

Modelo de emprendimiento empresarial basado en competencias

Entrepreneurship model based on competencies

Jorge Luis Inche Mitma y Alfonso Ramón Chung Pinzás

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

RESUMEN

El estudio describe el programa de emprendimiento empresarial realizado en la UNMSM, ejecutado para una población de 400 participantes, con mínimo de secundaria completa y mayores de 30 años de edad, con el fin de identificar y medir los factores de la tipología del emprendedor basado en el modelo "SMemprende".

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, competencias, actitudes y aptitudes del emprendedor.

ABSTRACT

The study describes the entrepreneurship program held in San Marcos, executed for a population of 400 participants completed secondary minimum and older than 30 years old, to identify and measure factors typology based entrepreneur model "SMemprende".

KEYWORDS: Entrepreneurship, skills, attitudes and skills of the entrepreneur.

Recibido: 26/2/15

Aceptado: 8/5/15

* Docentes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Introducción

Existe la percepción de que ser empresario y hacer empresa es una tarea fácil y que lo único que se necesita es tener dinero garantizándose de esta forma el éxito. En ese sentido, muchas veces se deja de lado las capacidades personales que se necesitan y requieren para llevar a cabo un emprendimiento.

El objetivo de este estudio es construir un modelo de intervención para el emprendimiento empresarial basado en competencias, para un grupo de tratamiento representado por 400 participantes seleccionados y 135 beneficiarios que culminaron luego de poner en marcha los negocios.

El estudio se enfocó en la búsqueda de información cualitativa y cuantitativa en aspectos de competencias del beneficiario y los cambios que hayan ocurrido durante la intervención, cuyos resultados a través de 11 indicadores se procesaron usando la técnica estadística de "muestras pareadas".

Marco conceptual

Competencias del emprendedor

Gran parte de la literatura empresarial americana se centra en destacar que los emprendedores presentan, persistencia, inteligencia, liderazgo, orientación a resultados y capacidad de decisión, también son denominados como innovadores y más tarde como creativos.

Del mismo modo, el Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI), quien recoge la perspectiva de la Comisión Europea, enumera un amplio conjunto de capacidades y actitudes como emprendedoras, siendo estas: la creatividad; la autoconfianza; la iniciativa; la capacidad de asumir riesgos y afrontarlos; la capacidad de organización y planificación; la actitud positiva hacia el trabajo; la predisposi-

ción hacia el trabajo en equipo; la tenacidad; la tolerancia a la frustración; la orientación al logro; y la orientación comercial.

Todas ellas son importantes, pero existe coincidencias en señalar algunas de ellas como capacidades claves que terminan siendo la base del desarrollo de las otras. Algunas de esas capacidades básicas y universales son la autoconfianza, la creatividad, la iniciativa y la perseverancia. Otra capacidad importante es la de trabajo en equipo, ya que un emprendedor no trabaja solo sino en interacción constante con otros y con su entorno.

No todas estas características tendrán el mismo peso al momento de emprender un proyecto o empresa pero que en su conjunto serán de utilidad. Asimismo, un emprendedor tendrá que disponer de un nivel de desarrollo adecuado de un conjunto de habilidades y actitudes destacando seguramente cada persona en unas más que en otras. Es importante señalar que para que estas sean realmente efectivas y contribuyan al desarrollo de las personas es fundamental que se den en un marco de valores.

Emprendimiento

Una primera distinción relevante es la diferenciación entre los conceptos de "Emprendedor" y "Emprendimiento". En la búsqueda del significado de la palabra *Emprender*, la Real Academia Española lo define como: "empezar o dar principio a una obra o empresa"; mientras que *Emprendedor* significa que "emprende con resolución acciones, que tiene iniciativa, especialmente en los negocios".

Por tanto, al hablar de "Emprendimiento", nos referimos a la acción, puesto que existe una movilización del sujeto y de su objeto de emprendimiento, lo cual implica la existencia de una interdependencia entre diferentes dimensiones para que se produzca el resultado esperado.

Por ejemplo, el economista Joseph Schumpeter menciona que el emprendimiento necesariamente supone la existencia de combinaciones futuras exitosas. Sin embargo, para otros autores como Kirzner, este concepto habla de la habilidad de anticiparse a las imperfecciones y a los desequilibrios del mercado.

Así, entonces, se entenderá emprendimiento como la actividad innovadora definida y realizada con autonomía por un individuo en su entorno material y social, para incrementar el beneficio social y/o personal en un ambiente de incertidumbre con relación al resultado y riesgos respecto de las consecuencias de su actuar, sujeta al desarrollo sostenible.

Entorno del emprendedor

El GEM (2012) categoriza la expectativa de crecimiento en los últimos 5 años de la siguiente forma:

- Actividad emprendedora solitaria (SEA, *solo entrepreneurial activity*): aquel que no aportará más empleo que la del propio emprendedor. Este grupo comprende mayormente a emprendedores autoempleados por necesidad y también a profesionales independientes satisfechos con el puesto de trabajo que ellos mismos se han creado.
- Actividad emprendedora con expectativa de bajo empleo (LEA, *low job expectation entrepreneurial activity*): espera tener entre 1 y 4 empleados. A menudo, estos colaboradores provienen del entorno familiar o amical del emprendedor.
- Actividad emprendedora con expectativa de mediano empleo (MEA, *medium job expectation entrepreneurial activity*): espera tener entre 5 y 19 empleados. Estos emprendedores tienen una visión mayor de crecimiento, pero no les interesa que este sea exponencial porque prefieren con-

tinuar gestionando personalmente sus operaciones.

- Actividad emprendedora con expectativa de alto empleo (HEA, *high job expectation entrepreneurial activity*): espera tener 20 empleados o más. Aunque puedan sobreestimar su expectativa de crecimiento, como grupo pueden tener un impacto sustancial sobre la creación de empleo. Estos son los llamados emprendimientos «dinámicos», «gacelas», «ambiciosos» o «de alto impacto» (Autio, 2007).

En el Perú, el porcentaje de emprendedores con nula o poca expectativa de crecimiento, en términos de creación de empleo, se ha incrementado a expensas de los emprendedores con mediana y alta expectativa de crecimiento. Se señala que el 74% de los emprendedores nacientes espera llegar a tener hasta 5 empleados en 5 años (LEA), porcentaje que disminuye a 49% entre los emprendedores nuevos y establecidos. Por otra parte, los emprendedores nuevos muestran el mayor porcentaje de negocios que se espera lleguen a tener más de 5 empleados (MEA y HEA). Sin embargo, al parecer, los negocios de emprendedores solitarios (SEA «aquellos que no esperan dar empleo alguno más que al propietario») se incrementa en función de la antigüedad del negocio, hasta llegar a un 25% de los emprendedores establecidos.

Mientras que los emprendedores establecidos son más innovadores en términos de productos, los emprendedores en etapas tempranas son, al parecer, más innovadores en buscar nuevos mercados. Así, el 7% de los emprendedores en etapa temprana está ingresando a mercados con una oferta que no tiene competidores directos y un 31% lo está haciendo en mercados con poca rivalidad. Por su parte, ninguno de los emprendedores establecidos entrevistados menciona entrar a mercados totalmente nuevos y solo un 25% está operando en mercados con pocos competidores.

El uso de nueva tecnología es un indicador adicional de innovación de productos, servicios o procesos. Para el GEM, la tecnología más reciente se define como aquella disponible en el mercado local desde hace no más de un año, mientras que la tecnología nueva no tiene más de 5 años en el mercado.

De acuerdo con la tecnología disponible en el país, la gran mayoría de los emprendedores en etapa temprana (65%) no invierte en tecnología reciente, pues usa tecnología con más de 5 años de antigüedad o no la usa. Por su parte, casi el 80% de los emprendedores establecidos se encuentra en la misma situación. Por otro lado, el porcentaje de emprendedores en etapa temprana que usa la tecnología más reciente en el mercado se ha incrementado de 13% en el 2011 a 16% en el 2012. Cabe señalar que entre los emprendedores establecidos, la tecnología reciente es usada por solo un 1%.

Los emprendedores peruanos en etapa temprana se orientan, en su mayoría, al mercado interno (72%), satisfacen sus necesidades en su ámbito local. Sin embargo, este porcentaje ha disminuido comparado con el 79% encontrado en el año 2011, para incrementarse el porcentaje de aquellos que piensan vender productos y servicios a clientes de otro país, sobre todo de aquellos con fuerte orientación internacional (de 2% en el 2011 a 5% en el 2012). Por otro lado, entre los emprendedores establecidos, casi el 90% no piensa vender a algún cliente extranjero y ninguno tiene una fuerte orientación internacional.

En el Perú, el índice de discontinuación de negocios continúa siendo uno de los más altos dentro del grupo de economías basadas en eficiencia y dentro de América Latina y el Caribe, habiéndose incrementado de 5.1% en el 2011 a 6.7% en el 2012.

La «falta de rentabilidad del negocio» y las «razones personales» se mantuvieron como las dos principales causas de cierre de los negocios. Otra causa de cierre con un cambio

importante ha sido el de «oportunidad para vender», que duplicó su porcentaje de 4% en el 2011 a 8% en el 2012. El tema de financiamiento de los negocios, en especial de aquellos en etapa temprana, tiene suma importancia, no solo para su creación sino también para su crecimiento y consolidación

Competencias empresariales

a. Escáner de Emprendimiento "E-Scan"

Fuente: "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation" Hessel Oosterbeek, Mirjam Van Praag, Auke Ijseelstein. University of Amsterdam, Reetersstraat 11, 1018 Wb Amsterdam. The Netherlands, 2010. (European Economic Review)

Este trabajo analiza el impacto del programa *Student mini-company* (SMC) de *Junior Achievement*, programa de educación empresarial líder en los estudiantes. Ante la situación de que el proyecto no mostraba los resultados esperados y el efecto en las capacidades empresariales de los estudiantes era insignificante, los autores generaron una herramienta de medición de las competencias empresariales de los participantes de estos programas en Holanda y Europa en general. Esta herramienta se denomina *E-Scan*, las cuales están basadas en 10 competencias (7 rasgos y 3 habilidades).

b. Junior Achievement. Programa "Ser Emprendedor"

Fuente: www.ja.org, 2011.

Junior Achievement, nace en 1916 en una jornada de 300 líderes de la agricultura y los negocios. El objetivo del encuentro era trabajar en la promoción integral de actividades para niños y niñas. A partir de ese momento, se crea una mesa para recaudar fondos para la implementación de soluciones. En 1920, en

CUADRO 3.1.
Habilidades y/o competencias de *E-Scan*

	Área de desempeño o dimensión	Habilidades y/o competencias
1.	Motivación – Características (Rasgos)	Necesidad de Logros
2.	Motivación – Características (Rasgos)	Necesidad de Poder
3.	Motivación – Características (Rasgos)	Necesidad de Autonomía
4.	Características (Rasgos)	Tomar Riesgos
5.	Características (Rasgos)	Resistencia
6.	Características (Rasgos)	Fe en si mismo
7.	Características (Rasgos)	Orientación Social
8.	Capacidades (Primera Fase)	Conciencia del Mercado
9.	Capacidades (Primera Fase)	Creatividad
10.	Capacidades (Primera Fase)	Flexibilidad

CUADRO 3.2.
Habilidades y/o competencias de
Junior Achievement

Habilidades y/o Competencias	
1.	Análisis de la información
2.	Presentación de la información
3.	Planificación de negocios
4.	Toma de decisiones
5.	Evaluación de alternativas
6.	Expresar múltiples puntos de vista
7.	Comunicación oral y escrita
8.	Comprensión de lectura
9.	Sopesar consecuencias
10.	Trabajo en grupo
11.	Trabajo en parejas

el contexto de la Primera Guerra Mundial, este comité cambia su nombre a oficina *Junior Achievement* (JA). JA es la mayor organización del mundo dedicada a educar a los estudiantes, en temas como la preparación al mundo laboral, el espíritu empresarial y la educación financiera. *Junior Achievement* ayuda a preparar a los jóvenes para el mundo real a través de la experiencia en sus programas prácticos.

Este programa diseñado por JA ofrece contenidos útiles y prácticos para ayudar a los estudiantes en la transición de convertirse en miembros productivos y contribuyentes de la sociedad.

- c. ***“What Entrepreneurial Competencies should be emphasized in Entrepreneurship and Innovation Education at the Undergraduate level?”***
Fuente: “What Entrepreneurial Competencies should be emphasized in Entrepreneurship and Innovation Education at the Undergraduate level?” Edgar Izquierdo, Dirk Deschoolmeester, Belgium, 2008.

Los autores generaron un análisis respecto a la determinación de un conjunto de competencias relevantes para la innovación empresarial y de educación. La metodología utilizada fue la aplicación de dos encuestas, en donde se examinó, por una parte, la opinión de empresarios (ecuatorianos) y, por otro lado, la de expertos académicos (ecuatorianos). De este modo, los resultados mostraron algunas divergencias, sobre todo en el orden de estas competencias para emprender.

El objetivo principal del estudio era obtener una lista reducida de competencias de emprendimiento con la idea de facilitar el diseño de métodos de formación para la enseñanza de la iniciativa empresarial y la innovación a estudiantes de pregrado.

En el cuadro 3.3 se presenta las ocho competencias resultantes del análisis de las

CUADRO 3.3
Competencias de Emprendimiento de Investigación

Habilidades y/o Competencias	
1.	Toma de decisiones
2.	Identificar y resolver problemas
3.	Identificar oportunidades del negocio
4.	Pensamiento innovador
5.	Evaluar oportunidades de negocio
6.	Comunicación
7.	Acuerdo y negociación
8.	Creación de redes

CUADRO 3.4
Áreas de desempeño de GEM – Puerto Montt

Habilidades y/o Competencias	
1.	Contexto social, cultural y político
2.	Entorno familiar
3.	Conocimiento de emprendimiento
4.	Oportunidades del emprendedor y capacidad emprendedora
5.	Temor al fracaso
6.	Valoración del emprendimiento
7.	Formación emprendedora
8.	Actividad empresarial
9.	Expectativas del emprendimiento

competencias de los empresarios y la de los académicos.

d. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Fuente: Informe especial sobre emprendimiento en la etapa escolar secundaria. Proyecto piloto Puerto Montt, Chile. Dra. Alicia Coduras – Dr. José Ernesto Amorós

El Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM, es una iniciativa a nivel internacional para establecer la medición y caracterización de la actividad emprendedora en diferentes países. La ventaja que ofrece GEM es el marco abierto a la investigación en diversos temas relacionados con el emprendimiento. Fruto de esta ventaja, en el año 2010 se ha vislumbrado la oportunidad de estudiar el emprendimiento juvenil en el entorno de los establecimientos de enseñanza media técnico-profesional de Chile, debido al interés mostrado por la organización Endeavor.

Esta iniciativa ha escogido como punto de partida la ciudad de Puerto Montt, implementando un plan piloto en siete liceos técnico-profesionales de dicha ciudad, impartiendo talleres de habilidades necesarias para emprender, herramientas para formular ideas y proyectos, charlas, concursos de proyectos, etc. Uno de los componentes esenciales del

plan piloto es desarrollar un sistema de evaluación de impacto y certificación de los programas educativos.

e. Propuesta del Centro de Innovación y Emprendimiento (CIE) de la UNMSM

A partir de los modelos anteriormente expuestos, el CIE elaboró una propuesta que consiste en desagregar las competencias en aptitudes y actitudes. En el cuadro 3.5 se muestra las preguntas asociadas a cada competencia.

Modelo de emprendimiento “SMemprende”

Es una concepción integral de capacitación y asistencia técnica utilizada en la formación de empresarios bajo un enfoque que alienta el pensamiento creativo, promoviendo un sentido de autorrealización personal. La buena práctica de la formación emprendedora es totalmente diferente al enfoque clásico que acostumbra a realizar ejercicios, basados en supuestos teóricos; que finalmente terminan siendo un catálogo de especulaciones muchas veces muy irracionales e irrelevantes a la luz del mundo real.

La “formación emprendedora” en el siglo XXI requiere de un proceso de sensibilización sobre las condiciones del entorno y el desarro-

CUADRO 3.5
Preguntas y competencias

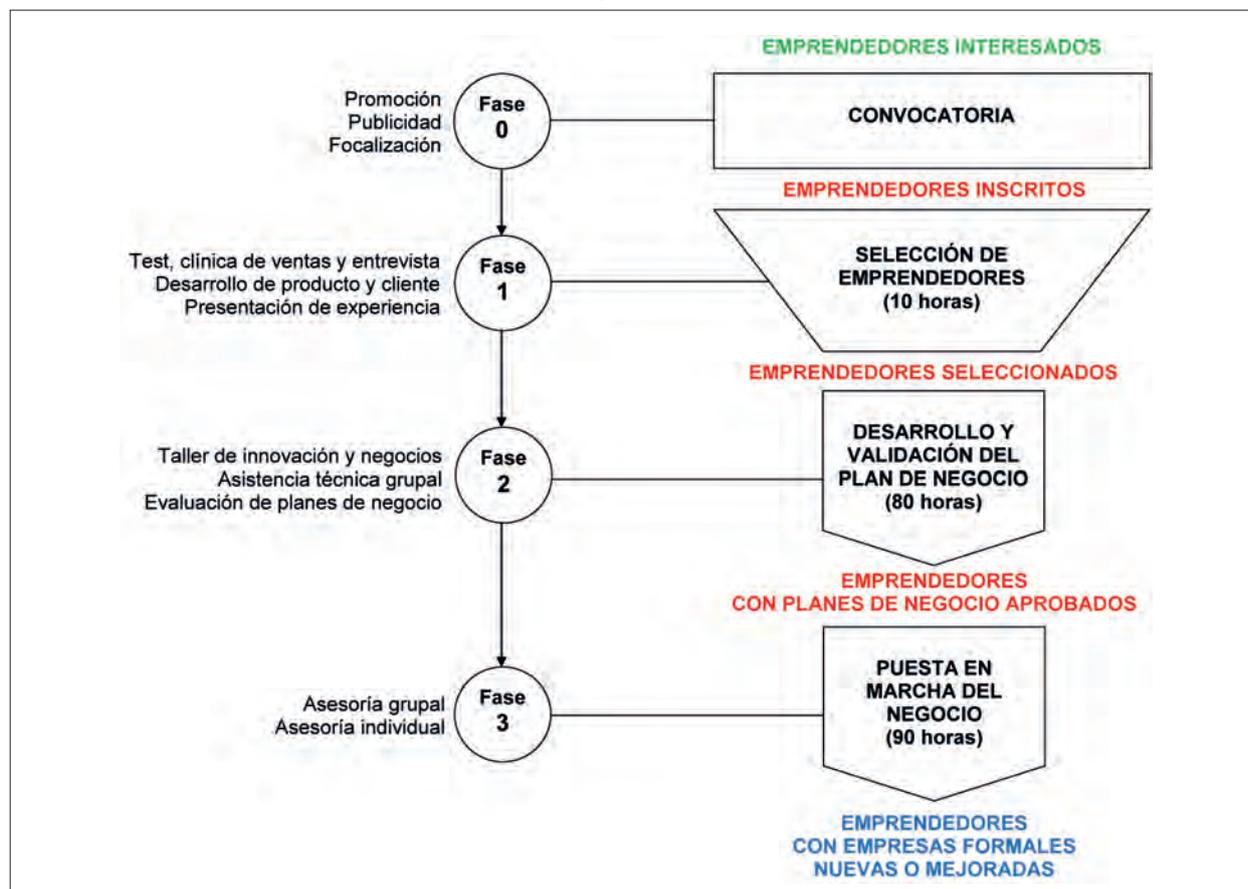
PREGUNTAS SOBRE APTITUDES (Conocimientos y experiencias)	COMPETENCIAS
1. ¿Tienes claro lo que hace o hará tu negocio y a dónde quiere llegar?	Organización
2. ¿Sabes cómo organizarás tu negocio?	
3. ¿Sabes cómo formalizar tu negocio?	
4. ¿Conoces los atributos o elementos diferenciadores de tus productos o servicios?	Marketing
5. ¿Sabes quién es el cliente de tu negocio?	
6. ¿Sabes el número de clientes potenciales que puedes tener?	
7. ¿Conoces a tus competidores?	
8. ¿Conoces algunas herramientas electrónicas (página web, Facebook, etc.) para promocionar tu producto o servicio?	
9. ¿Conoces el lugar oportuno para poner en marcha tu negocio?	Análisis técnico
10. ¿Conoces los plazos de entrega y condiciones de tus proveedores?	
11. ¿Conoces cuánto dinero necesitas para poner en marcha tu negocio?	Económico-financiero
12. ¿Sabes cuánto tiempo tienes que esperar hasta obtener beneficios de tu negocio?	
13. ¿Estás seguro de que obtendrás financiación ajena en caso de solicitarla?	
14. ¿Tu negocio está relacionado con tu formación profesional y/o experiencia laboral?	Formación-experiencia
15. ¿Tienes acceso a información relacionada al sector de tu negocio?	
PREGUNTAS SOBRE ACTITUDES (Habilidades y destrezas)	
16. ¿Qué tan importante es trabajar para uno mismo en tu decisión de emprender?	Iniciativa
17. ¿Estás convencido de que es el momento para iniciar o mejorar tu negocio?	Planificación
18. ¿Tienes el tiempo necesario para dedicarte a iniciar o mejorar tu negocio?	
19. ¿Consideras que tienes habilidades para dirigir y organizar equipos de trabajo?	Trabajo en equipo
20. ¿Consideras que tu negocio es innovador?	Creativo
21. ¿Confías plenamente en tus capacidades para iniciar o mejorar tu negocio?	Autoconfianza
22. ¿Te resulta muy difícil tomar decisiones rápidamente?	
23. ¿Ante los cambios, te adaptas fácilmente?	Perseverancia
24. Cuando tienes un objetivo ¿eres perseverante para conseguirlo?	
25. ¿Consideras que de los fracasos se pueden sacar lecciones para superarte?	

llo de experiencias de aprendizaje que faciliten la inmersión de los participantes en su medio local, regional, nacional e internacional.

El Centro de Innovación y Emprendimiento de la Facultad de Ingeniería Industrial-UNMSM, ha desarrollado un modelo de emprendimiento denominado "SMemprende", orientado a la formación de emprendedores, lo cual ha sido concebido bajo un enfoque basado en competencias y vivencias empresariales.

Esta metodología ha sido elaborada nutriéndose de otras experiencias desarrolladas en diferentes lugares del mundo. Una de las más importantes es la Metodología de Desarrollo de Competencias Económicas basada en la Formación de Empresarios - CEFE (*Competency based Economies through Formation of Enterprises*), que comprende un conjunto integral de instrumentos de capacitación que tienen el propósito de desarrollar y mejorar la administración de empresas

FIGURA 3.1
Metodología SMemprende



y las competencias personales de los grupos metas dentro de las cadenas productivas, especialmente en el campo de la generación de ingresos, del empleo y el desarrollo económico local. Fue desarrollada y aplicada en distintos países del mundo por la Oficina de Cooperación Técnica del Gobierno alemán, GTZ.

La metodología CEFE fue desarrollada en 1980 y es considerada como una de las más exitosas en métodos de capacitación de adultos en desarrollo de negocios. La metodología de capacitación CEFE se encuentra completamente adaptada para la capacitación de adultos y está orientada a la simulación, así como a la participación interactiva y empírica de los participantes.

Igualmente la metodología de capacitación del Programa ha recogido las metodolo-

gías de capacitación utilizadas en los Centros Europeos de Empresas e Innovación, así como las experiencias sobre emprendedurismo desarrolladas en México, Colombia y Brasil.

El desarrollo de la metodología SMemprende comprende tres fases. Las características de cada fase son:

- *Fase 1: Selección de emprendedores*
Esta fase desarrolla jornadas de desafíos de ventas orientadas a seleccionar a los emprendedores capaces para transformar su emprendimiento en un modelo de negocio escalable.
- *Fase 2: Desarrollo y validación de planes de negocio*
En esta fase se desarrollan jornadas de entrenamiento vivencial y sesión de asesoría

para alcanzar el siguiente nivel de emprendimiento a fin de que los beneficiarios aprendan a crear, potenciar, financiar y liderar su emprendimiento. En esta fase se formula el plan de negocio.

- *Fase 3: Puesta en marcha del negocio*
Se desarrolla la validación comercial del plan de negocio y se brinda las asesorías grupal e individual necesaria para formalizar y financiar la puesta en marcha del negocio.

En la figura 3.1, se muestran las fases de la metodología SMemprende.

Metodología

En esta sección, se describen las diferentes etapas que se han seguido durante el trabajo empírico, con el objeto de recoger la información necesaria que permitió identi-

ficar y medir los factores de la tipología del emprendedor.

En la encuesta se consideran 11 factores correspondientes a 25 características (preguntas).

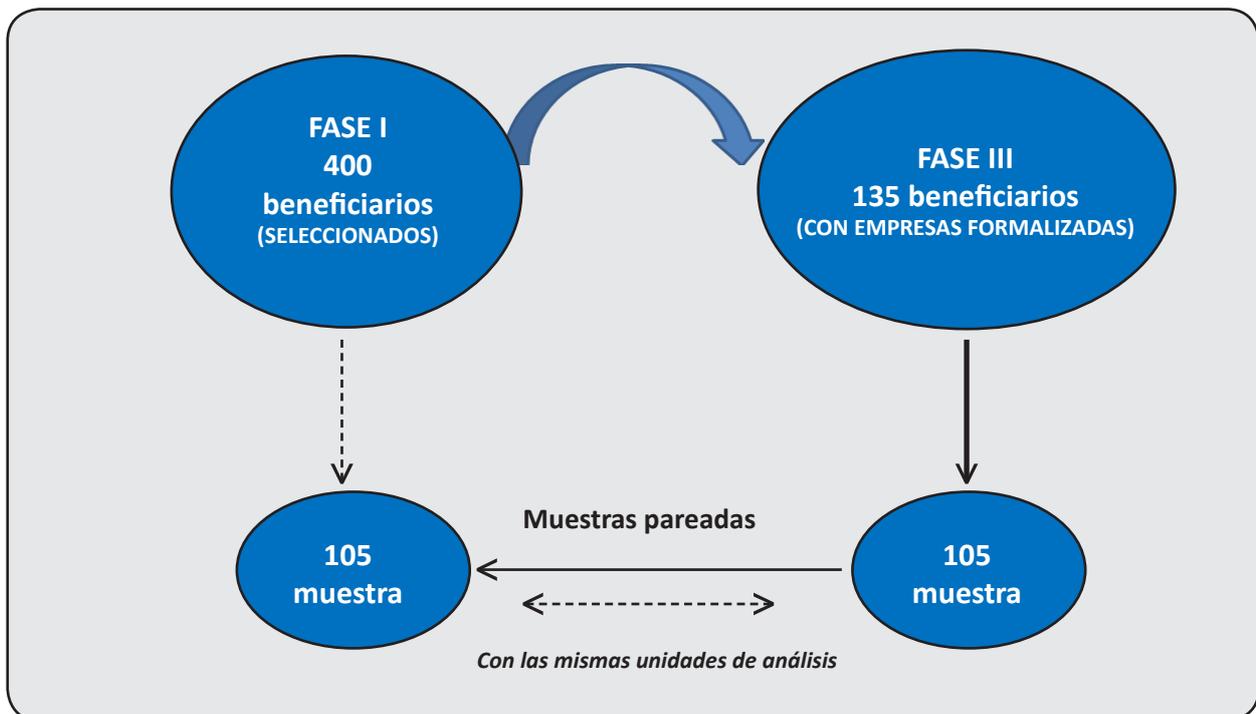
Encuesta y diseño muestral

Para la medida de los factores de actitudes y aptitudes, se usó la escala de Likert de 5 posiciones (1: Muy bajo, 2: Bajo, 3: Regular, 4: Alto y 5: Muy alto).

Este tipo de escala es generalmente utilizado como escala ordinal, del cual se deriva en un tratamiento estadístico de los datos. (Grande y Abascal, 1994; Camarero, 1997).

Las encuestas aplicadas en la fase 1 para el grupo de tratamiento y control fueron de 400 y 45 cuestionarios, respectivamente, los cuales permitirán identificar las encuestas por la técnica estadística de apareamiento. Se tabuló los datos con el paquete estadístico SPSS/PC, versión 17 y se calculó la dis-

FIGURA 4.1
DISEÑO MUESTRAL



FICHA TÉCNICA DEL DISEÑO MUESTRAL PARA EL GRUPO DE TRATAMIENTO

Ambiente geográfico	Lima Metropolitana y Callao
Técnica de muestreo	Probabilístico
Unidad muestral	Hombres y mujeres mayores de 30 años de edad
Población	135
Tamaño de muestra	105
Nivel de confianza	95%
Error muestral	5% (para el caso más desfavorable $p = q = 0,5$)
Fórmula para el tamaño de la muestra	$n = z^2pqN/[E^2(N-1)+z^2pq]$; Dónde: E: error de muestreo N: población
Tasa de no respuesta	3%
Período	Julio a noviembre de 2014

FICHA TÉCNICA DEL DISEÑO MUESTRAL PARA EL GRUPO DE CONTROL

Ambiente geográfico	Lima Metropolitana y Callao
Técnica de muestreo	Probabilístico
Unidad muestral	Hombres y mujeres mayores de 30 años de edad
Población	30
Tamaño de muestra	29
Nivel de confianza	95%
Error muestral	5% (para el caso más desfavorable $p = q = 0,5$)
Fórmula para el tamaño de la muestra	$n = z^2pqN/[E^2(N-1)+z^2pq]$; Dónde: E: error de muestreo N: población
Tasa de no respuesta	3%
Período	Julio a noviembre de 2014

tribución de frecuencias de cada variable.

La población a la entrada está conformada por hombres y mujeres, con educación secundaria mínimo y mayores de 30 años.

Y las poblaciones de la líneas de salida correspondientes a la Fase 3, está conformado por 135 beneficiarios del grupo de tratamiento y 30 personas del grupo de control, quienes no participaron en el programa.

La técnica estadística de “muestras apareadas”, permite que los datos de ambos se obtienen por pares, de forma que a cada par de

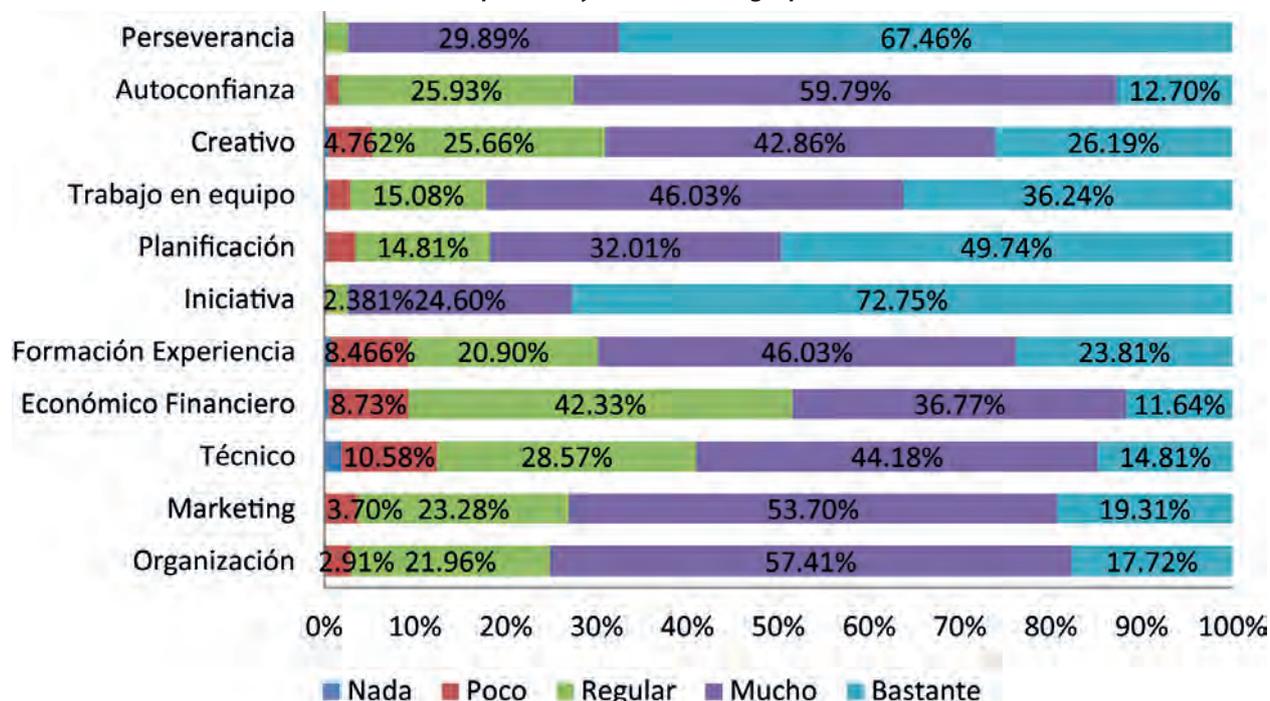
datos se le apliquen los tratamientos a comparar (Gutiérrez & De la Vara 2012). De manera similar se realizó para el grupo control.

Resultados

Aptitudes y actitudes del emprendedor del grupo de tratamiento en el pre-test

Se presentan los gráficos descriptivos para los once indicadores, los cuales fueron cate-

FIGURA 4.2
Distribución de aptitudes y actitudes del grupo de tratamiento



CUADRO 4.1
Diferencias de medias, grupo tratamiento y de control en el pre test

Factor	GRUPO DE CONTROL	GRUPO DE TRATAMIENTO
	Media	Media
Organización	10.87	10.91
Económico-Financiero	9.70	9.69
Formación	7.50	7.34
Iniciativa	8.77	9.25
Planificación	4.07	4.41
Trabajo en equipo	3.90	4.28
Creativo	3.67	3.90
Autoconfianza	7.90	7.10
Perseverancia	12.90	13.20
Marketing	17.70	17.86
Técnico	6.97	7.02

CUADRO 4.2
Diferencias según los factores de competencias

	Entrada PROMEDIO Y MEDIANA PRE-TEST	Salida PROMEDIO Y MEDIANA POS-TEST
	Media	Media
Organización	11.06	Organización 13.19
Económico	9.96	Económico 11.85
Formación	7.52	Formación 8.41
Iniciativa	9.30	INICIATIVA 9.53
Planificación	4.39	Planificación 4.46
Trabajo	4.28	Trabajo 4.60
Creativo	3.96	Creativo 4.43
Autoconfianza	7.28	Autoconfianza 7.50
Perseverancia	13.23	Perseverancia 13.71
Marketing	17.58	Marketing 20.84
Técnico	6.94	Técnico 8.17

gorizados en: nada, poco, regular, mucho y bastante con la finalidad de tener una apreciación gráfica al inicio del estudio.

Entre las calificaciones de “mucho” y “bastante”, sobresalen: organización, marketing,

iniciativa y perseverancia. A continuación (cuadros 4.1 y 4.2), se realiza el análisis comparativo basado en contrastes de diferencias de medias para el grupo de tratamiento y de control.

Se puede observar, en ambos cuadros, que tanto el grupo de control como el grupo de tratamiento al inicio presentan puntajes muy similares, con muy pocas diferencias, es decir se encontraron en las mismas condiciones.

Contraste de prueba pareada

Comparando los puntajes de las dimensiones para las actitudes y aptitudes del beneficiario, se observa de manera muy clara el incremento en cada una de las variables para el post-test o prueba de salida.

Conforme al contraste de las características de las competencias por aptitudes de los beneficiarios se aprecia mayor diferencia en los factores de organización, marketing y análisis económico financiero. Como se puede apreciar, en casi todos los rubros ha habido cambios favorables. Y en relación con las actitudes tiene mayor diferencia la perseverancia, creatividad y marketing. Sin embargo en iniciativa y planificación ha habido un cambio bajo.

Con un 5% de significancia, sí existe diferencia significativa en las puntuaciones de las variables organización, aspectos económicos y financieros, formación, trabajo en equipo, creativo, perseverancia, marketing y aspectos técnicos en la prueba de salida (pos test) comparada con la prueba de entrada (pre test); mientras que no hubo diferencia significativa en la iniciativa, planificación y autoconfianza (es decir en el siguiente cuadro sí se observa un incremento descriptivo en estos indicadores, pero esta diferencia aún no es significativa, es posible que a través del tiempo estos indicadores sigan mejorando), por otro lado se observa que estas características son internas de la persona.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En general lo que se observa es que hay pocas diferencias entre las respuestas del grupo de tratamiento y el de control en el pre-test, lo cual era esperable como una señal de robustez metodológica del estudio.

Respecto de las características socioeconómicas de los beneficiarios encuestados, el grupo de tratamiento pre-test se distribuye casi equitativamente entre mujeres y hombres (54% de mujeres). Como se puede apreciar la mayoría son casados y solteros, y tienen dos personas en promedio a su cargo; además poseen secundaria completa o superior universitaria y la gran mayoría no presenta discapacidad.

Con relación al grupo de tratamiento pretest, los conocimientos relacionados a organización, la mayoría de los encuestados calificaron con "mucho" (57.40%) y bastante (17.72%), asimismo, en marketing el 53.7% de encuestados calificaron con "mucho" y 19.31% con bastante. En el resto de las aptitudes las calificaciones fueron menores.

Al respecto, al grupo de tratamiento pre-test, el 67.4% de los encuestados calificó con "bastante" la actitud de perseverancia y con 72.7% calificó con bastante la actitud de iniciativa. En las otras actitudes se encontraron puntajes menores.

Con relación al contraste entre el pre-test y post-test del grupo de tratamiento, las características de las competencias por aptitudes de los beneficiarios tienen mayores diferencias en los factores de organización, marketing y análisis económico financiero. Como se puede apreciar, en casi todos los rubros no ha habido cambios favorables. Y en relación con las actitudes tiene mayor diferencia la perseverancia y la creatividad. Sin embargo, en iniciativa y planificación ha habido un cambio bajo.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta que las variables aptitudes y actitudes del emprendedor presenten impactos diferenciadores, estas evaluaciones deben realizarse en un período mayor al analizado (5 meses de intervención), proponiéndose controles anuales a fin de identificar la continuidad y sostenibilidad de los negocios

Referencias bibliográficas

- AMORÓS J. y ECHECOPAR G. (2006). GEM. *Reporte Nacional de Chile*. Santiago: UAI, Universidad del Desarrollo y Santander Universidades.
- AMORÓS J. y POBLETE C. (2010). GEM. *Reporte Nacional de Chile. Emprendimiento = Actitudes + Actividades + Aspiraciones*. Santiago: Universidad del Desarrollo.
- BILLOROU N., PACHECHO M. y VARGAS F. (2011). *Guía para la evaluación de impacto de la formación*. OIT CINTERFOR.
- CAMARERO, M. (1997). *Relaciones comerciales a largo plazo para las empresas. Propuesta de un modelo integrador de enfoques*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad de Valladolid.
- CARLAND J. y BOULTON W. (1984). *Differentiating entrepreneurs from small bussiness owners: a conceptualization*. Academy of Management Review.
- CEEI (Centro Europeo de Empresas e Innovación). En: <http://www.ceei.es/>
- CONSEJO DE INNOVACIÓN (2007). *Hacia una Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad*. Vol. 1.
- DAVIDSSON P. (1991). Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*.
- DEES J. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Stanford University.
- GUTIÉRREZ, H. y DE LA VARA, R. (2012). *Análisis y diseño de experimentos*. México: McGrawHill
- GRANDE, I. y ABASCAL, E. (1994). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: Editorial ESIC.
- KANTIS H. (Ed.) con la colaboración de Angelelli P. y Morí Koeing V. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina la experiencia internacional*. BID-Fundes Internacional.
- KIRZNER I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LEIBENSTEIN H. (1978). *General X-efficiency and economic development*. New York: Oxford University Press.
- LÓPEZ M. y VÁSQUEZ P. (2006). *Estudio de la actividad emprendedora en España mediante un análisis de conglomerado*. Universidad de Santiago de Compostela, España.
- MCKINNON S. (2011). *What does it Mean to Start a Social Enterprise*. Carleton Centre for Community Innovation
- OCAMPO E. (Ed). (2007). Uso de la lógica en la caracterización del emprendimiento de instituciones educativas. *Revista Clepsidra*. Universidad Autónoma de Colombia.
- SÁNCHEZ, H. y REYES, C. (2009). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima: Visión Universitaria.
- SHUMPETER H. (1934). *The Theory of Economic development*. Nueva York.
- SERIDA, J; NAKAMATSU, K.; BORDA, A.; MORALES, O. (2012). *GEM: Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2012-Lima*. Universidad ESAN, 2013,105 pp.