de dicha universidad. Además provee la orientación y los mecanismos necesarios para potenciar planes de negocios y lograr que estos se conviertan en hechos reales.

Su misión es desarrollar y fortalecer una cultura emprendedora dentro de la comunidad universitaria que derive en la creación de nuevas empresas y emprendedores que contribuyan a mejorar el bienestar social de su entorno e impulsar la competitividad nacional.

El objetivo de CEMPRENDE es propiciar el emprendimiento universitario a través de la promoción del emprendedurismo, fomentando la cultura emprendedora, la incubación de ideas de negocios y la instrumentación de planes de negocios.

CEMPRENDE apoya las oportunidades de negocios que son realmente innovadoras presentadas por los emprendedores de la siguiente forma:

- Realizan una Pre-incubación, que consiste en brindarte el soporte y asesoría necesarios hasta lograr instrumentar un plan de negocio competitivo.
- Un comité de evaluación de especialistas en el tema, serán los encargados de seleccionar los proyectos a pre-incubar.
- Una vez terminado el plan de negocios, este pasara a los organismos que puedan ofrecerte las herramientas para hacerlo realidad y lograr la empresa que te propones crear.

Los interesados en presentar su propuesta de negocio al centro de emprendimiento deben cumplir con los siguientes pasos:

I. El emprendedor debe completar un formulario de registro de participantes. Dicho formulario contiene datos generales sobre el emprendedor y el proyecto. Este se evalúa por el comité de selección. Para que la idea pueda ser evaluada debe de completar el proceso de inscripción de la misma.

   El director del centro de emprendimiento es quien tiene la autoridad de rechazar o aprobar la idea emprendedora.

II. En siguiente paso, el director de CEMPRENDE, los representantes de cada decanato y el grupo de consultoría será convocado para conocer la propuesta.

III. El comité de selección evaluará las ideas utilizando la ficha de inscripción de ideas y basándose en criterios de evaluación presentados en esta. Cada miembro debe llenar la ficha y firmarla de acuerdo a su criterio.

Para que una idea sea aceptada debe tener un promedio de 80 a 100 puntos por parte de los miembros.

4.2 Programa de emprendimiento PUCMM.

La Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, ha desarrollado para sus carreras de negocios programas para emprendedores con el fin de enseñar a los futuros empresarios las destrezas y habilidades para inspirar la innovación y la creatividad. Con el objetivo promover y desarrollar el espíritu emprendedor en sus estudiantes, y de este modo fomentar la disciplina de emprendedurismo de dichas carreras.

A diferencia de otras universidades, la PUCMM, no posee un centro de emprendimiento físico, sino, que estos fomentan la cultura emprendedora a través del pensum de la carrera, es decir, a través de su formación académica, brindando asignaturas electivas y materias de emprendedurismo.

Según la profesora de emprendimiento de la PUCMM, Tamara Mera, la universidad no considera necesario un centro de emprendimiento, ya que los estudiantes no se siente motivados en poner en marcha sus ideas de negocio dentro de la universidad. Porque son pocos los que tienen la disposición de crear

su propio negocio como consecuencia de los obstáculos y dificultades que presenta poner en marcha su proyecto.

Es por esta razón que la universidad se enfoca en plantar la semilla de emprendedurismo en los estudiantes, para cuando estos tengan la disposición de crear su empresa tengan esa cultura formada.

Otro aspecto importante sobre el manejo de la cultura emprendedora de la universidad es que, esta fue nombrada representante en el país del Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un consorcio de investigación sin fines de lucro, concebido en 1999 por un grupo de naciones, que hoy envuelve una red de 50 países que trabajan en investigaciones sobre las actividades emprendedoras existentes y las que se están generando a nivel mundial. Su sede se encuentra en el Reino Unido y es liderada por London Business School, conjuntamente con Babson College.

El principal objetivo del proyecto GEM es medir y comparar la actividad emprendedora de los países y analizar su relación con el desarrollo económico.

Objetivos del GEM en la República Dominicana

- Promover el desarrollo del análisis de la actividad emprendedora a todos los niveles.
- Ofrecer informaciones relevantes y de alta calidad a todos los agentes involucrados en el desarrollo del fenómeno emprendedor tanto público, como privado.
- Estimular la apertura de nuevas fuentes regionales de investigación para mejorar la percepción de la importancia del sector de la pequeña y mediana empresa en nuestro país.
- Estudiar las actividades de las empresas con potencial de crecimiento.
- Explorar el retorno de la inversión realizada por emprendedores y por inversores informales en la puesta en marcha de nuevos negocios.
- Impulsar el espíritu emprendedor desde las aulas universitarias.
- Enfocar la atención de la inversión pública y privada a las pequeñas y medianas empresas, cada vez más importante en término de competitividad y foco de generación de innovaciones.
- Suplir la carencia de análisis a través de la creación de un modelo conceptual que demuestre que la actividad emprendedora tiene un impacto relevante en el crecimiento y desarrollo de la economía nacional.

- Investigar la relación existente entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de las regiones del país.

4.3 Programa de emprendimiento de la UCSD

La Universidad Católica Santo Domingo, UCSD, cuenta con una unidad de apoyo al espíritu emprendedor en su recinto de la ciudad capital de la República Dominicana.

Su misión es ofrecer educación y apoyo a la iniciativa emprendedora de los estudiantes y a la vez motivarles a crear y poner en marcha proyectos empresariales innovadores.

Los objetivos de la unidad de apoyo al espíritu emprendedor en esta universidad son:

- Crear, desarrollar y fomentar la cultura de Emprendimiento en la Universidad Católica Santo Domingo.
- Generar e impulsar programas de formación que fomenten y desarrollen las competencias emprendedoras de los y las estudiantes.
- Convertirse en un instrumento para apoyar y fomentar la creación de empresas.
- Propiciar la formación de los docentes en el área de Emprendedurismo.

- Desarrollar los esquemas curriculares de fomento al emprendedurismo a través de las asignaturas, talleres, diplomados u otras modalidades.

- Fomentar y fortalecer las relaciones y los vínculos interinstitucionales en el tema del Emprendedurismo.

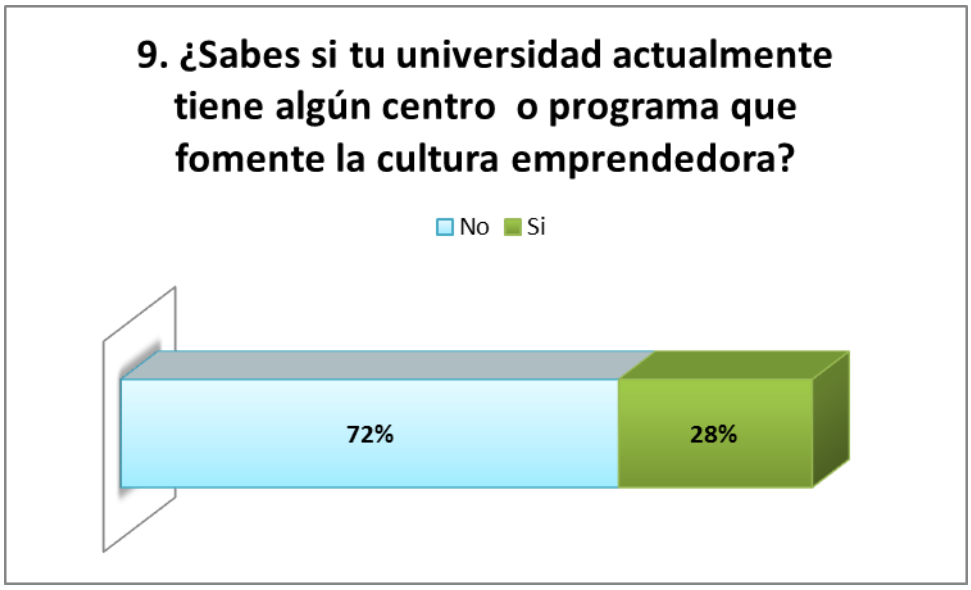
- Proporcionar las articulaciones y los apoyos de los diferentes entes asociados a lo gubernamental, académico y productivo para las iniciativas y proyectos emprendedores.

- Facilitar el escenario para la preincubación de empresas y la participación en concursos de ideas y planes de negocios a nivel nacional.

La coordinadora del centro de emprendedurismo de esta universidad es la **Lic. Giselle Jiménez,** que actualmente es la única persona dentro de la universidad que tiene las informaciones relacionadas al centro de emprendimiento.

La Universidad Católica de Santo Domingo afirma que está en la disposición de ofrecer Evaluaciones de Proyectos Empresariales y de brindar acompañamiento en la implementación de Planes Empresariales. Además que para ellos es de gran importancia del desarrollo de la cultura emprendedora dentro de la universidad porque contribuye a la creación de empleo y al crecimiento económico del país.

Sin embargo, como podemos observar en el grafico el 72% de sus estudiantes desconocen la existencia de un centro de emprendimiento en su universidad.



4.4 Impacto de estos programas en la formación emprendedora.

Los Centros de Emprendimiento generalmente se encuentran dentro de las universidades, tienen la finalidad de apoyar e incentivar a los emprendedores en sus proyectos, además de ayudar a estructurar sus ideas negocios y acompañamiento en las diferentes etapas del proceso del emprendimiento, incluida la búsqueda de capital y fuentes de financiamiento.

Considerando que en nuestro país es necesario abordar acciones para desarrollar la cultura del emprendimiento y la innovación, El Ministerio Superior Ciencia y Tecnología, en coordinación con el Consejo Nacional de Competitividad y Dominicana Incuba, involucra a las universidades del país, a crear programas de emprendimiento, con el fin de incentivar y apoyar las ideas de negocios con alto potencial.

Las universidades que cuentan con los programas de emprendimiento en el país son: UNAPEC, PUCMM, UCSD, UNPHU, INTEC, UCATECI, UASD, UNIBE, ITLA.

Funciones

- Apoyar la creación de empresas
- Apoyar en el proceso de pre-incubación
- Asesoría por expertos
- Apoyo para constituir un plan de negocio
- Impulsar la innovación como práctica permanente.
- Facilitar el acceso al financiamiento.
- A través de cursos y talleres, facilitan la información y las herramientas necesarias a los emprendedores para desenvolverse exitosamente en su negocio.

Un impacto positivo en los programas de emprendimiento es de vital importancia para la formación de los estudiantes, ya que estos ayudan al fomento la cultura emprendedora en el país.

Capitulo V.

Conclusiones Generales

5.1 Recomendaciones y conclusiones para fomentar la cultura emprendedora en las universidades del país.

Los estudiantes egresados de las diferentes universidades de nuestro país presentan dificultades a la hora de emprender por diversos factores, entre los cuales se encuentran:

Sector educativo:

Dentro de este sector es necesario fortalecer el aprendizaje y el fomento de la cultura emprendedora, además de incentivar el potencial innovador de los estudiantes, ya que estos representan obstáculos que impiden la creación de nuevos negocios.

También pudimos identificar que muchos docentes o profesores no están lo suficientemente comprometidos con su labor de inculcar una formación emprendedora, ya que los métodos que utilizan en las materias afines son poco factibles.

Por otro lado pudimos apreciar que los estudiantes consideran que las universidades no están creando emprendedores, ya que hacen referencia a las deficiencias que posee el sistema educativo de las universidades; porque sus programas para emprender no estimulan lo suficiente el interés alumnos para emprender.

Sector privado:

Es necesario que este sector apoye a los emprendedores a través de sus conocimientos y habilidades, lo cual no está sucediendo actualmente en nuestro país. Ya que los propietarios de dichas empresas temen correr el riesgo de apoyar una idea de negocios que en un futuro se convierta en su propia competencia.

Sector Público:

El sector público de nuestro país, no está haciendo ningún esfuerzo en apoyar a los emprendedores y el papel de este dentro de la cultura emprendedora es sumamente importante.

Por eso es necesario el apoyo del sector público para crear programas de apoyo que brinden oportunidades que hagan posible las condiciones necesarias para la creación de nuevos emprendimientos.

- **Planteamiento de Objetivos a lograr.**
  - Cambiar enfoque de los métodos de enseñanza que utilizan las universidades.
  - Cambiar los métodos tradicionales de enseñanza implementados por los profesores.
  - Apoyar a los emprendedores a vencer las barreras que existen para crear una empresa.

- **Recomendaciones de orden Estratégico.**
  - Crear alianzas con otras universidades que tengan como prioridad inculcar una cultura emprendedora en los estudiantes y que tengan metodologías de enseñanza realmente efectivas.
  - Los docentes deben buscar nuevas alternativas para despertar el espíritu emprendedor en los estudiantes.
  - Que el sector publico ayude a regulación de las leyes siendo más flexible para la creación nuevos emprendimientos.
- **Recomendaciones de orden Programático.**
  - Talleres impartidos por universidades extranjeras con experiencia en el proceso de aprendizaje del fomento de la cultura emprendedora en los estudiantes.
  - Crear actividades, proyectos y prácticas dentro y fuera de la universidad, que su función no sea solo ganar una nota, sino adquirir experiencia de estos trabajos asignados.
  - Creando ferias creatividad e innovación.
  - Ofrecer clases de emprendimiento sin importar la carrera.
  - Crear un área laboral dentro de la universidad donde se pueda aprender cómo crear una empresa.
  - Crear cursos orientados a cambiar la percepción del emprendimiento por parte de los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

Entrevistas:

- Miguel Puente, Director de CEMPRENDE, de la universidad UNAPEC.
- Tamara Mera, encargada del programa de emprendimiento de la PUCMM.
- Giselle Jiménez, Coordinadora del centro de emprendimiento de la UCSD.

Fuentes Bibliográficas:

- Varela, Rodrigo. (2001). Innovación Empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas. (2ª ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.
- Mateo, R. y Sagarra, R. (2004). Creación de empresas, Teoría y Práctica. (1ª ed.). Madrid, España: MC Graw Hill.
- Robert D. Hisrich, Michael P. Peters y Dean A. Shepherd (2005). Emprendedores (6ta edición). Mc Graw Hill.
- http://www.emprendeinnova.org/observatorio/?menu=9
- http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html
- http://www.definicionabc.com/economia/emprendedor.php
- http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/no11/carempre ndedor.htm

- http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081210183427AAe6XC8
- http://www.juntadeandalucia.es/averroes/cultura_emprendedora/
- http://definicion.de/creatividad/
- http://www.factoriaemprendedores.com/fileadmin/Archivos/Test_Emprendedor.pdf
- http://kirika.uvg.edu.gt/noticias/CREA-UVG.pdf
- http://www.ashoka.org.ar/infraestructura/puentes_sector_privado.php
- http://issuu.com/endeavorargentina/docs/roldelsectorpublico
- http://desarrollo-profesional.universia.es/programas-de-trainee/universidades-emprendedoras/programas-emprendedores-universitarios/
- http://www.omb.cl/servicios-omb/programas-de-emprendimiento/
- http://www.emprendeastur.es
- http://jcvalda.wordpress.com/2010/10/21/falta-de-financiamiento-un-gran-escollo-para-los-emprendedores/
- http://www.gerencie.com/financiacion-para-emprendedores.html
- http://www.lanzateya.com/article.php?At=12

- http://books.google.com.do/books?id=aIWzyLD4PUEC&pg=PA410&dq=Factores+que+promueven+a+los+estudiantes+a+ser+empleados+en++lugar+de+emprendedores.&hl=es&ei=2Y-HTbXiJoyjtgeWsqG9BA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

- http://www.imagensigloxxi.info/noticias/index.php?option=com_content&task=view&id=106159&Itemid=926

- http://www.ganaenlaweb.com/tu-proyecto/

- http://www.oei.es/etp/nuevo_rostro_empresarial_bid.pdf

A N E X O S

ANEXO #1: **ANTEPROYECTO**

UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACION

Diagnostico y análisis del fomento de una cultura emprendedora en las Universidades de la República Dominicana (caso práctico: UNAPEC, PUCCMM y UCSD) año 2009-2011

ANTEPROYECTO DE LA MONOGRAFIA PARA OPTAR POR EL TITULO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Sustentantes:

FLOR MELISSA FERNANDEZ MANANA 2005-0771
SAJIDIA MARISOL TAVERAS COURLEAUX 2006-0169

Asesores:

Juan Rosales
Miguel Puente

Santo Domingo, D.N. año 2011

Diagnostico y análisis de la cultura emprendedora en las Universidades de la República Dominicana (caso práctico: UNAPEC, PUCCMM y UCSD) año 2009-2011

1.Planteamiento del problema que tratará el Trabajo de Grado.

A través de los años los seres humanos han tenido la necesidad de crear su propio negocio, en busca de lograr su independencia económica ycrecimiento personal de acuerdo a sus necesidades y sueños.

Por otro lado hoy vivimos un ambiente donde las fuentes de trabajo son cada vez más escazas y donde los ciclos laborales son cada vez mas cortos.

Por esta razón en particular es que en la actualidad se busca crear negocios exitosos basados en ideas totalmente ingeniosas y fuera de lo normal; constantemente buscando posibles oportunidades en el entorno y ser capaces de ver lo que otros no ven tal cual lo hace un emprendedor.

El emprendedor es aquella persona creativa que identifica oportunidades,toma riesgos y tiene la iniciativa de crear un proyecto innovador y lucha por sacarlo adelante.

Una de las razones por la cual se emprende es porque en algún momento de la vida existe un sueño de crear algo nuevo, sin embargo en pocas ocasiones las personas se dan la oportunidad de emprender ese proyecto.

El proceso de Emprendimiento tiene tres actores Claves, El Sector Eduacional, El Sector Privado y el Sector Publico o Gobierno.

De igual forma el proceso de Emprendimiento tiene cuatro factores claves a saber:

- La presencia de Fuentes de Financiamiento para los Proyectos
- Los programas de Investigacion
- Los Incentivos tributarios
- El Fomento de una Cultura Emprendedora.

La interrelacion entre los actores y los factores antesmecionados crea un ambiente de Emprendimiento a nivel de un país, lo cual es fundamental para apoyar el logro del Desarrollo Economico, Social y tecnológico.

A nivel mundial, esta demostrado que el Papel de la Isnstituciones de Eduacion Superior en el Fomento de la Cultura Emprendedora es de vital importancia.

El escaso nivel de Emprendimiento, en republica Dominicana, merece ser mirado con una perspectiva mas amplia en la búsqueda de solucionescreativas.

A nivel Gubernamental se esta propciando el fomento de la Cultura Emprendedora en las Universidades, sin embargo sus resultados aun no son los esperados.

Se hace necesario en consecuencia un análisis mas detallado del nivel de las actividades, su impacto real, revisando los avances y los obstáculos para su óptimo desarrollo.

A través de esta Investigacion pretendemos relevar información del nivel e impacto de las acciones de fomento de una Cultura Emprendedora en tres Universidades, del país , con el objetivo de establecer un diagnostico y proponer acciones a nivel estratégico y programático .

Para efectos de este análisis hemos escogido a las Universidades UNAPEC, PUCCMM y UCSD.

Una propuesta como la que se pretende abordar tiene un alto impacto sobre el nivel cuantitativo y cualitativo de Emprendimiento a nivel de las Universidades de república dominicana.

2. Objetivos de la investigación

2.1. Objetivo generales

Indentificar, analizar y evaluar el fomento de una Cultura Emprendedora en las actividades de docencia, de tres Universidades de República Dominicana.

2.2. Objetivos específicos

- Establecer un Modelo General de Fomento de Cultura Emprendedora anivel Universitario tomando como base modelos exitosos a nivel Global.
- Realizar en base al Modelo definido, un estudio comparativo del fomento de la cultura emprendedora entre las universidades UNAPEC, PUCCMM Y UCSD, identificando acciones, programas y medios utilizados.
- Analizar y evaluar las acciones de las Universidades objeto del estudio.
- Identificar los factores que afectan la cultura emprendedora en los jóvenes universitarios.
- Evaluar el aporte de las prácticas y metologias docentes en el fomento de una cultura emprendedora.

- Evaluar la relación de las actividades de Fomento de la Cultura entre Universidades y la Comunidad Empresarial.
- Identificar si las universidades están formando emprendedores o futuros empleados.
- Determinar los posibles aportes que brinda la cultura emprendedora a la sociedad Dominicana.

3. Justificación

Esta investigación surge de la necesidad de fomentar una cultura emprendedora eficiente en las universidades, ya que una de las razones fundamentales por la cual un negocio no esexitoso es la carencia de cualidades emprendedoras.

En las universidades Dominicanas existe una tendencia de negocios que busca que los profesionales sean capaces de identificar una necesidad, crear una idea innovadora y convertirla en una oportunidad de negocios, en pocas palabras que seamos emprendedores. Sin embargo existe la duda de que las universidades estén realmente forjando una formación emprendedora.

Como consecuencia de esto las universidades han creado departamentos que se encargan de encaminar una idea de negocio, pero a pesar de eso los alumnos no se sienten motivados de ser partícipes de esta actividad y en mucho de los casos ni siquiera están consientes de que este departamentoestá funcionando en su universidad.

Desde el punto de vista teórico, las razones por la cual desarrollaremos este tema, es por su transcendencia en la sociedad, ya que su estudio servirá de aporte para impulsar una cultura emprendedora.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación aplicara los métodos de encuestas, cuestionarios y entrevistas, de este modo se propondrán medidas de acción para las problemáticas que se percibanen la investigación.

Desde el punto de vista práctico,esta investigación busca proponer alternativas, formular estrategias y aportar soluciones en beneficio de los futuros emprendedores de nuestro país.

Por esto consideramos necesario el planteamiento de recomendaciones que ayuden a mejorar la cultura emprendedora.

4. Tipo de investigación

- Histórica
- Documental
- Descriptiva
- Explicativa

5. Marco de referencia:

- **Marco teórico**

Abordar el tema de la cultura emprendedora es de vital importancia para nuestro país, ya que existe una escasa cultura en las universidades para estimular a los alumnos para el emprendimiento.

Según el articulo "Cultura Emprendedora", en el 2007, por Jairo Edgardo Arias, el emprendimiento es un fenómeno de la actualidad que dentro de diversos planes de desarrollo se puede considerar como fuente de Progreso.

También indica que el progreso es una meta del individuo, mientras que la cultura y su desarrollo son una herramienta que conllevan al progreso.

Por lo antes expuesto podríamos decir que fomentar una cultura emprendedora en las universidades de la República Dominicana es un sinónimo de Progreso.

- **Marco conceptual**

- **Emprendedor**

  Un emprendedor, en términos simples, es aquella persona que pone en marcha con entusiasmo y determinación un negocio innovador.[1]

- **Emprendimiento:**

  Es un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y entrega haciendo frente a las diferentes dificultades con el fin lograr un objetivo.[2]

- **Cultura emprendedora:**

  La cultura emprendedora supone saber lanzar nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de

[1] Diccionario Larousse, Ilustrado 1998

[2] http://www.crecenegocios.com/definicion-de-emprendedor

proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas. Por otro lado, también supone saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía.[3]

- **Fomentar:**

  Promover cierta medida al desarrollo de una acción.[4]

- **Formación:**

  Proceso que consiste en proporcionar conocimientos y en facilitar las condiciones de integración en la vida de estos conocimientos.

- **Negocio:**

  Consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades para obtener dinero, a cambio de ofrecer bienes o servicios a otras personas.

- **Innovación:**

  Es crear algo nuevo, ya sea un producto, un proceso, una forma nueva de hacer las cosas. También está asociado a la creatividad y a la creación de ideas novedosas.[5]

- Marco especial y temporal

[3]Diccionario Larousse, Ilustrado 1998

[4]Diccionario Larousse, Ilustrado 1998

[5]http://www.innovacion.cl/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-innovaci%C3%B3n

Hemos seleccionado como punto de partida para esta investigación las universidades UNAPEC, PUCCMM y UCSD.[6]

El tiempo en el cual se realizará el análisis es en el periodo 2009-2011, dentro del cuatrimestre Enero-Abril, tiempo en el cual se pretende demostrar los métodos que deben utilizar las universidades para fortalecer la cultura emprendedora.

[6]http://es.thefreedictionary.com/fomentar

6. Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación:

- **Método de la investigación:** Método inductivo y el método del análisis.

- **Técnicas:** Los métodos de encuestas, cuestionarios y entrevistas.

7. Tabla de contenido

- Agradecimientos
- Dedicatoria
- Introducción

CapítuloI. Conducta emprendedora

1.6 Concepto de emprendedor

1.7 Características del emprendedor

1.8 Actores claves del proceso de Emprendimiento

1.9 Factores Claves del proceso de Emprendimiento

1.10 El Fomento de la Cultura Emprendedora a Nivel Universitario.

Capítulo II. Cultura emprendedora dentro de las universidades

2.1 Concepto de cultura emprendedora

2.2 Referencias Históricas de la cultura emprendedora

2.3 Factores críticos ante la cultura emprendedora.

2.4 Aportes de la cultura emprendedora a la sociedad dominicana

Capítulo III. Análisis de las actividades que realizan las universidades para promover el emprendimiento.

3.1 Factores que promueven a los estudiantes a ser empleados en lugar de emprendedores.

3.2 Aportes para el impulso de la cultura emprendedora en las universidades.

Capítulo IV. Programas para fortalecer la cultura emprendedora de las universidades.

4.1 Programa de emprendimiento UNAPEC.

4.2 Programa de emprendimiento PUCMM.

4.3 Impacto de estos programas en la formación emprendedora.

Capitulo V. Conclusiones Generales

5.1 Recomendaciones y conclusiones para fomentar la cultura emprendedora en las universidades del país.

- Planteamiento de Objetivos a lograr.
- Recomendaciones de orden Estratégico.
- Recomendaciones de orden Programático.

8. Bibliografía

- Diccionario Larousse, Ilustrado 1998
- http://www.crecenegocios.com/definicion-de-emprendedor
- http://es.thefreedictionary.com/fomentar
- http://www.innovacion.cl/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-innovaci%C3%B3n

ANEXO #:

Cuestionario

El propósito de este cuestionario es evaluar el impacto que tienen las universidades **UNAPEC, PUCMM y UCSD** en la cultura emprendedora de sus estudiantes.

Carrera Sexo Edad Universidad

1. **¿Qué planes tiene después determinar su carrera universitaria?**

2. **¿De la siguiente lista elige una opción?**
   a) Quiero ser gerente de una gran empresa
   b) Sueño con crear mi propia empresa
   c) Deseoconseguir un buenempleo
3. **¿Te agrada la idea de ser tu propio jefe?**
   a) Si
   b) No
   c) Tal Vez
4. **En caso afirmativo, ¿Qué estarías dispuesto arriesgar con tal de conseguirlo?**
   a) Invertir todo lo que tengo en el negocio
   b) Dejar mi empleo para dedicarle todo el tiempo a mi negocio
   c) No arriesgaría nada
5. **¿Qué grado de importancia tiene para ti la independencia laboral?**
   a) Alto
   b) Medio
   c) Bajo

6. **En caso de tener un buen negocio en mente, ¿estarías dispuesto a poner en marcha esa idea sin importar los obstáculos que se te presenten?**

   a) Si ¿Porqué?_____

   b) No ¿Porqué?_____

7. **¿Te Consideras hábil para los negocios?**

   a) Si ¿Porqué?_____

   b) No ¿Porqué?_____

8. **¿Qué grado de importancia consideras que tiene el fomento de una cultura emprendedora dentro de las universidades para la creación de nuevos emprendimientos?**

   a) Alto

   b) Medio

   c) Bajo

9. **¿Sabes si tu universidad actualmente tiene algún centro o programa que fomente la cultura emprendedora?**

   a) Si

   b) No

10. **Consideras que los métodos de enseñanza que utiliza tu universidad estimula a los estudiantes a ser emprendedores.**

    a) Si

    b) No

11. **¿Por qué consideras que los egresados de tú universidad tienden a ser empleados en lugar de emprendedores?**

12. **¿Cómo puede tu universidad mejorar la cultura emprendedora?**

Entrevista

El propósito de esta entrevista es evaluar los programas de emprendimiento de las universidades **UNAPEC, PUCMM y UCSD,** y su impacto en los estudiantes.

Centro de Emprendimiento	**Universidad**

1. ¿En qué consiste el programa emprendimiento de la universidad?

2. ¿Cuál es el proceso para ingresar al programa?

3. ¿A qué carreras va dirigido?

4. ¿Cuándo surge la necesidad de crear un centro de emprendimiento en la universidad? ¿Porqué?

5. ¿Qué objetivos se pretenden alcanzar a través de este tipo de programas?

6. ¿Cómo funciona y que beneficios ofrece a los estudiantes?

7. ¿Qué actividades realiza el centro de emprendimiento para fomentar el emprendedurismo?

8. ¿Cuáles son los principales logros que han tenido hasta la fecha?

9. ¿Qué tipo de ideas emprendedoras esta la universidad dispuesta financiar?

Cuestionario

El propósito de este cuestionario es evaluar los métodos de enseñanza que utilizan los profesores de las universidades **UNAPEC, PUCMM y UCSD,** para fomentar la cultura emprendedora.

Materiaqueimparte _____ Universidad _____

1. ¿Qué grado de importancia tiene para usted el fomento de una cultura emprendedora dentro de las universidades?

    a) Alto

    b) Medio

    c) Bajo

    ¿Porqué? _____

2. En su opinión, ¿Cuándo debe iniciar a fomentarse la cultura emprendedora?

    a) NivelBásico

    b) NivelMedio

    c) En lasuniversidades

    d) Debe fomentarse en todos los niveles educativos

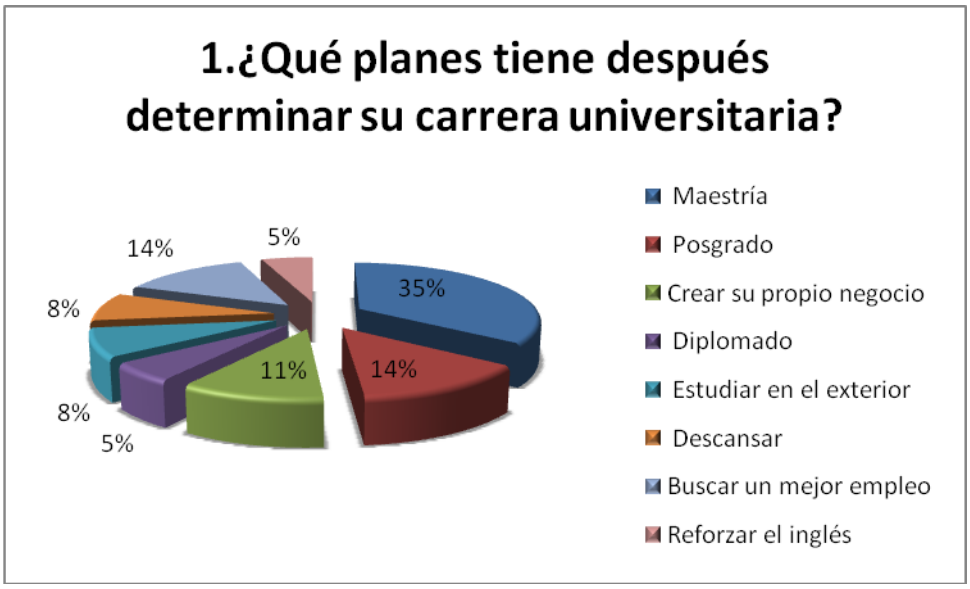
    ¿Porqué? _____

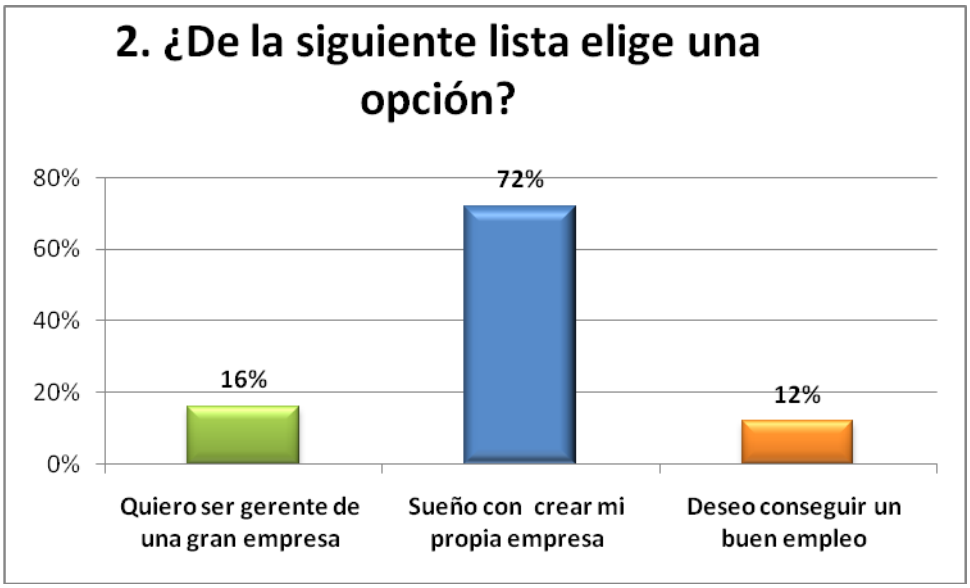
3. ¿Qué actividades realiza la universidad para fomentar la cultura emprendedora?

4. Usted como profesor, ¿Qué actividades realiza dentro del aula para incentivar la cultura emprendedora en sus estudiantes?

5. En su opinión, ¿Que debe hacer esta universidad para apoyar nuevos emprendimientos?

UNAPEC

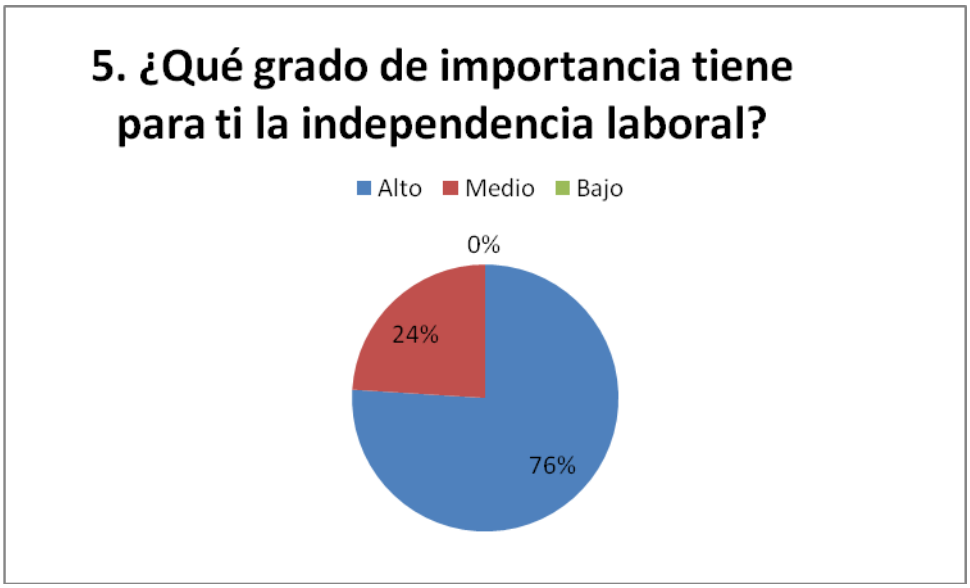

1.¿Qué planes tiene después determinar su carrera universitaria?
14%
5%
8%
35%
11%
14%
8%
5%
Maestría
Posgrado
Crear su propio negocio
Diplomado
Estudiar en el exterior
Descansar
Buscar un mejor empleo
Reforzar el inglés

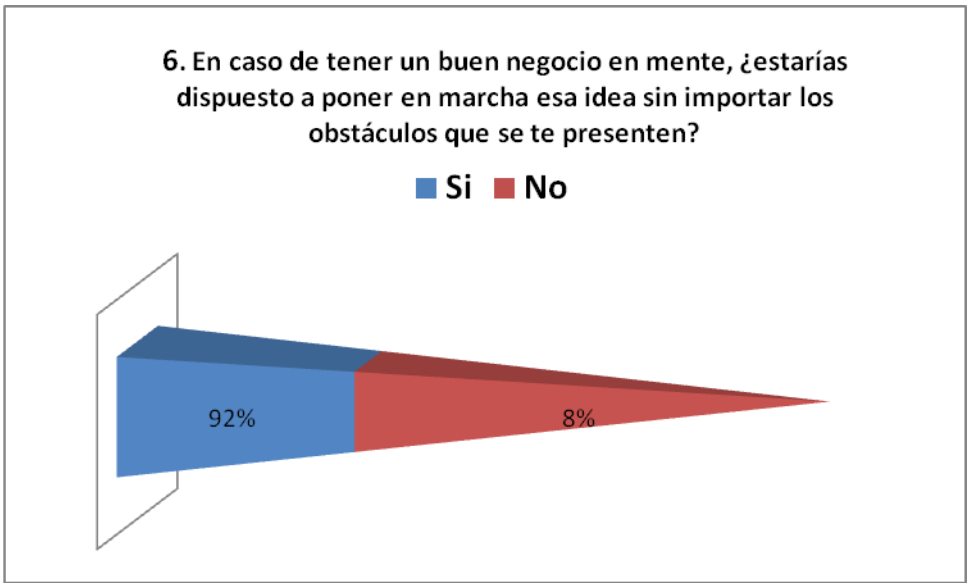

2. ¿De la siguiente lista elige una opción?
80%
60%
40%
20%
0%
16%
72%
12%
Quiero ser gerente de una gran empresa
Sueño con crear mi propia empresa
Deseo conseguir un buen empleo

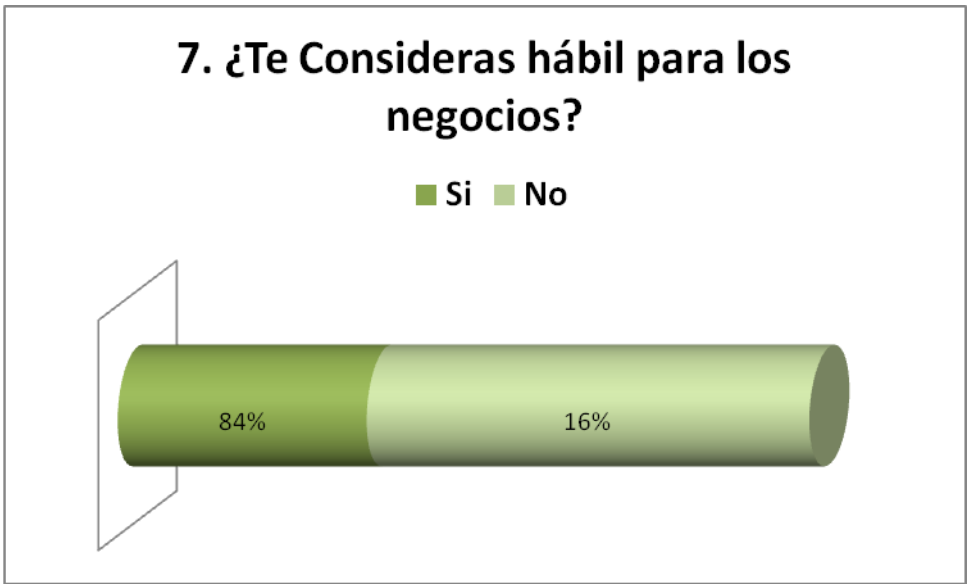
3. ¿Te agrada la idea de ser tu propio jefe?
Tal vez
4%
No
0%
Si
96%

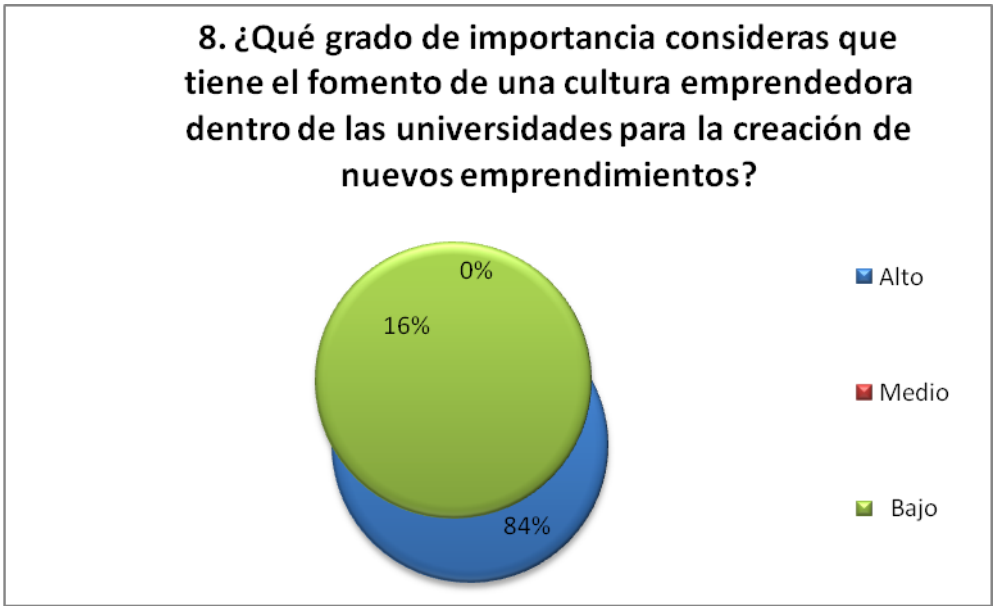
4. En caso afirmativo, ¿Qué estarías dispuesto arriesgar con tal de conseguirlo?
No arriesgaría nada
8%
Dejar mi empleo para dedicarle todo el tiempo a mi negocio
44%
Invertir todo lo que tengo en el negocio
48%
0%
20%
40%
60%

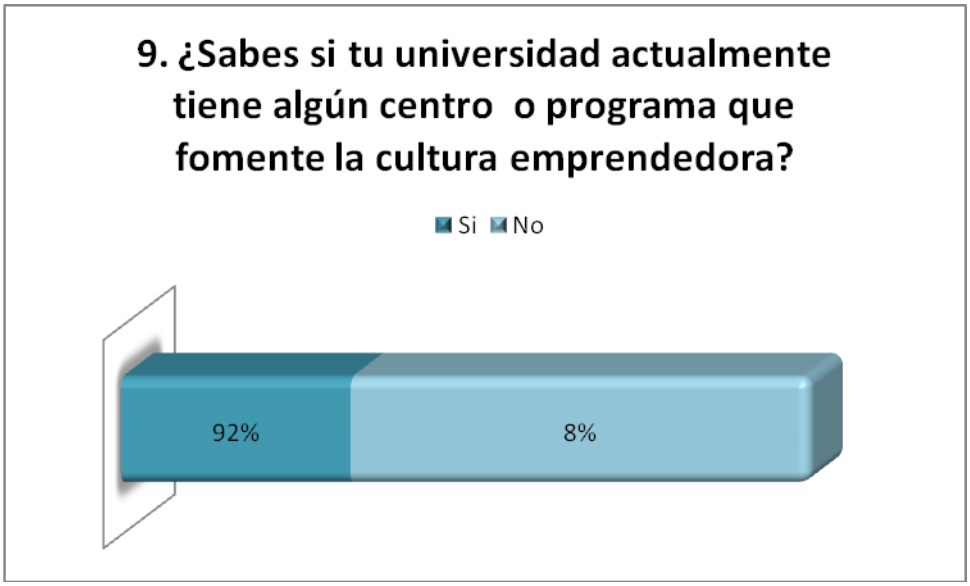
UNAPEC

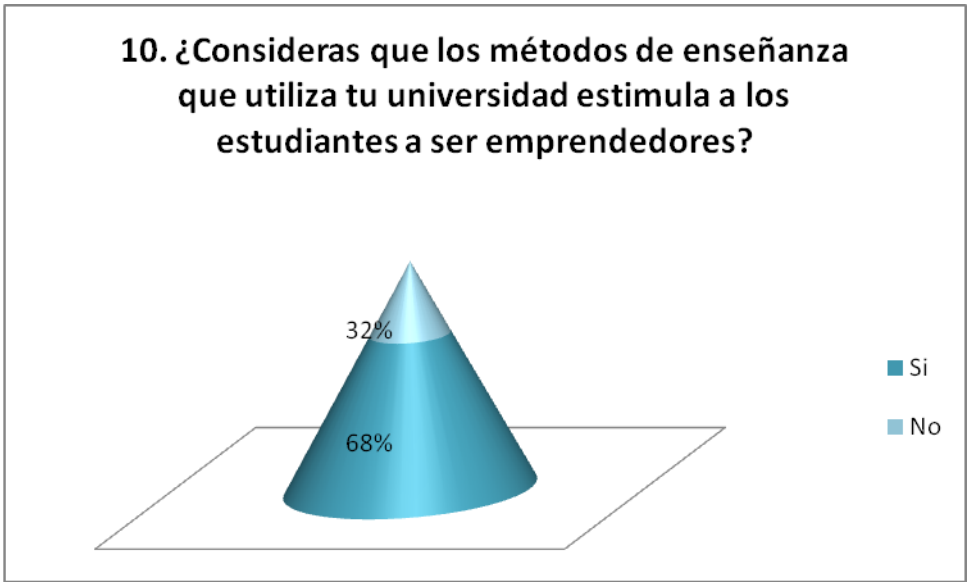

5. ¿Qué grado de importancia tiene para ti la independencia laboral?
Alto
Medio
Bajo
0%
24%
76%


6. En caso de tener un buen negocio en mente, ¿estarías dispuesto a poner en marcha esa idea sin importar los obstáculos que se te presenten?
Si
No
92%
8%

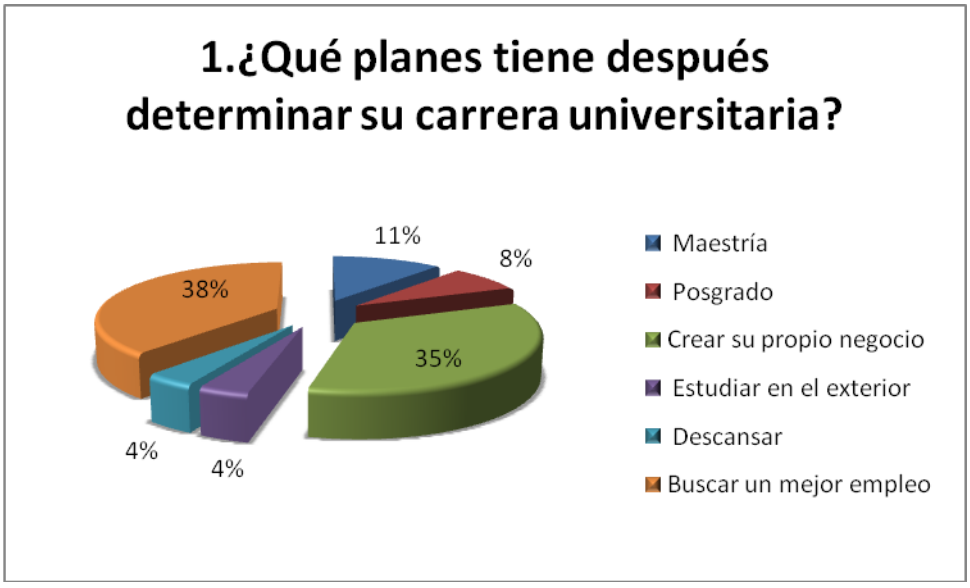

7. ¿Te Consideras hábil para los negocios?
Si
No
84%
16%

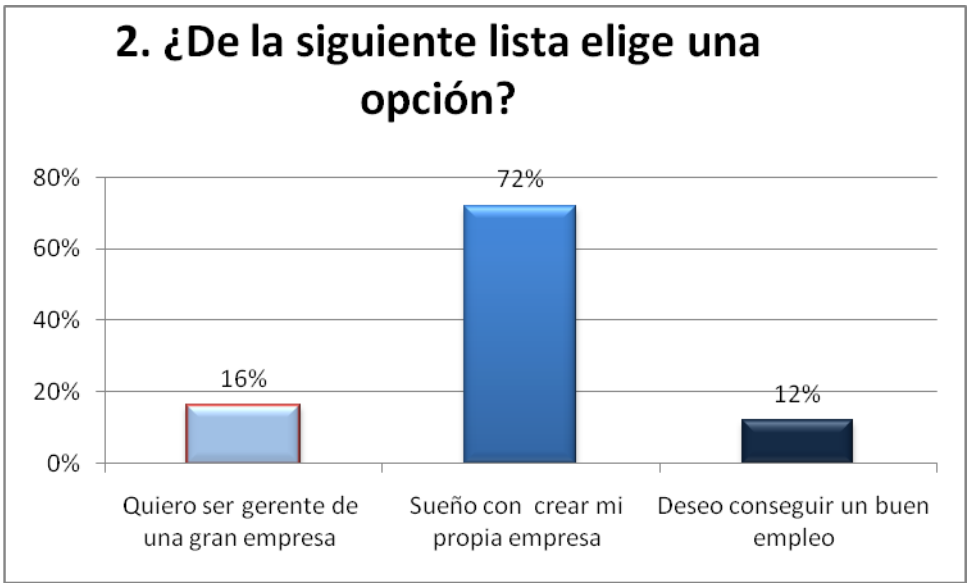

8. ¿Qué grado de importancia consideras que tiene el fomento de una cultura emprendedora dentro de las universidades para la creación de nuevos emprendimientos?
0%
16%
84%
Alto
Medio
Bajo

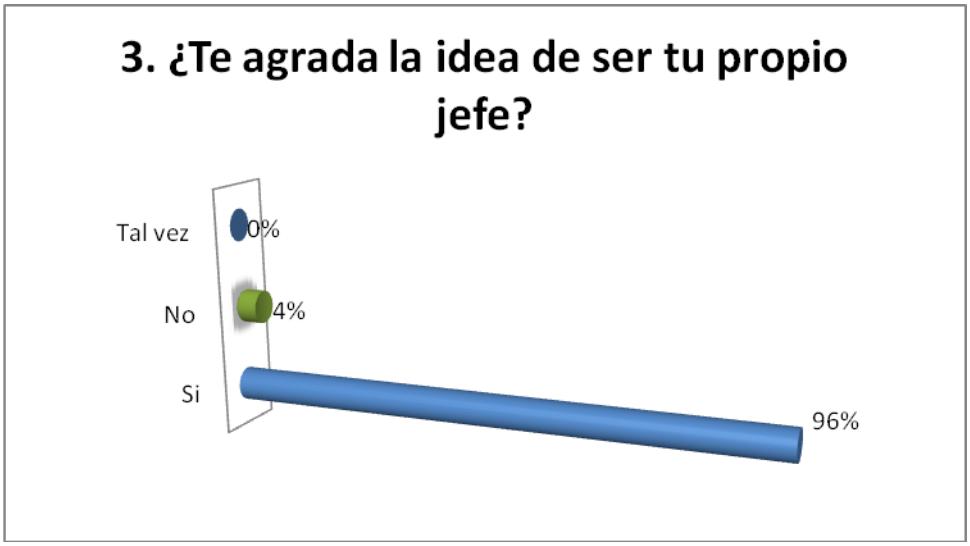

9. ¿Sabes si tu universidad actualmente tiene algún centro o programa que fomente la cultura emprendedora?
Si
No
92%
8%

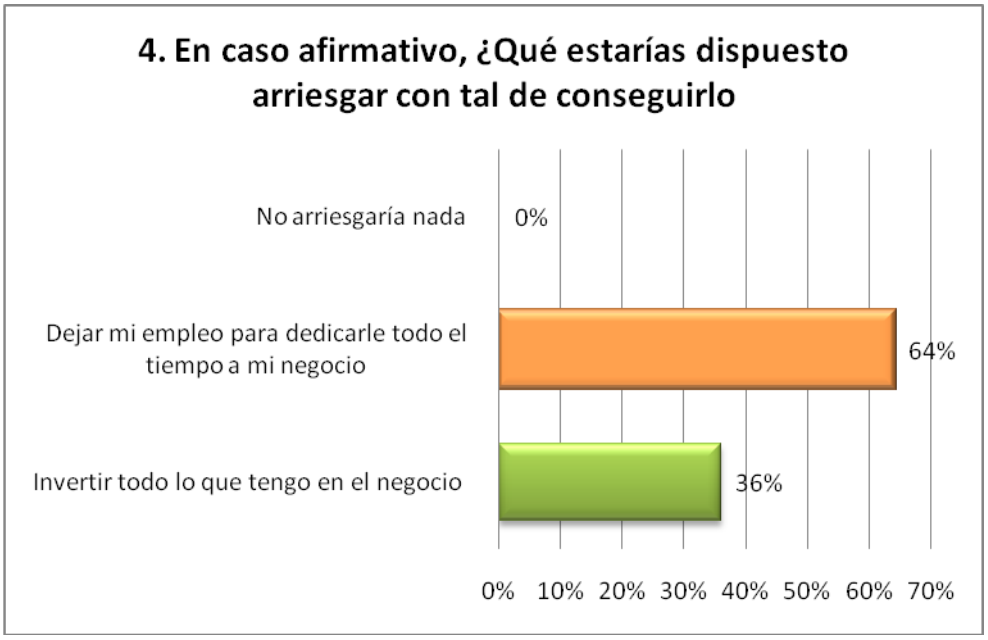

10. ¿Consideras que los métodos de enseñanza que utiliza tu universidad estimula a los estudiantes a ser emprendedores?
32%
68%
Si
No

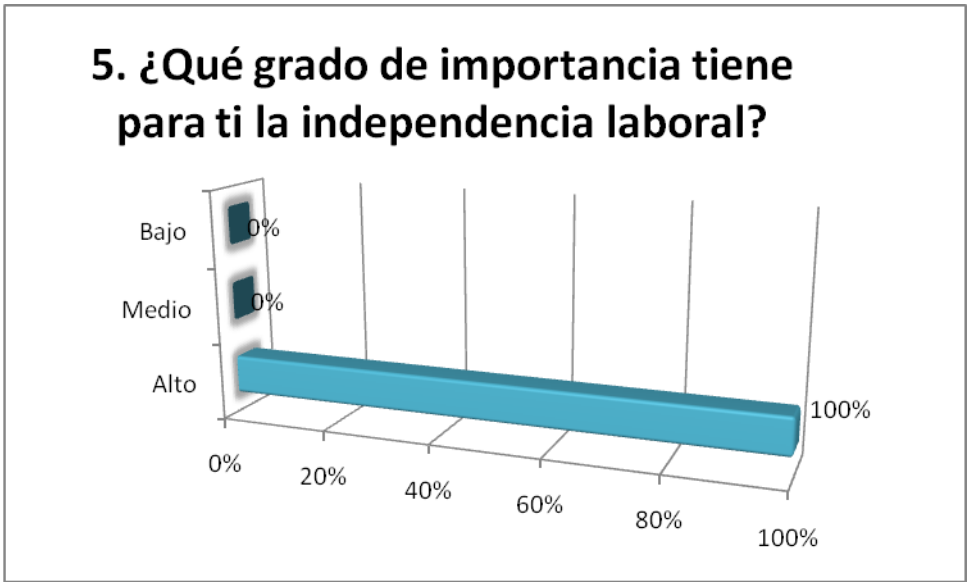
UCSD

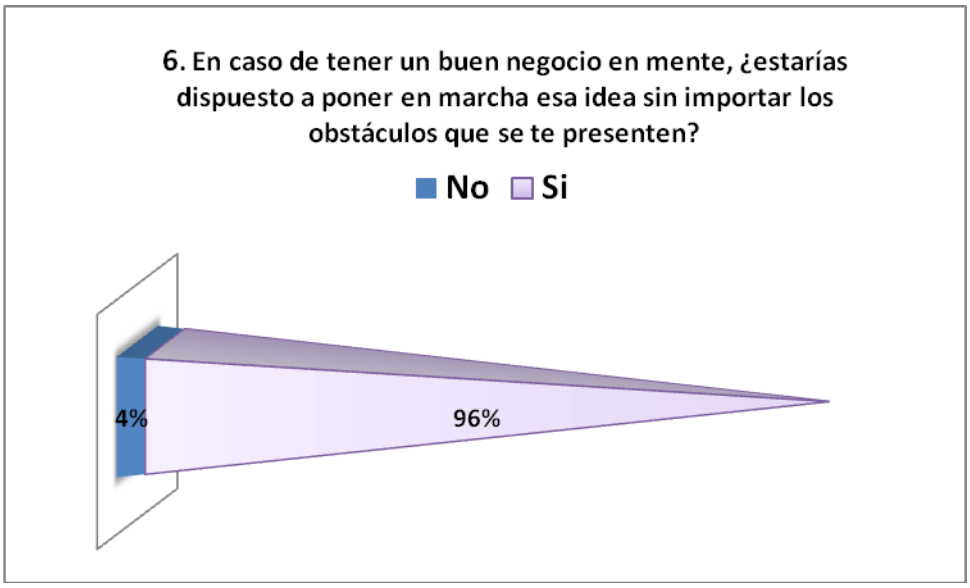

1.¿Qué planes tiene después determinar su carrera universitaria?
11%
8%
38%
35%
4%
4%
Maestría
Posgrado
Crear su propio negocio
Estudiar en el exterior
Descansar
Buscar un mejor empleo

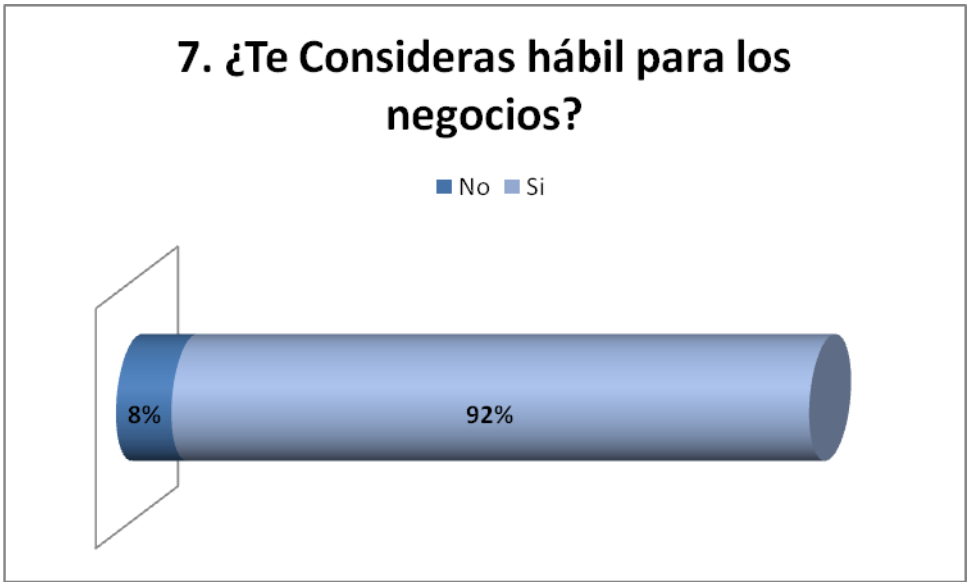

2. ¿De la siguiente lista elige una opción?
80%
60%
40%
20%
0%
16%
72%
12%
Quiero ser gerente de una gran empresa
Sueño con crear mi propia empresa
Deseo conseguir un buen empleo

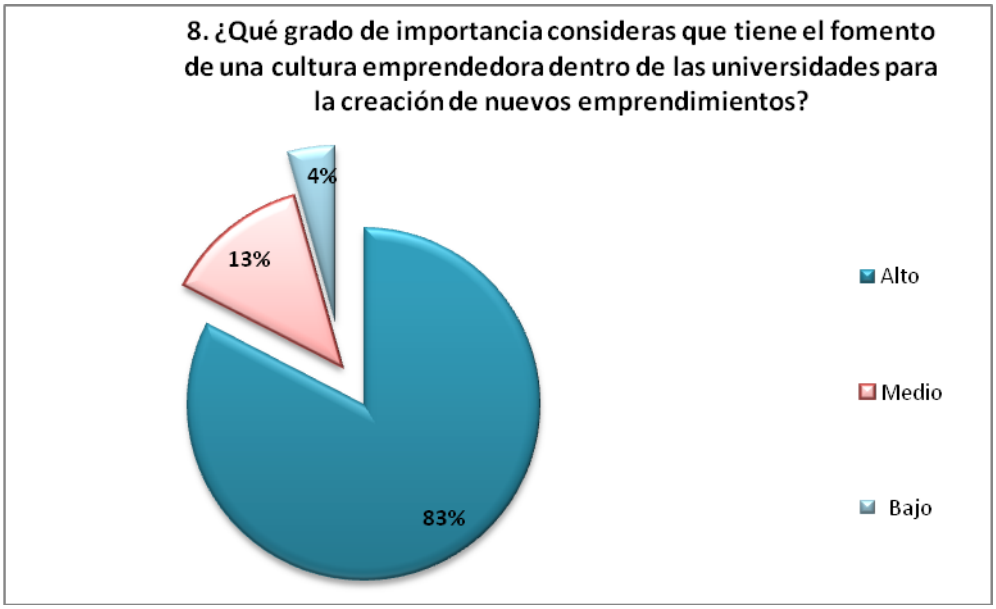

3. ¿Te agrada la idea de ser tu propio jefe?
Tal vez
0%
No
4%
Si
96%

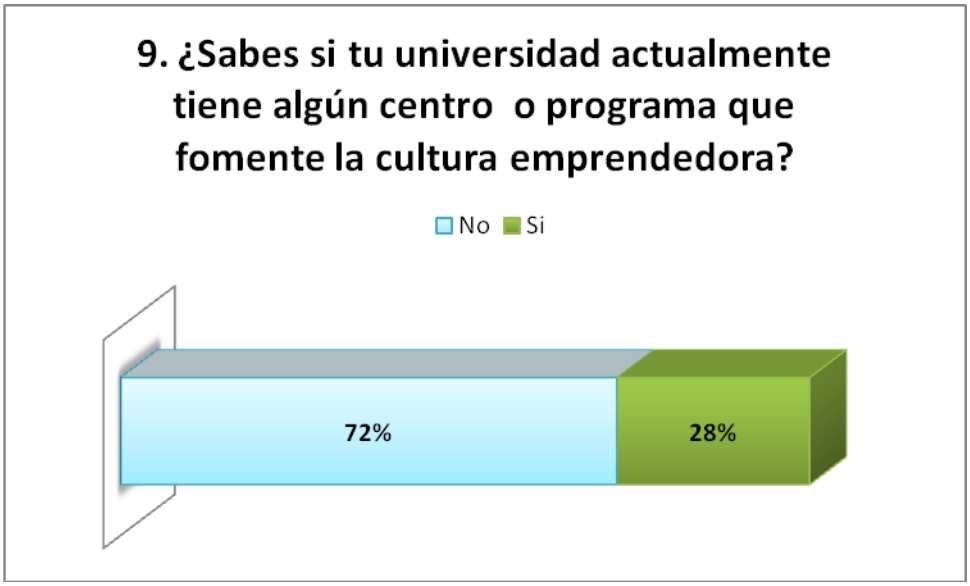

4. En caso afirmativo, ¿Qué estarías dispuesto arriesgar con tal de conseguirlo
No arriesgaría nada
0%
Dejar mi empleo para dedicarle todo el tiempo a mi negocio
64%
Invertir todo lo que tengo en el negocio
36%
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%


5. ¿Qué grado de importancia tiene para ti la independencia laboral?
Bajo
Medio
Alto
0%
0%
100%
0%
20%
40%
60%
80%
100%


6. En caso de tener un buen negocio en mente, ¿estarías dispuesto a poner en marcha esa idea sin importar los obstáculos que se te presenten?
No
Si
4%
96%

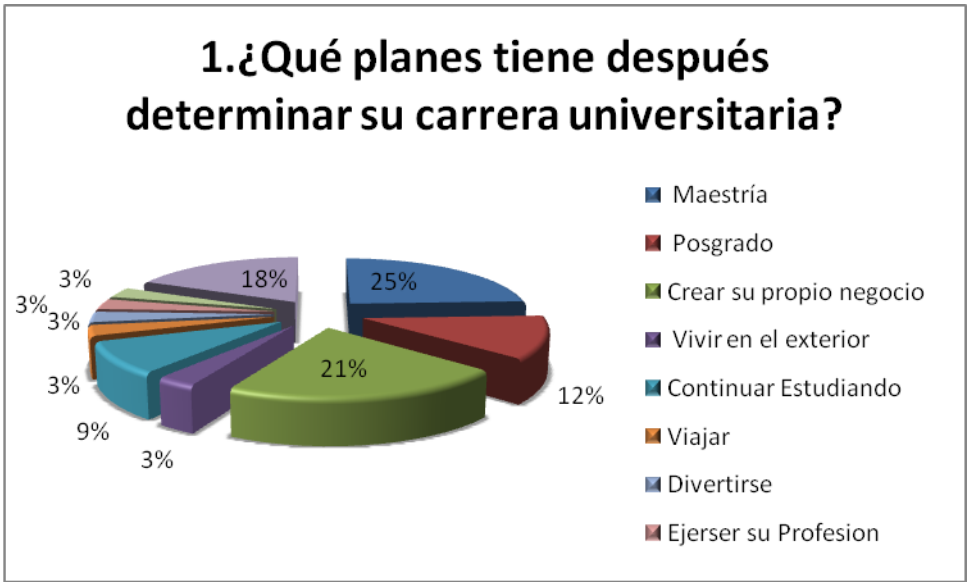

7. ¿Te Consideras hábil para los negocios?
No
Si
8%
92%

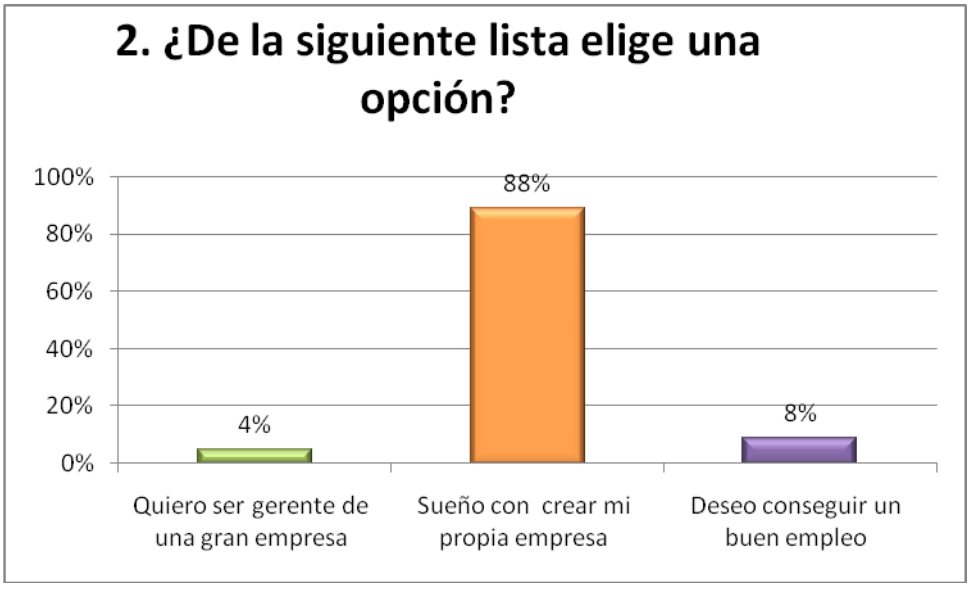

8. ¿Qué grado de importancia consideras que tiene el fomento de una cultura emprendedora dentro de las universidades para la creación de nuevos emprendimientos?
4%
13%
83%
Alto
Medio
Bajo


9. ¿Sabes si tu universidad actualmente tiene algún centro o programa que fomente la cultura emprendedora?
No
Si
72%
28%

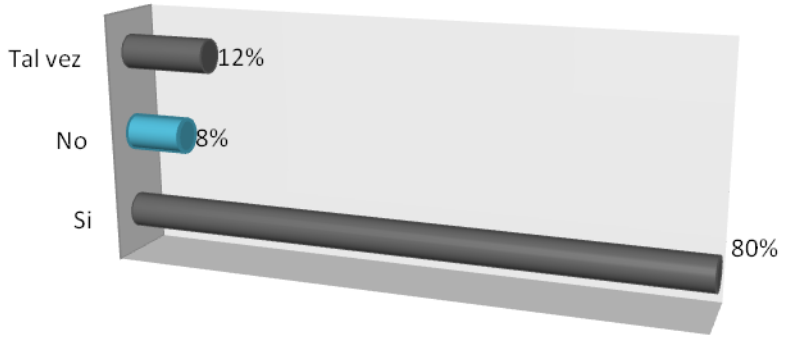
10. ¿Consideras que los métodos de enseñanza que utiliza tu universidad estimula a los estudiantes a ser emprendedores?
52%
48%
No
Si

PUCMM

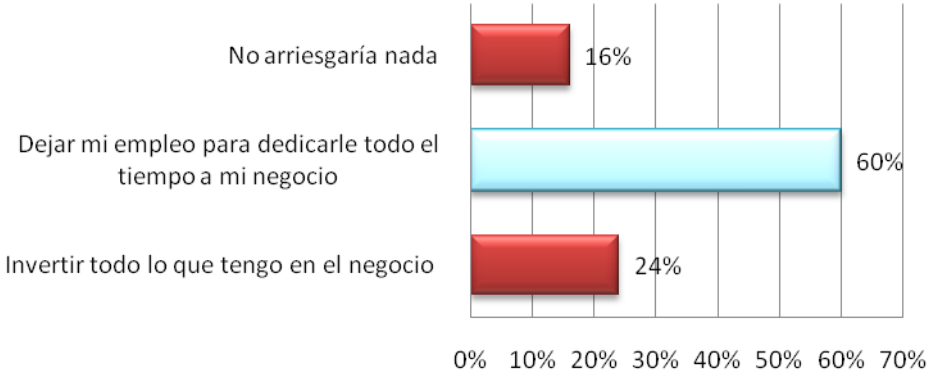

1.¿Qué planes tiene después determinar su carrera universitaria?
25%
12%
21%
9%
3%
3%
3%
3%
3%
18%
Maestría
Posgrado
Crear su propio negocio
Vivir en el exterior
Continuar Estudiando
Viajar
Divertirse
Ejerser su Profesion

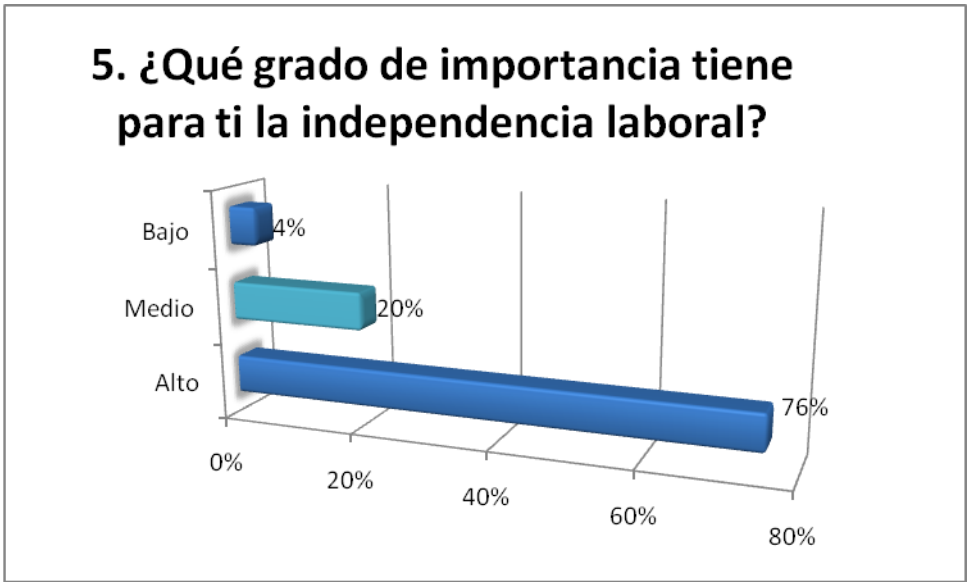

2. ¿De la siguiente lista elige una opción?
100%
80%
60%
40%
20%
0%
4%
88%
8%
Quiero ser gerente de una gran empresa
Sueño con crear mi propia empresa
Deseo conseguir un buen empleo

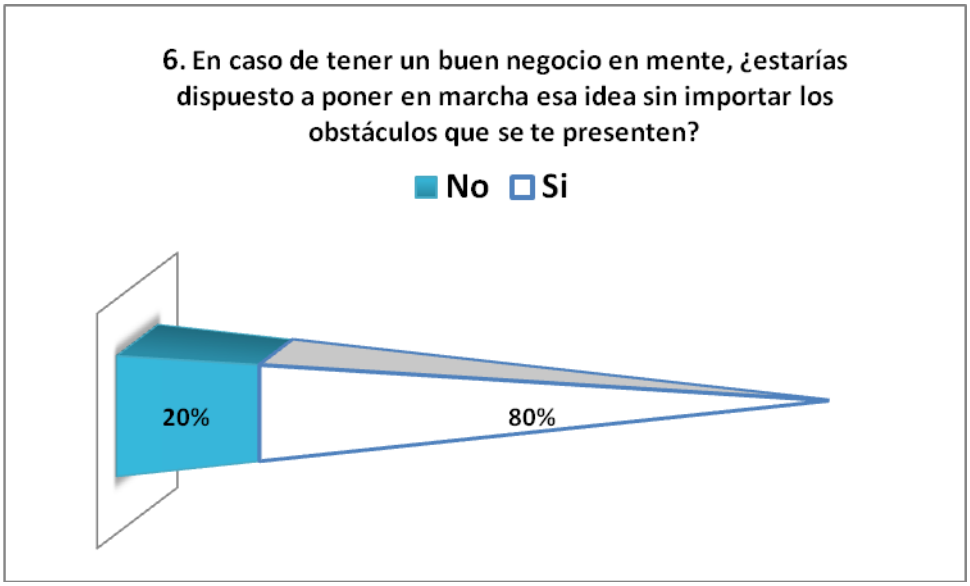
3. ¿Te agrada la idea de ser tu propio jefe?

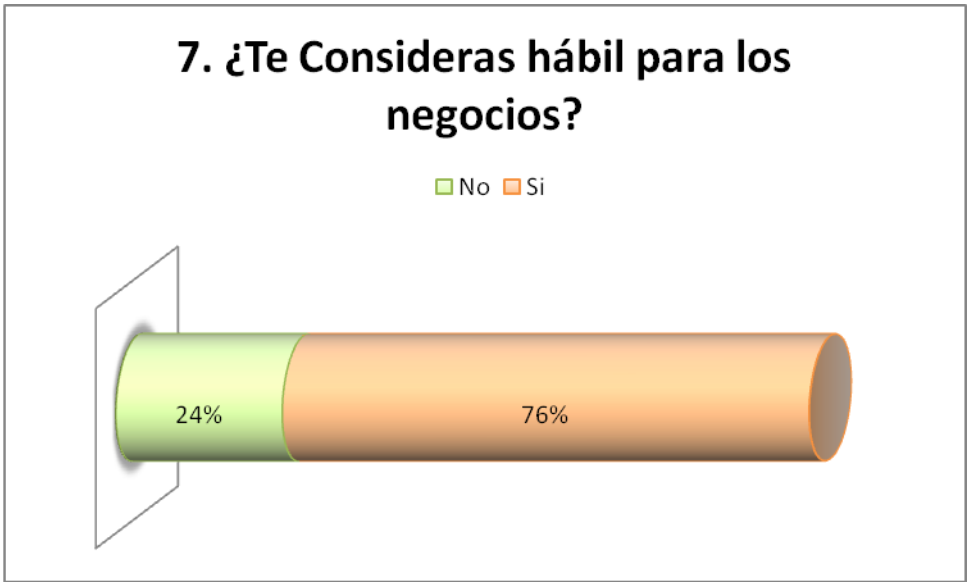


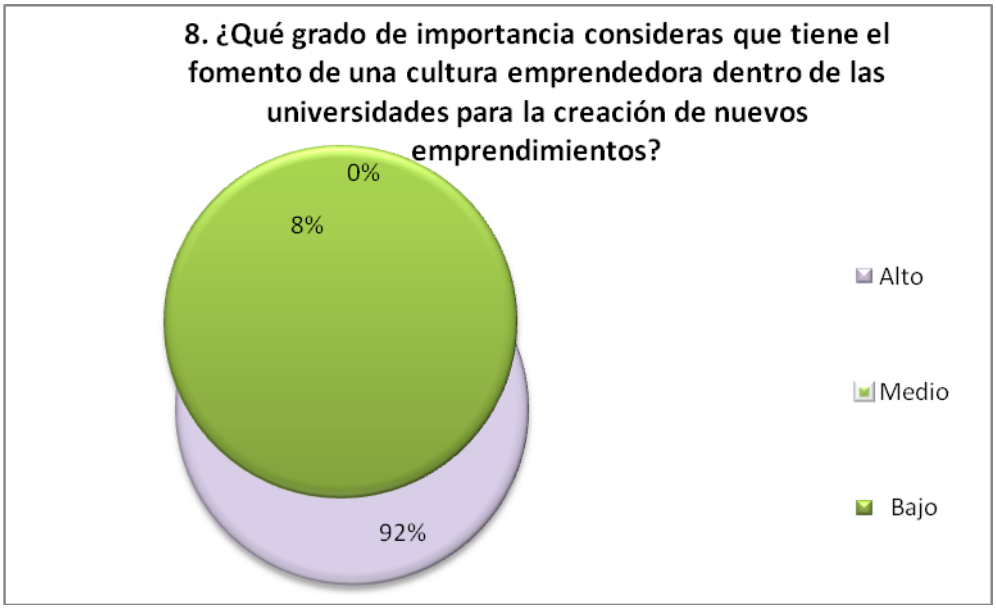
4. En caso afirmativo, ¿Qué estarías dispuesto arriesgar con tal de conseguirlo

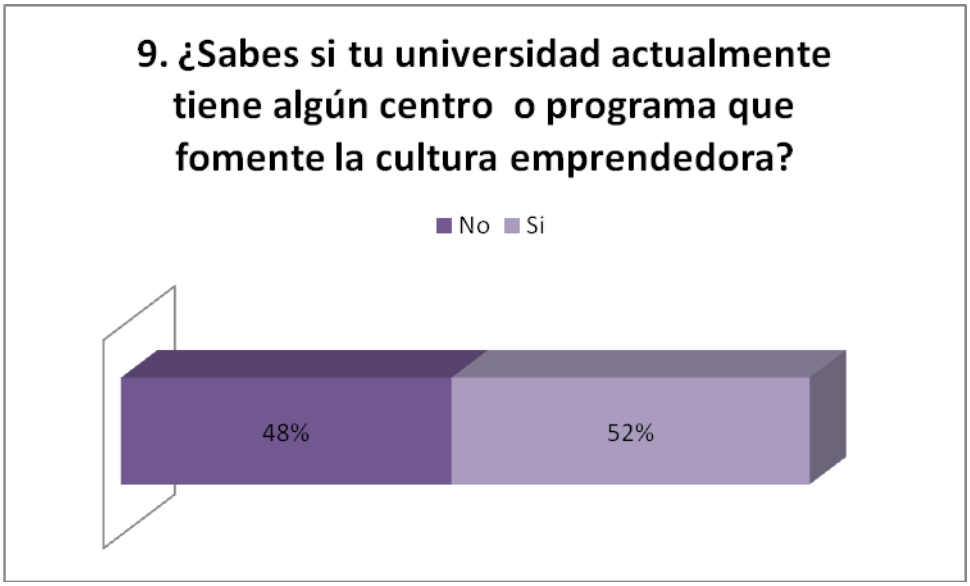


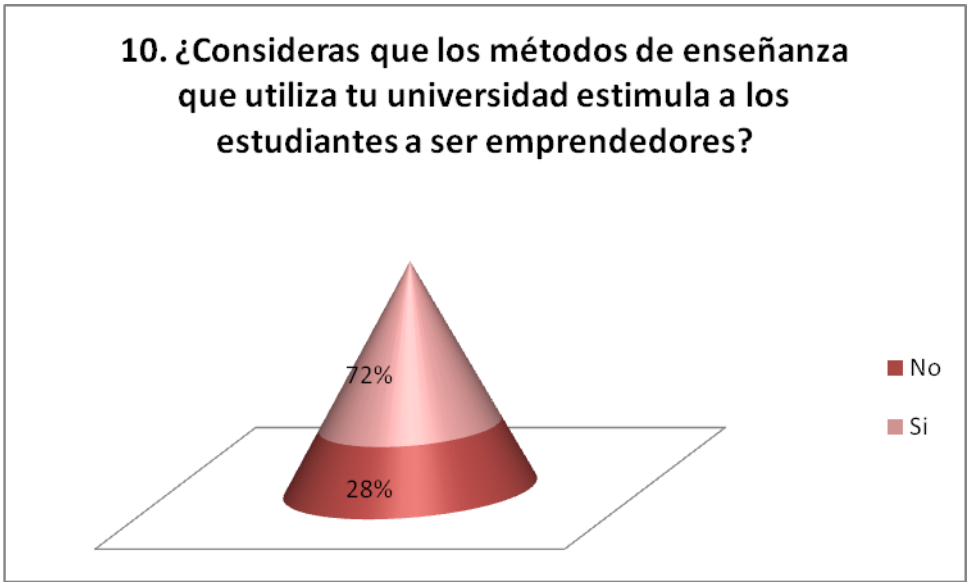

5. ¿Qué grado de importancia tiene para ti la independencia laboral?
Bajo
Medio
Alto
4%
20%
76%
0%
20%
40%
60%
80%


6. En caso de tener un buen negocio en mente, ¿estarías dispuesto a poner en marcha esa idea sin importar los obstáculos que se te presenten?
No
Si
20%
80%


7. ¿Te Consideras hábil para los negocios?
No
Si
24%
76%


8. ¿Qué grado de importancia consideras que tiene el fomento de una cultura emprendedora dentro de las universidades para la creación de nuevos emprendimientos?
0%
8%
92%
Alto
Medio
Bajo


9. ¿Sabes si tu universidad actualmente tiene algún centro o programa que fomente la cultura emprendedora?
No
Si
48%
52%


10. ¿Consideras que los métodos de enseñanza que utiliza tu universidad estimula a los estudiantes a ser emprendedores?
72%
28%
No
Si