



**VNIVERSIDAD
D SALAMANCA**

**DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA SOCIAL Y
ANTROPOLOGIA**

TESIS DOCTORAL

**EVALUACIÓN DE FACTORES BÁSICOS
DE COMPETENCIA DE
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
EN LOS ESTUDIANTES DE TURISMO:
El caso de la Universidad San Martín de
Porres, Lima (Perú)**

Ema Julca Meza

Director: Dr. José Carlos Sánchez

Noviembre de 2011



**VNIVERSIDAD
D SALAMANCA**

**DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA SOCIAL Y
ANTROPOLOGIA**

TESIS DOCTORAL

**EVALUACIÓN DE FACTORES BÁSICOS
DE COMPETENCIA DE
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
EN LOS ESTUDIANTES DE TURISMO:
El caso de la Universidad San Martín de
Porres, Lima (Perú)**

Ema Julca Meza

Director: Dr. José Carlos Sánchez

Noviembre de 2011



VNIVERSIDAD
D SALAMANCA

TESIS DOCTORAL

**EVALUACIÓN DE FACTORES BÁSICOS
DE COMPETENCIA DE
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
EN LOS ESTUDIANTES DE TURISMO:
El caso de la Universidad San Martín de
Porres, Lima (Perú)**

Ema Julca Meza

Visto Bueno para su defensa

El Director de la Tesis

Fdo. Dr. D. José Carlos Sánchez



VNIVERSIDAD
D SALAMANCA

JOSE CARLOS SANCHEZ GARCIA, Doctor en Psicología y Profesor del Departamento de Psicología Social y Antropología de la Universidad de Salamanca,

CERTIFICA: Que el presente trabajo de investigación titulado “EVALUACIÓN DE FACTORES BÁSICOS DE COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE TURISMO” constituye el trabajo de investigación, original e inédito que presenta Dña. Ema Julca Meza para optar al grado de Doctora.

Para que conste,

En salamanca, noviembre de 2011.

AGRADECIMIENTOS

Durante estos años son muchas las personas e instituciones que han participado en este trabajo y, a quienes quiero expresar mi gratitud por el apoyo y la confianza que me han prestado.

Quiero agradecer al Decano de la Escuela de Turismo, de la Universidad San Martín de Porres, de Lima, Perú por su confianza y apoyo recibido, al Dr. José Carlos Sánchez, por sus enseñanzas y tiempo.

También a mis compañeros, familiares y amigos con los cuales he compartido horas de trabajo, gracias por los buenos y malos momentos, por aguantarme y por escucharme.

RESUMEN

El emprendimiento empresarial es una competencia que desarrollada como parte inherente de la formación profesional permite a las instituciones educativas de educación superior —entre ellas las universidades—, contribuir con profesionales con una inclinación hacia la propuestas de iniciativas para la constitución empresarial, es decir, profesionales capaces de concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios. Dado que el emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios es susceptible de ser evaluado, en el presente trabajo de investigación titulado “Evaluación de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres (Lima – Perú, 2011)“; se busca establecer las características más relevantes de emprendimiento empresarial, presentes en los alumnos; para tal efecto se desarrolló la presente investigación considerando dos partes bien definidas y diferenciadas entre sí.

Una primera parte en la cual se aborda los aspectos teóricos de la investigación (capítulos 2, 3, 4 y 5) donde se abordan temas dedicado

a sentar los preceptos rectores de la investigación; en dichos capítulos, siguiendo una estructuración que va desde lo general hacia lo específico se desarrollan temas que van desde la educación universitaria (capítulo 2), pasando por temas relacionados con el turismo y las competencias (capítulos 3 y 4 respectivamente); hasta, el abordaje del emprendimiento empresarial y su relación con el sector turismo (capítulo 5).

Por otro lado, se consideró una segunda parte dedicado al planteamiento inicial de la investigación (capítulo 1) y la metodología seguida para la consecución de los objetivos (capítulo 6); la investigación se complementa con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía, índice, anexos y otros apartados propios de un trabajo de investigación.

INDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. EL CONTEXTO DEL ESTUDIO.	1
1.1.1. Problema General.	3
1.1.2. Problemas Específicos.	4
1.2. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.	5
1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.	7
1.3.1. Objetivo General.	8
1.3.2. Objetivos Específicos.	8
1.4. ESTRUCTURA DEL ESTUDIO.	9

CAPÍTULO 2: LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

2.1. INTRODUCCIÓN.	12
2.2. LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA.	17
2.2.1. El Hecho Educativo.	20
2.2.2. Definición de Educación universitaria.	23
2.3. LA FORMACIÓN PROFESIONAL.	25
2.4. EL PROCESO CURRICULAR.	30
2.5. LA DIDÁCTICA.	35
2.5.1. Didáctica en la Educación Universitaria.	37
2.5.2. El Proceso Didáctico en la Enseñanza Universitaria	39
2.5.2.1. ¿Para qué Enseñar?	40

2.5.2.2. ¿Qué Enseñar?	42
2.5.2.3. ¿Cómo Enseñar?	44
2.5.2.4. ¿Para qué Evaluar? ¿Cómo Evaluar?	48
2.5.3. Didáctica en la universidad latinoamericana.	56
2.5.4. Didáctica en la universidad peruana.	58
2.6. REFLEXIONES FINALES.	60
<u>CAPÍTULO 3: EL TURISMO</u>	
3.1. INTRODUCCIÓN.	62
3.2. DEFINICIÓN DE TURISMO.	65
3.3. CLASES DE TURISMO.	69
3.3.1. Turismo Social.	
3.3.2. Turismo Cultural y Científico.	74
3.3.3. Turismo de Negocios.	75
3.3.4. Turismo de Descanso y Esparcimiento.	76
3.4. LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO.	77
3.4.1. El turismo como Disciplina.	79
3.4.2. El turismo como Profesión.	81
3.5. CONCLUSIONES.	84
<u>CAPÍTULO 4: LAS COMPETENCIAS</u>	
4.1. INTRODUCCIÓN.	87
4.2. DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS.	90
4.2.1. Saberes Esenciales de las Competencias.	96
4.2.2. Tipos de Competencias.	99

4.3. LA FORMACIÓN PROFESIONAL POR COMPETENCIAS.	105
4.4. LAS COMPETENCIAS EN EL PROFESIONAL DE TURISMO.	118
4.5. CONCLUSIONES.	128
<u>CAPÍTULO 5: EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL</u>	
5.1. INTRODUCCIÓN.	130
5.2. DEFINICIÓN DE EMPRENDIMIENTO	133
5.2.1. Tipos de Emprendimiento Empresarial.	137
5.2.2. Factores que Motivan el Emprendimiento Empresarial.	138
5.3. COMPETENCIAS Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.	141
5.4. LA CONDUCTA EMPRENDEDORA.	155
5.5. EVALUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.	159
5.5.1. Instrumentos de Evaluación.	160
5.5.2. Criterios de Evaluación.	167
5.5.3. Parámetros e Indicadores.	168
5.6. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURISMO.	170
5.7. CONCLUSIONES.	174
<u>CAPÍTULO 6: METODOLOGÍA Y RESULTADOS</u>	
6.1. INTRODUCCIÓN.	177

6.2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	180
6.3. HIPÓTESIS PLANTEADAS.	182
6.3.1. Hipótesis General.	182
6.3.2. Hipótesis Específicas.	182
6.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	183
6.4.1. Población.	183
6.4.2. Muestra.	184
6.4.3. Variables e Indicadores.	191
6.4.4. Instrumento de Recolección de la Información.	192
6.4.5. Procesamiento de la Información.	194
6.4.6. Análisis e Interpretación de Datos.	195
6.5. RESULTADOS.	197
<u>CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	
7.1. CONCLUSIONES.	211
7.2. RECOMENDACIONES.	217
BIBLIOGRAFÍA.	219
ANEXOS	231
A.1. TABLAS	231
A.2. MODELOS EMPÍRICOS PROPUESTOS.	246
A.3.1. Modelo Empírico Propuesto.	246
A.3.2. Modelo Empírico Obtenido.	247.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. EL CONTEXTO DEL ESTUDIO.

Ante un actual y mundial proceso de globalización imperante, la exigencia para las organizaciones es la innovación constante, para tal cometido las organizaciones exigen de sus empleados diversas cualidades que definen a estas como más competentes en su relación consigo mismo, los demás, las organizaciones, el entorno, la ciencia, la tecnología, el arte, el deporte y el mundo laboral. En 1985 Peter Drucker afirmaba que:

La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Se le presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse. Los empresarios innovadores deben investigar conscientemente las fuentes de innovación, los

cambios y los síntomas de oportunidades para hacer innovaciones exitosas, y deben conocer y aplicar los principios de la innovación exitosa”. (p. 67).

El emprendimiento empresarial como cualidad humana, forma parte de las competencias personales, las cuales como se vio en el párrafo precedente, es una exigencia de los procesos de innovación empresarial. Por otro lado, estudios diversos dan cuenta que existe una relación entre la capacidad de las personas de llevar adelante sus ideas de negocios —emprendimiento empresarial— y el crecimiento económico; y es que hoy en día se tiene en claro que existen diferentes competencias que deben ser características en los profesionales a fin de que estos puedan responder eficientemente a los cambios sociales y organizacionales, así como a la necesidad de crecer económicamente de la persona, la organización donde este labora y el país.

Cromie (2000) señala lo inusual que resulta en la actualidad oír algún debate político sin alguna referencia al tema del emprendedorismo, una vez que éste, y temas relacionados con el mismo, tales como la innovación y la empresa, son reconocidos como cruciales para el crecimiento y prosperidad económica.

De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor – GEM –España “la trascendencia del tema de la actividad emprendedora se justifica principalmente por la incidencia positiva que

tiene la misma tanto en la generación de nuevos puestos de trabajo como en el crecimiento económico” (Coduras & Justo, 2002, p.4).

Por otro lado, Bueno (2003), dentro del actual contexto de las Nuevas Empresas de Base Tecnológica (NEBTs), donde las expectativas de crecimiento y competitividad resultan de gran calado, señala que estas asumen una posición privilegiada al poner en valor el conocimiento de sus emprendedores, el cual constituye la fuerza motora para la innovación continua en este tipo de organizaciones.

1.1.1. Problema General.

Teniendo en cuenta el contexto de formación profesional en Turismo en el Perú y los preceptos descritos en los párrafos precedentes, se tiene que si queremos contribuir con el crecimiento económico del país, es necesario que los profesionales de turismo que egresan de las diversas universidades tengan como una de sus metas el desarrollo de la actividad emprendedora, la cual se traduce en la creación de empresas en dicho rubro; es por ello que la «Evaluación de los Factores Básicos de Competencias de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo», que se expresa en la actitud hacia la creación de negocios, es necesario, ya que dicha actitud es un indicador que en parte expresa los resultados de la formación profesional en el área del emprendimiento empresarial, el cual, como se señaló anteriormente, tiene incidencia positiva en la generación de nuevos

puestos de trabajo como en el crecimiento económico. En razón de lo señalado, la presente investigación se formuló en términos de dar respuesta a la siguiente pregunta:

En los Estudiantes de Turismo de la Universidad San Martín de Porres (Lima-Perú), de qué manera los rasgos propios de cada estudiante (contexto socioeconómico, edad, entorno familiar y características personales) están relacionados con el desarrollo de actitudes hacia la Competencia de Emprendimiento Empresarial

1.1.2. Problemas Específicos.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación formulada como problema general, se recurre a la especificación de esta en caracteres factibles de ser analizados, luego, la respuesta a la pregunta general se lograría mediante la consecución de respuestas empíricas a los caracteres en mención; en efecto, la respuesta a la pregunta general se logró como resultado de sistematizar las interrogantes formuladas en los siguientes términos:

PE₁: ¿De qué manera los rasgos propios de cada alumno están relacionados con el desarrollo de actitudes hacia el entorno?

PE₂: ¿De qué manera los rasgos propios de cada alumno están relacionados con el desarrollo de actitudes hacia sus potencialidades?

PE₃: ¿De qué manera los rasgos propios de cada alumno están relacionados con el desarrollo de actitudes hacia la innovación?

PE₄: ¿De qué manera los rasgos propios de cada alumno están relacionados con el desarrollo de actitudes hacia el emprendimiento empresarial?

1.2. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.

Desde el punto de vista teórico, el presente trabajo de investigación es importante porque este fue planeado y ejecutado teniendo en cuenta que los resultados de estructurar las variables e indicadores extraídos del problema objeto de estudio iban a permitir enriquecer el corpus teórico acerca de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial y la forma como dichos factores están relacionados con los rasgos demográficos propios de los alumnos y el desarrollo de la formación profesional en Turismo y Hotelería.

Desde el punto de vista práctico, la presente investigación es importante porque permite establecer una relación específica entre los factores básicos de emprendimiento empresarial (Actitudes de los estudiantes hacia el entorno, sus propias potencialidades, la innovación y el emprendimiento empresarial propiamente dicho), y, los rasgos característicos de los alumnos (personalidad, edad, sexo y entorno

familiar); luego, al conocer dicha relación de variables, esto permitirá conocer las debilidades o deficiencias existentes en el logro de una adecuada formación para el emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres, lo cual a su vez servirá como indicador para la toma de decisiones en cuanto a la formación integral de los estudiantes de dicho centro de formación universitaria.

La investigación es importante metodológicamente porque servirá a futuros investigadores en temas relacionados con la “Evaluación de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial”, como modelo de referencia para llevar a cabo sus respectivas investigaciones; además, si algún investigador quiere sistematizar un modelo o método de investigación propio para problemas de este tipo, la estructura usada en la presente investigación será un buen referente.

En síntesis, la presente investigación es importante porque al conocer el nivel de desarrollo de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres y la forma como dichos factores se relacionan con los rasgos propios de cada estudiante, permitirá establecer estrategias curriculares basadas en dichos criterios; y es que los resultados obtenidos permitirá la implementación de currículos de formación profesional orientada al desarrollo de competencias de

emprendimiento empresarial al inicio de carrera (1° ciclo), mediado de carrera (5 ciclo) y final de carrera (9° ciclo).

Por otro lado, tal como fue planeado el presente trabajo de investigación, este no encontró limitaciones insalvables ya que se contó con el marco teórico necesario y la herramienta metodológica que nos permitió la recolección de información necesaria, suficiente y pertinente para lograr los objetivos propuestos; además de ello, se contó con la ayuda de las autoridades administrativas y académicas de la carrera profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad San Martín de Porres de Lima, quienes nos facilitaron los ambientes para poder aplicar el cuestionario respectivo y dieron sugerencias puntuales que nos permitieron establecer un cronograma operativo para la recolección de la información.

1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

El objetivo principal y los objetivos específicos del presente trabajo de investigación fueron formulados teniendo como directrices orientadoras la pregunta general y las interrogantes específicas enunciadas anteriormente. En razón de lo acabo de señalar, el objetivo general y los objetivos específicos que coadyuvaron su consecución, fueron los siguientes:

1.3.1. Objetivo General.

Evaluar el desarrollo de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres (Lima, Perú) con la finalidad de establecer una relación entre el desarrollo de dichas competencias y los rasgos propios de cada alumno (nivel socioeconómico, edad biológica y entorno familiar).

1.3.2. Objetivos Específicos.

OE₁: Relacionar los rasgos propios de los estudiantes con el desarrollo de actitudes hacia el entorno.

OE₂: Relacionar los rasgos propios de los estudiantes con el desarrollo de la intención de emprender.

OE₃: Relacionar los rasgos propios de los estudiantes con el desarrollo de creencias y motivaciones hacia el emprendimiento.

OE₄: Relacionar los rasgos propios de los estudiantes las normas y parámetros propios de modelos de intenciones hacia el emprendimiento empresarial.

1.4. ESTRUCTURA DEL ESTUDIO.

La ejecución de la presente investigación involucró un proceso de investigación teórica y empírica, cuyos resultados han sido

estructurados en los capítulos presentados en la figura 1.1. La estructuración de los capítulos estuvo orientada por las variables e indicadores considerados en el estudio. En efecto, mediante un abordaje teórico fue estructurado según la lógica que parte de lo general para llegar hacia lo específico. En razón de ello, los primeros cinco capítulos abordan la parte teórica – conceptual que comprende temas relacionados con la educación universitaria, el turismo, las competencias y el emprendimiento empresarial; dejando el capítulo seis para la presentación de la parte empírica, en la cual se relaciona los rasgos demográficos de los estudiantes de Hotelería y Turismo de la universidad San Martín de Porres (Edad, sexo, lugar de procedencia, ciclo de estudios, profesión del padre, etc.) con las intenciones que dichos estudiantes tienen hacia el emprendimiento empresarial; y, el capítulo siete, para la presentación de las conclusiones y recomendaciones pertinentes con el tema de estudio.

Figura 1.1. Estructura del estudio (Parte 1)

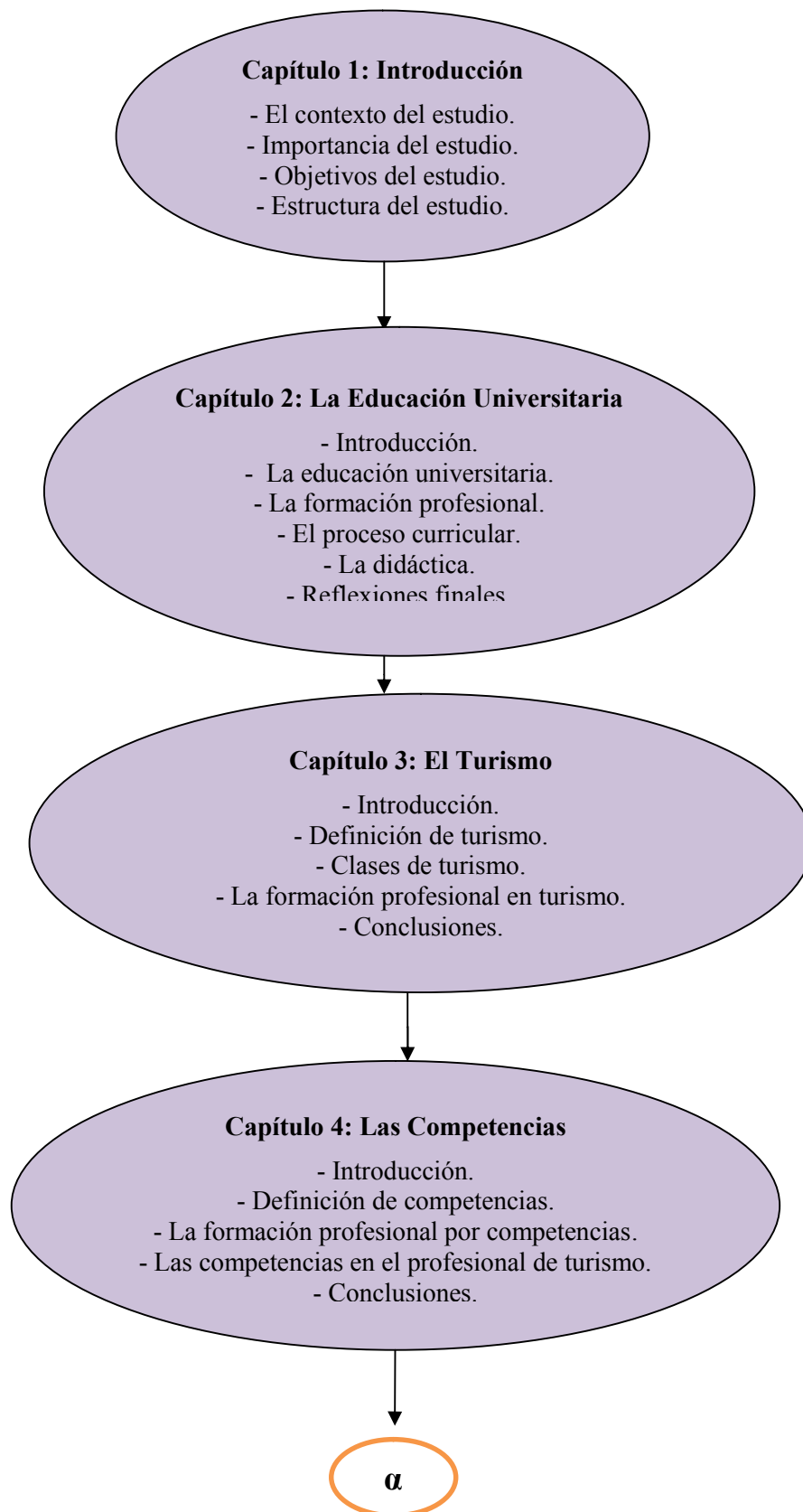
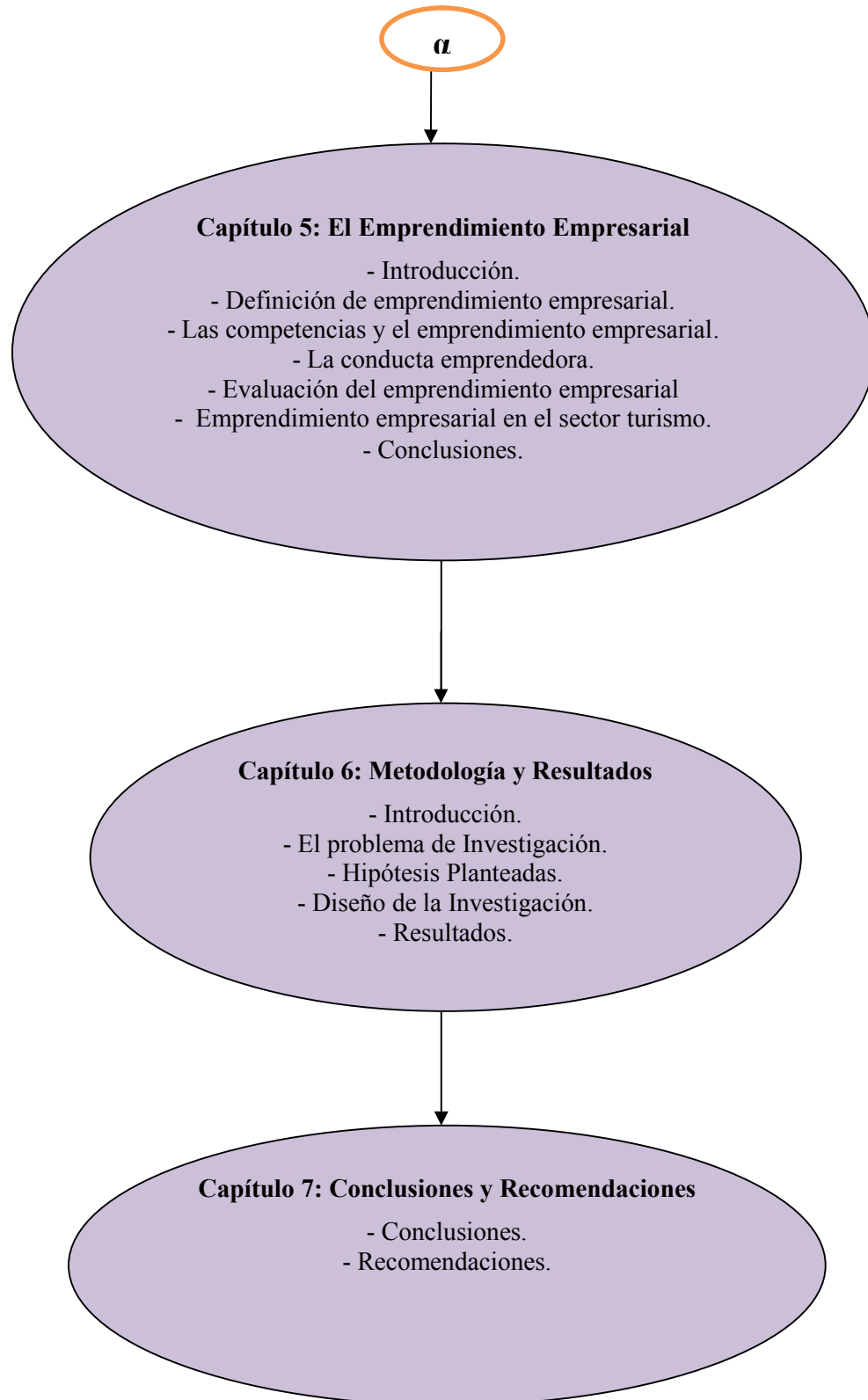


Figura 1.1. Estructura del estudio (Parte 2).



CAPÍTULO 2

LA EDUCACION UNIVERSITARIA

2.1. INTRODUCCIÓN.

Etimológicamente el termino universidad proviene del latín *universitas*, el cual hace referencia a un establecimiento o conjunto de unidades educativas de enseñanza superior e investigación facultados para otorgar grados académicos y títulos profesionales.

La Universidad es una institución que busca la verdad a través de la investigación científica, tecnológica y de organización social eficiente; es por ello que para investigar tiene que tener autonomía, de lo contrario será una institución que no cumplirá eficientemente sus funciones. En el contexto del conocimiento humano, Francisco Miro Quesada, citado por Asamblea Nacional de Rectores (2002), señala que la universidad es una institución dedicada a la exposición de la práctica del saber, saber en sentido amplio; es decir, en el saber no

solamente se incluyen las ciencias y las técnicas, sino también las artes.

Toda universidad, en lo posible, debe tener una especialización sobre arte, sobre los diversos artes, porque sin el arte no se puede realizar por completo la plenitud humana. El hombre no puede vivir sin arte como lo demuestra las pinturas de Altamira, por ejemplo; incluso aquí en el Perú, en Toquepala, hay una caverna en la que hay pinturas peruanas históricas, anteriores al incanato, etc. De manera que la universidad, pues, debe de ser englobante. (p. 172).

Por otro lado, desde una perspectiva constitutiva y funcional, la universidad se concibe como una institución donde se concentra una comunidad de profesores y alumnos que desean formar parte en la labor de transmitir, generar y difundir conocimientos; en ese contexto la universidad se define por: El interés de las personas concretas que quieren estudiar en ella y que la requieren por su capacidad de respuestas a sus personales vocaciones; por su calidad de respuesta a las necesidades de la sociedad, sean éstas de mercado, sociales o históricas; y, por su entrega a la dinámica del crecimiento del saber y su fuerza cognitiva propia. Según MacIntyre (1992), cuando a una comunidad universitaria se le pide que se justifique a sí misma especificando cuál es su función peculiar y esencial, esa función que, en

caso de que esa comunidad no existiera, no podría desempeñar otra institución, la respuesta de dicha comunidad tiene que ser que las universidades son sitios en los que se elaboran concepciones y criterios de la justificación racional, se los hace funcionar en las detalladas prácticas de investigación, y se los evalúa racionalmente, de manera que sólo de la universidad puede aprender la sociedad en general cómo conducir sus propios debates, prácticos o teóricos, de un modo que se pueda justificar racionalmente.

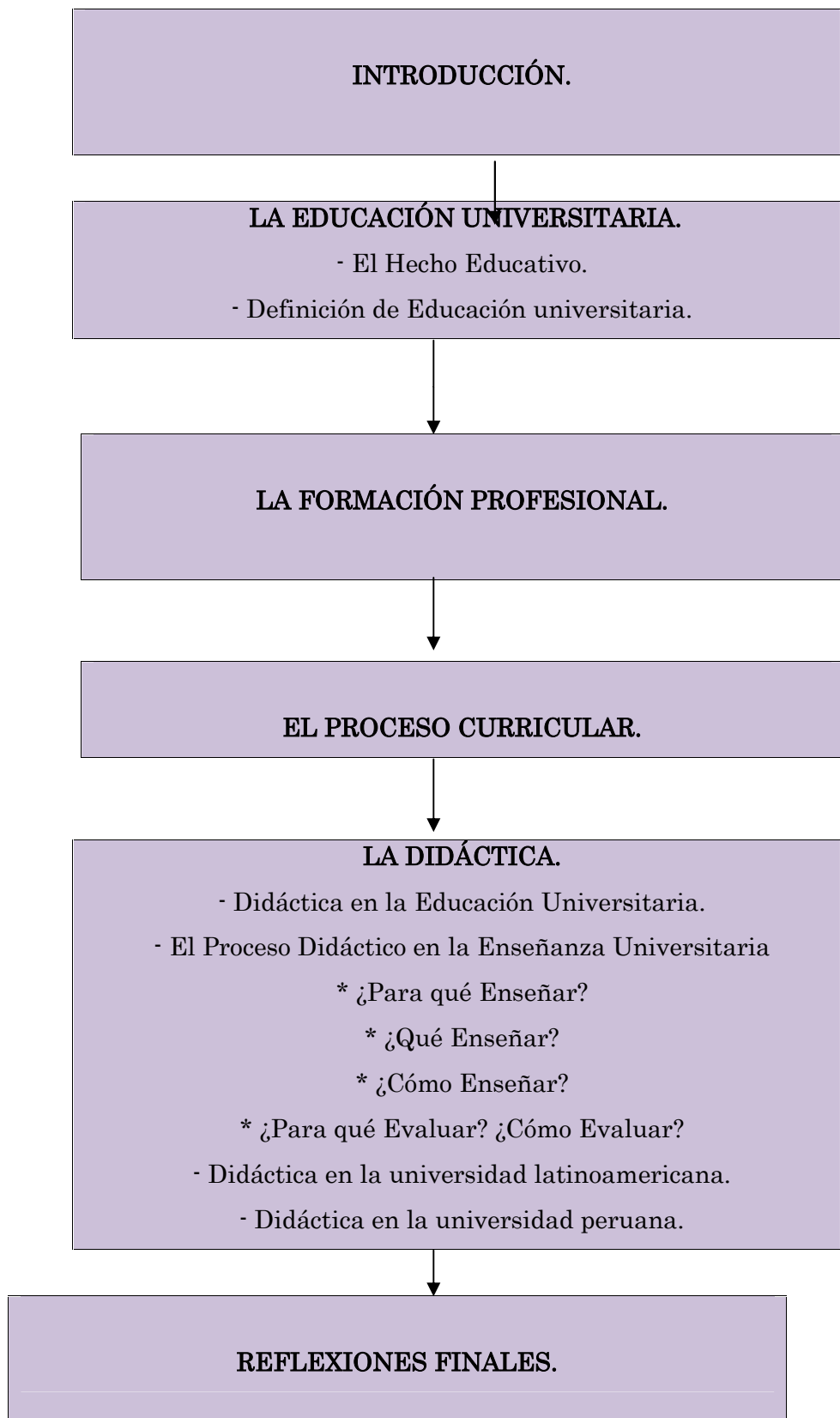
Pero esta misma pretensión sólo puede presentarse de una manera plausible y justificable cuando, y en la medida en que la universidad sea un lugar en el que los pareceres rivales y opuestos sobre la justificación racional se les dé la oportunidad no sólo de desarrollar sus propias investigaciones, en la práctica y en la articulación de la teoría de esa práctica, sino también de dirigir su guerra intelectual y moral.

En cuanto a la educación universitaria latinoamericana se refiere, Claudio Rama citado por García (2003) sostiene que América Latina ha tenido, durante la mayor parte del siglo XX, un modelo específico de universidad caracterizado por una fuerte autonomía de sus instituciones públicas, un marco de gestión basado en la modalidad de cogobierno, el monopolio de la educación pública, la gratuidad en su acceso, un fuerte corporativismo al interior y un papel del Estado mayoritariamente orientado al suministro de recursos financieros. El

viejo modelo agregaba, entre otros elementos distintivos, una excesiva rigidez de los marcos jurídicos, la ausencia de mecanismos institucionalizados de evaluación y una estructura institucional basada en facultades.

En cuanto a instituciones de educación superior —Entre ellas la universidad latinoamericana—, Didriksson (2007) señala estas se encuentran en una difícil disyuntiva desde dos escenarios contradictorios. El primero profundiza en el tiempo, la competitividad individualizada de las instituciones, de los académicos y de los estudiantes, desde una perspectiva de mercado; mientras que el otro, apunta a una mayor cooperación horizontal entre instituciones y sectores, que se estructuran en redes y en espacios comunitarios.

Figura 2.1: Representación Gráfica del Capítulo 2.



2.2. LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA.

Etimológicamente el término educación proviene del latín *educare*, que quiere decir criar, alimentar, nutrir; y, *educere* que significa llevar a sacar afuera. Inicialmente estas definiciones fueron aplicadas al cuidado y pastoreo de animales para luego llevar a la crianza y cuidado de los niños. Solo sé que no sé nada, es una frase muy citada del filósofo ateniense Sócrates. El ser humano voluntaria o involuntariamente está inmerso en el proceso de educación, que se va desarrollando a lo largo de nuestras vidas desde el momento de la concepción y hasta la muerte. Al nacer el individuo es como un cuaderno vacío que se va llenando conforme a las experiencias que vive, este es el proceso de aprendizaje, el que se da en todos los aspectos de nuestras vidas, abarcando la cotidianidad, los establecimientos escolares, así como el ambiente y las personas que nos rodean.

Las instituciones sociales se van desarrollando porque tienen que satisfacer las necesidades básicas de la sociedad y la educación satisface la necesidad fundamental de transmitir conocimientos. Esa función primaria (la transmisión del conocimiento) se cumple de tres maneras: por la preservación, la difusión y la innovación del conocimiento. La preservación del conocimiento se cumple parcialmente con la enseñanza que es la forma en que el conocimiento se transmite de una generación a otra. La tarea de la preservación se logra también por medio de investigadores como el descifrar

manuscritos antiguos, preservando la maquinaria y la escritura. La innovación que es la creación o descubrimiento de nuevos conocimientos por la investigación o el pensamiento creador, se puede realizar a cualquier nivel del sistema educativo, pero tradicionalmente recibe más atención en las universidades.

La educación tiene cuando menos dos funciones secundarias: la integración socio cultural y el enriquecimiento personal. Aunque actualmente la televisión es un fuerte competidor del sistema educativo ha sido el vehículo principal de la integración sociocultural. La educación formal constituye un medio de transformar una educación compuesta por muchos grupos étnicos y diferentes marcos culturales en una comunidad de individuos que compartan hasta cierto punto una identidad común.

La educación también presenta oportunidades de desarrollo y superación personal. Al menos teóricamente, la gente asimila una amplia variedad de perspectivas y experiencias que estimulan el desarrollo intelectual, la creatividad y el avance de los medios verbales y artísticos de expresión personal. De esta manera la educación proporciona un ambiente donde los seres humanos podemos, mejorar la calidad de nuestra vida mediante experiencias intelectuales, artísticas y emocionales.

La educación formal intencionada es la que recibimos en las instituciones escolares y que hacemos con la intención transformadora

de conocimientos evidentemente presente, ésta la recibimos de un grupo de lo que en cierto modo podríamos llamar sofistas (persona sabia o hábil) la filosofía define así a los profesores o maestros porque son personas que dicen tener cierto cúmulo de conocimientos y lo imparten a otras personas, a cambio de un pago por este servicio; en este sentido todos hemos tenido en algún momento de nuestras vidas tendencias sofistas. Pero si recibimos conocimientos de otras personas, al menos debería ser de alguien con más conocimientos en la materia que nosotros mismos. Platón (filósofo ateniense, discípulo de Sócrates) define la educación como un proceso de perfeccionamiento y embellecimiento del cuerpo y el alma. Este filósofo se encarga de destacar las tres funciones principales de la educación, que a pesar de haberse hecho hace más de 20 siglos, aún está vigente; estas funciones son:

- La formación del ciudadano;
- La formación del hombre virtuoso; y
- La preparación para una profesión.

La educación en el individuo, tiene dos grandes motores llamados hetero educación y autoeducación. La primera consiste en el proceso educativo impuesto, en el que el individuo es formado y la autoeducación se da cuando el individuo mismo busca tomar la información e integrarla a su cúmulo de conocimientos. Lo ideal es que ambos "motores" estén complementados para que la educación sea un

proceso que le dé al individuo las herramientas, medios e instrumentos necesarios para la configuración de sus conocimientos.

2.2.1. El Hecho Educativo.

El hecho educativo, es toda acción humana que implique creación, intercambio y recreación de conocimientos; es una práctica social humana, porque ella abarca todas las formas de creación e intercambio de conocimientos, desde las formas tradicionales, familiares, místicas, informales, mágicas y empíricas, hasta las formas más sistemáticas, racionalistas y formales, que han sido socialmente institucionalizadas por la escuela, la iglesia, el estado y la sociedad. Rodríguez (1993) define al hecho educativo como

El hecho educativo o acto educativo, es toda acción humana que implique creación, intercambio y recreación de conocimientos; es una práctica social humana, porque ella abarca todas las formas de creación e intercambio de conocimientos, desde las formas tradicionales, familiares, místicas, informales, mágicas y empíricas, hasta las formas más sistemáticas, racionalistas y formales, que han sido socialmente institucionalizadas por la escuela, la iglesia, el estado y la sociedad. Desde una perspectiva general —perspectiva Macro educativa—, el Hecho Educativo es un proceso global de interacción socio-cultural, a través del cual se desarrollan nuestras facultades físicas, intelectuales y morales; por otro lado, desde una perspectiva

específica —perspectiva Micro educativa—, el hecho educativo se traduce en el acto pedagógico, es decir, en un proceso de enseñanza – aprendizaje donde se crea y comparten conocimientos, habilidades y se fomentan actitudes y aptitudes.

Savater (1997), señala que los niños siempre han pasado mucho más tiempo fuera de la escuela que dentro, sobre todo en los primeros años. En la familia el niño aprende o debería aprender aptitudes fundamentales como hablar, asearse, vestirse, obedecer a los mayores, entre otros, y todo lo que el niño aprende fuera o dentro de la escuela forma parte del hecho educativo.

El hecho educativo —acto o fenómeno educativo—, tiene lugar cuando el educador transmite al educando determinado mensaje, denominado contenido educativo; es decir, “es el proceso en el cual el educando recibe del educador determinado contenido educativo, a través de medios eficientes” (Rodríguez, 1993, p. 248). En ese contexto, entendemos por contenido educativo el conjunto de mensajes provenientes de la cultura universal y nacional, seleccionados y organizados en función de los objetivos educativos.

En el Perú, la educación universitaria como hecho educativo, está sujeto a los fines que persigue la universidad peruana, en efecto, según la Ley Universitaria vigente desde 1983, son fines de las universidades, los siguientes:

- a. Conservar, acrecentar, acrecentar y transmitir la cultura universal con sentido crítico y creativo afirmando preferentemente los valores nacionales.
- b. Realizar investigación en las humanidades, las ciencias y las tecnologías, y fomentar la creación intelectual y artística.
- c. Formar humanistas, científicos y profesionales de alta calidad académica de acuerdo con las necesidades del país, desarrollar en sus miembros los valores éticos y cívicos, las actitudes de responsabilidad y solidaridad social y el conocimiento de la realidad nacional así como la necesidad de la integración nacional, latinoamericana y universal.
- d. Extender su acción y sus servicios a la comunidad, y promover su desarrollo integral.
- e. Cumplir las demás atribuciones que les señalen la Constitución, la Ley y su estatuto.

La pedagogía es la disciplina que se ocupa del estudio del hecho educativo; es decir, la pedagogía es un conjunto de normas, leyes, principios que se encargan de regular el proceso educativo. El término "pedagogía" se origina en la antigua Grecia, al igual que todas las ciencias primero se realizó la acción educativa y después nació la pedagogía para tratar de recopilar datos sobre el hecho educativo,

clasificarlos, estudiarlos, sistematizarlos y concluir una serie de principios normativos. Etimológicamente, la palabra pedagogía deriva del griego *paidos* que significa niño y *agein* que significa guiar, conducir. Se llama pedagogo a todo aquel que se encarga de instruir a los niños. Inicialmente en Roma y Grecia, se le llamó Pedagogo a aquellos que se encargaban de llevar a pacer a los animales, luego se le llamó así al que sacaba a pasear a los niños al campo y por ende se encargaba de educarlos.

2.2.2. Definición de Educación Universitaria.

El tema de la universidad suscita siempre el interés de todos, por lo que ella representa como institución creadora de cultura, ciencia y tecnología. Para los profesores y estudiantes, como espacio por excelencia dedicado a la preservación, transmisión y recreación de las tradiciones y conocimientos. Para la sociedad, el Estado y la empresa, por el aporte que de ella esperan mediante la formación de profesionales con excelencia académica, humanistas, científicos, técnicos e investigadores dedicados a la generación y búsqueda de nuevos conocimientos, traducidos en respuestas competitivas y solidarias a las demandas que plantea el actual proceso de globalización y la revolución científica y tecnológica de la era del conocimiento (García, 2003). Sin embargo, pocos son los que hoy abordan el tema con plena conciencia que la universidad ha sido afectada en sus características tradicionales.

Teniendo como premisa una perspectiva funcional e institucional de la universidad, se infiere que la educación universitaria tiene como máximo reto la formación profesional de los habitantes de un país, para que estos a su vez sean agentes de transformación social; es decir, la educación universitaria busca la formación profesional del individuo y el desarrollo tanto de la persona como de la sociedad en la que está inmersa. En razón de lo acabado de señalar, definimos la educación universitaria como el proceso enseñanza – aprendizaje orientado a: la formación profesional y desarrollo intelectual de las personas que acrediten tener una formación básica; y, a la búsqueda del desarrollo científico, tecnológico y de organización social eficiente. (Torres, 2002).

Teniendo en cuenta la función inherente de enseñar que tiene la universidad, Berro (1964) citado por Comisión de Celebración del 450° Aniversario de la UNMSM (2001) señala que enseñar es desquiciar, sacar de quicio, acabar con seguridades que no lo son tanto, es por ello que, en cuanto a su naturaleza:

La Universidad, y no la confundamos con escuelas técnicas y profesionales, debe fomentar un auténtico e incesante quebrantar, desenmascarar cualquier sistema y doctrina, abriendo y despejando espacios nuevos para el pensar. No es casual que en los mejores momentos de su historia, la cátedra universitaria haya sido el latente enemigo del estancamiento y estabilismo intelectuales y el refugio de

todo el que apuntara hacia el futuro [...] El riesgo está en que se olvide el sentido mismo del desquiciamiento y la universidad se transforme en la abanderada incondicional y fanática de algún sistema o doctrina, con lo que estaría negando su propia esencia. (p. 36).

2.3. LA FORMACIÓN PROFESIONAL.

La educación es un derecho humano y un deber social fundamental, es democrática gratuita y obligatoria. El Estado la asumirá como una función indeclinable y de máximo interés en todos sus niveles y modalidades... está fundamentada en el respeto a todas las corrientes de pensamiento, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración ética del trabajo y en la participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social consustanciados con los valores de la identidad cultural.

Es el objetivo de la educación: mover al individuo de una situación heterónoma a una autónoma. El fin educativo es la formación de hombres libres, conscientes y responsables de sí mismos, capaces de su propia determinación. En esto consiste el hecho humano de la educación, en la formación de la conciencia moral, en la capacidad de discernir entre el bien y el mal. El punto más importante del proceso

educativo es la voluntad del individuo, para que sea capaz de tomar resoluciones libres, regidas por las normas y valores éticos y morales. Según Josef Gottler (1965) el fin general de la educación es que el educando llegue a poseer la capacidad y la buena voluntad necesarias para llevar una vida valiosa dentro de los círculos que circunscriben la existencia humana. El ideal de la educación hay que cifrarlo en una saludable armonía del saber, el querer y la destreza deben sintonizarse mutuamente y a los que hay que conceder mayor o menor predominio según sean las aptitudes individuales y la profesión y estado de vida que estas aconsejen elegir.

El proceso educativo es bastante largo y complejo, en el que pasamos básicamente por tres fases:

- La educación como desarrollo: en esta fase es el educador quien impulsa los cambios en los conocimientos en el educando.
- La educación como disciplina surge cuando este desarrollo no se deja a su libre albedrío sino que se guía para controlarlo o estimularlo.
- La educación como formación: el educador busca transmitir conocimientos y orientaciones a su discípulo.

La educación es la formación del hombre por medio de una influencia exterior consciente o inconsciente, o por un estímulo que si

bien proviene de algo que no es el individuo mismo, suscita en él una voluntad de desarrollo autónomo conforme a su propia ley.

Mialaret (1981) señala tres sentidos como parte del proceso educativo; siendo el primero los llamados más media o la denominada educación francesa (andragogía, educación religiosa, animación cultural, etc.). El segundo sentido es el de la educación como resultado de una acción que prepara a los jóvenes adaptándolos a la vida, más que a la preparación intelectual que reciben en las instituciones escolares formales. El tercer sentido al que hace referencia el autor se refiere a la retroalimentación que se da entre al menos dos individuos inmersos en el proceso educativo.

La educación entendida en sus diversos significados, trata de la formación de individuos integrales, capaces de desarrollar una carrera profesional, así como de vivir en una sociedad dentro de sus valores éticos y normas morales. Educar a un individuo, a una sociedad o a la humanidad misma, estamos inmersos en un proceso de formación que es el encargado de amplificar “el aprendizaje y proporcionar un contexto para el mismo en tres terrenos principales. En primer lugar está el conocimiento y cómo aplicarlo. La segunda categoría es el aprendizaje de habilidades. El último terreno es el aprendizaje de valores y actitudes. Los resultados del aprendizaje son claros: mejor rendimiento, nuevas habilidades, nuevos conocimientos y nuevas actitudes", más o menos en la misma línea está Jacques Delors cuando

dice que la educación debería llevar a cada persona a descubrir, despertar e incrementar sus posibilidades creativas.

La formación profesional es una actividad cuyo objeto es descubrir y desarrollar las aptitudes humanas para una vida activa, productiva y satisfactoria. En función de ello, quienes participan de actividades de formación profesional deberían poder comprender individual o colectivamente cuanto concierne a las condiciones de trabajo y al medio social, e influir sobre ellos. Casanova (2003), sostiene que la formación profesional posee un componente didáctico, al igual que otras formas de educación, pero con énfasis marcado en los aspectos técnicos y tecnológicos. Tiene una preocupación comparativamente mayor que otras formas de educación por los vínculos entre contenidos y métodos de dicha formación por un lado, y los cambios que se operan en el mundo de la producción y el trabajo, por otro; además, considera que es posible afirmar que la formación profesional es una actividad educativa que se caracteriza por:

- Estar orientada a proporcionar conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para un correcto desempeño profesional y laboral, pero permitir el ejercicio pleno de la ciudadanía por parte de trabajadores y trabajadoras.
- Contar con componentes teóricos y prácticos, con mayor peso de los segundos en comparación con otras formas de educación.

- Contar con una dimensión tecnológica fundada en la necesidad de acompañar los cambios que en este mismo campo se observan en los procesos productivos.
- Conllevar un carácter laboral, no sólo dado por sus contenidos técnicos, sino también porque prepara a las personas para insertarse dentro de determinadas relaciones de trabajo.

Según Francisco Miro Quesada, citado por Asamblea Nacional de Rectores (2002), hay dos divisiones en cuanto a la formación profesional. Por un lado, están quienes sostienen que la universidad debe ser la asesora del sistema, es decir, debe estar orientada a dar soluciones de la realidad social, económica y cultural del país, además de participar en la política; Por otro lado, la otra posición sostiene que la universidad debe dedicarse a la enseñanza, a la formación de profesionales y de investigadores sin ninguna intervención en la política, porque si una universidad interviene en política, entonces se desvía de la esencia misma de la amistad, porque ya muchos cursos serán dictados, exclusivamente, por interés de poder o de partido.

La formación del hombre no puede abstraerse de la realidad social concreta en el marco de la cual discurre la existencia humana, no puede prescindir en una palabra de la realidad del mundo actual. La tarea de educar a los hombres se trata de prepararlos para que sean capaces de asumir una actividad social valiosa y fecunda a través del

desarrollo multifacético de su personalidad. En una palabra, la preparación a la vida no puede encerrarse en las categorías de la adaptación y el éxito material.

2.4. EL PROCESO CURRICULAR.

Etimológicamente currículum proviene del latín “*Curnis*” o “*Curriculum*”, y significa trayectoria. El concepto de Currículo es una concepción tan analizada que mantiene todos los elementos de un proyecto educativo o aspecto que corresponde a uno o más niveles de la tecnología Educativa. Según Peñaloza (1988), el currículum tiene como fin la plasmación de la concepción educativa, la misma que reconstituye el marco tecnológico de su operatividad; es decir, para referir el currículum hay que partir de que entendemos por educación precisar cuáles son sus condiciones sociales, culturales, económicas, etc. Su real función es hacer posible que los educandos desenvuelvan la capacidad de cómo las personas que tienen se relacionen con el medio social e incorporen la cultura de su época y de su pueblo. En nuestra realidad, el currículum universitario es un instrumento que orienta al trabajo; aunque lo formal enuncia que es la plasmación del proceso que tiene como finalidad la formación de Profesionales para actuar al servicio de la sociedad en la cual se encuentra inmerso, contribuir en la solución de los problemas y al mejoramiento de las condiciones humanas.

Un modelo comprensivo de desarrollo curricular en la Universidad Peruana debe, además del concepto de universidad, considerar un análisis detallado del medio social en la cual se enclava esta. Un modelo de decisión para la apertura, la reorientación, o en un caso la transmisión de una carrera, debe de incluir cuando menos las siguientes consideraciones:

- Los requisitos del medio.
- La disponibilidad de los recursos humanos (docentes).
- La cobertura de recurso en la zona de influencia.
- Los requisitos de inversión.
- La experiencia institucional.
- Fomentar el desarrollo cultural

Un modelo curricular debe partir de consideraciones relativas a la visión, la propuesta, los objetivos y las metas de la universidad de la Ontología y evolución de la carrera que se debe establecer; y del análisis detallado del medio social en el cual se encuentra centrada la institución, identificando los principales factores externos y componentes internos que inciden en el currículo universitario.

Durante la planeación curricular es de vital importancia conocer las características del sujeto a quien se orienta el proceso educativo. Frecuentemente se hace caso omiso del estudiante en el diseño de planes de estudio, es por ello la importancia de conocer el concepto de currículo. El objetivo central de una profunda formación, es el de

contribuir a la solución de los problemas educativos que afronta la sociedad peruana; pero también suponemos que la universidad debe ser una de las instituciones mejor equipadas, por su *ethos* intrínseco y universal para aportar a la moralidad ciudadana fortaleciendo la educación en valores éticos y principios humanos. Walter Vidal (2001) citando a Fernando Savater, señala:

La educación encierra un tesoro. Sí pues; y tal vez el único medio estratégico del que puede disponer los países pobres, con sus universidades ancladas en él ‘aprender a conocer’, ‘aprender a hacer’, ‘aprender a ser’ y ‘aprender a vivir juntos’ para superar nuestro desarrollo.

Rodríguez (1993) establece una relación entre contenido educativo y contenido instructivo o de enseñanza, al respecto señala que tratándose del acto educativo sistemático, el sentido educativo se encuentra ubicado en los documentos que en algunos países y con tendencias de educación intelectualista se denomina planes y programas escolares; y en otros, especialmente en aquéllos donde se ha dado nuevas orientaciones educativas, son los currículos (currículum en singular y currícula en plural). En el primer caso el contenido educativo está constituido por conocimientos y otras informaciones de carácter instructivo. Por ello, se le conoce también como contenido constructivo. En el segundo caso, cuando se considera el currículo como el marco teleológico, es decir tiene como fin la plasmación de la

concepción educativa, el contenido educativo está constituido no sólo por los conocimientos que debe transmitirse en los actos educativos, sino por otros aspectos igualmente importantes de lo cognoscitivo o cultivo del valor de la verdad, tales como el referente al cultivo de los demás valores culturales: belleza, justicia, etc.

En cuanto a la relación contenido educativo y currículo, Rodríguez (Óp. Cit.) establece una que el término currículo o currículum tiene en la actualidad diversas connotaciones. Fue utilizado por primera vez en el siglo XVII para designar el conjunto de disciplinas estudiadas en una institución educativa o en un conjunto de instituciones. Es cierto que posteriormente este término en algunos países, especialmente en la época de la Ilustración, fue sustituido por los Planes y Programas pero los países anglosajones conservaron el término currículum. Esta denominación y el de Planes y Programas surgieron tardíamente, para sustituir otras denominaciones específicas tales como el “*Trívium*”, y el “*Quadrivium*” del medioevo, la “*Ratio Studiorum*” de la Edad Moderna. Esto es, inicialmente planes y programas fueron un término equivalente al currículo, en tanto conjunto de disciplinas estudiadas en determinada institución educativa, un listado de asignaturas.

En la actualidad, luego de la primera guerra mundial, con el avance de la ciencia y de la técnica surgen problemas de formación profesional y ocupacional, así como de adaptación a las nuevas formas

de vida en los países desarrollados, cuyos currículos se tornan obsoletos e ineficaces con rapidez. Esta situación suscitó la revisión sistemática y frecuente de los contenidos educativos, acción que dio origen a lo que se conoce como “desarrollo del currículum”. En esta acción se tomó conciencia de la influencia de otros factores que condicionan las experiencias de aprendizaje además de los contenidos, tales como: relaciones educador-educando, métodos, medios y materiales educativos, actividades, infraestructura escolar, etc. Esta situación trajo como consecuencia la necesidad de modificación del concepto de currículum, de tal modo de entenderlo como un conjunto de experiencias de aprendizaje, en las cuales los contenidos son importantes, pero no exclusivos ni excluyentes.

En esta nueva concepción del currículum, el punto principal pasa a ser la experiencia de aprendizaje y no el contenido. Esto se aprecia en las siguientes definiciones:

El conjunto de elementos que, en una u otra forma o medida, pueden tener influencia sobre el alumno en el proceso educativo. Así, los planes, programas, actividades, material didáctico, edificio y mobiliarios escolar, ambiente, relaciones profesor- alumno, horarios, etc., constituyen elementos de ese conjunto.

El conjunto de elementos de experiencias, que el sujeto de la educación vive. A través de actividades previstas por la

escuela y la comunidad, para propiciar su desarrollo en forma libre y creadora, a fin de contribuir al desarrollo social, económico y cultural de la nación. (Rodríguez, 1993, p. 362).

Finalmente, dentro de la óptica señalada, el contenido curricular es entendido como el “conjunto de mensajes provenientes de la cultura universal, seleccionados y organizados en función del logro de los fines y objetivos de la educación en una sociedad concreta.

2.5. LA DIDÁCTICA.

En forma general, se entiende por Didáctica —de cualquier materia y nivel educativo— a la organización de los procesos de enseñanza y aprendizaje relevantes para tal materia —o asignatura- de los diferentes niveles de educación formal o no formal—. La didáctica tiene como fin último, el óptimo desarrollo del proceso enseñanza – aprendizaje, luego, esta disciplina es la encargada de la producción y reproducción de conocimientos, en otras palabras, es la encargada del desarrollo de la educación, en su acepción de proceso enseñanza – aprendizaje.

Didáctica significa la organización de los procesos de enseñanza y aprendizaje relevantes para tal materia. Por tanto, los didactas son organizadores, desarrolladores de

educación, autores de libros de texto, profesores de toda clase, incluso los estudiantes que organizan su propio aprendizaje individual o grupal. (Freudenthal, 1991, p. 45).

Dado que la didáctica es la disciplina que se interesa por la producción y comunicación del conocimiento, teniendo como objetivo saber qué es lo que se está produciendo y como se están transmitiendo los conocimientos resultantes de una situación específica del proceso enseñanza – aprendizaje; es factible hablar de un proceso didáctico específico para cada nivel educativo; en consecuencia, se puede establecer que los procesos didácticos tienen como carácter diferenciador la clasificación de los niveles educativos adoptados en un determinado país; por ejemplo, en el Perú se puede distinguir los siguientes niveles educativos:

- Educación Inicial.
- Educación Primaria.
- Educación Secundaria.
- Educación Superior no universitaria (Institutos).
- Educación Universitaria.

Por otro lado, teniendo en cuenta que el carácter diferenciador para la clasificación de los procesos didácticos está directamente relacionado con los niveles educativos adoptados en el Perú es posible diferenciar los siguientes procesos didácticos:

- Proceso didáctico en la formación inicial.
- Proceso didáctico en la formación primaria.
- Proceso didáctico en la formación secundaria.
- Proceso didáctico en la formación superior no universitaria.
- Proceso didáctico en la formación universitaria.

2.5.1. Didáctica en la Educación Universitaria.

La didáctica universitaria moderna, es una técnica utilizada por la tecnología educativa que tiene por objeto específico las técnicas de enseñanza aprendizaje [Micro educación], asumidas por el docente para dirigir y orientar adecuadamente a los alumnos en su formación profesional y que se estructuran funcionalmente para los efectos del trabajo del educador sobre los contenidos, los objetivos, los medios y recursos. La Didáctica en la Educación Universitaria, tuvo y tiene serias limitaciones en su realización, debido a la aplicación en forma memorística y a la reproducción de los contenidos que se encuentran en los libros que se hacen no sólo en materias humanísticas, sino también en las asignaturas científicas; continuando aún con la forma de transmisión de la información formulado por el insigne educador Comenius (siglo XV), quien sostenía que la misión del maestro es transmitir al estudiante lo que el maestro sabe.

Consideramos a la estrategia didáctica como la herramienta que nos permite tener una mejor dirección en el proceso enseñanza – aprendizaje. La estrategia didáctica, selecciona y combina métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos que se ajustan a la naturaleza del proceso enseñanza-aprendizaje y a las características de los alumnos; en este sentido, el docente tiene libertad para diseñar la estrategia, la cual incluye tanto métodos como materiales, es decir, en una estrategia de enseñanza-aprendizaje se combinan uno o más métodos con uno o más materiales educativos. Por otro lado, en toda estrategia didáctica, se hacen uso de métodos de enseñanza y métodos para un mejor aprendizaje. A diferencia de la estrategia didáctica de enseñanza, las estrategias metodológicas están constituidas por el conjunto unificado de actividades que se realizan para obtener resultados de aprendizaje mediante el uso de procesos estructurados que involucren la aplicación de métodos y la utilización de medios didácticos. Es decir, en una estrategia metodológica se combinan métodos, técnicas, procedimientos y medios didácticos para mejorar el Aprendizaje.

En síntesis, como resultado del desarrollo del método de enseñanza-aprendizaje, el estudiante debe asimilar el conocimiento y desarrollar las habilidades necesarias del contexto, posibilitando el dominio del contenido por el estudiante; es decir, el logro de los objetivos de aprendizaje. La selección de los conocimientos y

habilidades necesarias y el adecuado empleo de las estrategias metodológicas son la condición necesaria para alcanzar los objetivos mencionados en un grado de suficiencia; es decir, dichas estrategias se orientan a propiciar el desarrollo de habilidades y recursos personales que permitan a los estudiantes asumir un nuevo rol más activo en el aprendizaje brindado en la universidad, para lo cual se necesita una formación básica sólida y habilidades para la síntesis y la creatividad.

2.5.2. El Proceso Didáctico en la Enseñanza Universitaria.

El proceso didáctico en la formación universitaria, así como el proceso didáctico para los otros niveles educativos, por lo general está compuesto por los siguientes elementos, los cuales a su vez comprenden las etapas del proceso didáctico:

- La formulación de objetivos, mediante la cual respondemos a la pregunta ¿Para qué Enseñar?;
- El establecimiento de un contenido, mediante el cual respondemos a la pregunta ¿Qué Enseñar?;
- La aplicación de un método, mediante el cual respondemos a la pregunta ¿Cómo Enseñar?;
- El establecimiento de los lineamientos para la evaluación, mediante el cual respondemos a cuestiones tales como, ¿Para qué Evaluar? Y ¿Cómo Evaluar?

2.5.2.1. ¿Para qué Enseñar?

La formulación de objetivos es el primer paso en el proceso didáctico, en su formulación se deben tener en cuenta los estándares curriculares y de evaluación, en particular los referidos a la resolución de problemas, la comunicación, el razonamiento, los conceptos y procedimientos matemáticos. Una vez esclarecidos los objetivos de la enseñanza para el modelo del profesional, será necesario hacer una revisión de los contenidos de los programas, tanto en el sentido de qué enseñar, como de cómo organizarlos para que en un mismo tiempo lectivo puedan ser asimilados y se logre un aprendizaje significativo y cualitativamente superior. Dentro del proceso didáctico, los objetivos constituyen los fines o resultados previamente concebidos como proyecto abierto o flexible, que guían la actividad de profesores y alumnos, para alcanzar las transformaciones necesarias en los estudiantes. Según González (1990), los objetivos cumplen las siguientes funciones:

- Determinan el comportamiento de las restantes categorías, entre ellas: contenido, métodos y evaluación.
- Orientan la actividad de los profesores y estudiantes, pues al especificar el fin a lograr, guían la estructuración del proceso para lograrlo y hasta qué nivel llegar en el desarrollo previsto.

- Constituyen el patrón respecto al cual se evalúa; si no se tiene claramente establecido qué se quiere lograr en el alumno, no es posible realizar una evaluación de su aprendizaje. El hecho de que el alumno es una persona, añade una nueva faceta al proceso: él debe también conocer cuáles son esos objetivos puesto que de esa manera puede actuar conscientemente para lograrlos.

Como se señaló, los objetivos orientan la actividad del profesor y, al igual que el profesor domina los contenidos que debe impartir, debe dominar los objetivos que aparecen declarados en el plan de estudio. Por eso, a fin de lograr claridad, los objetivos deben ser expresados en términos de acciones a realizar por el estudiante y que respondan al contexto para el cual se formulan. Según Gonzales (Óp. Cit.), los objetivos deben contener, entre otros, los componentes que se relacionan a continuación:

- Definición de la acción a realizar por el estudiante, con el conocimiento a asimilar (conocimiento + habilidad).
- Definición de las condiciones en que el estudiante debe realizar la acción.
- Determinación de las características o indicadores cualitativos que debe tener la acción a formar

2.5.2.2. ¿Qué Enseñar?

El contenido está referido a si el estudiante adquiere el hábito de responder a las interrogantes ¿Cómo se expresa la definición del concepto? ¿Qué otras formas equivalentes hay para esa definición? ¿Qué puede hacer fallar o debilitar el concepto? ¿Qué te evoca el concepto? ¿Bajo qué condiciones es posible su aplicación? ¿Con qué otros conceptos es posible asociar o conectar? o de hacerlas a sus propios compañeros de aula comenzarán a ver el aprendizaje de manera diferente y de hecho se van entrenando para encontrar las ideas esenciales, las regularidades y las conexiones matemáticas, que le permitirán un abordaje mucho más efectivo de los problemas a resolver. Por otro lado, no puede haber un conocimiento sin una habilidad mediante la cual funcione, ni puede haber una habilidad que no esté asociada a un conocimiento; es decir: no se puede separar el saber, del saber hacer, porque siempre saber es saber hacer algo, no puede haber un conocimiento sin una habilidad, sin un saber hacer.

En cuanto a esta segunda etapa del proceso didáctico, se observa que cuando de impartir programas de asignaturas se trata, no es extraño encontrar que el primer pensamiento de un profesor pueda dirigirse hacia la enumeración de contenidos que encajan en su armazón lógico y que estos contenidos se refieran sólo a los conceptos, definiciones, teoremas, etc.; pero, teniendo en cuenta a Luis Francisco Delgado, citado en Comisión de Celebración del 450° Aniversario de la

UNMSM, (2001) quien señala que “la universidad debe plantear un proyecto educativo basado en el proyecto nacional a fin de establecer claramente cuáles y de qué calidad son los recursos humanos que precisa el país” (p. 88), se concluye que los contenidos deberían establecerse en función al proyecto educativo. En concordancia con lo acabado de expresar, Rodríguez (1993) señala que existen algunas consideraciones importantes con respecto al concepto de contenido educativo y su inserción en el acto educativo:

- El contenido educativo es un conjunto de mensajes, es decir, de todo o que es susceptible de transmitir o comunicar a otra persona. Mensaje, proviene del latín “missus”, enviado, pero lo que interesa no es como, con quién se “envía”, si no el contenido de lo que se “envía”.
- El mensaje proviene de lo que ha creado y acumulado la humanidad a través de los tiempos. Los valores y bienes culturales, la cultura misma, es de gran amplitud. Los hombres han hecho siempre religión, arte, ciencia, tecnología, moral, derecho, organización económica, organización social, política. Pero es más, todo lo creado no es para simple transmisión, sino que el hombre ha pasado y pasa su vida en el centro de las creaciones, en cierto sentido envuelto por ellas, apoyado por ellas, tratando en todo momento de reafirmarlas, modificarlas, mejorarlas.

- El contenido educativo es seleccionado en función a los objetivos y fines de la educación, los mismos que trasuntan la ideología, la actitud y la realidad en la cual se desenvuelve y especialmente en su condición de representante de la comunidad con todos sus intereses, ideales, problemas. Tratándose del educando mismo, el contenido educativo tiene relación con sus motivaciones personales o sociales, y su caudal de experiencia acumulada.
- Un mismo contenido educativo varía en amplitud, orientación y calidad de un acto educativo a otro en función del educador, educando y los objetivos educativos.
- El contenido educativo se da en forma de conocimientos o informaciones, pero también, de modo igualmente válido, en forma de actividades no cognoscitivas, de transmisión de destreza o capacitación para el trabajo, de consejos u orientaciones, inclusive de ideologías.

2.5.2.3. ¿Cómo Enseñar?

Los métodos también forma parte del proceso curricular. En la actualidad, no es posible comprender la esencia de los métodos de enseñanza sin considerar el papel activo del estudiante en el proceso docente y su independencia cognoscitiva. Sólo así se enriquecen las relaciones alumno-profesor, y se contribuye al logro de un mayor

protagonismo del estudiante. Es así que hoy se emplean los llamados métodos activos, productivos, problemas y diversas técnicas de trabajo grupal; muchas de estas propuestas son englobadas bajo el nombre de Métodos y Técnicas Participativas, basadas en la concepción del aprendizaje como proceso activo de construcción y reconstrucción del conocimiento por los alumnos, mediante la solución colectiva de tareas docentes, el intercambio y confrontación de ideas, opiniones y experiencias entre estudiantes y profesores. Los métodos y técnicas participativas se definen como:

Las vías, procedimientos y medios sistematizados de organización y desarrollo de la actividad del grupo de estudiantes, sobre la base de concepciones no tradicionales de la enseñanza, con el fin de lograr el aprovechamiento óptimo de sus posibilidades cognoscitivas y afectivas. (Dirección Nacional de Mejoramiento Profesional, s/f, p. 44).

Entre los métodos y técnicas que propician la asimilación de los conocimientos y procedimientos matemáticos se encuentran el Método de discusión con sus variantes: discusión plenaria y en grupos pequeños, el método problema, exposición del problema, conversación heurística, búsqueda parcial y método investigativo, la Técnica de la Rejilla y el Aprendizaje en parejas. En la aplicación de estos métodos, el rol del profesor es de gran importancia, ya que no traslada al

estudiante, de forma acabada, los conocimientos, sino que lo conduce a buscar vías y medios para la solución de tareas, hasta llegar a la adquisición de nuevos conocimientos y desarrollar métodos de acción. Una gran parte del éxito del proceso docente depende de la utilización de métodos de enseñanza racionales y productivos que se seleccionan tomando en consideración los objetivos y las peculiaridades del proceso de asimilación de los conocimientos. La asimilación de conocimientos es un tipo de actividad y para que el alumno aprenda requiere que él realice determinadas acciones; que éstas no sean acciones meramente perceptuales (reconocer, representarse) o de memoria (reproducir, etc.). De aquí que para cada profesor el problema central sea el de organizar, estructurar correctamente la actividad de asimilación del estudiante. (González, 1990). En el plano didáctico se distinguen cuatro niveles de asimilación del conocimiento:

Primer nivel: Familiarización, El estudiante es capaz de reconocer los objetos, procesos y propiedades estudiadas anteriormente según el modelo a él presentado, las exigencias en la comprensión, lo sólido del recuerdo, lo necesario para hacer operaciones mentales y lógicas.

Segundo nivel: Reproducción, El estudiante puede reproducir la información, la operación, resolver problemas tipos estudiados en el proceso de enseñanza. El estudiante no sólo debe

comprender la información y retenerla en la memoria, sino prepararla para la reproducción.

Tercer nivel: Producción, El estudiante es capaz de realizar las operaciones según el orden acostumbrado, en las condiciones nuevas y con el contenido nuevo. Es necesario organizar la ejercitación de modo que el estudiante pueda acometer las tareas de manera independiente y productivamente.

Cuarto nivel: Creación, el estudiante es capaz de orientarse independientemente en situaciones objetivas y subjetivas nuevas para él. Hay que entrenar al estudiante a desarrollar habilidades de manera independiente para que alcance el nivel de creatividad.

Para que el estudiante alcance el nivel más alto de asimilación, la enseñanza debe ser estructurada de manera que el mismo pueda asimilar consecuentemente las operaciones precedentes a cada nivel. Lo antes expuesto está insertado dentro del proceso de enseñanza - aprendizaje, el cual tiene un modo particular de organización lograda a partir de la utilización de los métodos de enseñanza. Según el criterio de algunos autores, en la educación superior, los métodos de enseñanza constituyen no sólo un medio de transmisión y asimilación de conocimientos, sino formas de organización de las actividades docentes.

Por último, es de resaltar que la estrategia didáctica es un concepto más amplio que la estrategia metodológica; pero, el hecho de poder usar en una misma estrategia para el aprendizaje diferentes métodos, nos permite asignar a la estrategia para el aprendizaje un nombre específico. La aplicación de una estrategia para el aprendizaje o estrategia metodológica de para el aprendizaje permite combinar métodos, procedimientos y técnicas para hacer productivo el aprendizaje de los alumnos en términos de adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes previstos por los objetivos. Las principales estrategias a desarrollar por el profesor son Identificación de los conceptos o contenidos a enseñar, estructuración de la actividad de aprendizaje determinada por el conocimiento que debe ser común; y la implantación y evaluación, estableciendo relaciones entre progreso y la dificultad, la autonomía desarrollada en cambios observables y la transferencia del aprendizaje a situaciones inéditas.

2.5.2.4. ¿Para qué Evaluar? ¿Cómo Evaluar?

La evaluación forma parte del proceso curricular y constituye la última etapa del proceso curricular. Ante el docente universitario se plantean los siguientes cuestionamientos: ¿qué debemos evaluar?, ¿a través de qué medios o procedimientos?, ¿en qué momento, con qué periodicidad? O sea, en su práctica educativa el profesor debe delimitar, entre otros, qué aspectos comprende la evaluación del alumno, cuáles instrumentos, procedimientos o técnicas se pueden

aplicar, cuál es la frecuencia y condiciones para la implementación de la evaluación.

Para responder a la pregunta ¿qué debemos evaluar?, o sea cuáles aspectos deben ser considerados en la evaluación, el docente debe tener en cuenta los objetivos que declaró en el programa y en función de los cuales desarrolló su asignatura. Esto permitirá conocer si en nuestros cursos promovemos una docencia que posibilite evaluar la resolución de problemas, la comunicación, el razonamiento, los conceptos y procedimientos matemáticos, entre otros indicadores; para ello se recomienda la utilización combinada de diversos instrumentos, procedimientos y técnicas para la evaluación: desde las formales como son las pruebas o exámenes (con sus diferentes variantes y tipos de preguntas), los mapas conceptuales como alternativa para la evaluación de contenidos, hasta las informales como la observación de las actividades realizadas por los alumnos y la exploración a través de preguntas formuladas por el profesor durante la clase (son actividades que no se presentan a los estudiantes como actos evaluativos), pasando por las semi-formales como son los ejercicios y prácticas que los alumnos realizan en clase y las tareas que los profesores encomiendan para realizar fuera de clase, entre otras.

Otras técnicas de evaluación que responden al modelo cualitativo son las siguientes: la autoevaluación, la entrevista, las pruebas a libro abierto y los ejercicios interpretativos. Con respecto a la frecuencia, en

ella influyen aspectos específicos de cada asignatura; pero la evaluación debe realizarse de forma sistemática, teniendo en cuenta las funciones de la misma: de comprobación y acreditación, de retroalimentación, de motivación, educativa y por último, desarrolladora y formativa. Por ello se plantea la existencia de diferentes tipos de control: preliminar, cumple la función de evaluar el nivel de partida del individuo, frecuente, en el que se concentran todas las funciones del control: la función de motivación, de retroalimentación, la de refuerzo etc., y en algunas ocasiones, de ayuda al estudiante, por último el control final que tiene una función de acreditación, puesto que concluye el ciclo de la enseñanza y hay que evaluar la correspondencia entre el nivel alcanzado en la enseñanza y los objetivos planteados.

Con frecuencia se confunde el propósito de la evaluación educativa con un concepto que muchas veces es tomado como sinónimo o similar; el objetivo. Al respecto es menester señalar que el objetivo es la dirección hacia la cual se deben encaminar las acciones, mientras que el propósito fue la razón de tomar dicha dirección. El objetivo responde a un propósito; es decir, si no hay un propósito no hay objetivo. Teniendo en cuenta el aspecto temporal; el propósito no tiene plazo, mientras que el objetivo puede ser a corto, mediano o a largo plazo.

De acuerdo a lo señalado en el párrafo precedente, evaluar no es una acción esporádica o circunstancial de los profesores y de la

institución escolar, sino algo que está muy presente en la práctica educativa. Luego, al definir evaluación, se está estableciendo implícitamente su propósito y estos pueden llegar a ser tan complejos como delimitar el número de autores, corrientes y teorías que lo han hecho. Una revisión bibliográfica sobre evaluación educativa nos brinda una diversidad de definiciones acerca de dicho concepto, de las cuales se puede extraer los siguientes propósitos de la evaluación educativa:

Rald Tyler citado por Canales (2005) expresa que “el propósito de la evaluación es determinar en qué medida los objetivos educacionales son realmente conseguidos por el programa, plan o proyecto propuesto”. (p. 32).

Stufflebeam (1987), señala que la evaluación educativa tiene como propósito “[...] identificar, obtener y proporcionar información útil, relevante y descriptiva acerca del valor y calidad de las metas alcanzadas [...], con el fin de servir de guía para tomar decisiones, solucionar problemas y promover la comprensión de los fenómenos implicados” (La Torre y Seco del Pozo, 2008, p. 139).

La evaluación educativa como proceso de delineamiento o planificación, obtención, procesamiento y ofrecimiento de una información se realiza con el propósito de “emitir juicios sobre aspectos del sistema educativo y de logros del participante que luego hagan

posible tomar algunas alternativas para los reajustes pertinentes” (Palomino, 1975, pp. 322 - 323).

La evaluación educativa se realiza con el propósito de “comparar lo deseado con lo realizado” (Alfaro, 1990. p. 70). La evaluación educativa se realiza con el propósito de “[...] comprobar de modo sistemático en qué medida se han logrado los resultados previstos en los objetivos que se hubieran especificado con antelación.” (Lafourcade, 1986, p. 21). Es propósito de la evaluación educativa, servir como un “[...] medio que constantemente interviene en la acción educativa, advirtiéndonos cómo se está desarrollando tanto la enseñanza como el aprendizaje, contribuyendo así a alcanzar la eficiencia de ambos” (Canales, 2005, P. 60). Es propósito de la evaluación educativa, servir como un proceso de “[...] identificación, recogida y análisis de información relevante —que podrá ser cuantitativa o cualitativa—, de manera sistemática, rigurosa, dirigida, objetiva, creíble, fiable y válida para emitir juicios de valor basados en criterio y referencias preestablecidos para determinar el valor y el mérito del objeto educativo en cuestión a fin de tomar decisiones que ayuden a optimizar el mencionado objeto” (Escobar y Lamas, 2007, p. 34). Cronbach (1963, 673), citado por Stenhouse (1998), distingue tres tipos de decisiones —los cuales están asociados con los propósitos— respecto a las cuales se utiliza la evaluación:

1. Mejoramiento del curso: Decidir qué material de instrucción y qué métodos son satisfactorios y en cuáles es necesario un cambio.
2. Decisiones acerca de individuos: Identificar las necesidades del alumno, con el fin de planificar su instrucción, juzgar sus méritos con fines de selección y agrupación, familiarizándole con sus propios progresos y deficiencias.
3. Regulación administrativa: Juzgar la calidad del sistema escolar, la de los profesores individualmente considerados.

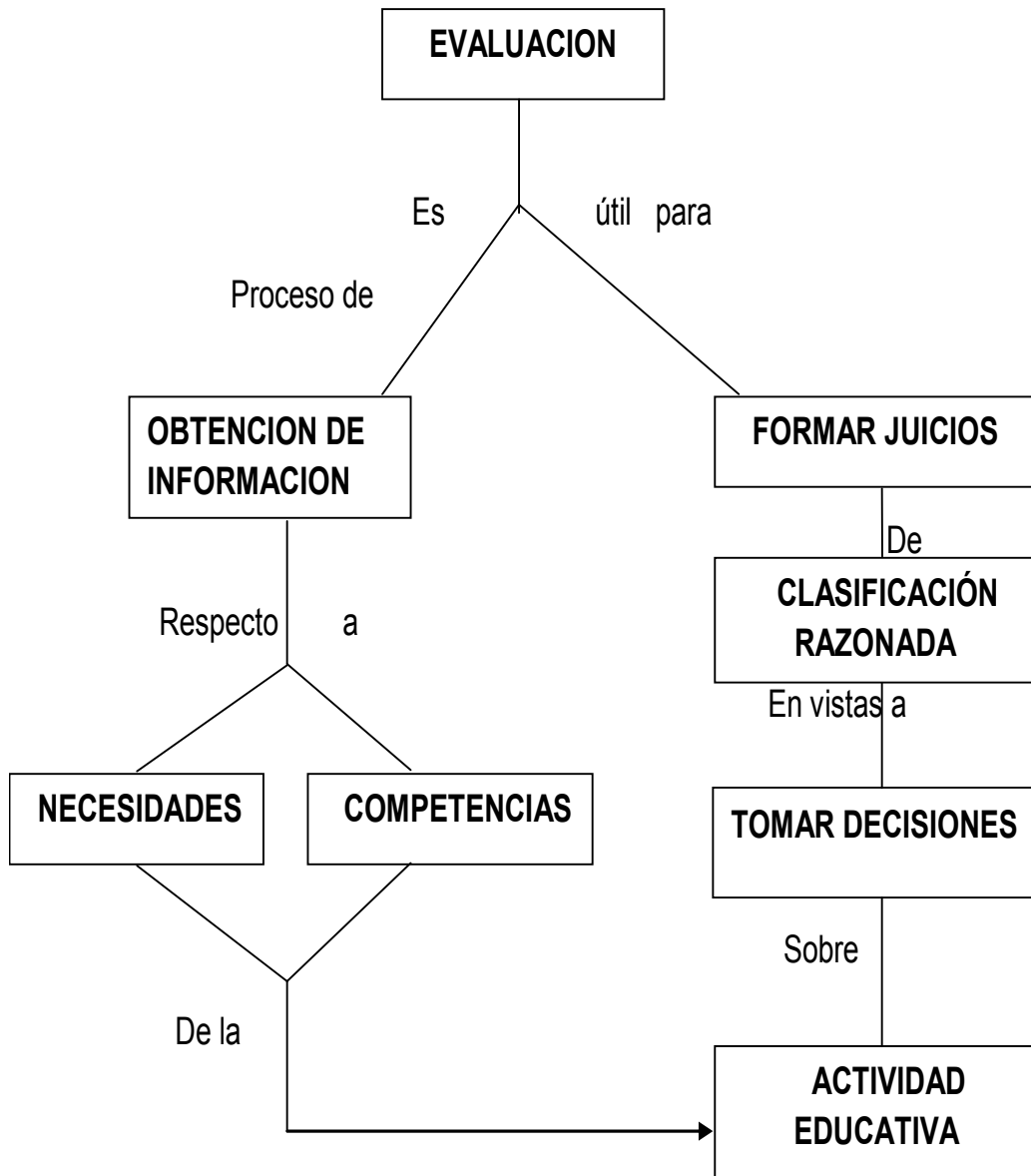
La evaluación educativa tiene el propósito de establecer una “interpretación mediante pruebas, medidas y criterios, de los resultados alcanzados por alumnos, profesor y proceso de enseñanza-aprendizaje en la ejecución pormenorizada de la programación. (Gonzales, 1999, p. 11).

En síntesis, la evaluación educativa tiene el propósito de medir el grado en el cual se han logrado los objetivos, ya sean establecidos por las autoridades gubernamentales o por expertos nacionales e internacionales. La evaluación educativa se desarrolla en diversos ámbitos y cada uno de estos es evaluado siguiendo técnicas y estrategias no necesariamente iguales pero sí orientados con el propósito de evaluación. Si bien las imágenes más frecuentes sobre la evaluación se refiere a la misma aplicada a los alumnos, es importante

tener en cuenta que ésta también es aplicable a otros ámbitos; es así que frente a la tarea de evaluar, es necesario precisar –junto con la finalidad de la evaluación– el ámbito dónde la misma tendrá lugar y procurar definir las herramientas metodológicas consideradas más adecuadas para ese ámbito, tanto en las tareas de recolección, sistematización y análisis de la información. Concretamente, la evaluación educativa cubre aspectos que van desde los resultados y procesos del aprendizaje de los alumnos hasta el propio currículo (en sus distintos niveles de concreción), la práctica docente, los centros y el sistema educativo en su conjunto.

¿Qué evaluar? El dar respuesta a esta pregunta nos permite delimitar el campo problemático al que habrá de enfrentarse el evaluador, atendiendo el carácter multifactorial o los ámbitos educativos. ¿Cómo evaluar? El dar respuesta a esta pregunta nos permite articular las técnicas y los instrumentos de evaluación que han de usarse en función de lo que se quiere evaluar –ámbito educativo–.

Figura 2.2. La evaluación en el ámbito educativo.



2.5.3. Didáctica en la universidad latinoamericana.

El modelo educativo tradicional y dominante en la región latinoamericana se caracterizó por los siguientes aspectos:

- a. La educación superior era básicamente un monopolio en manos del Estado.
- b. Las universidades eran autónomas y se administraban a través del cogobierno, en cuya gestión los ministerios de educación tenían un bajo nivel de injerencia. Existía un fuerte corporativismo al interior de las instituciones universitarias públicas.
- c. La pertinencia estaba dada por los cuadros políticos y técnicos y no por el mercado o por las empresas.
- d. Las universidades producían muy poca innovación tecnológica.
- e. El gasto universitario estaba determinado en las instancias políticas y su financiamiento estaba casi exclusivamente basado en los recursos públicos.
- f. No existía competencia al interior del sector universitario.
- g. Las universidades tenían una orientación crítica hacia los gobiernos.
- h. Las universidades sufrieron procesos de crecimiento desmesurados que dificultaron una gerencia eficaz.

- i. La educación superior era un servicio presencial y nacional.
- j. Existían muy pocas instituciones privadas que eran, en general, sin fines de lucro y de origen religioso.
- k. No existían mecanismos de control sobre la calidad de la educación superior.
- l. La estructura organizativa estaba basada en facultades, organizada la docencia en materias y las carreras en años lectivos.
- m. Había una orientación hacia la formación de profesionales en el nivel de pregrado.

Referente a los cambios significativos que se operan en el orbe, se tiene que desde hace unas dos décadas la educación universitaria ha empezado a ser reinterpretada y revalorizada por su articulación con la producción de conocimiento de frontera en la ciencia y la tecnología, por los requerimientos hacia ella de la planta productiva, de servicios e industrial y la internacionalización de las transferencias de conocimientos e información; en vistas a la constitución de lo que se ha dado en denominar la transición hacia una sociedad del conocimiento.

Con respecto a la didáctica en la universidad Latinoamericana, los argumentos que sostienen algunos pensadores actuales, se presenta a continuación:

Didriksson (1999), sostiene que la revolución científica y tecnológica que vive el planeta es uno de los factores que más inciden en los cambios de paradigma de la educación superior. La presencia de un conjunto de innovaciones centradas en la microelectrónica, la informática, la biotecnología y los nuevos materiales han prefigurado un paradigma diferente en las perspectivas de las instituciones que producen, divulgan y transfieren los conocimientos, que en su mayoría se encuentran en los países desarrollados.

Burbano (1999), señala que ante un nuevo contexto internacional en el que deben operar las instituciones de educación superior, denominado “globalización”, el reto del cambio para América; expresa que en los albores del siglo XXI América Latina y el Caribe, como región, se tendrán que elaborar políticas, diseñar estrategias y ejecutar programas que permitan aumentar sustancialmente su capacidad de formación de talento humano, de creación, apropiación y gestión del conocimiento.

2.5.4. Didáctica en la universidad peruana.

En la universidad peruana, no es difícil observar que en la mayoría de los salones de clase los estudiantes tienen que atender permanentemente al profesor, quién poseedor de los conocimientos, los transmite como verdades acabadas, dando poco margen para que el estudiante reflexione y llegue a soluciones, de forma independiente; es

por ello que la cuestión principal sigue siendo, probablemente, bajo qué concepción y con qué procedimientos realizar los cambios fundamentales para desarrollar un proceso docente educativo comunicativo, independiente y creador. De acuerdo a lo acabado de señalar, es necesario caracterizar el objetivo del proceso enseñanza-aprendizaje como uno de los componentes de dicho proceso, pero desde una dimensión comunicativa, de manera tal que el tratamiento didáctico del mismo propicie en la práctica, una interrelación entre profesores y alumnos y alumnos entre sí y permita la implicación del alumno en su propio proceso de aprendizaje.

Flores (1998), en cuanto a la Didáctica en la Universidad Peruana, manifiesta que podemos afirmar que en nuestras universidades capitalinas o provincianas, el método de enseñanza predominante es el expositivo. El profesor expone un tema en forma continua y, en la generalidad de los casos, el alumno escucha o toma apuntes. Sobre este antiguo y popular método se han vertido las más agrias críticas porque, favorece la repetición, la falta de sentido crítico, la rutina en la docencia y la pasividad en el aprendizaje. Sociológicamente, responde a una sociedad estática, en la que detentadores de la ciencia la transmiten gota a gota a los fieles seguidores.

Ramos (2005) resume escuetamente la realidad de la formación universitaria peruana, de la siguiente manera: “La generación de

conocimientos nuevos en nuestras universidades sigue siendo casi nula. Los temas expuestos por los discursos de los doctores son repetitivos, porque no investigan” (p. 85).

Risco (2002) sostiene que la universidad, que es una creación de la sociedad, se debe a ella y está obligada a responder a sus demandas y a darle cuenta por sus acciones. Esta concepción de la universidad responsable ante la sociedad es la acreditación, hoy tan en boga en los foros de discusión universitaria en nuestro medio, pero lejos de alcanzarlo todavía para muchas universidades.

2.6. REFLEXIONES FINALES.

La Universidad es una institución de educación superior que formando profesionales que contribuyan con el desarrollo social, busca asesorar el sistema político, económico y social de un determinado país, mediante la producción material y espiritual en el mismo. La Universidad es una institución que imparte simultáneamente, conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos e ideología a favor o en contra del sistema; pero cuando imparte ideología en contra del sistema, esta es intervenida por el Estado, hecho que ocurre con más frecuencia, cuando la universidad no es una institución líder en el sistema.

En el contexto presentado en los párrafos anteriores, se tiene que la universidad es el lugar por excelencia donde se desarrollan las competencias

El hecho educativo, como objeto de la ciencia de la educación, es el proceso por el cual una sociedad (grupo social o institución) influye en los hombres comunicando, motivando, insuflando experiencias y diversos contenidos culturales, en términos de patrones y valores practicados y sustentados a fin de convertirlos en miembros suyos pero también la educación micro y macro es socialización y es un medio que viabiliza y trasmite la cultura de una generación a otra, reproduciendo y recreándola. El hecho educativo se da en una determinada realidad y varía según esta cambia con el tiempo o con la tipología de los niveles educativos enmarcados dentro de las leyes o normas.

Según Valentín Paniagua Corazao, la universidad debe tener presencia en los grandes debates nacionales. Estos tienen que ver mucho con el futuro, no sólo de los políticos o de los gobernantes sino de la sociedad. Si no lo hace, la universidad no superará el reto que le plantea la sociedad que, dicho de paso, es la que la sostiene, le da vida y le permite persistir en el tiempo. Las universidades que lograron insertarse en sus propias comunidades, participar de sus inquietudes e ilusiones, son las universidades que consiguieron legitimarse, persistir en el tiempo y ganar el prestigio sin lo cual no les hubiera sido posible lograr el significado y la trascendencia que tienen.

CAPÍTULO 3

EL TURISMO

3.1. INTRODUCCIÓN.

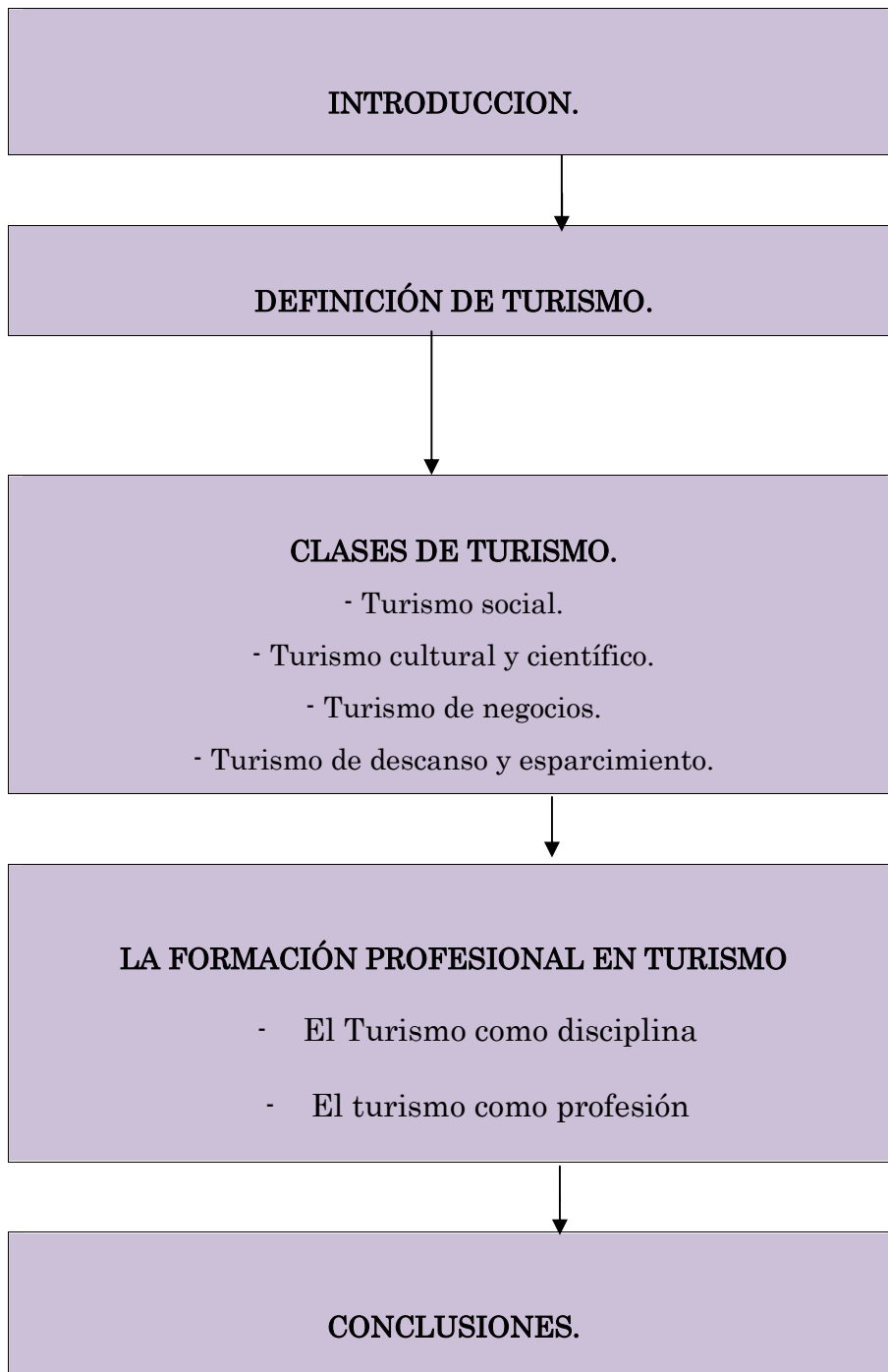
Es de conocimiento generalizado que el Turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante de varios países, en especial de los países en vías de desarrollo, en los cuales el Turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes y una manutención de los atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro.

Las acciones publicitarias promocionales o propagandísticas, se inscriben dentro de una actividad integrada por un conjunto de instrumentos u objetos que cumplen una función; en el caso del turismo, la de favorecer los estímulos para el surgimiento y el desarrollo del desplazamiento, así como para el crecimiento o la mejora

de las operaciones del ramo, que utiliza todo lo anterior con fines de explotación económica. En este contexto, la promoción turística es definida como “el conjunto de acciones para el desarrollo e incremento de las corrientes de visitantes efectuada tanto por instituciones privadas como públicas, respecto de estas últimas, se estaría hablando de ministerios o secretarías, departamentos, direcciones u oficinas de turismo” (Franco, 2003, p. 20).

En un contexto integrado por atractivos turísticos, promoción turística y profesionales de turismo, las acciones públicas y/o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística para posicionar dicha zona como destino turístico en los diversos mercados nacionales e internacionales, con el objeto de generar flujos turísticos hacia dicho territorio; es un rol importante asignado a la formación profesional en turismo.

Figura 3.1: Representación Gráfica del Capítulo 3.



3.2. DEFINICIÓN DE TURISMO.

El origen del vocablo turismo parece relacionarse en la expresión inglesa «*the tour*» que se usara en Francia como «le tour» y que designaba a fines del siglo XVIII y a principio del siglo XIX los viajes de ida y vuelta que los jóvenes aristócratas británicos realizaban a Francia, a Italia, a Grecia; como un intento de completar su educación. El concepto de turismo surge del sajón antiguo *Torn* (Inglaterra); de esta forma, se desprendían los vocablos *Torn-us* (lo que da vueltas) y *Torn-are* (dar vueltas). Esa raíz implicaba una partida con regreso, y se utilizó durante el siglo XII en los viajes de descanso que emprendían los campesinos. (Fernández, 1967). Otra vertiente con respecto al origen del vocablo turismo es la sostenida por la escuela semítica, al respecto, su exponente máximo, Arthur Houlot (1961), señala que el término turismo no deriva de la lengua latina sino del arameo antiguo. Según este autor, en este idioma se utilizaba el término *Tur* para los viajes, la exploración y el traslado de personas. Este vocablo se utiliza por primera vez, cuando Moisés inicia la expedición a las tierras de Canaán.

El turismo como constructo teórico factible de ser traducido en concepto, puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dado la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo conforman. En nuestros días, persiste todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo.

Debido a la relativa juventud del turismo como actividad socioeconómica generalizada y a su complejo carácter multidisciplinar (el turismo engloba una gran variedad de sectores económicos y de disciplinas académicas), hay una ausencia de definiciones conceptuales claras que delimiten la actividad turística y la distinguan de otros sectores. En efecto, existe un amplio debate académico sobre qué es exactamente el turismo, qué elementos lo componen y quién debe ser considerado turista, lo que ha originado multitud de definiciones, cada una de ellas subrayando aspectos distintos de la misma actividad. En este sentido, cabe afirmar que no existe definición correcta o incorrecta, ya que todas contribuyen de alguna manera a profundizar en el entendimiento del turismo. (Sancho, 2008, p. 43).

La definición más común de Turismo, es la que se le da a la acción de viajar por placer, deporte o instrucción; al conjunto de actividades puestas en práctica para realizar este tipo de viajes; y, a la industria cuya finalidad es satisfacer las necesidades del turista; luego, el turismo está compuesto, por una primera etapa móvil y dinámica y por otra etapa, posterior, inmóvil y estática. Según Krapf (1953), la palabra turismo evoca tanto la imagen de una muchedumbre abigarrada de turistas como el equipamiento que se orienta al servicio de ellos: ferrocarriles, hoteles, centros climáticos, manifestaciones de

cualquier tipo, etc.: luego, el turismo, como cualquier otra industria de servicios, se caracteriza por la complejidad de sus productos finales, que dificulta la labor de satisfacer al cliente y de evaluar dicha satisfacción en comparación con las industrias manufactureras y sus productos de consumo.

Según Sancho (2008), las características fundamentales de los servicios y por ende del turismo, son:

Los servicios son intangibles, los servicios son esencialmente intangibles, ya que poseen muchas características que no pueden ser descritas más que subjetivamente. Por ello, resulta imposible saber con certeza si el producto turístico va a ser satisfactorio para el cliente antes de su entrega, puesto que las claves tangibles no son suficientes para su valoración total. En adición, es de resaltar que el turismo se basa en algunos elementos tangibles, como los recursos físicos y las infraestructuras.

Los servicios son heterogéneos, ya que su entrega varía de un consumidor a otro y de un proveedor a otro. Esto se debe a la impredecibilidad del servicio: muchas variables influyen en que la entrega del mismo sea más o menos satisfactoria para el cliente.

Los servicios son inseparables, y es que existe un elemento de inseparabilidad en los servicios, ya que son producidos y consumidos simultáneamente en el mismo sitio: por lo tanto, el proceso del servicio

será evaluado hasta el último detalle por el consumidor, ya que es necesario que esté presente para que el servicio se genere. Aunque pueden ser remediados a posteriori, no hay tiempo de corregir errores cuando éstos se producen.

Los servicios son perecederos y no pueden ser guardados para su consumo posterior, por ejemplo, el asiento de un avión vacío o la habitación de un hotel sin ocupar, representan ventas perdidas que ya nunca podrán ser recuperados.

En síntesis, los turistas son personas y, por tanto, están sometidos a las leyes sociales que rigen la conducta humana: hábitos, modas, gustos y tendencias, personalidades variadas, caracteres; luego, teniendo en cuenta la definición que considera al turismo como un tráfico de personas que se alejan por un determinado tiempo de su lugar de residencia fijo a otro, con un objetivo de satisfacer sus necesidades personales; se infiere que las personas que realizan dicha actividad —turistas—, deben ser identificados únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales. En el contexto acabado de señalar, Kurt Krapf, en su teoría de la Consumición Turística, nos presenta una definición más heurística de lo que es turismo; al respecto señala: “Por turismo se entienden dos cosas: 1º) Una actividad humana que externamente se refleja en una ausencia pasajera del domicilio por móviles psico-físicos. 2º) El equipamiento técnico-económico previsto para facilitar dicha actividad. (1953, p. 25).

Cuadro 3.1: Diferencias entre industrias manufactureras y servicios.

INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	SERVICIOS
1. El producto es tangible	El servicio es intangible
2. La propiedad se transfiere con la compra	El servicio produce un derecho de uso, sin transferir la propiedad.
3. El producto puede ser revendido	La experiencia turística no se puede transferir.
4. El producto puede ser Almacenado	El producto no vendido, se ha perdido
5. El producto puede probarse	El servicio no puede probarse
6. El consumo es precedido por la producción	Producción y consumo generalmente coinciden
7. Producción, venta y consumo ocurren en entornos espaciales diferentes	Producción, venta y consumo ocurren simultáneamente
8. El producto puede ser transportado	Es el cliente quien acude al producto
9. Los ámbitos producción/ consumo están delimitados	El cliente participa en la producción
10. El contacto cliente/fabricante es indirecto	El contacto, en la mayoría de los casos, es directo

Fuente: Sancho (2008, p.369)

3.3. CLASES DE TURISMO.

La definición más común de Turismo, es la que se le da a la acción de viajar por placer, deporte, educación y, al conjunto de actividades puestas en práctica para realizar este tipo de viajes y a la industria cuya finalidad es satisfacer las necesidades del turista. La

importancia del Turismo es más distinguible, si se tiene en cuenta como criterio distintivo, la actividad que realiza. Así tenemos:

- ° Socioeconómicamente el turismo es importante, porque es un factor que incide en el desarrollo de un determinado país, esto debido a la diversidad de actividades económicas que se complementan con la actividad turística.
- ° Desde el punto de vista del mercado laboral, el turismo es importante porque genera un mercado de empleos diversificados con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; es decir genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.
- ° El turismo es un medio de intercambio social, ya que la sociedad que desarrolla más su actividad turística, está más capacitada para la comprensión y adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.
- ° Teniendo en cuenta a la cultura, el turismo es realmente importante porque comprende la geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía de una determinada zona, región o país. Entonces generalizando, se puede afirmar que: “El turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que

sepan aprovechar al máximo todos sus recursos” (Franco, 2003, p. 20).

Según la clasificación de Mourão (s/f), los tipos de turismo, teniendo en cuenta la actividad a realizar, pueden agruparse en las siguientes categorías:

Turismo de Aventura: Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades con connotaciones de desafío, expediciones accidentadas, la mayoría de las veces para adultos, que incluyen viajes valientes e imprevistos. Ejemplos: escaladas, espeleología, safaris en jeep.

Turismo de Bienestar: Es el turismo constituido por programas y actividades desarrolladas para mejorar o equilibrar las condiciones físicas o espirituales de un individuo o grupo de personas. Ejemplos: yoga workshops, clínicas para desintoxicación, Spas.

Turismo Cultural: Es el turismo constituido por programas destinados a participantes interesados en conocer las costumbres de un determinado pueblo o región. Ejemplos: danza, folclore, gastronomía.

Turismo Deportivo: Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades con el fin específico de promover la

práctica de deportes para aficionados o profesionales. Ejemplos: alpinismo, golf, submarinismo, pesca, windsurf.

Turismo de Estudio: Es el turismo constituido por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o ampliación de conocimientos in situ, en los que participan estudiantes y profesores con profesionales locales. Ejemplos: antropología, botánica, cocina, idiomas, fotografía, zoología.

Turismo de Incentivo: Es el turismo constituido por programas y actividades para empresas u organizaciones, para motivar o premiar a funcionarios y equipos a fin de alcanzar las metas de producción o calidad. Ejemplos: cruceros fluviales y marítimos, safaris en jeep.

Turismo de Investigación: Es el turismo que consiste en viajes y expediciones para el reconocimiento o estudio, llevado a cabo por instituciones o profesionales interesados en temas específicos. Ejemplos: antropología, arqueología, botánica, impacto medio ambiental.

Turismo Profesional: Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades que permiten a los profesionales un contacto directo, *in situ*, con el tema al que se dedican, y en el que pueden ampliar conocimientos con otros profesionales. Ejemplos: agricultura, antropología, botánica, gemología.

Turismo Rural: Es el tipo de turismo que ha surgido con la revalorización cultural y de las actividades rurales en los hoteles-haciendas.

Una clasificación de turismo, teniendo en cuenta el carácter del mismo o la finalidad que motivo su realización, se presenta en los apartados que prosiguen.

3.3.1. Turismo Social.

Se define así, al turismo que interesa al Estado en su función de promotor del bien público, en un plano que va más allá de la ventaja individual de los participantes y de la ventaja económica que puede surgir en los lugares donde se realiza; es decir, es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan de la participación en el Turismo de la población económicamente más débiles, así como el conjunto de medidas especiales por medio de las cuales dicha participación se hace posible y se facilita. El Turismo se considera como un conjunto de relaciones los cuales se originan mediante la participación de la población, basándose económicamente en el conjunto de medidas para las cuales se hace posible y se facilita dicha participación. Ejemplo: Si yo tengo una cabaña, casa familiar de campamento, Posada o cualquier otro ambiente vacacional, mi deber sería prestar múltiples servicios a los visitantes tanto socio-económico como culturales, y de igual forma proporcionar actividades recreativas

para los mismos. Entre las principales características presentes en el turismo social, tenemos:

- ° Proporciona ventajas individuales a los participantes.
- ° Beneficia ventajas económicamente en lugares donde se realiza dicho Turismo.
- ° Realiza medidas especiales por medio de las cuales se da dicha participación de pueblos.

3.3.2. Turismo Cultural y Científico.

Es el tipo de turismo constituido por personas que se desplazan con el objeto de auto educarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas a alto valor Cultural. El hombre desde la antigüedad ha realizado y sigue efectuando grandes viajes, que reconfortan el espíritu y que le dan contenido a su desplazamiento. Para analizar los efectos del Turismo tendríamos que examinar el impacto Turístico acerca del hecho Cultural y Científico, pero es visible que dentro de los objetivos de viajes, dichas manifestaciones, en forma permanente impulsa el viaje por ende enriquecedor y compensador como ningún otro, o a la par de otros, y así procurar el logro del esparcimiento del mismo. Ejemplo: Si una propuesta turística me ofrece visitar algún sitio de suma importancia, y viajaría por decir, a Huamalíes, tendría la oportunidad de conocer dicho provincia y podría aprender un poco sobre la forma de

vida de los pobladores actuales, de sus antepasados, su forma de vestir, entre muchas otras cosas. Las principales características del turismo cultural – científico son:

- ° Se basa en la auto educación de nivel personal, a través de la participación y sitios de alto valor turístico.
- ° El hombre más que todo realiza grandes viajes para recomfortar su espíritu debido al producto de las inquietudes Culturales – Científicas.

3.3.3. Turismo de Negocios.

Aunque a primera vista parece un contrasentido, ya que el viaje turístico por naturaleza no involucra el lucro, no resulta tal cuando las personas que se desplazan (Profesionales de industrias determinadas, empresas, etc.) viajan con el fin de intercambiar ideas con sus colegas, adquieren experiencias, etc., propios de sus oficios, que indudablemente van a repercutir en sus negocios pero el viaje se ha efectuado como todos los turísticos por vía de recreación, diversión, o sea, esparcimiento. El fin último del turismo de negocios no involucra diversión, sino que prácticamente se viaja con el fin de intercambiar ideas entre profesionales de industrias o empresas, para así llegar a un acuerdo y adquirir experiencias propias de sus oficios. Ejemplo: Cuando una persona realiza un viaje para negociar por motivos de trabajo, solamente asiste a dicho destino para desarrollarse como profesional y

no como turista. Las principales características del turismo de negocios son:

- ° Se basa explícita y únicamente en relacionar ideas basadas al negocio (trabajo), por el cual se viajó.
- ° En algunos casos el turismo de negocios puede llevar diversión y entretenimiento, pero en algunos casos no se incluyen este tipo de paquete.
- ° Se viaja con el fin de adquirir experiencias nuevas en el ámbito profesional.

3.3.4. Turismo de Descanso y Esparcimiento.

Podemos decir que el turismo de descanso y esparcimiento es aquel que proporciona a los turistas un breve momento de relajación, además de que el mismo le proporciona liberar el estrés y así mismo disfrutar de los maravillosos paisajes que le ofrezca el lugar que haya decidido visitar. Podemos decir que este tipo de turismo es el de más frecuencia en las personas, porque en sí, éste les brinda comodidad y a su vez les permite relajarse, disfrutar del ambiente en el cual se encuentra y dejar la rutina. Por ejemplo: Cualquier persona podría viajar para descansar del trabajo, para liberar el estrés, o simplemente para disfrutar de sus vacaciones o tiempo libre. Las principales características del turismo de descanso y de esparcimiento son:

- ° El Turismo de descanso y esparcimiento es aquel que permite a las personas disfrutar, descansar y relajarse.
- ° Este muestra servicios Express a su visitante.
- ° El turista es beneficiado por ser de otro país.

3.4. LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO.

La formación profesional en turismo en su acepción de formación para el trabajo, se relaciona con determinados segmentos de dicha actividad económica. Un primer segmento lo constituyen los trabajadores que ocupan los niveles más altos, que son los más propensos a capacitarse, pues tienen más acceso a la educación con calidad. Un segundo grupo corresponde a los niveles medio y bajo en donde la capacitación específica en áreas afines mejora la empleabilidad así como la calidad de las condiciones de vida. Un tercer segmento está conformado por los desempleados cesantes que requieren de una reconversión profesional para lo cual la formación constituye un elemento esencial. Asimismo, están aquellos que nunca han estado en la actividad y que necesitan programas especiales de formación, orientación e inserción profesional. A pesar de los esfuerzos de formación aún se encuentran demandas insatisfechas que requieren trabajadores con mayores niveles de calificación. Asimismo, la creciente demanda en el rubro de turismo impone la necesidad de formación en esa área. Desde este punto de vista la formación

coadyuvaría al ascenso profesional, o al menos al acceso a empleos de calidad. (Ermida y Rosenbaum, 1998).

Por el lado de la empresa, podemos observar cómo la formación profesional puede y debe ser un elemento esencial para la eficacia, productividad y competitividad, al elevar la calidad de los productos y su rendimiento, así como la adaptabilidad de los trabajadores a los cambios. Ante este escenario de transformaciones constantes, la formación profesional en turismo, en especial la basada en la competencia laboral, adquiere una importancia vital. La formación profesional también ha pasado por un proceso de cambios. Se inició centrada en la creación de conocimientos, habilidades y destrezas para la vinculación a un empleo. Actualmente, además de haber pasado de un concepto de formación inicial a uno de formación continua, ha ampliado su significado y alcances hacia aspectos como el desarrollo tecnológico y el complejo mundo de las relaciones laborales. (Ministerio de Trabajo y Promoción Social, s/f).

La importancia estratégica de la formación profesional en turismo, es tal que dado una adecuada formación, esta ayudara al trabajador a conseguir o a conservar su empleo, adaptándose mejor a los cambios, asumiendo nuevas tareas y mejorando su rendimiento. La formación será para el trabajador, una herramienta para desarrollar la calidad de su empleo e incrementar su nivel de vida y condiciones de trabajo. Visto socialmente, se percibe a la formación en turismo, como

un instrumento estratégico capaz de contribuir a orientar la contratación laboral hacia el capital humano de los trabajadores, no basándose en su disposición a ocuparse a bajo precio. De esta nueva relación entre formación y empleo surge el concepto de empleabilidad.

3.4.1. El turismo como Disciplina.

El desarrollo científico de la investigación en turismo y el uso del conjunto de conocimiento que se deriva de aquél está directamente relacionado tanto con la teoría como con la práctica. Uno de los aspectos que conecta efectivamente a ambas es la formación/educación. En este punto, parece apropiado recordar cómo el conocimiento en su conjunto y en sus dimensiones teóricas y prácticas puede ser la mejor guía en la tarea de desarrollar los recursos humanos presentes y futuros, algo que en la actualidad se lleva a cabo en las universidades del mundo entero, esas mismas instituciones que fueron las primeras en contribuir al desarrollo de la fundamentación científica del turismo.

El turismo como disciplina de formación profesional, cumple un papel importante en la investigación del movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia; inquiriendo para ello en aspectos relacionados con la estancia en el destino del turista; el viaje hacia el destino, las actividades realizadas durante la estancia, las motivaciones para

viajar, y, los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

El turismo como disciplina universitaria ha crecido a lo largo del tiempo, muchas universidades del mundo han ampliado el rango de materias ofrecidas con el estudio del turismo; tal es así que:

Durante la primera parte del siglo XX, varias universidades europeas habían ya establecido cátedras de turismo. Las universidades de Estados Unidos y otros lugares del mundo descubrieron el turismo mucho más tarde. Inicialmente, los programas de gestión hotelera añadieron el turismo a sus currículos. Pronto, el turismo comenzó a extenderse a otros programas y departamentos, gestión de negocios, ocio, esparcimiento, e incluso ciencias sociales. La oferta actual va desde cursos aislados hasta concentraciones minoritarias o mayoritarias en turismo, tanto en el nivel de licenciatura como en el graduado. Significativamente, el número de universidades que ofrecen cursos avanzados está en aumento. Por varios años ya, algunas universidades en todo el mundo han extendido sus programas doctorales en educación, ocio y planificación urbana-regional para incluir el turismo y algunas ofrecen ya doctorados en turismo. (Jafari, 2005, p.46).

3.4.2. El turismo como Profesión.

La misión formativa y educativa del turismo como disciplina de formación profesional está directamente relacionada con una fuerza laboral que según Jafari (2005) sólo en Estados Unidos supera los seis millones y sube de 120 millones en todo el mundo. Esa tarea se muestra aún más complicada cuando se considera que esta fuerza laboral es mayoritariamente de escasa cualificación profesional, con sólo un pequeño porcentaje de cuadros de gestión, administración y dirección. Todos los sectores económicos se han visto afectados, con mayor o menor intensidad, por las transformaciones económicas de las últimas décadas. Las actividades que tradicionalmente se agrupan en el sector turístico, también han sido objeto de profundos cambios estructurales.

Las características económicas del turismo como actividad productiva (actividad intensiva en trabajo, baja productividad) y las nuevas situaciones derivadas de los cambios políticos y económicos a escala internacional, exigen prestar una especial atención a la relación entre empleados y productividad; luego, la capacidad de los mismos para ajustarse a las nuevas exigencias, cada vez más, depende de su nivel de formación. En este contexto, la formación de profesionales para el sector turismo debe detectar las necesidades y exigencias del mundo turístico, pero, sin perder de vista los obstáculos para elaborar un

sistema de formación que por lo general están centrados alrededor de las siguientes condiciones propias de la actividad (Sancho, 2008):

1. El crecimiento espontáneo de la actividad turística en la mayoría de los países.
2. La importante presencia de empresas de tamaño pequeño y mediano de explotación familiar.
3. La estacionalidad de la actividad turística.
4. El carácter de servicio personal de la mayoría de los trabajos realizados.
5. La variedad de servicios y actividades a realizar: polivalencia.
6. La propia heterogeneidad del sector turístico.
7. La escasa atención que han dedicado tradicionalmente los gobiernos a la actividad turística.

Con respecto a las líneas de actuación en materia de educación en turismo existe, por una parte, la formación profesional que tiene por objeto la capacitación para el ejercicio de una profesión, impartida en los niveles de pre y post grado de las universidades, y las escuelas o institutos; y por otro lado, la formación ocupacional, pensada para el ejercicio técnico y práctico de las actividades específicas del sector o las complementarias con el mismo. Según Sancho (2008), para el caso de la primera línea de actuación, la colaboración universidad/empresa es

una herramienta también muy útil de cuya utilización se devengarían las siguientes ventajas, tanto para la empresa como para el centro de educación superior implicado y para el estudiante:

- Cooperación en I+D (Investigación y Desarrollo).
- Posibilidad de acceso directo a la contratación de personal con mayor cualificación.
- Mejora de los programas de estudio.
- Mayor intercambio de información sobre las necesidades de las empresas.
- Mayor experiencia pre profesional del estudiante, etc.

La formación de profesionales de turismo en el Perú, está orientada a la actividad de servicios y tiene como fin principal, la satisfacción de las nuevas demandas que exige la actividad turística; en razón de ello, el profesional de turismo egresado de las universidades peruanas, por lo general se caracterizan por poseer las capacidades de:

- Gerenciar y administrar hoteles manejando instrumentos, criterios y conceptos aplicados a los servicios de recepción, pisos, restaurantes, bar, cocina, etc.
- Planificar, organizar, dirigir y ejecutar diversos proyectos empresariales como son los eventos, ferias, congresos, convenciones, etc.

- Brindar asesoramiento en proyectos y estudios de inversión en el sector.
- Gestionar y dirigir empresas turísticas, como agencias de viajes, líneas aéreas, casinos, pubs, cafés y otros.

3.5. CONCLUSIONES.

La sociedad tiende cada vez más al incremento de la productividad, menor tiempo de trabajo, mayor tiempo libre y mayor deseo y motivación de integración con el mundo actual y pasado. Según Davis, Chappelle y Sternquist (1993) citados por Franco (2003), el análisis de mercados turísticos permite conocer de una manera más precisa las características del turista, facilita un mejor empleo de los recursos disponibles y da la oportunidad de mejorar el producto turístico para su venta. Ya que, para atraer a un mercado, se requiere que el prestador de servicios conozca muy bien el producto turístico que está vendiendo, con el fin de determinar si puede satisfacer las necesidades de sus clientes. Estos factores permiten vislumbrar perspectivas alentadoras para los países que impulsan su actividad turística. Permitiendo diversificar la economía tradicional de los países, he aquí la importancia del desarrollo del turismo como actividad económica de una nación.

Por otro lado, la sociedad tiende cada vez más al incremento de la productividad, menor tiempo de trabajo, mayor tiempo libre y mayor

deseo y motivación de integración con el mundo actual y pasado. Jafari (2005) señala que el turismo es celebrado como una decisiva fuerza económica global y una gigantesca industria mundial. Muchas publicaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre otras, dan buena cuenta de su estable crecimiento desde la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, en 1950, 25,3 millones de turistas generaron US\$2.100 millones. A finales del siglo XX, en 1998, el número de turistas internacionales estaba ya en 625 millones que gastaron US\$445 millardos. Ese mismo año, el gasto mundial total por turismo internacional y doméstico superó los tres mil billones de dólares americanos. Esta última cifra, según algunos analistas, es varias veces mayor que el gasto mundial en defensa; o, dicho de otra manera, el gasto mundial en turismo excede el producto nacional de todos los países del mundo a excepción del de Estados Unidos y Japón. En 2002, el número de turistas internacionales superó por primera vez los 700 millones de llegadas con un gasto cercano a los US\$475.000.

Las estimaciones de crecimiento del turismo en los años iniciales del siglo XXI siguen siendo impresionantes. La OMT espera que en 2020 las llegadas de turistas internacionales alcancen los 1.600 millones. Por su parte, el Consejo Mundial para Viajes y Turismo (WTTC en sus siglas inglesas), una institución que agrupa a las principales empresas mundiales de viajes y

hostelería, calcula que en 2014 el turismo mundial, doméstico e internacional, generará un total de US\$4,2 billones, contando sus efectos directos e indirectos. (Jafari, 2005, p. 40).

Dado que el Perú tiene el enorme privilegio de poseer recursos turísticos, sean éstos naturales o culturales, en todas sus regiones; es posible encontrar más ventajas en proyectos turísticos, que en otros proyectos de distinto desarrollo económico; luego, el turismo es una de las actividades que puede desarrollarse como una actividad orientada a la captación de divisas; en razón de ello, la formación profesional en turismo debe propender a dotar a los futuros licenciados en turismo, de las competencias necesarias y suficientes para responder eficientemente a las solicitudes propias del rubro de turismo, que por las variadas características, naturales, geográficas y culturales del Perú, requiere la masiva incursión de emprendimientos empresariales, si fuera posible, en cada uno de sus más de 1900 distritos.

CAPÍTULO 4

LAS COMPETENCIAS

4.1. INTRODUCCIÓN.

El término competencia se ha vuelto una palabra que continuamente es evocado en el discurso educativo actual, pero, su popularización no necesariamente conlleva un carácter educativo, es por ello la necesaria aclaración y exigencia que académicamente se tenga bien en claro esta premisa, ya que muchas veces es tomada como sinónimo de otros términos cercanamente relacionados con las competencias, pero, con diferencias conceptuales importantes. El término competencia aparece en variados ámbitos del saber, así tenemos: el caso de la personalidad, la formación profesional, el diseño curricular, la elaboración de instrumentos de investigación, la

administración, la formación profesional, el liderazgo, las emociones, la enseñanza, la comunicación, etc.

La presencia del termino competencias, en diferentes ámbitos y referida a diferentes disciplinas o sectores, hace necesario que cuando se quiera referir a dicho termino, se acostumbre a delimitarlo o circunscribirlo; en efecto, Tobón (2007) señala que las competencias son procesos generales contextualizados, referidos al desempeño de la persona dentro de una determinada área del desarrollo humano. Son la orientación del desempeño humano hacia la idoneidad en la realización de actividades y resolución de problemas. Se apoyan en los indicadores de logro como una manera de ir estableciendo su formación en etapas. Las competencias se basan en indicadores de desempeño y estos corresponden a los indicadores de logro (criterios de desempeño y evidencias requeridas). Las competencias indican las metas por alcanzar en procesos pedagógicos asumidos en su integralidad, mientras que los estándares se refieren a metas específicas por lograr durante las fases de dicho proceso. Por ende, los estándares se establecen según la orientación de las competencias.

Figura 4.1: Representación Gráfica del Capítulo 4.



4.2. DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS.

En el año 1970 Chomsky propuso el concepto de competencia lingüística en términos de una estructura mental implícita y genéticamente determinada que se ponía en acción mediante el desempeño de la actividad comunicativa, es decir mediante el uso efectivo de la capacidad lingüística en situaciones específicas. A partir de esta primera concepción, la definición de competencia comenzó a tener múltiples desarrollos y reelaboraciones, tanto en la lingüística como en la psicología, en materia conductual y cognitiva, y en la educación.

En contraposición a la propuesta de Chomsky, de considerar la competencia como algo interno al individuo, en la línea de la psicología conductual, de manera gradual se fue hablando de la competencia como un comportamiento efectivo, y en la actualidad se ha configurado un modelo conductual coherente y sólido de las competencias, que aunque ha trascendido el esquema de estímulo-respuesta, sigue basándose en el comportamiento observable, efectivo y verificable del comportamiento de la persona, confluyendo entonces así el desempeño dentro de la competencia, aspectos que se encuentran disociados en Chomsky.

Una de las corrientes para el estudio de las competencias es el enfoque de competencias desde el aspecto conductual, dicho enfoque ha

tenido notables desarrollos en el campo de la gestión del talento humano en todas las organizaciones, siguiendo una orientación de buscar que los trabajadores posean competencias clave para que las empresas mejoren en sus niveles de competitividad. Desde mediados de la década de noventa esta concepción de las competencias se ha venido implementando en diversas instituciones educativas de varios países, con el objetivo de formar personas con ciertas competencias que les posibiliten un mayor impacto y más rápida inserción laboral.

La otra corriente está dada por la psicolingüística y la psicología cultural que más bien enfatizan la idea de competencia como un concepto que está en la base de la interacción de la persona con el entorno. En este sentido, encontramos los trabajos de Hymes (1996), quien plantea que el concepto de competencia comunicativa puede entenderse como el empleo efectivo del lenguaje y de la lingüística en situaciones específicas de comunicación, teniendo en cuenta las demandas del entorno que rodean al individuo.

Siguiendo los aportes de la psicología cultural, que tienen como principal representante a Vigotsky (1985) y que han sido planteados por autores como Torrado (1995, 1998); Hernández (1998) plantea que las competencias son acciones situadas que se definen en relación con determinados instrumentos mediadores; las cuales constituyen acciones situadas en el sentido de que tienen en cuenta el contexto en el cual se llevan a cabo. Ahora bien, dichas acciones se dan a partir de

la mente, en donde se construyen relaciones sociales que son actualizadas por la cultura (Vigotsky, 1985; Brunner, 1992). De manera general se puede afirmar que la psicología cultural ha aportado al concepto de competencias el principio de que la mente y el aprendizaje son una construcción social y requieren de la interacción con otras personas, estando la idoneidad influenciada por el mismo contexto (Tobón, 2006).

La psicología cognitiva es otra de las disciplinas que ha brindado aportes significativos a las competencias, como la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner (1987, 1997), la cual da un apoyo teórico sustancial a la comprensión de las competencias en su dimensión cognoscitiva (tal como sostiene Tobón, 2005). Asimismo se tienen las contribuciones de Sternberg (1997) en torno a la inteligencia práctica, la cual se refiere a la capacidad que deben desarrollar las personas para desenvolverse con inteligencia en las diversas situaciones de la vida. Esto implica llegar a la solución de los problemas sin necesidad de pensar y analizar mucho, con el fin de canalizar la atención y la memoria en otras actividades.

Los conceptos de "competencia" y "competente" se pusieron de moda a fines de los 80 y en los 90, sin embargo han aparecido múltiples definiciones. Woodruffe (1991) señala que "competencia" define las áreas de trabajo en que una persona es competente, mientras "competencia" se refiere a la habilidad de poder realizar algo; las

dimensiones del comportamiento o conducta que está debajo del rendimiento competente.

Otra definición de competencias es la que asocia la competencia con la habilidad de realizar las actividades dentro de un área profesional bajo los lineamientos de una norma particular; luego, se debe determinar el significado preciso de estos conceptos, para establecer la manera del aprendizaje, su conceptualización y su desarrollo, y también para poder aplicarla dentro de la escena organizacional. La Asociación Americana de Dirección define "competente" como "una característica subyacente de una persona que produce una acción eficaz y/o un rendimiento superior en un trabajo" (Boyatzis, 1982). Según Spencer y Spencer (1993), estas definiciones han dominado centenares de estudios de investigación durante los últimos 20 años. Por ejemplo, en el Reino Unido la opción preferida del Programa de las Normas de la Sección del Empleo es "competencia." El programa, sin embargo, define "competencia" como "una descripción de algo que una persona que trabaja en una área profesional dada debe poder hacer, es una descripción de una acción, comportamiento o resultado que una persona debe poder demostrar.

Cuando no se ven las competencias como tareas del trabajo, sino como lo que les permite a las personas que hagan una tarea, las calidades personales juegan un papel vital. De esta forma "competente" no está referido al trabajo micro-clasificado, pero si a características

subyacentes genéricas que podrían describirse como las competencias a nivel macro, como los rasgos personales esenciales, habilidades, conocimiento y motivos del empleado que se ha relacionado causalmente al rendimiento superior directivo. En resumen, el modelo de EE.UU. está basado principalmente en personal "competente" requerido por los empleadores.

Existen muchas razones por las cuales es necesario conocer, comprender y aplicar el enfoque de la formación basada en competencias. Por ello, Tobón (2006) menciona que en la consolidación del enfoque de competencias en la educación no sólo influye el desarrollo de la disciplina educativa sino también, el momento histórico y la economía. En lo social, señala que se observan las crecientes presiones para que la educación forme a los jóvenes para la vida y para el trabajo con calidad, trascienda y vaya más allá de lo teórico y la mera transmisión de la información, debido a que con el surgimiento de la Sociedad del Conocimiento, lo más importante no es tener conocimientos sino saberlos buscar, procesar, analizar y aplicar con idoneidad. Con respecto al énfasis en lo económico, señala que las empresas cada vez demandan más a las instituciones educativas profesionales formados de manera idónea para que se encuentren en capacidad de competir tanto con empresas nacionales e internacionales para mantenerse y crecer en un mundo globalizado. Por ello afirma que el auge del enfoque del desarrollo de las competencias en la educación

está interrelacionada con la mayor influencia de la sociedad en la educación, la cultura de la calidad, la globalización y la competitividad empresarial.

En síntesis, la construcción histórica del concepto de competencias se sustenta en torno a múltiples disciplinas y demandas socioeconómicas, lo que explica la diversidad de definiciones y metodologías que existen para llevar a la práctica el enfoque de competencias. Las competencias han sido definidas y asumidas de diversas maneras, desde un simple saber hacer que pone énfasis en la conducta observable y verificable de los individuos (enfoque conductista) o un saber referido a las funciones laborales requeridas en el desempeño de una ocupación o cargo (enfoque funcionalista) , hasta el saber adquirido con la participación activa de la persona en su propio aprendizaje (enfoque constructivista) y un saber complejo que integra un saber hacer, un saber conocer y un saber ser, implicando una actuación integral de la persona para analizar y resolver problemas del contexto en distintos escenarios (enfoque sistémico complejo).

En concordancia con este último enfoque, se asume que las competencias son procesos complejos de desempeño con idoneidad, en determinados contextos, que permiten una actuación responsable y satisfactoria, demostrando la capacidad de hacer con saber y con conciencia sobre las consecuencias de ese hacer en el entorno.

4.2.1. Saberes Esenciales de las Competencias.

Las competencias son procesos complejos de desempeño porque, ante determinadas situaciones, comprometen la actuación e interacción de diversas dimensiones del ser humano (cognoscitiva, motriz, afectivo, volitiva, valorativa, etc.) y del contexto, de tal manera que se aborda el desempeño de manera integral. La idoneidad refiere el nivel de calidad que se espera con el logro de la competencia. No se trata, por tanto, de un simple saber hacer, se trata de hacerlo bien, lo cual implica un saber conocer (saber con plena conciencia y conocimiento de lo que se hace) y un saber ser reflexivo (asumiendo la responsabilidad de las consecuencias del propio desempeño). De esta forma, las competencias evidencian la puesta en práctica de recursos tales como conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes, los cuales posibilitan un modo de funcionamiento integrado de la persona en el que se articula y le proveen de la posibilidad de tomar decisiones inteligentes en diversas situaciones.

Teniendo en cuenta el conjunto de lineamientos que pretenden generar las condiciones pedagógicas esenciales para facilitar la formación de las competencias a partir de la articulación de la educación con los procesos sociales, comunitarios, económicos, políticos, religiosos, deportivos, ambientales y artísticos en los cuales viven las personas —Enfoque Socioformativo Complejo (ESC)—, Tobón define las competencias como:

Procesos integrales de actuación ante actividades y problemas de la vida personal, la comunidad, la sociedad, el ambiente ecológico, el contexto laboral-profesional, la ciencia, las organizaciones, el arte y la recreación, aportando a la construcción y transformación de la realidad, para lo cual se integra el saber ser (automotivación, iniciativa y trabajo colaborativo con otros) con el saber conocer (conceptualizar, interpretar y argumentar) y el saber hacer (aplicar procedimientos y estrategias), teniendo en cuenta los retos específicos del entorno, las necesidades personales de crecimiento y los procesos de incertidumbre, con espíritu de reto, idoneidad y compromiso ético. (Jaik y Barraza (Edit.), 2011, p.17).

Según Delors (1997), todas las competencias se articulan en torno a tres saberes esenciales: saber ser, saber hacer y saber conocer. El saber convivir hace parte de la estructura del saber ser.

Saber ser: La dimensión del sentir constituye el eje conductor, el cual permite construir una visión del mundo, y proponer un futuro mejor para la humanidad.

Saber hacer: La dimensión del actuar implica establecer estrategias en términos de acciones a realizar para alcanzar la realización de la naturaleza humana y de poder transformar la realidad.

Saber conocer: La dimensión del pensar involucra la creación y transformación de las interacciones sociales, con los procesos mentales, y el pensamiento racional.

Los cuatro pilares de la educación, constituyen los saberes esenciales de las competencias, las cuales pueden ser promovidas y fomentadas mediante la educación por competencias; es decir, mediante la educación por competencias se puede formar, desarrollar y capacitar todos y cada uno de los aspectos de la personalidad del individuo, para hacerlo productivo a nivel personal como profesional; individual o en conjuntos, como hombre/mujer o como ciudadano.

El aprender a conocer, combinando una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias; lo que supone además, aprender a aprender para poder aprovechar las posibilidades que ofrece la educación a lo largo de la vida.

El aprender a hacer, a fin de adquirir no solo una calificación profesional sino, más generalmente, una competencia que capacite al individuo para hacer frente a gran número de situaciones y a trabajar en equipo.

El aprender a vivir juntos, desarrollando la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia, respetando los valores de pluralismo, comprensión mutua y paz.

El aprender ser, para que florezca mejor la propia personalidad y se esté en condiciones de obrar con creciente capacidad de autonomía de juicio y de responsabilidad personal.

4.2.2. Tipos de Competencias.

Según Vargas (1999) hay tres clases de competencias: básicas, genéricas y específicas; las diferencias entre cada una de ellas, se presenta en los apartados que prosiguen.

Competencias básicas: Son las competencias fundamentales para vivir en sociedad y desenvolverse en cualquier ámbito laboral. Estas competencias se caracterizan por: (1) constituyen la base sobre la cual se forman los demás tipos de competencias; (2) se forman en la educación básica y media; (3) posibilitan analizar, comprender y resolver problemas de la vida cotidiana; (4) constituyen un eje central en el procesamiento de la información de cualquier tipo. Algunas competencias básicas son:

- Competencia comunicativa. Comunicar los mensajes acorde con los requerimientos de una determinada situación. Por ejemplo: Interpretar textos atendiendo a las intenciones comunicativas, a sus estructuras y a sus relaciones. Producir textos con sentido, coherencia y cohesión requeridos.

- Competencia matemática. Resolver problemas con base en el lenguaje y procedimientos de la matemática. Por ejemplo: Resolver los problemas con base en la formulación matemática requerida por éstos. Interpretar la información que aparece en lenguaje matemático, acorde con los planteamientos conceptuales y metodológicos de esta área.
- Competencia de autogestión del proyecto ético de vida. Autogestionar el proyecto ético de vida acorde con las necesidades vitales personales, las propias competencias y las oportunidades y limitaciones del contexto. Por ejemplo: Identificar las necesidades vitales personales, las competencias y el contexto. Planificar el proyecto ético de vida identificando las metas a corto, mediano y largo plazo, las estrategias para alcanzarlas y los factores de incertidumbre. Autoevaluar de manera constante la forma cómo se están satisfaciendo las necesidades vitales personales y modificar las estrategias de acción cuando se estime oportuno.
- Manejo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Manejar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación con base en los requerimientos del contexto. Por ejemplo: Manejar el

computador a nivel de usuario, procesando información en programas básicos (hojas de cálculo, procesador de textos, diseño de presentaciones, etc.). Comunicarse mediante el uso de internet (correo electrónico, chat, videochat, páginas web, etc.); Comunicarse mediante el empleo de la telefonía fija y móvil.

- **Afrontamiento del cambio.** Manejar los procesos de cambio en los diferentes escenarios de la vida, acorde con estrategias del plan de vida o de una determinada organización. Por ejemplo: Identificar los procesos de cambio. Implementar estrategias flexibles que permitan manejar los procesos de cambio inesperados. Modificar planes y proyectos con el fin de manejar los procesos de cambio.
- **Liderazgo.** Liderar actividades y proyectos en beneficio personal y de las demás personas, con base en las posibilidades del contexto. Por ejemplo: Gestionar la consecución de recursos económicos, físicos, materiales y de infraestructura. Motivar a las personas a alcanzar metas mediante el trabajo cooperativo. Gestionar alianzas estratégicas para la realización de actividades.

Competencias genéricas: Son aquellas competencias comunes a varias ocupaciones o profesiones. Por ejemplo, los profesionales de

áreas tales como la administración de empresas, la contaduría y la economía comparten un conjunto de competencias genéricas tales como: análisis financiero y gestión empresarial. Este tema comienza a ser de gran importancia en la educación universitaria, la cual debe formar en los estudiantes competencias genéricas que les permitan afrontar los continuos cambios del quehacer profesional (Corominas, 2001). Las competencias genéricas se caracterizan por: (1) aumentan las posibilidades de empleabilidad, al permitirle a las personas cambiar fácilmente de un trabajo a otro; (2) favorecen la gestión, consecución y conservación del empleo; (3) permiten la adaptación a diferentes entornos laborales, requisito esencial para afrontar los constantes cambios en el trabajo dados por la competencia, la crisis económica y la globalización; (4) no están ligadas a una ocupación en particular; (5) se adquieren mediante procesos sistemáticos de enseñanza y aprendizaje; y (6) su adquisición y desempeño puede evaluarse de manera rigurosa. Algunas competencias genéricas son:

- **Emprendimiento.** Iniciar nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo, con base en los requerimientos organizacionales y las demandas externas. Por ejemplo: Diseñar nuevos proyectos acorde con los requerimientos de la organización y del contexto empresarial. Ejecutar los proyectos con referencia a las

metas propuestas, el proceso administrativo definido y las condiciones del entorno.

- Gestión de recursos. Gestionar recursos de diverso tipo con base en los requerimientos de la producción. Por ejemplo: Determinar los recursos que requieren las actividades con base en los requerimientos formulados. Por ejemplo: Asignar los recursos económicos y materiales a los procesos y subprocesos, acorde con los requerimientos.
- Trabajo en equipo. Planificar el trabajo en equipo teniendo como referencia los objetivos estratégicos de la organización. Por ejemplo: Implementar equipos de trabajo acorde con los requerimientos organizacionales específicos. Negociar conflictos de manera pacífica, teniendo como referencia los requerimientos situacionales.
- Gestión de información. Procesar la información relacionada con un determinado proceso laboral, teniendo como referencia el puesto de trabajo, el nivel de responsabilidad y los requerimientos de la organización. Por ejemplo: -Buscar la información requerida para desempeñar las actividades de un puesto de trabajo, acorde a la estructura organizacional. Procesar la información con base en una determinada metodología definida por la organización.

- Comprensión sistémica. Establecer la interrelación y complementariedad de los diferentes procesos y subprocesos laborales, teniendo en cuenta la estructura y funcionamiento de la organización. Por ejemplo: Comprender las interrelaciones complejas, acorde con una situación específica. Entender los sistemas sociales, organizacionales y tecnológicos con base en las demandas del contexto. Monitorear y corregir el desempeño dentro de un sistema, acorde con los patrones de funcionamiento.
- Resolución de problemas. Resolver los problemas planteados por una determinada situación, con base en el logro de los objetivos estratégicos de la organización. Por ejemplo: Detectar los problemas dentro del marco laboral, teniendo como base el contexto en el cual se presentan y los diferentes actores involucrados. Implementar acciones concretas para resolver los problemas con base en el contexto laboral y el logro de los objetivos organizacionales.
- Planificación del trabajo. Administrar el proceso de trabajo laboral teniendo como referencia las necesidades vitales personales y los requerimientos del puesto de trabajo, así como la estrategia organizacional de producción. Por ejemplo: Planificar el proceso de trabajo

con base en las expectativas personales y los requerimientos de la organización. Ejecutar la planeación con base en políticas institucionales y teniendo en cuenta las situaciones específicas. Autoevaluar el propio desempeño laboral, con base en los logros obtenidos y la autosatisfacción personal.

Competencias específicas: Son aquellas competencias propias de una determinada ocupación o profesión. Tienen un alto grado de especialización, así como procesos educativos específicos, generalmente llevados a cabo en programas técnicos, de formación para el trabajo y en educación superior. Por ejemplo, las competencias que deben tener un profesional de ingeniería civil o las competencias que debe demostrar el profesional de turismo. En el subcapítulo que prosigue al siguiente, se detallan las competencias específicas para el profesional de turismo.

4.3. LA FORMACIÓN PROFESIONAL POR COMPETENCIAS.

Díaz y Hernández (1998) con respecto a la formación por competencias en educación superior señalan que el desarrollo de cada una de las actitudes, aptitudes intelectivas, aptitudes procedimentales y los contenidos tiene correspondencia con la formación en el ser, en el pensar, el hacer y el saber, respectivamente, y el aprendizaje logrado

por medio de la convergencia de estas cuatro dimensiones da lugar a los llamados aprendizajes significativos, que son los aprendizajes en los cuales el sujeto del proceso de formación reconfigura la información nueva con la experiencia, permitiéndole así integrar grandes cuerpos de conocimiento con sentido. De esa integración entre conocimiento con sentido y experiencia resulta el desarrollo de la competencia.

La educación basada en competencias es una orientación educativa que pretende dar respuestas a la sociedad del conocimiento o de la información. Se origina en los requerimientos laborales, por lo que demanda a las instituciones educativas un acercamiento al mundo del trabajo. El modelo de competencias involucra ejecuciones como procesos cognitivos y afectivos, centrándose en los resultados de aprendizajes. El “saber hacer” es el núcleo central de una competencia, en torno al cual se relacionan los otros saberes: conocer, pensar, ser, convivir, sentir, compartir, etc.

Un currículo por competencias se define en función a las áreas que lo integran y se evalúa en función a criterios de desempeño específicos. El aprendizaje por competencias hace que los sujetos comiencen a tener autoestima, a creer en sí mismos y en su capacidad de aprender a aprender. Este es un nuevo proceso que se opone al sistema tradicional educativo. Sostiene que la educación deviene en un instrumento vital para mejorar, perfilar y para especializar a la gente. Considera que la educación es un instrumento adecuado para hacer

evolucionar las sociedades. De ahí la importancia de conocer la sociedad, los procesos educativos y ver que vinculaciones se pueden establecer para hacer un mundo mejor y mejorar las diferentes generaciones.

El enfoque de competencias tiene múltiples definiciones y hay diversos enfoques para aplicarlo a la educación, lo que dificulta su implementación, y se convierte muchas veces en un obstáculo para diseñar y ejecutar los programas de formación. Esto debido a que el enfoque de competencias se ha venido desarrollando y estructurando por el aporte de múltiples disciplinas que confluyen entre sí, y la influencia de diversas tendencias sociales y económicas. Siguiendo esta línea de pensamiento Tobón (2008a) presenta las siguientes características de su concepto de competencia.

1. Procesos: los procesos son acciones que se llevan a cabo con un determinado fin, tienen un inicio y un final identificable. Implican la articulación de diferentes elementos y recursos para poder alcanzar el fin propuesto. Con respecto a las competencias, esto significa que estas no son estáticas, sino dinámicas, y tienen unos determinados fines, aquellos que busque la persona en concordancia con las demandas o requerimientos del contexto.

2. Complejos: lo complejo se refiere a lo multidimensional y a la evolución (orden – desorden - reorganización). Las competencias son procesos complejos porque implican la articulación en tejido

de diversas dimensiones humanas y porque su puesta en acción implica muchas veces el afrontamiento de la incertidumbre.

3. Desempeño: se refiere a la actuación en la realidad, que se observa en la realización de actividades o en el análisis y resolución de problemas, implicando la articulación de la dimensión cognoscitiva, con la dimensión actitudinal y la dimensión del hacer.

4. Idoneidad: se refiere a realizar las actividades o resolver los problemas cumpliendo con indicadores o criterios de eficacia, eficiencia, efectividad, pertinencia y apropiación establecidos para el efecto. Esta es una característica esencial en las competencias, y marca de forma muy importante sus diferencias con otros conceptos tales como capacidad (en su estructura no está presente la idoneidad).

5. Contextos: constituyen todo el campo disciplinar, social y cultural, como también ambiental, que rodean, significan e influyen una determinada situación. Las competencias se ponen en acción en un determinado contexto, y este puede ser educativo, social, laboral o científico, entre otros.

6. Responsabilidad: se refiere a analizar antes de actuar las consecuencias de los propios actos, respondiendo por las consecuencias de ellos una vez se ha actuado, buscando corregir

lo más pronto posible los errores. En las competencias, toda actuación es un ejercicio ético, en tanto siempre es necesario prever las consecuencias del desempeño, revisar cómo se ha actuado y corregir los errores de las actuaciones, lo cual incluye reparar posibles perjuicios a otras personas o a sí mismo. El principio en las competencias es entonces que no puede haber idoneidad sin responsabilidad personal y social.

García Fraile (2008), con respecto a la importancia del aprendizaje por competencias señala que la formación en las competencias no es nada raro ni nada revolucionario. Se trata de agrupar esfuerzos y presupuestos; y es algo que los docentes pueden implementar de manera rápida, simplemente hay que repensarlo, trabajar en equipo tratando de hacer una oferta, sobretodo en sociedades o países con importantes déficits educativos. Los docentes tienen que capacitarse para hacerlo, pero una vez que lo hayan hecho pueden llegar de mejor manera con sus enseñanzas a un grupo mayor de personas. No significa un cambio radical, es una nueva forma de abordar los conocimientos que pasa por el trabajo de equipo. No es que se eliminen los conocimientos, estos seguirán existiendo, solo que tendrán que vincularse a lo que hasta ahora habían sido las materias tradicionales. Se trata de hacer abordajes integrales desde materias comunes y que los docentes trabajen conjuntamente diversas cosas que hasta ahora se trabajaban por separado. Pueden presentarse ciertos

obstáculos, es un tema un tanto difícil de implementar al ser algo que exige un cambio de mentalidad. A veces se necesita un cierto valor para hacer una apuesta y decir que si las cosas siguen como hasta ahora, se podrán conseguir superar las actuales tasas e índices de fracaso que se observan en la sociedad. El método se debe probar, para comprobar si verdaderamente, una vez comprendido y visto cuáles son sus virtudes, puede mejorar esas tasas negativas y esos índices; pero todo ello requiere del acuerdo de instituciones, de acuerdos completos, porque no es sólo una tarea de docentes, las autoridades también necesitan creer en esto y ponerlo en marcha y los resultados son siempre mejorar lo que se tenía hasta ahora.

El proceso de desarrollo de las competencias, más que cambio en la currícula, significa una reordenación distinta del currículo, porque esto no quiere decir que se cambiarán los conocimientos por otras cosas. Lo que debe hacerse es añadir otras cosas a los conocimientos como es la capacidad de saber hacer cosas y también la formación de un profesional que sea crítico y plantee problemas y soluciones a esos problemas, pero los conocimientos están ahí y no es ningún cambio revolucionario. Pero hay que considerar que como consecuencia de ello, se tiene que capacitar a los docentes en nuevos métodos de enseñanza para hacer efectivo el cambio a realizar para que lo que resulte sea algo mejor, sostiene. En este sentido, el aprendizaje por competencias hace que los sujetos comiencen a tener autoestima, a creer en sí mismos, en

su capacidad de aprender a aprender, con lo cual hacia mitad del proceso lo ideal es que la persona aprenda solo a aprender con alguna guía, lo que significa que empieza a darse un proceso de aprendizaje autónomo. (García, 2008).

El modelo de formación por competencias permite hacer diseños específicos para sujetos en diversos niveles de adquisición de competencias, y permite asegurar un estándar medio para todo el mundo; por ejemplo, un modelo de competencias para innovar en ciencia y tecnología, puede estructurarse de la siguiente manera:

Figura 4.2: Modelo de Competencias para Innovar en Ciencia y Tecnología.



Fuente. Araneda (2009, p. 25).

García Fraile (2008) señala que el modelo de formación por competencias consiste en repensar lo que es la enseñanza tradicional y traducirlo en mallas curriculares en donde, efectivamente, se demuestren que se trabaja por competencias, por conocimientos integrados, con profesionales de diversos sectores que se juntan para abordar diferentes problemas. Todo lo mencionado antes reflejado en las mallas curriculares de las instituciones, que es la mejor forma de mostrar que las competencias no son un invento, una moda, no son una revolución, sino que son algo real que se pueden traducir en mallas curriculares. Señala además, que los gobiernos latinoamericanos pueden continuar, como hasta ahora, poniendo parches en el sistema educativo, pueden invertir unos años más en profesores, unos años más en primaria, en la secundaria, pero las estadísticas internacionales demuestran que las tasas de fracaso no se disminuyen sino que siguen en aumento; luego, el reto para los gobiernos es que sean valientes y que hagan lo mismo que la Unión Europea, que han establecido por ley y por obligación que todos los gobiernos tienen que diseñar sus mallas curriculares por competencias.

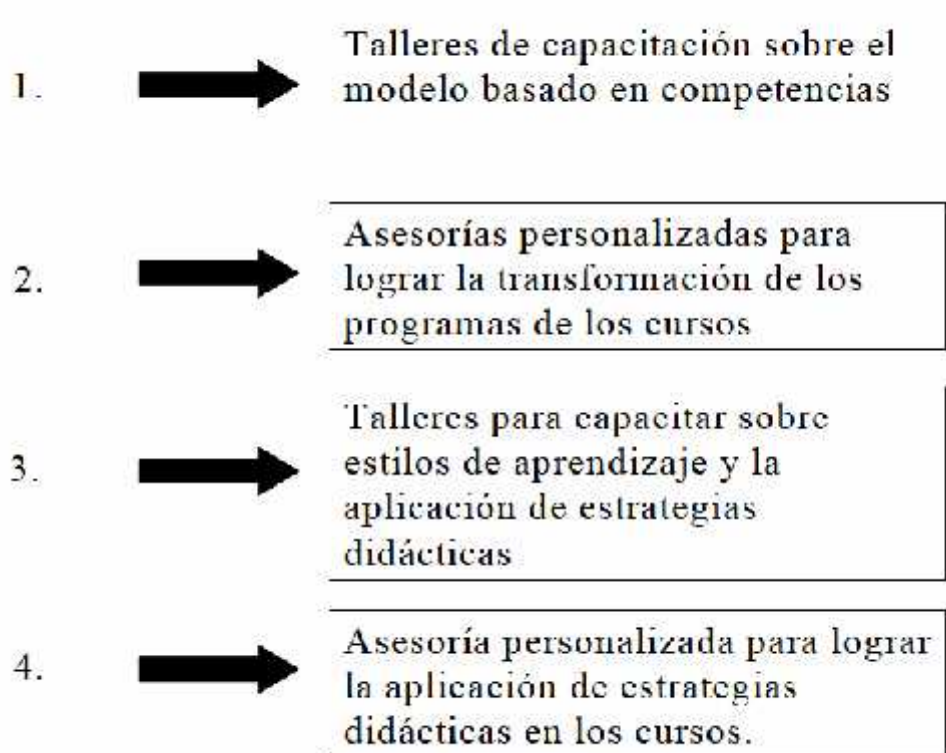
La adaptación de las universidades a este modelo, está ligado a los cambios que ha traído consigo la Globalización y las Reformas Económicas, es una forma de abordar problemas globales que tienen su proyección local en cada uno de los países. Abordar esos problemas, partir de ellos para construir la malla curricular en función de las

necesidades profesionales y sociales que generan, donde el sujeto se forme para afrontar esos problemas. De acuerdo a García Fraile (2008), se está implementando este modelo en todos los países de la Unión Europea. También en Colombia existen universidades como La Pedagógica, la Pontificia Bolivariana de Bogotá y la Universidad de Los Andes que están implementando el proceso y en México, la Universidad de Puebla, el Instituto Tecnológico de Monterrey. En Chile hay una serie de proyectos del gobierno para implementar todos los programas universitarios por competencias. Indica que constituye una tendencia a extenderse de una manera continua en los próximos años porque ofrece determinadas ventajas con respecto al modelo tradicional. Por otro lado, en la Unión Europea, se están llevando a cabo programas formativos en diferentes sectores económicos y productivos por competencias, sistemas modulares que forma parte esencial del mismo y sobre todo aprendizajes autónomos a través de plataformas que permitan ir adquiriendo en la sociedad de la información.

El modelo de educación basado en competencias sirve para el nivel primario, secundario, tecnológico y universitario. Cuando hablamos de competencias nos referimos a qué competencias tiene que tener cada sujeto en cada uno de los niveles, pero el modelo es el mismo. En el caso peruano, se tiene a la Universidad del Pacífico de Lima que fue una de las primeras universidades en adoptar el modelo

curricular basado en el desarrollo de competencias, en función del cual se han reestructurado los sílabos de los cursos; para tal efecto, el proceso paso por las fases que se muestran en la siguiente figura:

Figura 4.3: Modelo de Competencias para Innovar en Ciencia y Tecnología.



Fuente. Centro Universitario de Desarrollo (2005, p. 190).

De la mano con el currículo basado en competencias, en la Universidad del Pacífico se ha adoptado el modelo de enseñanza centrado en el estudiante; al respecto Rosa María Fuchs Ángeles citado por el Centro Universitario de Desarrollo (2005), señala:

El docente como moderador y administrador de las experiencias de aprendizaje, prepara las situaciones de aprendizaje pensando en el estudiante como sujeto principal de la práctica pedagógica y organiza su estrategia didáctica procurando el uso de técnicas que movilicen las estructuras cognitivas y socio afectivas de los estudiantes, requiriéndole intervenciones intelectivas, resolutivas, crítico-reflexivas y constructivas. (p. 192).

Las técnicas didácticas que mejor reúnen estas características son: el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje con base en proyectos y el aprendizaje cooperativo. Éstas son usadas y recomendadas por la mayoría de centros de formación profesional de los países desarrollados, porque conllevan las siguientes ventajas (Centro Universitario de Desarrollo, 2005):

- La interacción entre estudiante y objeto de aprendizaje es intensiva.
- Ofrecen la oportunidad a los estudiantes de conectarse a su entorno y enfrentarse a situaciones reales, complejas y retadoras, procurando una mayor significación en el aprendizaje.
- Incentivan el desarrollo de capacidades, uso de conocimientos y la asunción de actitudes de manera constante.

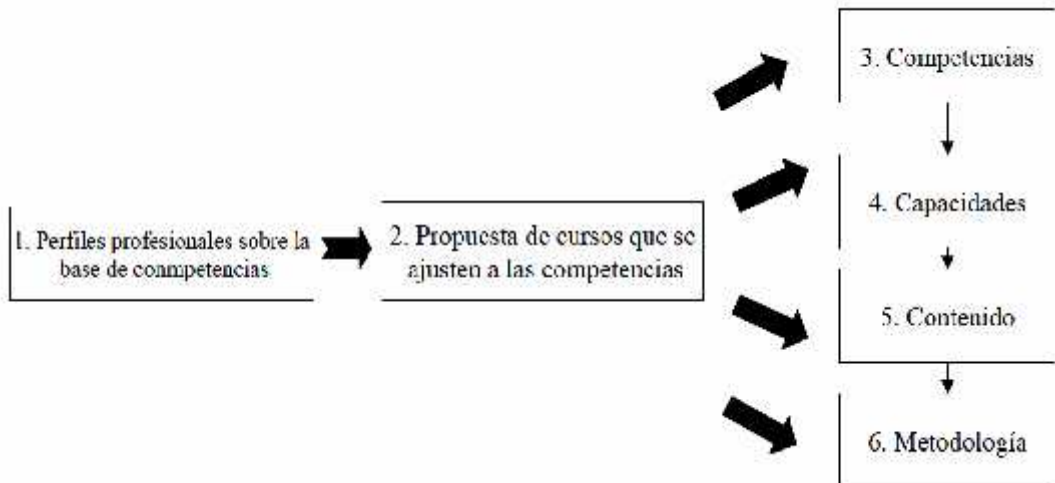
- Promueven la interacción sostenida y el trabajo en equipo entre los estudiantes.
- Producen mayor motivación para el aprendizaje, llevando a que el alumno encuentre sentido al estudio y se involucre más en actividades propias de su vida profesional.
- Propician una retroinformación inmediata y constante, mejorando progresivamente las intervenciones del estudiante y del docente.
- Incrementan la transferencia de lo aprendido a diversas situaciones en las que se ve involucrado.
- Desarrollan la autonomía del estudiante en su proceso de aprendizaje y en su relación con el docente.

Un diseño curricular basado en competencias el cual fuera plasmado en un nuevo plan de estudios para las distintas disciplinas de formación profesional de la Universidad del Pacífico, incluye:

1. Verificación de los perfiles de los profesionales sobre la base de competencias. En este proceso se involucran tanto docentes como empresarios.
2. Definición de las competencias principales que se desean desarrollar a lo largo de la carrera profesional.
3. Propuesta de cursos que aporten al estudiante las competencias propuestas.

4. Desarrollo de competencias y capacidades por curso.
5. Definición del contenido del curso (conceptuales, procedimentales y actitudinales).
6. Definición de la metodología a emplearse en el curso.

Figura 4.4: Proceso de diseño curricular basado en competencias.



Fuente. Centro Universitario de Desarrollo (2005, p. 196).

4.4. LAS COMPETENCIAS EN EL PROFESIONAL DE TURISMO.

Las competencias profesionales es entendida como las capacidades exigidas mediante un currículo de formación profesional, el cual a su vez es plasmado en un plan de estudios; para tal efecto, las competencias forman parte de un determinado modelo pedagógico. En la educación superior, es factible hablar de una formación basada en competencias, ya que las competencias son procesos complejos de desempeño ante problemas con idoneidad y compromiso ético, y se enmarcan en la formación integral.

El tema constituye incluso materia de preocupación a nivel de la política educativa que lleva a cabo el ministerio de educación, en el sentido de que todos los colegios de nivel primario y secundario, sean privados o estatales, así como las universidades e institutos de formación superior deben implementar en sus currículos la metodología de enseñanza de desarrollo de competencias, lo cual implica que deben en primer lugar elaborar sus planes de trabajo, clases, sílabos, capacitar a los profesores, ejercer un control sobre los temas que se dictan, ya que el sistema educativo en su conjunto debe adecuarse a esta metodología. Por ello en el presente trabajo se presentan incluso documentos de trabajo modelo de una determinada institución educativa para adaptarse a este enfoque de desarrollo de competencias.

En resumen, para lograr personas altamente efectivas que puedan desempeñarse exitosamente en un mundo altamente competitivo, es que las instituciones educativas deben basarse en las competencias como elemento medular del diseño curricular.

Nuestras competencias son determinadas por nuestros hábitos. Un hábito resulta de la interacción de conocimientos, habilidades y motivación. El paradigma el conocimiento es el qué hacer y el por qué hacerlo, la habilidad es el cómo hacer y la motivación es el querer hacerlo. Los hábitos son pautas consistentes, y a menudo inconscientes que expresan nuestro carácter y generan nuestra efectividad o nuestra ineffectividad. Tal desempeño es producto de los conocimientos, valores, habilidades, actitudes y conductas que nos permiten incorporarnos, interactuar con éxito en los ámbitos personal, familiar, escolar, profesional, social, etc. y tener el estilo de vida que nos haga transitar sobre el camino de la felicidad. En ese contexto, las competencias son un enfoque para la educación y no un modelo pedagógico, pues no pretenden ser una representación ideal de todo el proceso educativo, determinando cómo debe ser el tipo de persona a formar, el proceso instructivo, el proceso desarrollador, la concepción curricular, la concepción didáctica, la concepción epistemológica y el tipo de estrategias didácticas a implementar.

Al contrario, las competencias son un enfoque porque sólo se focalizan en unos determinados aspectos conceptuales y

metodológicos de la educación y la gestión del talento humano, como por ejemplo los siguientes: 1) integración de saberes en el desempeño, como el saber ser, el saber hacer, el saber conocer y el saber convivir; 2) la construcción de los programas de formación acorde con la filosofía institucional y los requerimientos disciplinares, investigativos, laborales, profesionales, sociales y ambientales; 3) la orientación de la educación por medio de criterios de calidad en todos sus procesos; 4) el énfasis en la meta cognición en la didáctica y la evaluación de las competencias; y 5) el empleo de estrategias e instrumentos de evaluación de las competencias mediante la articulación de lo cualitativo con lo cuantitativo. (Tobón, 2008b, pp. 7s).

Dado que las competencias profesionales es entendida como las capacidades exigidas, un profesional de turismo, estará capacitado para que mediante su práctica profesional pueda intervenir eficientemente en la planeación, promoción, definición, delimitación, estructuración, etc.; de cada uno de los términos de actuación propios de su disciplina formativa; en efecto, el profesional de turismo estará en capacidad de mejorar o reproducir los procesos relacionados con cada uno de los conceptos que prosiguen.

Circuito turístico: Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo. Por su parte un corredor turístico es una vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos dotados de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo. Es una gira turística, recorrido o ruta, a veces con regreso al mismo sitio de partida. decir, es un conjunto finito de lugares de interés por recorrer para el visitante donde el punto de partida también es el punto de llegada.

Ciudad soporte: Conjunto urbano o rural que cuenta con servicios e infraestructura básica, energía, caminos de acceso, y servicio de telecomunicaciones; para que un destino sea factible de ser promovido para el turismo interno y receptivo. La ciudad soporte, es el lugar donde empieza la gira turística, es el lugar que le permite al turista, tener un primer acercamiento a las condiciones geográficas, climatológicas y de confort de la que dispondrá como consecuencia de haber escogido un determinado destino turístico.

Corrientes turísticas (flujos): Conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro con fines turísticos, formando un canal continuo con características especiales que permiten la realización de actividades recreacionales. Por la direccionalidad de las corrientes, el

turismo regional y el internacional pueden ser clasificados en receptivo o emisor/exportativo; en todos los casos la demanda denota comportamientos que implican la adecuación y adaptación de la oferta de servicios a los requisitos, necesidades y motivaciones de los distintos consumidores de servicios turísticos.

Destino turístico: Un destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. Para que un territorio sea convertido en destino turístico debe reunir una serie de requisitos que pueden resumirse en dos conceptos: el atractivo turístico, que es el elemento principal de la oferta, y las facilidades turísticas. Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística

Facilitación turística: Políticas y acciones coordinadas que adopta el Estado para promover y fomentar los viajes e identificar procedimientos que supriman obstáculos en los arribos y salidas de terminales aéreos, terrestres y portuarios —no solo referidos a formalidades fronterizas y procedimientos aduaneros— a fin de propiciar visitas, desplazamientos y permanencia de individuos y

grupos con fines turísticos. Se entiende como Facilitación Turística, al conjunto de mecanismos y procedimientos referidos a la agilización, modificación, eliminación de trámites sobre ingreso, permanencia y salida de personas y bienes; la utilización de aeropuertos, puertos y terminales terrestres nacionales e internacionales; los controles fronterizos; la aplicación de sistemas aduaneros, migratorios y otros que se vinculen directamente con el desarrollo de la actividad turística.

Imagen - Marca turística: La imagen o marca turística es una herramienta de comunicación que tiene como fin incrementar el valor de un destino a partir de su reconocimiento y diferenciación de los competidores cercanos. La elección de un destino está influenciada por las percepciones individuales sobre las posibles alternativas. Por esto es importante para los países que desean incrementar su demanda turística promover una imagen coherente y positiva como destino turístico. Aun cuando el turismo, hoy en día, no deja lugar sin explorar, atraer a los turistas es el reto al que deben enfrentarse todos los países, sobre todo aquellos que ven en sus bondades una oportunidad para su desarrollo. La elección de un país como destino turístico, por parte de un turista, está sujeta a diferentes factores internos y externos que actúan sobre él, uno de estos factores viene a ser la imagen percibida del país, bien de forma general o como destino turístico ya que un país puede tener una gran cantidad de recursos turísticos y de recreación, pero una imagen distorsionada puede entorpecer su uso potencial y,

por consiguiente, un óptimo desarrollo turístico y económico. La imagen actúa sobre sus preferencias y por tanto en su decisión de visitar ese país, es decir en la demanda turística.

Planta Turística: La planta turística está conformada por organizaciones encargadas de producir y explotar servicios turísticos básicos y directos demandados por los turistas para satisfacer sus necesidades y deseos. La Planta Turística son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen. La Infraestructura permite el buen uso y funcionamiento de recursos turísticos y planta turística, ya que incluye las infraestructuras relativas al transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos, etc.), comunicaciones (telefónicas, internet, etc.) energía, agua potable, alcantarillado, recogidas de basuras. El transporte corresponde a los medios terrestres, aéreos y acuáticos disponibles en la zona turística. Los elementos institucionales están relacionados con la legislación turística y general, la organización institucional, las facilidades públicas a empresas privadas, promoción pública, y en definitiva toda actividad pública que afecte al turismo.

Producto turístico: Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura,

actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que son percibidos como una experiencia turística y permiten satisfacer motivaciones y expectativas. El producto turístico, es el conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado. Ejemplos: Vacaciones en el campo, un paseo por la pampa, la ruta de los chasquis, etc.

Recurso turístico: Son los recursos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos que posee una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes. Los recursos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística por ejemplo: Lagos, ríos, montañas, fortalezas, fiesta regional, etc. Los recursos turísticos pueden clasificarse en cinco categorías, a saber: Atractivos naturales, patrimonio histórico y museos, Folclore y manifestaciones de la cultura tradicional, realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas y los acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas.

Segmento multitemático. Grupo del total de turistas, clasificados según sus intereses en realizar o practicar actividades recreativas de diferentes segmentos de mercado.

Turismo sostenible: Tipo de turismo que busca dar un uso óptimo a los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y, asegurar la distribución

justa de los beneficios socioeconómicos a la vez que reporta un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes. El desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Vocación turística: Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio. La vocación turística de un determinado territorio y su población adjudica un importante papel al turismo como actividad no sólo de negocios, sino como actividad de desarrollo y generadora de empleos; para ello, el turismo como quehacer territorial se divide en dos grandes sectores:

- a) Un sector es el de la promoción, la cual está encargada de coordinar y ejecutar la mayoría de las actividades promocionales que el territorio realiza.

- b) El otro sector es el de empresa, que es el que maneja la empresa de turismo, propiedad de la comunidad o de organizaciones privadas.

Si bien estos dos sectores son de dominio público, el área empresarial se maneja con las reglas del mercado, es decir es la parte más "privada", por así decirlo, del departamento de turismo del territorio., y se maneja en un mercado competitivo, pero con las herramientas que le permite su estructura pública.

Zona turística: Entendemos por zona turística un territorio, normalmente de carácter supramunicipal, caracterizado por una gran concentración de actividades turísticas (o en el que el turismo es la actividad económica preferente), donde se ofertan diversos productos turísticos – aunque predomine un tipo de producto concreto - , que integra diferentes destinos turísticos, y que se manifiesta como conglomerado de tres tipos de agrupamientos de empresas o entidades turísticas: a) de carácter empresarial; b) de carácter territorial; y c) de carácter institucional. Las zonas turísticas han surgido por evolución expansiva de uno o varios destinos turísticos próximos, de uno o varios productos turísticos concretos ofertados en un entorno geográfico, así mismo, próximo; y muchas veces, también, por efecto de la creación de una marca que ha facilitado la creación de una imagen propia y su identificación en el mercado. Dicha evolución es igualmente consecuencia de la tendencia de creación de redes entre empresas, lo

que permite ampliar actividades y localizaciones, diversificar motivaciones, en suma, ganar competitividad. En cierta medida, la multiplicidad de productos, segmentos, motivaciones, etc. en el turismo se ha generado como forma para mejorar su competitividad y de combatir uno de los problemas fundamentales que tiene la actividad turística: la estacionalidad.

4.5. CONCLUSIONES.

Existe en la actualidad una importante preocupación en los círculos universitarios por responder mejor desde el mundo académico hacia las demandas del sector productivo y a los requerimientos de los empleadores, lo cual redundará, por una parte, en una revisión de la función de la universidad en la sociedad actual, caracterizada como la sociedad del conocimiento y en un replanteamiento de los diseños curriculares tradicionales por otra. A ello se suma la masificación de la matrícula asociada a una gran heterogeneidad de la oferta de carreras y programas post secundarios en instituciones de muy diversa naturaleza, lo que ha generado la urgente necesidad de asegurar que los profesionales cumplan con requerimientos para el ejercicio profesional en condiciones y niveles adecuados.

El profesional debe tener un gran compromiso hacia la adquisición de competencias, no sólo ante su quehacer profesional rutinario, sino que también tenga la capacidad de aprovechar al

máximo las capacitaciones y actualizaciones desde el contexto donde se desempeña profesionalmente. Los profesionales deben ser competitivos en cuanto a lo personal y profesional, ya que la sociedad actual presenta cambios de manera acelerada, por lo que deben tener la capacidad de enfrentarse a nuevos retos con ideas renovadas que den respuesta a muchas de las interrogantes de su área formativa y cubran las necesidades de la sociedad.

El emprendimiento se conceptualiza como una característica que puede surgir en todos los seres humanos. El emprendimiento es una competencia relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo, con base en los requerimientos organizacionales y las demandas externas; el carácter empresarial está implícito en esta definición, luego, el emprendimiento empresarial sigue siendo una competencia genérica, ya que sigue siendo común a varias ocupaciones o profesiones; pero, si hablamos de emprendimiento empresarial en turismo, necesariamente estamos haciendo alusión a una competencia específica.

CAPÍTULO 5

EL EMPRENDIMIENTO

EMPRESARIAL

5.1. INTRODUCCIÓN.

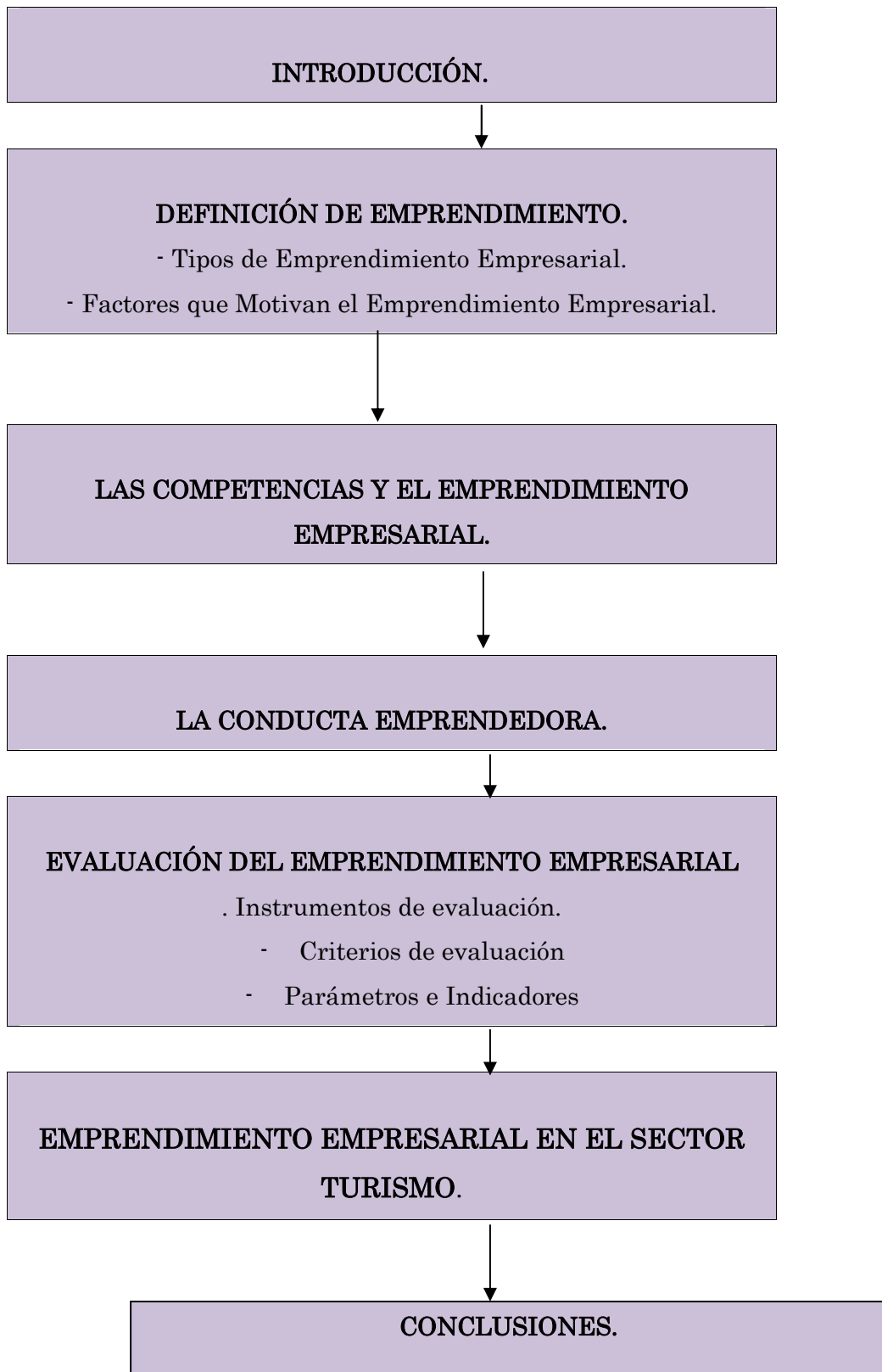
El mundo debido a la globalización ha cambiado, la apertura de las economías y la búsqueda de la competitividad, ha llevado a que dentro del ámbito académico las carreras profesionales no deben llevar exclusivamente a que los jóvenes alcancen un puesto de trabajo en la empresa deseada, o que logren el empleo deseable y seguro, sino que ahora el enfoque es que la educación debe ser concebida para formar profesionales con capacidad de generación de empleo.

Se llama emprendedor empresarial a la persona que inicia o “emprende” la creación de un negocio, pero, en términos generales, el emprendimiento no solo está asociado a la creación de negocios, sino

también a la creación de otros tipos de organización o instituciones no necesariamente comerciales, por ejemplo: organizaciones cívicas, sociales, o políticas; es decir, el acto de emprender no sólo es característico del mundo de los negocios o el comercio, sino que es transversal a la sociedad en su conjunto. Un caso "mixto" de emprendimiento, se refiere al emprendimiento social, que consiste no solo en generar beneficios económicos, sino también en una búsqueda de potenciar el bienestar humano o mejora del nivel de vida de las personas.

El turismo como actividad basada en la expresión natural y cultural de una zona, se distingue de las otras actividades económicas por los productos y servicios a los cuales se circunscribe; pero, al igual que las otras actividades, se pueden establecer negocios directamente relacionados con el turismo y negocios indirectamente relacionados con el turismo; pero en ambos casos, el emprendimiento empresarial es factible de ser realizado.

Figura 5.1: Representación Gráfica del Capítulo 5.



5.2. DEFINICIÓN DE EMPRENDIMIENTO.

El término emprendedor deriva de la voz castellana *emprender*, que proviene del latín *in*, en, y *prendere*, coger o tomar, aplicándose originalmente -tanto en España como otros países- a lo que ahora serían denominados aventureros, inicialmente referido a militares. Este sentido del término evolucionó posteriormente a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades de 1732, todavía con esas connotaciones, como: La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua. Ese sentido y su evolución en el tiempo el término están estrechamente relacionados con el vocablo francés *entrepreneur*, que aparece a principios del siglo XVI. A principios del siglo XVIII los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes, caminos y a los arquitectos.

Cuervo (2001) denomina *enterpriser* al empresario que actúa solo y se distingue del corporativo. El emprendedor es una persona con capacidad de innovar; luego, el emprendimiento aparece ligado al concepto de innovación, pero, como paradigma económico - comercial, es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de

riqueza; es decir, se convierte en una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades.

El Centro de Emprendedorismo de la Universidad de Miami en Ohio, define este concepto como el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre. Asimismo, se define emprendedor como “aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio. Y las mejores ideas son aquellas que después vuelan solas sin que su inventor tenga que conducir las toda la vida. Por su parte, Comeche (2004) explica que el emprendedor es visto como aquel que percibe una oportunidad y que crea una organización para conseguir dicha oportunidad. Por lo tanto, en este contexto se puede afirmar que perseguir una oportunidad creando una nueva organización está implícito en el acto emprendedor.

En términos de la evolución del concepto a lo largo de la historia, el término emprender se remonta a la época de la antigüedad y viene siendo utilizado en las Ciencias Sociales. Proviene de las palabras latinas “in” y “prenderé”. Luego los franceses la comenzaron a utilizar como “*entrepreneur*” y posteriormente los ingleses la acuñaron como

“*entrepreneurship*” que se refiere a los comportamientos y habilidades (competencias) que requieren los emprendedores con potencial de éxito.

Entrepreneur ha recibido diferentes tratamientos en la literatura económica. Los clásicos utilizaban en su lugar las palabras *undertaker* y *adventurer*. La palabra emprendimiento viene del francés “*entrepreneur*”, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que se tomó es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más. Una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción, los momentos de rutina, de poco crecimiento personal y laboral para desencadenar situaciones de satisfacciones, nuevos logros. Una de las grandes características de este tipo de personas es que siempre están en constante búsqueda de cambios, de dar soluciones a los problemas y siempre se les miden a nuevos retos. Hoy, el mundo en que vivimos está lleno de cambios e incertidumbres generados muchas veces por el proceso de globalización, los medios de comunicación y las tendencias modernas.

En síntesis, aunque para algunas personas el emprendimiento es considerado un concepto nuevo, sin embargo, se tiene que esta característica como tal siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad; y es que el emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas; luego, ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo (Jaramillo, 2008). El término *entrepreneur* se utiliza para designar al empresario y su derivado *entrepreneurship* se utiliza en un sentido más amplio para referirse tanto al empresario, como a la función empresarial y a la creación de empresas, o de desarrollo e implementación de ideas de negocios con el objetivo de aprovechar oportunidades de mercado. Es decir, se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que enfrenta con resolución, con ímpetu y mucha voluntad acciones difíciles en el ámbito personal, profesional y de negocios. En el mundo de la economía, los negocios y las finanzas, tiene el sentido más específico de estar referido a aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Desde este punto de vista de un razonamiento económico, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de mercado, y en consecuencia organiza los recursos necesarios para poner su idea de negocio en marcha o convertirla en realidad. Es habitual emplear este término para designar a una “persona que crea una empresa” o que encuentra

una oportunidad de llevar a la práctica su idea de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa y bajo sus propios riesgos.

El ser emprendedor es una de las cualidades o características esenciales y fundamentales de un empresario u hombre de negocios, junto a la de otros factores también considerados importantes como la innovación tecnológica, la organización y gestión empresarial; luego, el carácter empresarial del emprendimiento parece implícito en las definiciones hasta ahora presentados, pero, el emprendimiento no solamente se da en el ámbito empresarial, sino, este cubre otros ámbitos tales como el personal (ámbito individual) y el social (ámbito colectivo).

5.2.1. Tipos de Emprendimiento Empresarial.

Una de las razones por las cuales el término emprendimiento se ha vuelto importante en los últimos años es debido a las nuevas formas como se han manejado las situaciones económicas y cómo éstas han sido superadas con nuevas ideas. Desde una perspectiva empresarial, el emprendimiento puede darse en tres dimensiones:

El emprendimiento para la constitución empresarial, es decir, concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios, el cual por lo general queda plasmado en un proyecto de constitución empresarial.

El emprendimiento para el establecimiento empresarial, el cual consiste en ejecutar lo establecido en el proyecto de constitución empresarial con fines de ponerlo en el mercado.

El emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa, es decir, cuando se quiere mejorar el proceso productivo o de prestación de servicio, de una empresa que ya se encuentra insertado en el mercado de bienes o servicios, según corresponda.

5.2.2. Factores que Motivan el Emprendimiento Empresarial.

La motivación es un aspecto estratégico de bastante importancia, a través del cual se logra la mayor voluntad y empeño del personal en la labor que le corresponde, además se genera una mejor predisposición para la realización de sus funciones, que le permite alcanzar mejores índices de productividad, la motivación es acto que debe realizarse en forma permanente, para lograr un desarrollo uniforme y de calidad en la labor académica y administrativa de la institución. La situación anterior nos obliga a ser personas competitivas desde el punto de vista personal y profesional, si es que se quiere tener éxito en el desempeño laboral, familiar y social; luego, la universidad tiene un papel muy importante en proporcionar a sus estudiantes una formación básica e idónea que los capacite para alcanzar estos objetivos. Los emprendedores son personas generadoras de ideas que, al mismo

tiempo, desarrollan las competencias necesarias para ser mejores ciudadanos.

Los factores que motivan el emprendimiento empresarial son variados y de acuerdo al sector económico; pero, en forma general, los principales son:

Oportunidades de inversión. Las cuales se dan como resultado de la promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de determinados recursos.

Oportunidades de negocios. Existe una diferencia conceptual entre negocio y empresa, y, esta es que el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio. Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas; el negocio sienta sus bases (principalmente) en una oportunidad (coyuntura), y, gira en torno a una misión que por lo general tiene finalidad económica. Una empresa consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que beneficien a otras personas; la empresa gira en torno al cumplimiento de una misión, pero, a diferencia del negocio, su directriz es la visión. En síntesis, un negocio es algo similar a una empresa, con la diferencia de que un negocio también puede abarcar actividades,

sistemas o métodos que permitan obtener dinero a cambio de ofrecer algún beneficio; luego, el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio.

Las demandas insatisfechas. Es otro factor que motiva el emprendimiento empresarial debido a que el emprendedor forma parte de la sociedad y no puede aislarse de ella, luego, ante una demanda en la población aun no cubierta, el emprendedor busca cubrir dicha demanda mediante la constitución de una empresa orientada a cubrir la demanda en cuestión.

El desarrollo profesional. Es un factor que motiva el emprendimiento empresarial, ya que por lo general los futuros profesionales mediante cursos de formación básica, general o profesional, dependiendo de la profesión, desarrollan competencias de empresario; y debido a dicha formación, el profesional considera como parte de su pleno desarrollo profesional, el aspecto empresarial.

Aumento en la aceptación de un bien o servicio. El cual genera actividades y acciones orientadas a sacar el máximo provecho de una determinada coyuntura; por ejemplo, la aceptación de la comida peruana es un factor importante para el emprendimiento empresarial en ese rubro.

5.3. COMPETENCIAS Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.

La OECD/WorldBank (2003) en *Definition and Selection of Competencies* (DeSeCo Project), citado por Araneda (2009) define a la competencia como la capacidad para responder exitosamente a una demanda, problema o tarea complejos movilizandoy combinando recursos personales (cognitivos y no cognitivos) y del entorno. Desde ese contexto con orientación empresarial de competencia, se tiene que una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción o la presencia en la sociedad de demandas no satisfechas; para, desencadenar situaciones de satisfacciones, los cuales se traducen en nuevos logros, es decir en la constitución y establecimiento de una empresa que busque suplir dicha necesidad y aprovechar la oportunidad de negocio.

En el mundo actual, si es que se quiere tener éxito en el desempeño empresarial, familiar y/o social, las personas están obligadas a ser competitivas desde el punto de vista personal y profesional; en el contexto empresarial, la competitividad desde el punto de vista personal está relacionada con la actitud hacia el emprendimiento empresarial que se traduce en las motivaciones hacia

la creación o mejora de una empresa; por otro lado, la competitividad profesional está relacionado con las aptitudes para la dirección, organización o mantenimiento de la empresa y consiste en poseer las habilidades técnicas que permitan la constitución, establecimiento o mejora de una empresa.

Araneda (2009) agrupa las competencias características del emprendedor en específicas y transversales. Las competencias específicas, es decir, los conocimientos, habilidades y actitudes vinculadas al proceso de emprender, son:

- Identificar oportunidades
 - * Actuar con creatividad.
 - * Reconocer cambios en el contexto.
 - * Identificar oportunidades no obvias, que aporten valor.

- Traducir Ideas en un plan de acción.
 - * Evaluar la factibilidad de la solución.
 - * Generar un plan de acción.
 - * Buscar recursos para el desarrollo de una idea (solución).

- Persuadir y Negociar.
 - * Identificar los intereses propios y de los otros.
 - * Comunicar el proyecto.

- * Aplicar estrategias para lograr acuerdos y compromisos.
- Implementar un proyecto.
 - * Ejecutar acciones propuestas en el plan.
 - * Monitorear y controlar el avance del proyecto.
 - * Realizar ajustes.
 - * Perseverar ante las dificultades.

Figura 5.2: Competencias específicas y transversales del emprendedor.



Fuente. Araneda (2009, p. 29).

Por otro lado, las competencias transversales, definida como las conductas asociadas al mejor desempeño de competencias específicas, son:

- Orientación a resultados.
- Actuar en forma autónoma.
- Enfrentar desafíos y asumir riesgos.
- Trabajar colaborativamente en redes.

Una de las grandes características de las personas emprendedoras es que siempre están en constante búsqueda de cambios, de dar soluciones a los problemas y siempre se enfrentan a nuevos retos. Los emprendedores son personas generadoras de ideas que, al mismo tiempo, desarrollan las competencias necesarias para ser mejores ciudadanos. De acuerdo a Claudia (2010), las tendencias actuales relacionadas con la formación y el empleo destacan la demanda en la reforma de los procesos de formación de recursos humanos para hacerlos más competitivos en este nuevo entorno económico. Así, temas como la globalización, el cambio científico-tecnológico, la nueva estructuración de las empresas, la transformación del contenido del trabajo, la empleabilidad y la certificación, entre otros, plantean nuevas exigencias adicionales a los sistemas educativos y de formación.

El emprendimiento en el ámbito empresarial es el resultado de diversos factores que están directamente asociados con las competencias de emprendimiento; es decir, con la capacidad de iniciar nuevos proyectos productivos o de mejoramiento, algunos de dichas competencias necesarias para el emprendimiento empresarial son:

Trabajo en Equipo y Colaboración: Spencer (1993) se refiere al Trabajo en Equipo y Colaboración como la motivación auténtica para trabajar con otras personas colaborando dentro de un equipo, trabajar en conjunto y totalmente al contrario a trabajar de forma separada o aislada. Para el trabajo en equipo y colaboración, se establecen tres dimensiones: La dimensión (A), la de mayor importancia, en esta competencia es la que se refiere a la intensidad y la cabalidad de la acción tomada para motivar el trabajo en equipo, que va desde la simple ayuda a otros, hasta levantar la moral del grupo y resolver conflictos. Por otra parte está la dimensión (B) que se refiere al tamaño del equipo movilizado. La tercera y última dimensión, (C) hace referencia a la cantidad de esfuerzo o acciones o iniciativa tomada para fomentar el trabajo en equipo.

Liderazgo Grupal: Según Spencer (1993), esta competencia implica el deseo y la capacidad de dirigir a otros, sin ser necesariamente la autoridad formal y obviamente este debe ser utilizado razonablemente por un bien común. Para esta competencia se establecen tres dimensiones; la dimensión (A) que está referida a la

intensidad e integridad del papel de líder, va desde dirigir hasta un verdadero carisma por parte del líder; por otra parte la dimensión (B) engloba el esfuerzo y la iniciativa y por último la escala (C) hace referencia a la misma que en trabajo en equipo; es decir, la cantidad de esfuerzo o acciones o iniciativa tomada para fomentar el trabajo en equipo.

Cognitivo: Según Spencer (1993), este tipo de competencia funcionan como una versión intelectual de la iniciativa: el individuo trabaja para llegar a entender una situación, tarea, problema, oportunidad o cuerpo de conocimientos. Las competencias como la iniciativa u orientación al logro se refieren a acciones y conductas, en cambio esta agrupación hace referencia a un estilo de pensamiento. En esta categoría se agrupan las siguientes competencias:

- Pensamiento analítico. Se refiere a esta competencia como la capacidad para comprender una situación descomponiéndola en sus partes, buscando las implicancias de forma causal paso por paso. Esta competencia permite organizar las partes de un problema o de una situación en un modo sistemático, además hacer comparaciones, fijar prioridades, identificar secuencias temporales y relaciones causales. Las dimensiones que propone Spencer (1993) en esta competencia es principalmente (A), refiriéndose a esta como el número de

causas, razones consecuencias o pasos de acciones diferentes incluidos en el análisis que va desde un análisis simple de alguna situación hasta establecer relaciones más complejas y, (B) que se refiere a la amplitud del problema analizado.

- Pensamiento conceptual. Se define como entender una situación o problema al ir uniendo todas sus partes, al ver el “todo”. Además a identificar conexiones entre las situaciones que no están relacionadas de manera obvia. Las dimensiones que clasifica a esta competencia, es muy similar a la anterior, (A) hay dos cuestiones básicas: la complejidad de proceso de pensamiento y su originalidad, que va desde el utilizar reglas prácticas básicas hasta crear nuevas teorías que explican situaciones complejas; y (B), escala que está referida a la amplitud del problema analizado.
- Pericia técnico profesional. Es otra competencia relacionado con lo cognitivo que hace referencia a la adquisición de técnicas y procedimientos necesarios para el emprendimiento empresarial.

Autoconfianza: Spencer (1993), Se refiere a la Auto-confianza cuando la persona cree en su propia capacidad para realizar una tarea, esto incluye la expresión de confianza al enfrentarse a situaciones cada

vez más desafiantes, se presenta en la toma de decisiones y en el manejo constructivo de fracasos. Las dimensiones para esta competencia, son (A), la principal que hace referencia a la intensidad medida por cuantos desafíos o riesgos tiene el sujeto, la cual varía desde un funcionamiento independiente en una situación normal hasta situaciones muy riesgosas desafiando al jefe o a clientes; y (B), dimensión única que combina el hacerse personalmente responsables con causas de fracasos corregibles.

Flexibilidad: Spencer (1993), menciona que esta competencia se refiere a la habilidad para adaptarse a y trabajar eficazmente con una variedad de situaciones, individuos, o grupos. Esta habilidad permite entender y valorar perspectivas diferentes, posibilita a las personas adaptar conductas a medida que las situaciones cambian, aceptando fácilmente los cambios que ocurren en el contexto laboral o que afectan directamente. Se describe 2 dimensiones de esta competencia, las cuales refiere como (A), amplitud del cambio, explica que va desde opiniones hasta adaptarse conductualmente a las estrategias organizacionales; y (B), se refiere a la velocidad de la acción, como su nombre lo dice; va desde lo lento hasta instantáneo.

Compromiso organizacional: Spencer (1993) se refiere al compromiso organizacional como la habilidad y capacidad que las personas tienen para alinear sus conductas y actitudes a las necesidades, objetivos, metas, etc. de la organización. A diferencia de

las otras competencias, se propone solamente una escala para esta, la cual se refiere a la intensidad del compromiso con la estrategia de la organización, que va desde conductas como llegar puntual a una cita, hasta la capacidad para involucrar a otros de su área para realizar sacrificios personales y profesionales en pos de los objetivos organizacionales.

La iniciativa y emprendimiento se da en múltiples áreas y de variadas formas; pero, algunas competencias, elementos de competencia e indicadores conductuales por lo general están presentes en el emprendimiento empresarial; así tenemos: para la competencia de enfrentar nuevas situaciones flexiblemente, los elementos de competencia son: Interpretar en forma flexible los hechos, manejar con desenvoltura exigencias múltiples y prioridades cambiantes, integrar los cambios explícitos y no explícitos que ocurren en su entorno y adaptar las propias reacciones y tácticas a circunstancias cambiantes; en ese contexto, los indicadores conductuales para cada uno de los elementos de competencia, son:

- Interpretar en forma flexible los hechos:
 - * Interpreta desde diferentes puntos de vista los hechos y situaciones.
 - * Busca y solicita información y/o retroalimentación frente a situaciones ambiguas o poco claras.

- * Usa nueva información, ideas o estrategias para alcanzar sus propósitos
- Manejar con desenvoltura exigencias múltiples y prioridades cambiantes:
 - * Responde con apertura y apoya los cambios con acciones constructivas.
 - * Toma decisiones frente a situaciones de incertidumbre o falta de información.
 - * Cambia sus propias ideas, comportamientos o método de trabajo para ajustarse a otras personas, situaciones cambiantes o demandas del entorno.
- Integrar los cambios explícitos y no explícitos que ocurren en su entorno:
 - * Observa y se interesa por los cambios que ocurren en el entorno.
 - * Interpreta los cambios que se producen en el entorno y adapta su conducta para favorecerlos, según la pertinencia de éstos.
- Adaptar las propias reacciones y tácticas a circunstancias cambiantes:
 - * Acepta el cambio sin presentar resistencias.
 - * Se adapta rápidamente a los cambios del entorno.

- * Aprende nuevas capacidades a partir de los cambios de su entorno.

Para la competencia de actuar creativamente, los elementos de competencia son: Utilizar fuentes diversas para generar nuevas ideas, identificar oportunidades no obvias, aportar ideas innovadoras en un determinado contexto y encontrar y proponer formas nuevas y eficaces de hacer las cosas; en ese contexto, los indicadores conductuales para cada uno de los elementos de competencia, son:

- Utilizar fuentes diversas para generar nuevas ideas:
 - * Resuelve problemas y supera obstáculos utilizando distintas aproximaciones y métodos.
 - * Adapta ideas de otros a nuevas situaciones.
 - * Genera una idea integrando fuentes de diversos ámbitos.
- Identificar oportunidades no obvias:
 - * Identifica dentro de su entorno nuevas necesidades no cubiertas ni satisfechas.
 - * Genera nuevas oportunidades de trabajo o de negocio.
 - * Elabora propuestas concretas para cubrir o satisfacer las nuevas necesidades detectadas.
- Aportar ideas innovadoras en un determinado contexto:

- * Da muchas ideas nuevas y útiles.
 - * Plantea preguntas que cuestionan lo que se tiende a considerar como obvio.
 - * Propone ideas distintas y originales en relación a su contexto.
- Encontrar y proponer formas nuevas y eficaces de hacer las cosas:
- * Identifica o propone cambios en el modo en que desarrolla habitualmente sus tareas, respetando las normas o límites establecidos.
 - * Propone cambios en los productos y servicios para mejorar los resultados de la organización a la que pertenece.
 - * Es capaz de proponer y defender ideas que salen de esquemas establecidos.

Para la competencia de traducir ideas en acciones, los elementos de competencia son: Evaluar escenarios alternativos para la implementación de una idea, buscar apoyo y recursos para el desarrollo de una idea y desarrollar un plan de acción para concretar una idea; en ese contexto, los indicadores conductuales para cada uno de los elementos de competencia, son:

- Evaluar escenarios alternativos para la implementación de una idea:

- * Identifica diversas aplicaciones y posibles usuarios de la idea.
 - * Diseña diversas alternativas de acción para el desarrollo de una idea.
 - * Decide de acuerdo a los recursos obtenidos y escenarios evaluados, qué aspectos de la idea se pueden llevar a la práctica.
- Buscar apoyo y recursos para el desarrollo de una idea:
 - * Identifica fuentes posibles de recursos materiales, financieros y humanos, entre otros.
 - * Obtienen retroalimentación acerca de una idea.
 - * Obtiene recursos de diferente tipo.
 - * Obtiene apoyo de sus pares y superiores para la implementación de una idea.
 - Desarrollar un plan de acción para concretar una idea:
 - * Elabora un plan de acción fijando metas y recursos.
 - * Aplica el plan de acción y evalúa constantemente su avance.
 - * Modifica cursos de acción, según evaluación de resultados parciales.

Para la competencia de mantener la energía en el logro de un objetivo, los elementos de competencia son: Identificar logros, motivarse con estímulos personales que ayudan a mantener la energía

y el esfuerzo para el logro de un objetivo, realizar esfuerzos para vencer los obstáculos y problemas que dificultan alcanzar un objetivo y desarrollar la capacidad para tolerar la frustración; en ese contexto, los indicadores conductuales para cada uno de los elementos de competencia, son:

- Identificar logros intermedios:
 - * Identifica la dimensión del esfuerzo necesario para lograr un objetivo.
 - * Determina objetivos parciales que permitan cumplir con el objetivo final.

- Motivarse con estímulos personales que ayudan a mantener la energía y el esfuerzo para el logro de un objetivo:
 - * Identifica los momentos en que decae su energía y motivación durante el desarrollo de una tarea.
 - * Determina los estímulos personales que le permiten reforzarse luego de cada paso cumplido.
 - * Aumenta su energía y motivación luego de darse un estímulo personal.

- Realizar esfuerzos para vencer los obstáculos y problemas que dificultan alcanzar un objetivo:
 - * Identifica los obstáculos y los problemas que surgen mientras se trabaja para cumplir un objetivo.

- * Persiste en el enfrentamiento de los obstáculos y en la solución de los problemas.
- * Logra vencer los obstáculos y aplica alternativas que le permiten solucionar un problema.
- Desarrollar la capacidad para tolerar la frustración:
 - * Identifica y controla las situaciones o eventos que más lo frustran en el desarrollo de una tarea o procedimiento.
 - * Identifica las principales emociones y pensamientos que emergen frente a los obstáculos o problemas que surgen durante el desarrollo de una tarea o procedimiento.
 - * Enfrenta las emociones y pensamientos negativos que podrían interferirlo o frustrarlo.
 - * Mantiene un ánimo y energía estable durante el desarrollo de una tarea o procedimiento pese a los obstáculos y problemas que puedan surgir.

5.4. LA CONDUCTA EMPRENDEDORA.

La conducta emprendedora está asociada al impulso que las personas dan a las actitudes y capacidades empresariales que poseen, es decir al espíritu empresarial; luego; luego, la conducta emprendedora es una actitud general que puede resultar útil en todas

las actividades laboral y en la vida cotidiana. Según Quesada (2003), cuando una persona, o un grupo de personas, emprenden por primera vez un proyecto productivo, es usual que conozcan los aspectos técnicos relacionados con su campo de especialidad. Estas personas tienen una idea general del proyecto y del negocio y dirigen sus esfuerzos, su motivación y sus impulsos hacia la consecución de los objetivos planteados. La unificación de recursos y conocimiento puede llevar su idea a buen puerto, sin embargo, la ruta hacia ese puerto puede ser más o menos difícil dependiendo del grado de organización, planificación y administración de los recursos con que se cuente.

También es usual que, a falta de conciencia o experiencia, a uno de los recursos, considerado como estratégico hoy día, no se le dé la importancia que tiene dentro del proceso de desarrollo de una nueva idea de negocio, me refiero concretamente al recurso información. (Quesada, 2003, p. 1).

Conceptualizar en qué consiste la conducta emprendedora es tener en claro que esta está relacionado íntimamente con el denominado espíritu empresarial; cuya conceptualización no es cuestión sencilla, ya que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier manera los hace exitosos; en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos. Con

respecto a lo acabado de señalar (Quesada, 2003) sostiene que todas las personas de manera inconsciente andan por el mundo maquinando nuevas formas de productos y servicios que faciliten nuestro diario vivir, sin embargo solo aquellas personas que son emprendedoras, diligentes y osadas son las que hoy son dueñas de importantes negocios que empezaron en una casa, un garaje, una finca, o en algún otro lugar pequeño, no durmieron pensando en la mejor manera de llevarlo a cabo, se apropiaron de ese sueño, lo estudiaron, le echaron ganas y su idea de negocio se convirtió en realidad.

El espíritu empresarial es importante para todos los individuos, pero es más relevante cuando se posee estudios que te brinden las herramientas básicas para pensar en la formación de un propio negocio, y es que, no necesariamente se debe laborar para otras personas, también hay que aprovechar tantos años dedicados a los estudios, para que al concluir o durante el transcurso de la carrera, se comience a desarrollar la capacidad de ser críticos de todo lo que se ve, para reconocer las cosas que se pueden mejorar, o las cosas nuevas que se pueden crear, y que la sociedad la necesite, de esta manera no sólo se estará pensando en el bienestar propio, sino en la posibilidad de dar a las personas trabajo, lograr el reconocimiento nacional e internacional y como consecuencia de ello, contribuir a la mejora de la economía local, regional y nacional.

Una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento. En otras palabras, el emprendimiento es una actitud propia de cada persona que le da la capacidad y la motivación para emprender nuevos proyectos que le permitan generar beneficios, tanto personales como sociales. Esta actitud se convierte en un motor que permite avanzar, con mucha perseverancia y sacrificio personal, hacia el cumplimiento de las metas y hacia terrenos de innovación alcanzando mayores logros. “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Fandiño y Bolívar, 2008, pp. 35 y 36).

Para lograr el cambio de mentalidad en las personas, estas deben ser ambiciosas y estar insatisfechas con la estabilidad que le pueda generar un trabajo como asalariado; luego, es importante reconocer nuestro espíritu empresarial, ya que la confianza en uno mismo, es el primer peldaño del éxito del emprendedor; pero, el reconocer nuestro espíritu emprendedor no es suficiente para

emprender, sino más bien, este es el primer paso que debemos dar en un proceso orientado a la constitución, establecimiento o mejora de una empresa. Cuando se tiene conciencia del espíritu emprendedor, se crea un cambio de paradigma para el desarrollo de habilidades y hábitos conducentes a la realización personal y profesional, naciendo un nuevo patrón mental que propende a condicionar la mente de tal manera que esta sea capaz de formularse iniciativas, logrando con ello, el desarrollo de una conducta emprendedora.

5.5. EVALUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.

Actualmente, el emprendimiento empresarial ha cobrado una gran importancia debido a los constantes problemas económicos presentes en la realidad económica de las sociedades. Como respuesta a los altos índices de desempleo en los diferentes países, las personas están optando por buscar independencia y estabilidad económica a través de proyectos propios, según Fandiño y Bolívar (2008):

Todo se basa en un cambio de mentalidad que busca pasar de empleado a empleador por medio de llevar a cabo ideas de negocio competitivas en el mercado. Para lograr este cambio de mentalidad las personas debe ser ambiciosas y estar insatisfechas con la estabilidad que le pueda generar un trabajo como asalariado. Es importante entender que

en países en vía de desarrollo, en los cuales los estados no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo, la mejor alternativa para garantizar el acceso a los recursos que satisfagan las necesidades básicas de una persona y la realización de esta, es tratar de convertir al asalariado en empresario. (p. 36).

Para crecer económicamente y mejorar la calidad de vida de las personas, es necesario crear una cultura de emprendimiento que motive a las personas a vencer las resistencias establecidas por el comportamiento económico; en ese contexto, los países deberían contar con políticas e instituciones públicas y privadas que promuevan y apoyen el emprendimiento empresarial.

5.5.1. Instrumentos de Evaluación.

Los instrumentos de evaluación del emprendimiento empresarial por lo general están conformados por cuestionarios estructurados en función a los parámetros (variables) e indicadores con la finalidad de recoger información de interés relacionado con el emprendimiento empresarial. Los instrumentos de evaluación puntúan en escalas, por ejemplo, del 1 al 5, y de la manera más objetiva posible, los aspectos relacionados con las actitudes hacia el emprendimiento empresarial; la valoración del cuestionario nos ofrecen líneas de acción de acuerdo a la puntuación obtenida, así tenemos:

- Si la puntuación supera un determinado valor referente comprendido entre el máximo valor posible y un valor relativamente alto, se puede tener una buena situación de partida para la creación de una empresa.
- Si la puntuación está dentro de un rango intermedio, puede ser que aunque este representa un buen punto de partida, es necesario reforzar algunos aspectos con otros factores.
- Si la puntuación es menor de la cota inferior intermedia, esto puede significar que quizá la creación de una empresa no sea la mejor opción.

Los instrumentos de medición y evaluación del emprendimiento recogen información relacionada con diversos aspectos del emprendedorismo; luego, estos aspectos son sistematizados de tal manera que puedan evaluar el emprendimiento desde una perspectiva más general. Algunos aspectos relacionados con el emprendimiento empresarial son la autoeficacia emprendedora, la personalidad proactiva, la propensión al riesgo y las intenciones emprendedoras.

Autoeficacia emprendedora. En el COE se recoge ítems referidos a este constructo y que según su autor son una adaptación de la escala de De Noble, Jung y Ehrlich (1999) que mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas requeridas para la creación de una empresa. Se compone de 23 ítems y los encuestados

expresan si se sienten o no capaces de realizar lo que se les indica en cada ítem. Las puntuaciones van de 1 a 10, cuya equivalencia oscila desde “completamente incapaz” a “perfectamente capaz”. Los ítems que se utilizan se pueden agrupar en torno a distintos temas: a) desarrollo de nuevos productos y oportunidades en el mercado, b) construir un entorno innovador, c) iniciar relaciones con los inversores, d) definición del objetivo central, e) afrontar los cambios inesperados, y f) desarrollo de los recursos humanos críticos.

Personalidad proactiva. En el COE se recoge la versión de 10 ítems de la Escala de Personalidad Proactiva, desarrollada por Seibert et al. (1999, 2001) a partir de la selección de los ítems más significativos de la versión previa de 17 ítems de Bateman y Crant (Bateman y Crant, 1993; Crant, 1995; Crant y Bateman, 2000), empleada para la medición de la propensión individual hacia la conducta proactiva. Con estos ítems, los sujetos valoran en qué medida (a través de una escala tipo Likert de 0 a 5 puntos) emprenden acciones significativas para influir en el ambiente en que se desenvuelven.

Propensión al riesgo. Para evaluar la propensión al riesgo, se suele utilizar la versión reducida, facilitada por Rohrman (1997), del Cuestionario de Orientación al Riesgo (ROQ), que evalúa la tendencia general de los sujetos a asumir riesgos a partir de una serie de ítems sobre la propensión y evitación de situaciones arriesgadas. Los sujetos

respondieron a un total de 8 ítems referentes al afrontamiento del riesgo y actitudes hacia las decisiones de riesgo. Las respuestas de los sujetos se categorizaron en una escala tipo Likert de 0 a 5, en función del grado de acuerdo con las proposiciones presentadas.

Intenciones emprendedoras. Se mide y evalúa, pidiendo a los sujetos que indiquen en una escala tipo Likert de 0 a 5, la probabilidad de crear su propia empresa en los próximos cinco años.

Un instrumento de evaluación de las actitudes hacia el emprendimiento empresarial es el Cuestionario de Orientación Emprendedora (C.O.E.) diseñado por Sánchez (2005); por lo general, este y otros modelos de cuestionario permiten evaluar diferentes aspectos relacionados con la actitud emprendedora, entre las cuales tenemos los señalados por Factoría de Emprendedores (s/f):

Creatividad / Innovación: debido a la gran competencia del mundo empresarial, es necesario que, ante distintas circunstancias, se aporten soluciones y planteamientos creativos, y que la innovación no esté presente solamente en el inicio de la idea, sino durante toda la gestión futura de la empresa.

Capacidad de adaptación a situaciones nuevas: durante la actividad empresarial surgirán numerosas situaciones que nos obligarán a tomar decisiones para adaptarnos a ellas.

Capacidad de asumir riesgos y afrontarlos: ser empresario implica asumir riesgos constantemente, pero esos riesgos deben ser calculados y analizados teniendo claros los posibles resultados de cada operación y la manera de afrontar un posible error.

Capacidad para establecer prioridades: estar al frente de un negocio supone sacrificar una gran parte de la vida privada, ya que implica una enorme dedicación que obligará a veces a establecer una escala de prioridades.

Visión de un “problema” como un “reto”: un empresario no puede amilanarse ante una adversidad, sino que debe verla como un reto a superar.

Confianza en uno mismo, ideas claras: las decisiones de la empresa dependen del empresario, lo que requiere confianza, no tener miedo a tomar decisiones. No todas serán acertadas, pero hay que saber asumir los errores.

Sociabilidad: una empresa no es un núcleo aislado ya que el empresario tiene que tratar con un gran número de personas (clientes, proveedores, competidores, instituciones, entidades financieras, etc.) y su supervivencia depende de estas relaciones, por lo que el emprendedor debe analizar su capacidad de comunicación y de crear y mantener relaciones de colaboración.

Capacidad organizativa: la gestión de todos los recursos exige del futuro empresario que la puntuación en este factor sea alta.

Afición al trabajo: ya que una empresa obliga a pasar muchas horas “al pie del cañón”.

Visión de futuro: los constantes cambios obligan al empresario a intentar mirar “más allá”, de forma que estos cambios no le pillen desprevenido.

Optimismo: es fundamental contar con una buena dosis de optimismo, además de saber transmitirlo a los demás.

Persistencia: mucha gente fracasa en sus objetivos, pero no todos están dispuestos a intentarlo de nuevo. Un empresario debe decir: “estoy dispuesto a intentarlo de otra manera”.

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

Integridad: este valor se debe transmitir a proveedores, clientes, empleados y colaboradores, y debe prevalecer en la forma de dirigir el negocio.

Capacidad de aprendizaje: nadie termina nunca de aprender, el día a día nos enseña siempre cosas nuevas.

Cuadro 5.1: Aspectos relacionados con la actitud emprendedora.

	1	2	3	4	5
1. Creatividad/ Innovación					
2. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones					
3. Capacidad asumir riesgos y afrontarlos					
4. Capacidad para establecer prioridades.					
5. Visión de un “problema como reto”					
6. Confianza en uno mismo, ideas claras.					
7. Sociabilidad					
8. Capacidad organizativa					
9. Afición al trabajo					
10. Visión de future					
11. Optimismo					
12. Persistencia					
13. Perfeccionismo					
14. Integridad					
15. Capacidad de aprendizaje					
PUNTUACION TOTAL					

Fuente. Factoría de Emprendedores. (S/f, p. 4).

5.5.2. Criterios de Evaluación.

La evaluación del emprendimiento empresarial es beneficiosa para tener indicadores puntuales relacionados con la mejora de las actitudes y hábitos, el crecimiento y desarrollo profesional y personal, y, las habilidades; para tal efecto se toman como criterios de evaluación los denominados seis pasos del emprendedor Ceja (2007):

Paso 1. La capacidad de darse cuenta, la cual considera las siguientes premisas: tú no cambias si no te das cuenta de lo que sucede a tú alrededor. Si no te das cuenta de tus errores, no lo cambias. Si el líder cree que su organización “ya está bien”, “que es imposible cambiar” o “que todo depende de los de arriba”, entonces nada cambiará. Es decir, el primer paso es reconocer tú forma de pensar y actuar, aceptar los problemas, hacer un autodiagnóstico y decidirte a tomar los cursos de acción apropiados.

Paso 2. Decidirse a emprender un camino no es poner un objetivo que se alcanzará en un par de años y listo; sino, es tomar la decisión de comenzar a elaborar un plan, que vas a hacer partiendo de un autodiagnóstico que te indique donde realmente te encuentras.

Paso 3. Comprometerse, es decir, sentir la obligación voluntaria de trabajar firmemente para implantar los esquemas de trabajo establecidos (procedimientos, políticas, planes).

Paso 4. Actuar, ejecutar sistemas, métodos de trabajo, planificar, formar grupos de trabajo, definir fechas, responsabilidades, etc.; en otras palabras, pasar de las palabras a los hechos.

Paso 5. Controlar, es decir, asegurarse que se están llevando a la práctica los métodos de mejora que has propuesto.

Paso 6. Mejorar continuamente, es decir: establecer estructuras de mejora; definir problemas, causas y acciones, con base al tiempo y resultados; realizar revisiones periódicas del sistema; establecer métodos de medición; y, resolver problemas.

5.5.3. Parámetros e Indicadores.

Dado que la conducta emprendedora es una actitud general que puede resultar útil en todas las actividades laborales este tipo de iniciativas se puede impulsar desde los centros de formación profesional, e inclusive su enseñanza puede retrotraerse hasta la formación primaria. En el contexto de la formación profesional, los parámetros para medir la conducta emprendedora se limitan a las actitudes que los alumnos poseen hacia el emprendimiento empresarial, dejando de lado las capacidades empresariales, de las cuales se asume que están desprovista dado su condición de alumno; en ese contexto, los parámetros para medir la conducta hacia el emprendimiento empresarial son:

- Actitud Hacia el Entorno.

- * Actitud hacia las Potencialidades Internas y Externas:
 - ° Creencia en las propias potencialidades.
 - ° Creencias en las potencialidades del entorno.
- * Actitud hacia la creación de una empresa:
 - ° Aceptación propia.
 - ° Aceptación del entorno más cercano.
- * Actitud hacia las motivaciones para el emprendimiento empresarial:
 - ° Motivaciones internas.
 - ° Motivaciones externas.
- Actitud Hacia las Potencialidades Propias.
 - * Actitud hacia las Capacidades Propias:
 - ° Capacidad individual.
 - ° Liderazgo.
 - * Actitud hacia la intención laboral:
 - ° Laborar en una empresa propia.
 - ° Laborar en una empresa ajena.
- Actitud hacia la Innovación.
 - * Actitud hacia la Mejora Personal.
 - * Actitud hacia la Mejora Empresarial.
 - * Actitud hacia la Solución de problemas.
- Actitud Hacia la Constitución de una Empresa.

- * Iniciativa Empresarial:
 - ° Motivaciones para el emprendimiento empresarial.
 - ° Motivaciones para la constitución de una empresa.
- * Actitud hacia los Recursos Necesarios para Crear una Empresa.
- * Actitud hacia las Dificultades para Crear una Empresa.
- * Perspectivas para la Creación de una Empresa.

5.6. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURISMO.

El proceso de emprendimiento, según Kantis, Ishida y Komori (2002) está relacionado a todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación de organizaciones para perseguirlas. Comeche (2004), De entiende al emprendedor como la persona que emprende un negocio o la que ha creado una empresa en marcha de la nada. Al hablar de creación de empresas se vislumbra una oportunidad, luego, el emprendimiento empresarial es factible en cualquier sector productivo o de servicios, que nos presente una oportunidad para constituir y establecer una empresa.

Aunque el fomento del espíritu emprendedor es importante, la existencia de éste no implica necesariamente la creación de empresas, por tal razón la creación de las mismas va a depender más que del espíritu emprendedor, de la personalidad emprendedora que se posea, dada la importancia de este tema, a continuación de detalla lo que para diversos autores conforman la personalidad emprendedora. El emprendedor es autónomo, visualiza la ganancia, crea algo de la nada. Es apasionado con respecto de una idea, se sobrepone rápidamente a las caídas, corre riesgos. En realidad quiere hacer algo diferente, porque se siente distinto a los demás y desea dejar su marca en este mundo. Lo que marca la diferencia del emprendedor con el individuo común, es su personalidad. Trabajar por un sueño parecería una cuestión ideal, ser independiente o su propio jefe una bendición, sin embargo, y como una cuestión extraña en realidad son muy pocas las personas que deciden lanzarse a aventurar con sus ideas, sus proyectos o sus propios negocios. Parece existir cierto consenso en que los grandes emprendedores cumplen con las siguientes características:

- Necesidad de logro.
- Constancia.
- Autoestima.
- Liderazgo.
- Ser dueño de uno mismo.

En este contexto, definimos al emprendedor en turismo como aquella persona con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar su empresa en el sector turismo, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económicos y sociales, donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial, destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama del turismo.

La iniciativa y emprendimiento en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de constante cambio desde hace algunas décadas.

Estos cambios que afrontan los destinos turísticos, no sólo están orientados a satisfacer las nuevas tendencias y exigencias de la demanda, sino también lograr niveles adecuados frente a la competencia de la oferta turística en cuanto a sus modos de organización y producción, donde la calidad juega un papel fundamental en la gestión de toda empresa de servicios turísticos. No olvidemos que cuando un cliente compra, no sólo compra productos y servicios, compra deseos. (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2009, p. 9).

En forma específica, el emprendimiento empresarial en el sector turismo se dará en tantas formas como elementos constitutivos tenga la actividad turística; luego, es factible hablar de emprendimientos empresariales en el sector turismo referido a las siguientes áreas:

- Emprendimiento empresarial en el circuito turístico, el cual comprende el establecimiento de negocios en función al conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada.
- Emprendimiento empresarial en la ciudad soporte, el cual comprende la instalación de negocios relacionados con la dotación de servicios e infraestructura básica, energía, caminos de acceso, y servicio de telecomunicaciones; para que un destino sea factible de ser promovido para el turismo interno y receptivo.
- Emprendimiento empresarial en las corrientes turísticas (flujos) el cual comprende el establecimiento de negocios en función al conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro con fines turísticos, por ejemplo, guía de turismo, orientador de destinos turísticos, etc.
- Emprendimiento empresarial en el destino turístico el cual comprende el establecimiento de negocios orientados

al equipamiento turístico y el tratamiento paisajístico del territorio o área geográfica que es visitada por el turista.

- Emprendimiento empresarial en la facilitación turística, el cual comprende el establecimiento de negocios relacionados con las políticas y acciones coordinadas que adopta el Estado para promover y fomentar el turismo.
- Emprendimiento empresarial en la planta turística: el cual comprende el establecimiento de negocios orientados a producir y explotar servicios turísticos básicos y directos demandados por los turistas para satisfacer sus necesidades y deseos; facilitando al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.).
- Emprendimiento empresarial en el producto turístico, el cual comprende el establecimiento de negocios de promoción y marketing de un producto o destino turístico.

5.7. CONCLUSIONES.

Dada la necesidad de generar riqueza y puestos de trabajo, en el actual contexto económico en muchos países se ha comenzado a dedicar esfuerzos a las innovaciones organizacionales como instrumento del desarrollo del potencial creativo general. En ese contexto, la educación

dirigida hacia las competencias y consecuentemente hacia el emprendedorismo, se convierte en una estrategia clave para el desarrollo. El énfasis que se le dé a la difusión y el desarrollo del espíritu emprendedor, tiene sus raíces en una multiplicidad de factores, entre los cuales es posible mencionar:

- El reconocimiento de un destacado rol de las micro y pequeñas empresas en la creación de riqueza y trabajo.
- El aporte de las nuevas tecnologías a la generación de nuevos productos y generación de nuevas ideas de negocios.
- La orientación de las teorías económicas hacia factores humanos que determinen los procesos de crecimiento y desarrollo económico, a partir de procesos de aprendizaje.

Las universidades deben potenciar la competencia de emprendimiento para que las personas se puedan auto emplear y generar proyectos en diversos campos que les posibiliten los ingresos necesarios para vivir, y así contribuir a resolver diversas necesidades personales, sociales, ambientales, tecnológicas, culturales, políticas, artísticas, deportivas y recreativas. Para ello, los estudiantes requieren aprender a planificar, gestionar y sacar adelante diferentes tipos de proyectos, con pensamiento crítico. En principio, puede establecerse como características del estudiante emprendedor, el poseer las cualidades de ser creativo, lo cual le sirve no solo para poder reelaborar

su realidad, sino también para innovarla con elementos nuevos; otra característica es tener un pensamiento riguroso, y estar en condiciones de trazar e interpretar logros que lo ayuden a forzar superar sus conocimientos en base a sus experiencias. En suma, el emprendedor siempre debe estar en búsqueda de nuevos ideales, ese debe ser su marco de referencia. Por ello, para alcanzar su meta de emprendedor el individuo debe contar con una excelente formación la cual le va a permitir desarrollar sus facultades hacia un pensamiento crítico, creativo e innovador, con alto grado de perseverancia.

Finalmente, el emprendimiento empresarial en turismo, cuenta con múltiples ventajas y oportunidades en el contexto mundial de mercado de servicios; y, debido a la globalización, la apertura de las economías y la búsqueda de la competitividad; el desarrollo del turismo, aún sigue siendo prometedor, en ese contexto, el emprendimiento empresarial en turismo, debe fomentarse y promoverse, ya que a mayores negocios de turismo, mayores serán las divisas para el país.

CAPÍTULO 6

METODOLOGIA

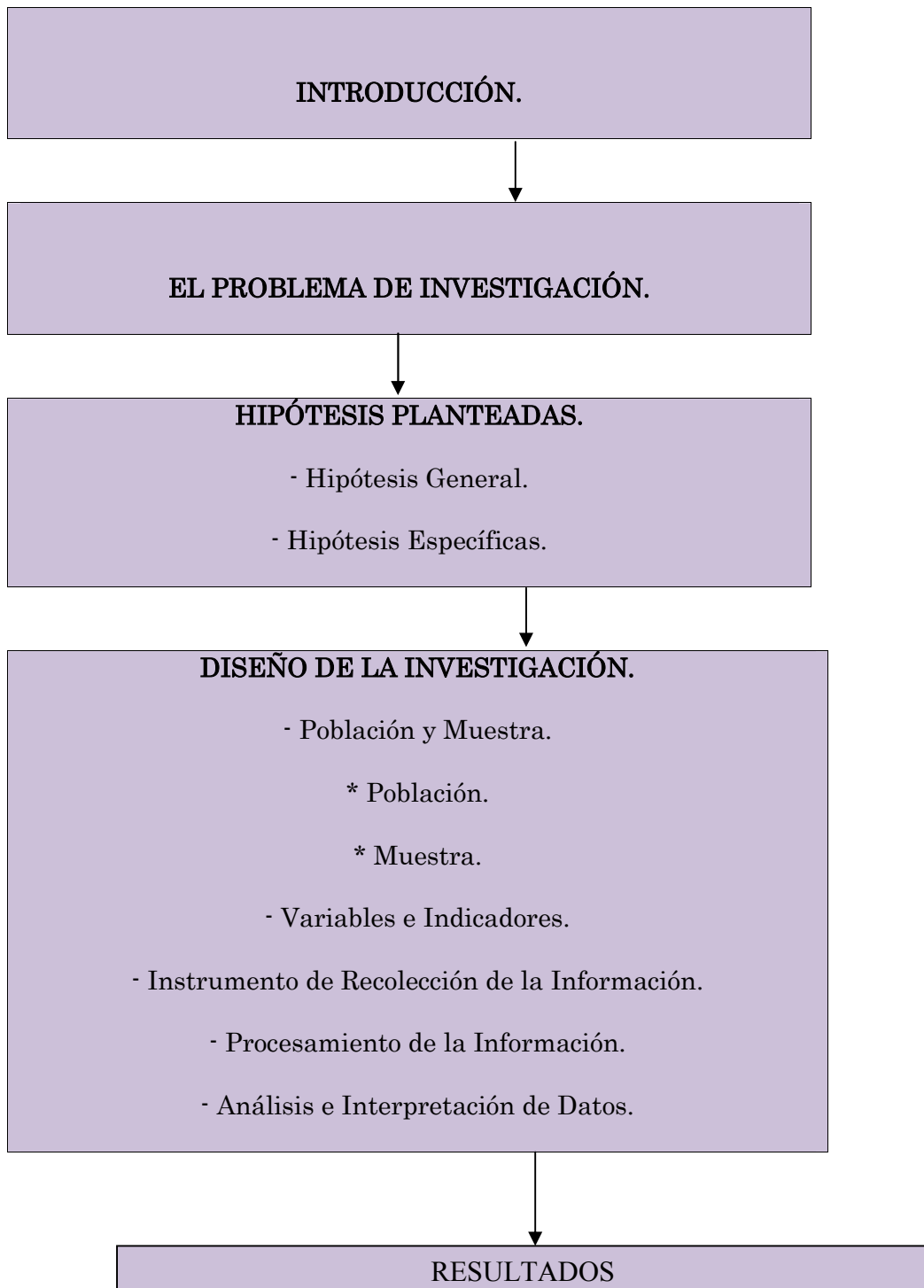
6.1. INTRODUCCIÓN.

Las nuevas iniciativas empresariales requieren que el sistema educativo este orientado a desarrollar aquellas capacidades y actitudes claves para el emprendimiento, el entorno socio-cultural nacional no desalienten las actitudes que divergen de la forma convencional de enfrentar problemas, que la actividad emprendedora en el ámbito empresarial sea percibida como valiosa y legítima para acceder a mejorar ingresos y oportunidades a lo largo de la vida, que los emprendedores tengan una percepción positiva sobre sus propias capacidades para emprender, y, que los emprendedores sean conocido directamente por los empresarios. (Global Entrepreneurship Monitoring – GEM 2005, citado por Cox, 2007).

La función empresarial y la innovación son centrales para el proceso creativo en la economía así como para promover el crecimiento, incrementar la productividad y crear empleos; es por ello que en los diversos países se ha despertado un creciente interés por la creación de empresas como vía de solución a los problemas del desempleo, del desarrollo económico y del fomento de la innovación. En razón de lo señalado, la sociedad tiene expectativas de que mediante el sistema educativo se promueva activamente el desarrollo de la capacidad emprendedora de las personas.

Las instituciones de formación profesional debe incorporar el emprendimiento al proceso educativo ya que esta es una estrategia indispensable para el crecimiento económico del país. En ese contexto, en el presente capítulo se presenta los resultados de evaluar los Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo de la Universidad San Martín de Porres de Lima; labor que se realizó teniendo como premisa las expectativas acerca del emprendimiento empresarial y la forma como este factor puede incidir directamente en el nivel de actividad emprendedora y particularmente en el emprendimiento por oportunidades en el sector turismo.

Figura 6.1: Representación Gráfica del Capítulo 6.



6.2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

El precepto bajo el cual se estableció el problema objeto de estudio está basado en la definición de la competencia de emprendimiento empresarial, la cual para fines operativos es entendida como la capacidad de las personas de llevar adelante sus ideas de negocios o lograr metas relacionadas con el quehacer empresarial a pesar de las dificultades u obstáculos que se presenten; dicha definición en el contexto específico de la investigación, constituye una facultad importante a desarrollar en los alumnos que están en proceso de formación profesional.

En el contexto peruano de la formación profesional universitaria en turismo, la experiencia docente de la autora del presente trabajo de investigación permitió establecer que los ingresantes a las distintas carreras de formación profesional que ofertan las universidades del Perú, presentan múltiples deficiencias en cuanto a las actitudes —principalmente— que deberían poseer para emprender un negocio; y es que, en la educación básica regular peruana que comprende tres niveles (Inicial, primaria y secundaria) no existe asignatura alguna orientada a cimentar las competencias básicas de emprendimiento empresarial, lo cual exige que el desarrollo de las actitudes y aptitudes de los nuevos universitarios hacia el emprendimiento empresarial, sea

una tarea exclusiva de la universidad; por otro lado, los rasgos propios de cada alumno (nivel socioeconómico, edad biológica y entorno familiar) influyen en el rendimiento académico y consecuentemente en el desarrollo de actitudes y aptitudes de los nuevos universitarios hacia el emprendimiento empresarial.

Si bien es cierto que el problema descrito fue detectado solo en los ingresantes —alumnos del primer ciclo—, queda por diferenciar como los alumnos de los ciclos superiores —segundo al décimo ciclo— van desarrollando determinados factores básicos de la competencia de emprendimiento empresarial con la finalidad de medir las actitudes de dichos universitarios hacia el emprendimiento empresarial y como dicha competencia evoluciona con la formación profesional.

En la Universidad San Martín de Porres con sede en Lima —Perú, se oferta la carrera profesional de Turismo y Hotelería; de una primera aproximación para conocer las actitudes y aptitudes de los nuevos universitarios hacia el emprendimiento empresarial se pudo constatar que la mayoría presentaba deficiencias actitudinales y aptitudinales hacia el emprendimiento empresarial; luego, en concordancia con la definición de competencia de emprendimiento empresarial adoptada en el primer párrafo y la premisa contextual asumida en el párrafo precedente, se formula el tema de investigación en términos de evaluar los factores básicos de la competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de Hotelería y Turismo

de la universidad San Martín de Porres en el semestre académico 2011-I; para tal efecto, se aplicará el cuestionario COE (ETP) a tres grupos diferenciados de alumnos (1° Ciclo, 5° Ciclo y 9° Ciclo) con la finalidad de medir las actitudes de dichos universitarios hacia el emprendimiento empresarial y como dicha competencia evoluciona con la formación profesional.

6.3. HIPÓTESIS PLANTEADAS.

6.3.1. Hipótesis General.

Los rasgos propios (nivel socioeconómico, sexo, entorno familiar, características personales) de los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres tienen una estrecha relación con el desarrollo de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial.

6.3.2. Hipótesis Específicas.

HE₁: Las características personales de los estudiantes tienen una estrecha relación con el desarrollo de actitudes hacia el emprendimiento.

HE₂: El entorno familiar de los estudiantes (profesión de los padres/madres) se relaciona su intención de emprender

HE₃: Existen diferencias significativas entre los hombres y mujeres estudiantes en la intención de emprender.

HE₄: Las opciones laborales de los estudiantes determinan la intención emprendedora

6.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

6.4.1. Población.

La población objeto de estudio de la presente investigación está conformado por 975 estudiantes de Hotelería y Turismo de la universidad San Martín de Porres matriculados en el semestre académico 2011-I de los ciclos primero, quinto y noveno; la distribución de la población por ciclo, turno y aula se detalla en la tabla que prosigue.

<i>PRIMER CICLO</i>								
<i>Turno</i>	<i>Tarde</i>						<i>Noche</i>	<i>Total</i>
<i>Aulas</i>	<i>406</i>	<i>407</i>	<i>408</i>	<i>506</i>	<i>507</i>	<i>508</i>	<i>508</i>	
<i>Alumnos</i>	51	56	55	54	50	53	53	372

<i>QUINTO CICLO</i>							
<i>Turno</i>	<i>Mañana</i>				<i>Noche</i>		<i>Total</i>
<i>Aulas</i>	<i>307</i>	<i>308</i>	<i>406</i>	<i>407</i>	<i>307</i>	<i>308</i>	

Alumnos	58	60	68	78	57	42	363
----------------	----	----	----	----	----	----	------------

<i>NOVENO CICLO</i>					
<i>Turno</i>	<i>Mañana</i>		<i>Noche</i>		<i>Total</i>
Aulas	<i>06</i>	<i>304</i>	<i>106</i>	<i>107</i>	
Alumnos	56	48	70	66	240

6.4.2. Muestra.

El cálculo de la muestra representativa se determinó haciendo uso de la siguiente fórmula para poblaciones homogéneas:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = tamaño muestra a ser determinado

N = tamaño de la población.

p = probabilidad de acierto (casos favorables)

q = Probabilidad de desaciertos (casos desfavorables)

E = nivel de precisión.

Teniendo en cuenta que $N = 975$ estudiantes; la muestra se calculó de la siguiente forma:

- Asumimos que los casos favorables y desfavorables son iguales; es decir asumimos un campo de máxima variabilidad, luego: $p = 50\%$ (0,5) y $q = 50\%$ (0,5).
- Consideramos un nivel de confianza de 95% y un error de 5%, se tiene; luego: $E = 3\%$ (0,03) y $Z = 2,17$ (valor obtenido de tabla de distribución normal para $F(z) = 0,985$).

Luego, reemplazando los valores en la fórmula para el cálculo de la muestra (supra), se obtuvo:

$$n = \frac{975 * 2,17^2 * 50 * 50}{3^2 * (975 - 1) + 2,17^2 * 50 * 50} \cong 559$$

El valor de $n = 559$ estudiantes se reparte de manera proporcional a las subpoblaciones (Ciclos, turnos y aulas), para obtener la muestra específica por aula; el proceso seguido para tal cometido se realizó de la siguiente forma:

Alumnos por ciclo:

$$n(\text{ciclo}) = \frac{\text{sub-poblacion}}{\text{poblacion}} * n$$

Ejemplo:

$$n(1^\circ \text{ ciclo}) = \frac{372}{975} * 559 \cong 213$$

Procediendo de igual forma para cada uno de los ciclos se obtuvo:

Ciclo	Subpoblación	n(ciclo)
Primer	372	213
Quinto	363	208
Noveno	240	138
Total	975	559

Alumnos por ciclo y turno:

$$n(\text{ciclo y turno}) = \frac{\text{sub_poblacion turno}}{\text{poblacion por ciclo}} * n(\text{ciclo})$$

Ejemplo: Para el turno tarde del primer ciclo tenemos:

$$n(\text{ciclo y turno}) = \frac{319}{372} * 213 \cong 183$$

Procediendo de igual forma para cada uno de los turnos de los diferentes ciclos, tenemos:

Población por Ciclo	Turno	Subpoblación por turno	n(ciclo)	n(ciclo y turno)
Primero (372)	Tarde	319	213	183
	Noche	53		30
Quinto (363)	Mañana	264	208	151
	Noche	99		57
Noveno (240)	Mañana	104	138	60
	Noche	136		78
Total		975	559	559

Alumnos por ciclo, turno y aula:

$$n(\text{ciclo, turno y aula}) = \frac{\text{sub_poblacion por turno y aula}}{\text{poblacion por ciclo y turno}} * n(\text{ciclo y turno})$$

Ejemplo: Para el aula 406 del turno tarde del primer ciclo tenemos:

$$n(\text{ciclo, turno y aula}) = \frac{51}{319} * 183 \cong 29$$

Procediendo de igual forma para cada uno de las aulas de los diversos turnos de los diferentes ciclos, obtenemos el siguiente cuadro general de muestreo.

<i>PRIMER CICLO</i>								
<i>Turno</i>	<i>Tarde</i>						<i>Noche</i>	<i>Total</i>
Aulas	406	407	408	506	507	508	508	
Alumnos	51	56	55	54	50	53	53	372
Muestra	29	32	32	31	29	30	30	213

<i>QUINTO CICLO</i>							
<i>Turno</i>	<i>Mañana</i>				<i>Noche</i>		<i>Total</i>
Aulas	307	308	406	407	307	308	
Alumnos	58	60	68	78	57	42	363
Muestra	33	34	39	45	33	24	208

<i>NOVENO CICLO</i>					
<i>Turno</i>	<i>Mañana</i>		<i>Noche</i>		<i>Total</i>
Aulas	06	304	106	107	
Alumnos	56	48	70	66	240
Muestra	32	28	40	38	138

Es de hacer notar que el procedimiento expuesto para el cálculo de la muestra y distribución de la misma, se hizo con fines didácticos e ilustrativos, pero, en la etapa de ejecución de la investigación; se trabajó con la muestra descrita en los párrafos que prosiguen.

La muestra de nuestro estudio está integrada por un total de 706 estudiantes de la titulación de Turismo de la Universidad de San Martín de Porres. Del total de estos estudiantes 213 son hombres (30,2%) y 493 mujeres (69,8%). Los estudiantes se distribuyeron, principalmente, entre primero (282, 41,4%), quinto (212, 29,9%) y noveno ciclo (151, 22,2%), el resto de los estudiantes se distribuyeron en los ciclos segundo, tercero, cuarto, sexto y séptimo. El año de nacimiento de los estudiantes oscilaba entre 1974 y 1998, situándose el mayor porcentaje en los años 1990 (9,5%) a 1994 (11,3%). La edad media fue de 21 de años (con una desviación típica de 3,73).

Respecto a la actividad laboral de sus padres, encontramos que, en lo que respecta al padre, el 42,3% son autónomos, el 32,2% trabajan en la empresa privada, el 19,8% en la empresa pública, el 5,3% en alguna organización, bien sea privada o pública, y el resto no trabaja. En cuanto a la profesión de la madre, el 30,7% son autónomas, el 18,5% trabaja en la empresa privada, el 16,4% en la empresa pública, el 34,1% en alguna organización, ya sea privada o pública, y el resto no trabaja.

La elección de la muestra estuvo determinada por la naturaleza de los constructos a estudiar. La elección de estudiantes como muestra tiene sus detractores y sus defensores. Por ejemplo, Audia, Locke, y Smith (2000), defienden que las muestras de estudiantes representan un primer paso importante para explorar las bases psicológicas de las conductas directivas. Por otro lado, no debemos olvidar que la actitud emprendedora se desarrolla a lo largo de la infancia y madura en su primera adultez (Schraw, 1998), por lo que los estudiantes universitarios presentan dimensiones de esta actitud estables y definidas.

Otra razón para tomar una muestra de universitarios es que éstos podrían ser más heterogéneos en estas variables que los emprendedores (Geenberg, 1987; Dipboye and Flanagan, 1979). Al igual que Haynie y Sheperd (2009) argumentamos que una muestra de emprendedores, por su propia experiencia en el campo, podría limitar la investigación empírica y esta limitación podría impactar la utilidad de medidas de variables determinantes del emprendimiento a la hora de examinar diferencias en la intención emprendedora, incluyendo aquellos que aún no han dado ningún paso hacia la acción emprendedora.

6.4.3. Variables e Indicadores.

El cuestionario COE de Sánchez (2005) está integrado por diferentes variables e indicadores que nos permiten evaluar el emprendimiento empresarial, a través de los siguientes constructos:

1. Locus de control interno.
2. Locus de control externo.
3. Autoeficacia.
4. Pro actividad.
5. Risk-Taking.
6. Actitud.
7. Control conductual percibido.
8. Norma Subjetiva.
9. Creencias.
10. Motivos de la gente.
11. Motivos personales.
12. Recursos.
13. Dificultades.
14. Opciones laborales.
15. Intención emprendedora.

Los indicadores de las variables la constituyen los estadísticos descriptivos tales como la media, la varianza y la desviación estándar; dichos indicadores nos permitieron evaluar los constructos incluidos en la investigación.

6.4.4. Instrumento de Recolección de la Información.

Todos los participantes del estudio respondieron voluntariamente a un cuestionario, que fue administrado en el año 2010, por expertos en clases universitarias programadas. El cuestionario utilizado para recoger información de las variables interés de nuestro estudio fue el *Cuestionario de Orientación Emprendedora (C.O.E.)* de Sánchez (2005). Este cuestionario está integrado por diferentes variables e indicadores, detalladas en el apartado precedente, que permiten la evaluación de los constructos incluidos en la investigación.

En la Tabla 6.1., se detalla algunos estadísticos descriptivos (media, desviación típica, puntuación mínima y puntuación máxima) de las puntuaciones obtenidas en cada una de las variables objeto de estudio.

Tabla 6.1. Estadísticos de las variables de estudio.

VARIABLES	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
CONTROL INTERNO	5,0731	,44424	1,75	5,83
CONTROL EXTERNO	2,3113	,77965	1,00	5,00
AUTOEFICACIA	4,9711	,62544	2,13	8,17
PROACTIVIDAD	4,9215	,58580	1,70	6,00
RISK TAKING	4,9314	,60087	1,56	6,00
ACTITUD	5,4451	,62271	1,00	6,00
C.C. PERCIBIDO	4,2659	,91578	1,00	6,00
NORMA SUBJETIVA	5,4950	,67698	1,00	6,00
CREENCIAS	5,0717	,57095	1,70	6,00
MOTIVOS GENTE	4,7563	,61000	2,00	6,00
MOTIVOS PERSONAL	4,7380	,66524	2,20	6,00
RECURSOS	5,2078	,44091	3,38	6,00
DIFICULTADES	4,2440	,86486	1,00	6,00
OPCIONES LABORALES	4,4406	,74379	1,00	6,00
INTENCION EMPDORA	5,3627	,68866	2,17	6,00

6.4.5. Procesamiento de la Información.

Con respecto al procesamiento de la información, Torres (2002) señala que este consiste en ordenar los datos de acuerdo a los indicadores de cada variable y en relación a los objetivos de la investigación y a la hipótesis de trabajo. Los indicadores han servido como referentes para la formulación de las preguntas del cuestionario, de la entrevista estructurada y de la observación ordinaria o participante. Para tal efecto, el investigador extrae la parte esencial de la respuesta que permita lograr los propósitos del estudio. Si las preguntas exigen respuestas monosilábicas con tres alternativas: 1. SI, 2. NO, 3. NO SABE, sólo deben aparecer en los casilleros estos números, de no ser así, deben cerrarse las preguntas abiertas y codificarse las respuestas.

El COE fue administrado con la colaboración de otros colegas debidamente entrenados en cada uno de los ciclos en los que se aplicó. La administración del test fue colectiva y en un horario regular de clases, con autorización previa de los profesores de cada ciclo, solicitando la colaboración de cada alumno y enfatizando la naturaleza voluntaria de su participación. Se realizó un informe de los resultados que se entregó a cada uno de los participantes en la investigación, sugiriendo potencialidades a explorar de acuerdo a los puntajes

obtenidos, con la intención de facilitar un nivel de motivación adecuado para realizar la experiencia.

Una vez recogidos los cuestionarios se tabularon los datos recogidos en el mismo y se construyó una base de datos a través del programa estadístico SPSS v.15.0. Desde esta base de datos se comenzaron a realizar los correspondientes análisis estadísticos en relación con nuestras hipótesis. En concreto, y en primer lugar se construyeron las escalas objeto de interés promediando las puntuaciones en los ítems que integraban la escala. A continuación realizamos el análisis de fiabilidad de las escalas, así como la correlación entre ellas. La fiabilidad describe una condición en la cual la escala de medida es coherente en el tiempo (Straub, 1989). Se han descrito estadísticamente varios tipos de fiabilidad. En Ciencias Sociales, la más utilizada es la consistencia interna. En este estudio se prueba la consistencia interna mediante el análisis del alfa de Cronbach. Aunque no existe un punto de corte estándar para el coeficiente de alfa, generalmente existe un acuerdo en que el valor más bajo aceptable es .70 indicando una consistencia interna moderada (Nunally, 1978).

6.4.6. Análisis e Interpretación de Datos.

Con respecto al análisis e interpretación de la información, Torres (2002) señala que se denomina así al proceso a través del cual

ordenarnos, clasificamos y presentamos los resultados de la investigación en cuadros estadísticos, en gráficas elaboradas y sistematizadas a base de técnicas estadísticas con el propósito de hacerlos comprensibles. El análisis de la información documental, debe estar orientada a probar la hipótesis. En cambio, la interpretación como proceso mental-sensorial da un significado más general a los referentes empíricos investigados, relacionándolos con los conocimientos considerados en el planteamiento del problema y en el marco teórico y conceptual de referencia.

Posteriormente al procesamiento de la información, realizamos análisis de regresión para determinar en qué medida nuestras variables independientes predicen la variable dependiente, intención de emprender. También realizamos análisis de varianza para ver las diferencias entre determinadas variables de interés (sexo, estudios, trabajo del padre y de la madre) con respecto a nuestras variables de estudio.

Por último, se realizaron análisis de Ecuaciones Estructurales con toda la muestra, mediante el programa AMOS, para poner a prueba el modelo propuesto. Se utilizaron diversos índices de ajuste como la prueba χ^2 . Los valores no significativos indican que el modelo hipotetizado se ajusta a los datos. No obstante, este índice es sensible al tamaño de la muestra por lo que se recomienda, para resolver este problema, utilizar otros índices como el RMSA (Root Mean Square

Error of Approximation), CFI (Comparative Fit Index), GFI (Goodness of Fit Index), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index), TLI (Tucker-Lewis Index), y NFI (Normed Fit Index) (Marsh, Balla y Hau, 1996). Generalmente, valores inferiores a ,08 en el índice RMSA indican un ajuste aceptable, mientras que valores mayores a 0,1 deberían conducir a rechazar el modelo (Browne y Cudeck, 1989). Para el resto de los índices, valores mayores a ,90 son considerados indicadores de un buen ajuste a los datos (Hoyle, 1995).

6.5. RESULTADOS.

En la Tabla 6.2 (Ver: Anexos) se muestran las correlaciones entre las variables consideradas para nuestro estudio, así como la fiabilidad de las mismas (en la diagonal).

Siguiendo los criterios establecidos por Nunally (1978), encontramos que todas las escalas presentan valores superiores a .70, lo que nos indica una buena fiabilidad de estas escalas. Nunnally and Bernstein (1994) sugieren que en las primeras fases de la investigación, por cuestiones de tiempo y energía se pueden utilizar instrumentos que tengan una fiabilidad moderada (e.g., 0.70) y que intentar aumentar fiabilidades más allá de .80 en investigación básica es, a menudo, un gasto de tiempo y de dinero (p.265). Nuestros resultados indican que las fiabilidades obtenidas pueden considerarse válidas para nuestros objetivos de estudio.

En la Tabla 6.3 (Ver anexos) se detallan las puntuaciones en hombres y mujeres en las variables objeto de estudio y en la tabla 7.4 la significación de estas diferencias. Como podemos observar en esta última tabla, existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en lo que se refiere a: control externo (los hombres manifiestan mayor control externo que las mujeres), norma subjetiva (las mujeres son más dependientes de la norma que los hombres), el contexto emprendedor (como por ejemplo el contexto cercano al sujeto, familia, amigos, compañeros, etc.) (las mujeres perciben un contexto más favorable que los hombres), opciones en la creación de una empresa (las mujeres perciben más opciones de crear una empresa que los hombres). Aunque no se llegó a una diferencia significativa entre hombres y mujeres en intención emprendedora ($p. <.06$), la tendencia demostró que las mujeres tienen mayor tendencia a ser emprendedoras que los hombres.

Respecto al **ciclo de estudios** en los que se encontraban estudiando los estudiantes, nos interesó analizar si podían existir diferencias en estos ciclos con respecto a nuestras variables de estudio. Los análisis correspondientes dan como resultado que existen diferencias significativas respecto a las variables de: control interno, risk taking, atracción por tareas dinámicas, control conductual percibido, norma subjetiva, contexto, motivos por los que la gente crea la empresa, y la intención emprendedora. En concreto, las diferencias

más patentes las encontramos entre los estudiantes de primer ciclo y los de noveno ciclo. Los estudiantes de primer ciclo puntuaron más bajo en las variables antes enunciadas que los estudiantes de noveno ciclo (tabla6.4).

Tabla 6.4 Significatividad del ANOVA, considerando el SEXO

		Media cuadrática	F	Sig.
VP CONTROL INTERNO * Sexo	Inter-grupos	,544	2,760	,097
	Intra-grupos	,197		
VP CONTROL EXTERNO * Sexo	Inter-grupos	11,525	19,432	,000
	Intra-grupos	,593		
VP AUTOEFICACIA * Sexo	Inter-grupos	,485	1,240	,266
	Intra-grupos	,391		
VP PROACTIVIDAD * Sexo	Inter-grupos	,339	,988	,321
	Intra-grupos	,343		
VP RISK TAKING * Sexo	Inter-grupos	,137	,380	,538
	Intra-grupos	,361		
ACTITUD PERSONAL * Sexo	Inter-grupos	1,362	3,523	,061
	Intra-grupos	,386		
CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO * Sexo	Inter-grupos	,817	,973	,324
	Intra-grupos	,840		
NORMA SUBJETIVA * Sexo	Inter-grupos	3,933	8,671	,003
	Intra-grupos	,454		
CREENCIAS * Sexo	Inter-grupos	1,555	4,794	,029
	Intra-grupos	,324		
MOTIVOS GENTE * Sexo	Inter-grupos	,002	,005	,942
	Intra-grupos	,373		
MOTIVOS PERSONAL * Sexo	Inter-grupos	,995	2,297	,130
	Intra-grupos	,433		
RECURSOS * Sexo	Inter-grupos	,017	,085	,771
	Intra-grupos	,195		
DIFICULTADES * Sexo	Inter-grupos	,111	,148	,700
	Intra-grupos	,747		
OPCIONES * Sexo	Inter-grupos	3,554	6,485	,011
	Intra-grupos	,548		
INTENCION EMPR * Sexo	Inter-grupos	1,650	3,491	,062
	Intra-grupos	,473		

TABLA.6.5. Significatividad del ANOVA, considerando los estudios

		Media cuadrá tica	F	Sig.
CONTROL INTERNO*	Inter-grupos	,598	3,391	,001
	Intra-grupos	,176		
CONTROL EXTERNO*	Inter-grupos	,848	1,448	,183
	Intra-grupos	,586		
AUTOEFICACIA	Inter-grupos	,560	1,442	,185
	Intra-grupos	,389		
PROACTIVIDAD	Inter-grupos	,481	1,404	,200
	Intra-grupos	,343		
RISK TAKING	Inter-grupos	,763	2,146	,037
	Intra-grupos	,355		
ACTITUD	Inter-grupos	1,253	3,373	,002
	Intra-grupos	,371		
C. C PERCIBIDO	Inter-grupos	6,409	8,123	,000
	Intra-grupos	,789		
NORMA SUBJETIVA	Inter-grupos	1,988	4,535	,000
	Intra-grupos	,438		
CREENCIAS	Inter-grupos	1,763	5,633	,000
	Intra-grupos	,313		
MOTIVOS GENTE	Inter-grupos	1,178	3,225	,002
	Intra-grupos	,365		
MOTIVOS PERSONAL	Inter-grupos	,507	1,144	,333
	Intra-grupos	,443		
RECURSOS	Inter-grupos	,194	1,017	,418
	Intra-grupos	,191		
DIFICULTADES	Inter-grupos	,737	1,008	,424
	Intra-grupos	,731		
OPCIONES	Inter-grupos	,523	,970	,452
	Intra-grupos	,539		
INTENCION EMPDORA	Inter-grupos	,961	2,054	,046
	Intra-grupos	,468		

En cuanto al trabajo del padre y de la madre y como afecta a estas variables no encontramos diferencia con respecto a la profesión del padre (tabla.6.6, ver en anexos), pero si se dan diferencias cuando consideramos la profesión de la madre (tabla-6.7 y 6.8-). En concreto, observamos (tabla 6.8-) que los estudiantes cuyas madres trabajan en la empresa privada tienen menor puntuación en control interno, contexto empresarial, motivos personales e intención emprendedora, y si trabajan en la empresa pública en la atracción por tareas variadas.

Los análisis de regresión realizados para determinar en qué medida nuestras variables de estudio predicen la intención emprendedora se muestran en la tabla 6.8. El porcentaje de varianza explicado por estas variables fue del 40,7% ($F=34,38$, $p<000$). De las variables introducidas en este análisis de regresión resultaron significativas las siguientes: autoeficacia, atracción por el emprendimiento, norma subjetiva, el contexto emprendedor, y las opciones en la creación de empresas.

TABLA 6.7. Significatividad del ANOVA, considerando la profesión de la madre

		Media cuadrática	F	Sig.
CONTROL INTERNO	Inter-grupos	,736	4,133	,001
	Intra-grupos	,178		
CONTROL EXTERNO)	Inter-grupos	,449	,721	,608
	Intra-grupos	,623		
AUTOEFICACIA	Inter-grupos	,744	1,911	,091
	Intra-grupos	,389		
PROACTIVIDAD	Inter-grupos	,683	1,986	,079
	Intra-grupos	,344		
RISK TAKING	Inter-grupos	,463	1,261	,279
	Intra-grupos	,368		
ACTITUD	Inter-grupos	1,700	4,553	,000
	Intra-grupos	,373		
C.C. PERCIBIDO	Inter-grupos	1,492	1,768	,117
	Intra-grupos	,844		
NORMA SUBJETIVA	Inter-grupos	,374	,801	,549
	Intra-grupos	,467		
CONTEXTO	Inter-grupos	1,170	3,600	,003
	Intra-grupos	,325		
MOTIVOS GENTE	Inter-grupos	,070	,184	,969
	Intra-grupos	,383		
MOTIVOS PERSONAL	Inter-grupos	1,299	2,981	,011
	Intra-grupos	,436		
RECURSOS	Inter-grupos	,159	,827	,531
	Intra-grupos	,193		
DIFICULTADES	Inter-grupos	,122	,158	,978
	Intra-grupos	,768		
OPCIONES	Inter-grupos	,148	,274	,927
	Intra-grupos	,540		
INTENCION	Inter-grupos	1,070	2,275	,046
	Intra-grupos	,470		

TABLA 6.8. Resultados del análisis de regresión.

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	,432	,330		1,312	,190
CONINTERNO	-,012	,062	-,008	-,188	,851
CONEXTERNO	-,012	,029	-,014	-,412	,680
AUTOEFICACIA	,109	,047	,099	2,344	,019
PROACTIVIDAD	,029	,052	,025	,551	,582
RISKTAKING	-,012	,052	-,010	-,226	,821
ATRACTIVO	,224	,044	,203	5,088	,000
CONTROL COND. PERC	-,049	,030	-,065	-1,611	,108
NORMA SUBJETIVA	-,070	,035	-,069	-2,003	,046
CREENCIAS	,589	,054	,488	10,988	,000
MOTIVOS DE LA GENTE	,077	,051	,068	1,494	,136
MOTIVOS PERSONALE	-,023	,047	-,022	-,498	,619
RECURSOS	,052	,060	,033	,867	,387
DIFICULTADES	-,008	,026	-,010	-,310	,756
OPCIONES	,065	,030	,069	2,165	,031

Para comprobar cuál de estos grupos de variables contribuía mejor a la explicación de la intención emprendedora realizamos un análisis de regresión por pasos (Tabla 6.10). En un primer bloque introducimos las variables referidas a la personalidad de los sujetos (control interno y control externo, autoeficacia, proactividad y asumir riesgos), en un segundo bloque las variables referidas a aspectos cognitivos como la actitud, interés o atracción personal que despierta en el sujeto el tema del emprendimiento, el control conductual percibido, las normas subjetivas, y las creencias que el sujeto tiene sobre el emprendimiento, y en un tercer bloque aquellas variables referidas a los motivos tanto ajenos como personales que tienen las

personas para crear una empresa, los recursos necesarios que se consideran para montar una empresa, las dificultades y las opciones laborales.

Como podemos observar en esta tabla todas las variables de personalidad fueron significativas, a excepción de la variable locus de control externo y proactividad. La primera variable de personalidad que entró en el análisis fue la autoeficacia (que explicaba el 17,6%), a continuación entró la asunción de riesgos (que añadió un 3,7% al porcentaje de varianza explicado) y posteriormente el control interno (que añadió un 1% a la varianza explicada). En suma el porcentaje de varianza explicado por estas variables de personalidad fue del 22,4%.

En el paso cuarto, cuando introducimos el segundo bloque de variables, el porcentaje acumulado de varianza explicado fue del 40,3%. Es decir, el segundo bloque de variables añadió un 18,6% de varianza explicado. Este porcentaje resultó ser significativo ($F=52,953$, $p<.000$). Con la introducción de este nuevo bloque de variables resultó una nueva configuración de variables explicativas. En concreto, de las variables de personalidad del primer bloque que resultaron ser significativas en el tercer paso, ahora en el cuarto paso sólo resultó significativa la autoeficacia ($t=2,89$, $p<.005$). De las variables del segundo bloque resultaron significativas las siguientes: el interés hacia el emprendimiento ($t=5,483$, $p<.000$) y las creencias ($t=11,132$, $p<.000$).

En el paso quinto, cuando introducimos el tercer bloque de variables, el porcentaje de varianza que añade es del 1%, resultando un porcentaje total de varianza explicado del 40,8% ($F=2,21$, $p<.05$). Las variables significativas que resultaron en este último paso fueron: autoeficacia ($t=2,58$, $p<.01$), interés o actitud por el emprendimiento ($t=5,12$, $p<.000$), norma subjetiva ($t=-1,97$; $p<.05$), creencias ($t=11,02$, $p<.000$) y opciones laborales ($t=2,12$, $p<.05$).

En resumen, el porcentaje de varianza explicado por nuestras variables de estudio sobre la intención emprendedora es del 40,8%, y de todas estas variables las que resultaron significativas fueron: la autoeficacia, lo atractivo que resulta para el individuo el emprendimiento (atracción), norma subjetiva, las creencias, y la opción laboral.

TABLA 6.9. Análisis de regresión por pasos (a).

	Modelo				
	1	2	3	4	5
R	,420	,462	,473	,640	,647
R cuadrado	,176	,214	,224	,409	,419
R cuadrado corregida	,175	,211	,220	,403	,408
Error típ. de la estimación	,62605	,61210	,60869	,53252	,53014
Estadísticos de cambio					
Cambio en R	,176	,037	,010	,186	,010
Cambio en F	145,402	32,357	8,628	52,953	2,212
gl1	1	1	1	4	5
gl2	680	679	678	674	669
Sig. del cambio en F	,000	,000	,003	,000	,041

Tabla 6.10. Análisis de regresión por pasos (b).

Modlo		Coef.no estanzados		Coef. estanzdos	t	Sig.
		B	Er típ.	Beta		
1	(Constante)	3,070	,192		15,996	,000
	AUTOEFICACIA	,462	,038	,420	12,058	,000
2	(Constante)	2,483	,214		11,592	,000
	AUTOEFICACIA	,314	,046	,286	6,908	,000
	RISKTAKING	,268	,047	,235	5,688	,000
3	(Constante)	1,976	,274		7,207	,000
	AUTOEFICACIA	,259	,049	,235	5,280	,000
	RISKTAKING	,230	,049	,202	4,736	,000
	CONTROL INTERNO	,191	,065	,124	2,937	,003
4	(Constante)	,771	,266		2,895	,004
	AUTOEFICACIA	,130	,045	,118	2,893	,004
	RISKTAKING	,017	,046	,015	,379	,705
	CONTROL INTERNO	,016	,059	,010	,265	,791
	ATRACTIVO	,236	,043	,214	5,483	,000
	C.C. PERCIBIDO	-,050	,030	-,067	-1,673	,095
	NORMA SUBJETIVA	-,055	,035	-,054	-1,595	,111
	CREENCIAS	,594	,053	,492	11,132	,000
5	(Constante)	,400	,307		1,302	,193
	AUTOEFICACIA	,117	,045	,106	2,585	,010
	RISKTAKING	,002	,046	,001	,034	,973
	CONTROL INTERNO	-,003	,060	-,002	-,051	,959
	ATRACTIVO	,225	,044	,204	5,126	,000
	C.C. PERCIBIDO	-,047	,030	-,063	-1,583	,114
	NORMA SUBJETIVA	-,069	,035	-,068	-1,970	,049
	CREENCIAS	,590	,053	,489	11,026	,000
	MOTIVOS OTROS	,075	,051	,066	1,464	,144
	MOTIVOS PNALES	-,024	,046	-,023	-,514	,607
	RECURSOS	,053	,060	,034	,884	,377
	DIFICULTADES	-,010	,025	-,012	-,397	,691
	OPCION LABORAL	,063	,030	,067	2,121	,034

Para determinar en qué medida estas variables están interrelacionadas entre sí, y como esta interrelación afecta a la intención de emprender se realizó el análisis de ecuaciones estructurales. El modelo que aparece en la Figura 7.1. representa el concepto de interrelación que tenemos de cómo estas variables afectan a la intención de emprender. Este modelo no resulto significativo (Chi-square = 1610,147) por lo que procedimos a elaborar diferentes modelos tomando como punto de partida el hipotetizado hasta conseguir un modelo empírico significativo y justificado teóricamente. En el modelo empírico propuesto (En anexos ver: A.2.1. Modelo empírico propuesto), se recogen los diferentes modelos realizados para llegar al modelo final que se especifica a continuación.

Considerando los resultados del análisis de regresión planteamos realizar un modelo de ecuaciones estructurales en base a estos resultados. Este modelo resulto significativo (Chi-square=161,433/4; $p < ,000$). Los valores de los parámetros de ajuste del modelo se reflejan en las tablas 7.11 y 7.12. En el modelo empírico obtenido, (En anexos ver: A.2.2. Modelo empírico obtenido) se representa las relaciones entre las variables consideradas en el modelo.

Tabla 6.11. Parámetros de ajuste del modelo obtenido

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI	RMSA
Default model	,904	,965	,908	,970	,905	,070

Tabla 6.12. Parámetros de las variables insertadas en el modelo.

	Estimate	S.E.	C.R.	P
AUTOEFICACIA <--- CREENCIAS	,474	,036	13,015	***
AUTOEFICACIA <--- OPCIONES	,125	,028	4,459	***
ACTITUD <--- AUTOEFICACIA	,379	,035	10,973	***
ACTITUD <--- CREENCIAS	,311	,038	8,247	***
INTENCION <--- ACTITUD	,389	,042	9,276	***
INTENCION <--- AUTOEFICACIA	,257	,042	6,159	***

	Estimate	S.E.	C.R.	P
OPCIONES	4,440	,028	157,515	***
CREENCIAS	5,072	,021	236,033	***
AUTOEFICACIA	2,008	,224	8,961	***
ACTITUD	1,985	,194	10,215	***
INTENCION	1,968	,219	8,992	***

Como podemos observar en el modelo empírico obtenido, la intención de emprender viene determinada por la autoeficacia y por la actitud personal hacia el emprendimiento que tienen los sujetos. La actitud personal viene determinada, a su vez, por la autoeficacia y las creencias que tiene el sujeto. La autoeficacia, a su vez, está

determinada por las creencias y las opciones laborales que se le presentan al sujeto. La relación entre opciones laborales e intenciones emprendedoras no resultó con una buena significación estadística por eso fue eliminada esta relación del modelo. Cuando se establece una relación directa entre las creencias y la intención de emprender, esta relación es significativa, pero la relación de autoeficacia sobre intención de emprender pierde la significación estadística y el modelo resultante tiene menor poder explicativo que el modelo que hemos adoptado como definitivo. Tampoco resultó con una buena significación estadística cuando establecemos la relación entre creencias y opciones laborales.

En definitiva, el modelo que presentamos como modelo empírico obtenido tiene mayor poder explicativo que las diferentes opciones antes comentadas, un modelo mucho más parsimonioso y un modelo que se ajusta perfectamente a los datos y a los presupuestos teóricos de los que hicimos mención en capítulos anteriores. De las quince variables consideradas en nuestro estudio, el modelo resultante pone de manifiesto que las cinco variables introducidas en el mismo, son las variables que mejor nos ayudan a predecir la intención emprendedora.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES.

La universidad latinoamericana conceptualizada desde una perspectiva constitutiva y funcional, presentan dos escenarios bien definidos y contradictorios entre sí. El primero conceptualiza a la universidad desde una perspectiva de mercado, poniendo énfasis en la formación para cubrir las demandas de profesionales dentro de un mercado consumista; mientras que el segundo, pone énfasis en la formación para el desarrollo del país, a tal punto que se puede asignar a la universidad la función de asesora del sistema en función a las políticas de desarrollo que de manera libre y soberana debería adoptar

cada nación. En síntesis, las dos concepciones de universidad que coexisten en el ámbito peruano y latinoamericano son:

- La universidad es una institución de educación superior que forma profesionales para contribuir con el desarrollo económico del país y en función a las solicitudes del mercado globalizado.
- La Universidad es una institución que imparte simultáneamente, conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos e ideología a favor o en contra del sistema; en una búsqueda constante de contribuir con el desarrollo social, económico y político de la nación, es decir, el desarrollo integral; pero, cuando imparte ideología en contra del sistema, esta es intervenida por el Estado, o desprestigiado por los medios de comunicación.

En el ámbito peruano, el Turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante; y es que, el Turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores directa o indirectamente relacionados con dicha actividad. La importancia estratégica de la formación profesional en turismo, es tal que dado una adecuada formación, esta coadyuva el emprendimiento empresarial y ayuda al trabajador a conseguir o a conservar su empleo, permitiéndole adaptarse mejor a los cambios, asumiendo nuevas tareas y mejorando

su rendimiento. Aunque demagógicamente en el Perú se pretende equiparar al turismo con el desarrollo, es de aclarar que el turismo puede traer crecimiento económico, el cual es parte del desarrollo económico, pero no desarrolla al país como convencionalmente se acepta el concepto de país desarrollado, es decir, no hay datos de país alguno que desarrollando solamente el turismo haya pasado de su condición de país subdesarrollado o en vías de desarrollo hacia la condición de país desarrollado.

Aunque el término competencia es evocado con mayor frecuencia en el discurso educativo actual, eso no implica que las competencias estén circunscritas a dicho sector; es decir, su popularización en el ámbito educativo no necesariamente conlleva un carácter educativo para su abordaje como objeto de estudio. La educación basada en competencias no es un modelo educativo ni pedagógico, sino una orientación educativa que pretende dar respuestas a la sociedad del conocimiento o de la información; es decir, orienta la formación profesional en función del contexto social, histórico y cultural del espacio geográfico donde tiene lugar el hecho educativo; por ejemplo, la casi generalizada demanda actual a las instituciones educativas de profesionales para realizar distintas labores que requieren una previa formación profesional, ha contribuido a que exista un acercamiento de la universidad al mundo del trabajo, en consecuencia, la formación

profesional se origina en los requerimientos laborales, donde el “saber hacer” es el núcleo central de la formación profesional.

El emprendimiento se conceptualiza como una característica que puede surgir en todos los seres humanos; pero, si el emprendimiento está relacionado con el área empresarial, la connotación que este adquiere esta relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo. El emprendimiento empresarial en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad comercial inmersa en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de constantes cambios que exigen que los objetos de promoción turística varíen en función a los nuevos paradigmas de consumo natural, cultural o de esparcimiento; por ejemplo, históricamente el Perú se ha caracterizado por ser un destino para el turismo desde una perspectiva arqueológica, arquitectónica y de contacto con la naturaleza; pero, desde hace más de un lustro, se viene dando un fenómeno conocido como el «Boom de la Gastronomía Peruana», es decir, el auge que viene experimentado el rubro gastronómico debido al aumento de la aceptación de la cultura gastronómica peruana tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional, lo cual a su vez repercute en una prosperidad económica basado en la activación económica y la elevación de precios al consumidor; luego, a partir del año 2005, solamente en Lima Metropolitana se registraron los siguientes datos

relevantes (Ballón, 2011): En la actualidad (2011), en Lima Metropolitana se cuenta con más de 36 248 restaurantes registrados y con una oferta de servicios de comida superior en más de 60% al que se tenía en 2005; la totalidad de negocios turísticos (ferias) relacionados con la gastronomía, fueron creados en el periodo 2005 – 2010; El boom de la gastronomía peruana ha mejorado los hábitos de consumo en el mercado peruano, también ha permitido lograr el acceso a los mercados internacionales, incrementando el número de restaurantes y establecimientos afines que ofrecen platos de comida peruana; además de ello, ha permitido difundir otros productos de la cultura gastronómica peruana; finalmente, el último festival gastronómico “Mistura 2011”, reporto una concurrencia de más de 350 000 visitantes.

La muestra de nuestro estudio estuvo integrada por un total de 706 estudiantes de la titulación de Turismo de la Universidad de San Martín de Porres. Del total de estos estudiantes 213 son hombres (30,2%) y 493 mujeres (69,8%). Los estudiantes se distribuyeron, principalmente, entre primero (282, 41,4%), quinto (212, 29,9%) y noveno ciclo (151, 22,2%), el resto de los estudiantes se distribuyeron en los ciclos segundo, tercero, cuarto, sexto y séptimo. El año de nacimiento de los estudiantes oscilaba entre 1974 y 1998, situándose el mayor porcentaje en los años 1990 (9,5%) a 1994 (11,3%). La edad media fue de 21 de años (con una desviación típica de 3,73).

Respecto a la actividad laboral de los padres de los Estudiantes de Turismo de la Universidad San Martín de Porres que fueron considerados en la muestra, se encontró: En lo que respecta al padre, el 42,3% son autónomos, el 32,2% trabajan en la empresa privada, el 19,8% en la empresa pública, el 5,3% en alguna organización, bien sea privada o pública, y el resto no trabaja. En cuanto a la profesión de la madre, el 30,7% son autónomas, el 18,5% trabaja en la empresa privada, el 16,4% en la empresa pública, el 34,1% en alguna organización, ya sea privada o pública, y el resto no trabaja.

Aunque no se llegó a una diferencia significativa entre hombres y mujeres en intención emprendedora ($p < .06$), la tendencia demostró que las mujeres tienen mayor predisposición a ser emprendedoras que los hombres.

Respecto al ciclo de estudios, los análisis correspondientes dan como resultado que existen diferencias significativas respecto a las variables de control interno, risk taking, atracción por tareas dinámicas, control conductual percibido, norma subjetiva, contexto, motivos por los que la gente crea la empresa, y la intención emprendedora.

El análisis de regresión por pasos da cuenta que todas las variables de personalidad fueron significativas, a excepción de las variables locus de control externo y proactividad. No obstante cuando las variables consideradas en el estudio son sometidas a un análisis de

ecuaciones estructurales nos encontramos que muchas de estas variables no entraban en el modelo empírico, frente a nuestro modelo teórico propuesto. Los datos de nuestro estudio claramente manifiestan que la intención de emprender esta determinada de manera muy clara por dos variables: la autoeficacia y la actitud hacia el emprendimiento. Este resultado está en consonancia con lo obtenido en estos trabajos encontrados en la literatura, A estos resultados hay que añadir que las opciones laborales que tienen los estudiantes a su alcance determinan la autoeficacia de estos sujetos para juzgarse como capaces para llevar a cabo un emprendimiento empresarial. La autoeficacia determina las actitudes hacia el emprendimiento. Otro dato de interés obtenido es que este nivel de autoeficacia de los sujetos está determinada por sus creencias.

Las implicaciones de estos resultados en el ámbito educativo, y máxime en los estudiantes de turismo de la Universidad de San Martín de Porres son claras y manifiestas. Debemos orientar nuestra educación a cambiar las creencias que tienen los sujetos sobre el tema del autoempleo, porque ello redundará en la mejora de la autoeficacia, y esto en el cambio de actitudes y que tengan una mayor orientación emprendedora.

7.2. RECOMENDACIONES.

Dado que en latinoamericana se conceptualiza dos escenarios bien definidos y contradictorios entre sí al momento de definir a la universidad, cualquier abordaje de un problema presente en el ámbito universitario latinoamericano, debe considerar estas dos posiciones; es decir, no circunscribirse a una posición, sino analizar ambas posiciones y en función de dicho análisis emprender la investigación, ya que de lo contrario estaríamos supeditando la realidad a cuestiones ideológicas o coyunturales.

Dado que en el ámbito peruano, el Turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante; se recomienda fomentar y promover las iniciativas empresariales relacionadas con dicho sector; por otro lado, se debe establecer líneas de formación profesional e investigación orientadas a explotar el potencial turístico, teniendo como eje central a los distritos, mínima unidad política de la estructura peruana, para luego articularlos con las provincias y departamentos.

La educación basada en competencias debe servir como orientador del modelo educativo peruano para la formación de los profesionales en turismo, pero, dicha formación no debe estar supeditada a los requerimientos laborales, sino a las potencialidades

turísticas del distrito, es decir, formar no solo para cumplir con una cuota de profesionales requeridos, sino formar profesionales en turismo que partiendo de una realidad dada (el distrito), busque contribuir con el desarrollo del distrito, la provincia, el departamento y finalmente con el país.

Dado que el emprendimiento en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; se debe promover nuevas formas de turismo, pero sin dejar de lado el tipo de turismo que históricamente ha caracterizado al Perú, es decir, el turismo desde una perspectiva arqueológica, arquitectónica y de contacto con la naturaleza; en efecto, se deben promover iniciativas tales como las que dieron origen al fenómeno conocido como el «Boom de la Gastronomía Peruana».

REFERENCIAS

Alfaro, M. E. (1990). Aspectos prácticos del proceso de programación y evaluación. *Revista de Estudios Sociales y Sociología Aplicada*, 81, pp. 65-80. Madrid: Documentación Social.

Aljovín de Losada, C. (edit.). (2002). La universidad en el Perú. Lima: UNMSM, Fondo Editorial.

Araneda, H. (2009). Innovaciones en formación para la empleabilidad: una agenda en construcción. Recuperado de <http://www.innovum.cl/portal/web/guest/biblioteca-on-line>

Arrieta Bernout, F. (2003). *Algunos Aportes y Fundamentos para el Desarrollo de la Docencia Universitaria en el Perú*. Lima: Edit. Corporación Grafimundo.

Asamblea Nacional de Rectores (edit.) (2002). *Una Nueva Universidad para una Nueva Sociedad*. Lima: ANR.

- Audia, P. G., Locke, E. A., & Smith, K. G. 2000. The paradox of success: An archival and laboratory study of strategic persistence following radical environmental change. *Academy of Management Journal*, 43: 837–853.
- Ballón Ballón, M. (2011). *El «Boom de la Gastronomía Peruana» y su Impacto en la Creación de Nuevos Negocios en Lima Metropolitana en el Periodo 2005 - 2010*. (Tesis de Titulación, Instituto Superior Tecnológico SISE). Lima: Ediciones SISE.
- Bateman, S., & Crant, J.M. (1993). The proactive component of organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager*. New York: Wiley and Sons.
- Bravo López, G. y Cáceres Mesa, M. (2005). El proceso de enseñanza aprendizaje desde una perspectiva comunicativa. *Revista Iberoamericana de Educación*. Recuperado de <http://www.rieoei.org/deloslectores/1289Bravo.pdf>
- Browne, M.W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. En *K.A Bollen & J.S. Long* (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136- 162). Newbury Park, California: Sage.

- Brunner, J. (1992). Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva. Madrid: Alianza.
- Bueno, E. (2003). El reto de emprender en la sociedad del conocimiento: el capital de emprendizaje como dinamizador del capital intelectual. *Creación de Empresas, Entrepreneurship*, UAB, Barcelona, 251-266.
- Burbano López, G. (1999). La educación superior en la segunda mitad del siglo XX. *Revista Iberoamericana de Educación*, 21.
- Canales Quevedo, I. (2005). *Evaluación Educacional*. (3ª edición). Lima: UNMSM - CEPREDIM.
- Casanova, F. (2003). *Formación Profesional y Relaciones Laborales*. Montevideo: CINTERFOR.
- Ceja Hernández, A. (2007). Liderazgo para el Emprendedorismo. Recuperado de http://www.cdi.org.pe/SemanaCalidad2007/presentaciones/Emprendedorismo-Alejandro_Ceja-Mexico.pdf
- Centro Universitario de Desarrollo (Edit.). (2005). *Currículo Universitario Basado en Competencias*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

Chomsky, N. (1970). Aspectos de la teoría de la sintaxis. Madrid: Editorial Aguilar.

Claudia Aliaga, A. S. (2010). Empleabilidad temprana y emprendimiento. dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, 33, diciembre, pp. 319-337.

Coduras, A. y Justo, R. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor*. Madrid: Instituto de Empresa.

Comisión de Celebración del 450° Aniversario de la UNMSM (edit.) (2001). *La Universidad en el Perú*. Lima: Fondo Editorial de San Marcos.

Cox, C. (2007). Educación y Competencias para el Emprendimiento. Contexto, conceptos y desafíos al inicio de un proyecto. Recuperado de http://www.sofofa.cl/BIBLIOTECA_Archivos/Eventos/2007/08/24_ccox.pdf

Crant, J.M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.

- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.
- De Noble, A.F., Jung, J., & Ehrlich, S.B. (1999). Entrepreneurial self efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley MA: Babson College.
- Díaz, F. y Hernández, G. (1998). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*. México. Editorial Mc GrawHill.
- Didriksson, A. (1999). Tendencias e Impacto del Futuro de la Educación Superior en América Latina y el Caribe. *Revista La Vasija*, 4, México.
- Didriksson, A. (2007). La universidad pública latinoamericana desde su autonomía. *Revista Universidades*, 33, enero-abril, pp. 17 – 23.
- Dirección Nacional de Mejoramiento Profesional. (s/f). Programa: escuelas gestoras del cambio. Recuperado de http://www.educacion.gov.ec/_upload/dinamep.pdf
- Drucker, P. (1985). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, Vol. 63, May-June, 67-72.

Escobar Cáceres, P. y Lamas Basurto, P. (2007). *Evaluación Educativa*. (8ª Edición). Lima: Facultad de Educación – PUCP.

Factoría de Emprendedores. (Administrador). (s/f). Evaluación del Emprendedor. Recuperado de <http://www.factoriaemprendedores.com/fileadmin/Archivos/TesEmprendedor.pdf>

Fandiño Padilla, L. M. y Bolívar Abello, M. C. (2008). *Evaluación del Impacto del Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y Estudio de los Factores de Éxito de sus Empresas Creadas a partir de los Talleres de Grado*. (Trabajo de Grado, Universidad Javeriana). Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>

Flores, Lucio (1998). Estrategias metodológicas didácticas. *Revista de Educación Superior*, 1, Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Freudenthal, H. (1991). *Revisiting Mathematics Education*. Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.

García Fraile, J. A. (2008). Importancia del aprendizaje por competencias. *Entrevista*. Lima: Universidad Peruana Cayetano Heredia.

García Zárate, O. A. (2003). (compilador). *Hacia una nueva universidad en el Perú*. Lima: UNMSM, Fondo Editorial.

González Halcones, M. A. (1999). *Manual para la evaluación en Educación Física*. Barcelona: Praxis.

González, O. (1990). *Perfeccionamiento de la enseñanza de las disciplinas y la formación de habilidades y capacidades específicas*. La Habana: Ediciones del autor.

Gottler, J. (1965). *Pedagogía Sistemática*. Barcelona: Editorial Herder.

Haynie, M. and Shepherd, D. A. (2009), A Measure of Adaptive Cognition for Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33: 695–714. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00322.x

Hernández, C.A., Rocha, A., y Verano, L. (1998). *Exámenes de Estado. Una propuesta de evaluación por competencias*. Bogotá: ICFES.

- Hoyle, R. H. (1995). The structural equation modeling approach: Basic concepts and fundamental issues. In *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*, R. H. Hoyle (editor). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., pp. 1-15.
- Hymes, D. (1996). *Acerca de la competencia comunicativa. Forma y Función*. Universidad Nacional de Bogotá: Departamento de Lingüística.
- Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. *Lumen. Revista del Instituto de Estudios en Educación – IESE*, 7. Recuperado de <http://www.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- La Torre Ariño, M. y Seco del Pozo, C. (2007). *Diseño Curricular Nuevo para una Nueva Sociedad*. Lima: Universidad Marcelino Champagnat.
- Lafourcade, P. D. (1986). *Evaluación de los Aprendizajes*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Ley N° 23733. Ley Universitaria de 1983, Lima: Editorial Berrio § 1ª ed. 2000.

- MacIntyre, A. (1992). Reconsideración de la Universidad como institución de la conferencia como género. *Tres versiones de la Ética*. (Enciclopedia Genealógica y Tradición). Madrid: Ediciones Rialp. S.A.
- Marsh, H.W., Balla, J.R., & Hau, K.T. (1996). An evaluation of incremental fit indices: A clarification of mathematical and empirical processes. En G.A. Marcoulides y R.E. Schumacker (Eds.), *Advanced structural equation modeling techniques* (pp. 315-353). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Mialaret, G. (1981). *Ciencias de la Educación*. (2ª Edición). Barcelona: Oikos-Tau, S.A.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2ª Edición). New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3ª Edición). New York: McGraw-Hill.
- Palomino Iparraguirre, L. (1975). Evaluación. En Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo de la Educación (Ed.). *Tecnología Educativa*, Vol. I, (322 – 339). Lima: Retablo de Papel.

Peñalosa Ramella, W. (1988). *Tecnología Educativa*. (2ª Edición). Lima: CEMED.

Ramos Cabredo, G. (2005). *La Universidad Peruana en el Siglo XXI*. Lima: Editorial Universitaria URP.

Risco, G. (2002). La Formación Básica y la Formación General en una Estructura Curricular por Competencias. *Revista Universidad*, 7, Lima, ANR.

Rohrman, B. (1997). Risk Orientation Questionnaire: Attitudes towards risk decisions (pre-test version). Melbourne, Australia: University of Melbourne.

Rodríguez, W. (1993). *Teoría de la Educación e Introducción a las Ciencias de la Educación*. Lima: CEMED.

Sánchez, J.C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1-2), 37-60.

Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Buenos Aires: Organización Mundial del Turismo.

- Savater, F. (1997). *El valor de Educar*. Barcelona: Ariel Ed.
- Schraw, G, 1998, Promoting general metacognitive awareness.
Instructional Science, 26, (1-2) 113-125.
- Spencer, L.M. y Spencer, S.M. (1993). *Competence at Work*. New York:
John Wiley and Sons.
- Stenhouse, L. (1998). *Investigación y Desarrollo del Currículum*. (4ª
Edición). Madrid: Ediciones MORATA.
- Sternberg, R.J. (1997). *Successful Intelligence*. New York: Simon and
Shuster.
- Straub, D. (1989). Validating Instruments in MIS Research. *MIS
Quarterly*, June, 13, 2, pp. 147-169.
- Torrado, M.C. (1995). *La Naturaleza Cultural de la Mente*. Bogotá:
ICFES.
- Torrado, M.C. (1998). *De las aptitudes a las competencias*. Bogotá:
ICFES.
- Torres Bardales, C. (2002). *Orientaciones Básicas de Metodología de la
Investigación Científica*. (8ª Edición). Lima. Libros y
Publicaciones.

Torres Bardales, C. (2005). *El proyecto de Investigación Científica*. (3ª edición). Lima: Ediciones del Autor.

Vidal Tarazona, W. V. (2001). *El Currículo y la Función Educativa de la Universidad*. Lima: Editorial, Texti Graf.

Vigotsky, L. (1985). *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires: La Pléyade.

Woodruffe, C. (1993). What is meant by a Competency? *Leadership and Organization Development Journal*, 14 (1), pp. 29-36.

ANEXOS

A.1. TABLAS.

Tabla 6.2 Correlaciones entre variables y fiabilidad de las escalas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14ESX	INTENCIONXIB (**)
1-CON INTERNO	1														
2-CON EXTERNO	-,311(**)	1													
3-AUTOEFICACIA	,547(**)	-,253(**)	1												
4-PROACTIVIDAD	,480(**)	-,125(**)	,580(**)	1											
5-RISK TAKING	,495(**)	-,182(**)	,564(**)	,689(**)	1										
6-ACTITUD EMPR	,501(**)	-,160(**)	,509(**)	,492(**)	,555(**)	1									
7-CONTROL C.PERCIBIDO	,334(**)	-,095(*)	,457(**)	,446(**)	,416(**)	,368(**)	1								
8-NORMAS	,306(**)	-,135(**)	,279(**)	,271(**)	,278(**)	,308(**)	,250(**)	1							
9-CREENCIAS	,413(**)	-,185(**)	,446(**)	,424(**)	,469(**)	,457(**)	,632(**)	,474(**)	1						
10-MOTIVOS GENTE	,273(**)	,094(*)	,224(**)	,259(**)	,264(**)	,279(**)	,185(**)	,283(**)	,234(**)	1					
11-MOTIVOS PERSNLES	,217(**)	,162(**)	,212(**)	,277(**)	,251(**)	,301(**)	,187(**)	,187(**)	,177(**)	,732(**)	1				
12-RECURSOS	,391(**)	-,020	,355(**)	,357(**)	,405(**)	,421(**)	,228(**)	,225(**)	,313(**)	,450(**)	,448(**)	1			
13-DIFICULTADES	,047	,173(**)	-,037	-,011	,003	,015	-,022	,014	-,028	,144(**)	,120(**)	,220(**)	1		
14-OPCIONES LABORLES	,137(**)	,090(*)	,187(**)	,121(**)	,159(**)	,131(**)	,062	,091(*)	,088(*)	,212(**)	,202(**)	,292(**)	,226(**)	1	(**)
15-INTENCION EMPD	,360(**)	-,139(**)	,414(**)	,368(**)	,395(**)	,473(**)	,372(**)	,269(**)	,588(**)	,241(**)	,196(**)	,312(**)	,015	,165(**)	1

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 6.3. Puntuaciones de hombres y mujeres en las variables de estudio

Sexo		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Hombre	Media	5,03	2,50	4,90	4,95	4,90	5,37	4,31	5,38	4,99	4,75	4,79	5,20	4,26	4,33	5,28
	N	213	213	213	213	213	212	213	212	212	212	211	211	211	211	211
	Desv. típ.	,532	,875	,663	,592	,663	,700	,916	,831	,660	,616	,649	,463	,864	,746	,784
Mujer	Media	5,09	2,22	4,98	4,90	4,93	5,47	4,24	5,54	5,10	4,75	4,71	5,21	4,23	4,48	5,39
	N	493	493	493	493	493	489	492	490	492	491	488	490	490	484	483
	Desv. típ.	,399	,719	,607	,582	,571	,584	,916	,592	,525	,608	,661	,431	,864	,737	,640
Total	Media	5,07	2,31	4,97	4,92	4,93	5,44	4,26	5,49	5,07	4,75	4,74	5,20	4,24	4,43	5,36
	N	706	706	706	706	706	701	705	702	704	703	699	701	701	695	694
	Desv. típ.	,444	,780	,625	,585	,600	,622	,916	,677	,571	,610	,658	,441	,863	,743	,688

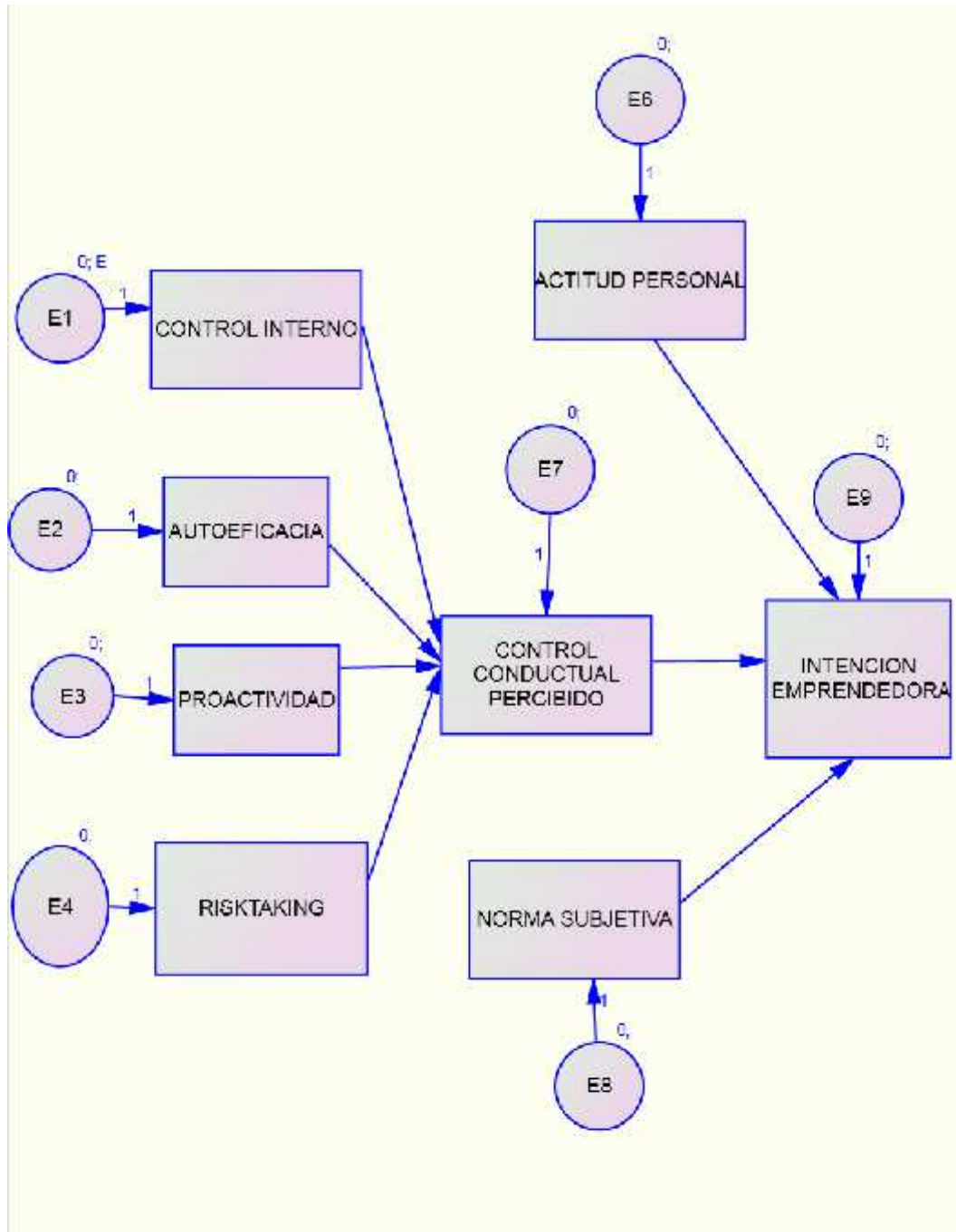
Tabla 6.6. Tipo de trabajo del padre y de la madre.

Trabaja en (Madre)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Autónomo/a	Media	5,1219	2,2847	5,051	4,994	4,963	5,5133	4,348	5,500	5,140	4,756	4,713	5,207	4,226	4,449	5,4503
	N	197	197	197	197	197	196	197	197	197	197	197	197	197	194	192
	Desv. típ.	,37102	,80208	,6261	,5300	,5870	,54125	,8596	,6612	,5224	,6388	,6843	,4148	,8736	,7499	,64620
Empresa Privada	Media	4,9365	2,3456	4,906	4,791	4,814	5,3640	4,313	5,508	4,980	4,715	4,696	5,152	4,267	4,503	5,2621
	N	119	119	119	119	119	118	119	118	119	119	118	118	118	115	117
	Desv. típ.	,53343	,78669	,6033	,6550	,6700	,73362	,9144	,7144	,7078	,6009	,6259	,4518	,9563	,7457	,79960
Empresa Pública	Media	5,0507	2,4290	4,941	4,943	4,941	5,3519	4,254	5,464	5,092	4,782	4,816	5,234	4,258	4,474	5,3263
	N	105	105	105	105	105	104	104	104	104	104	105	105	105	105	105
	Desv. típ.	,42312	,81901	,6979	,5901	,6211	,59610	,9905	,7066	,5596	,6138	,6188	,4402	,7885	,7146	,66825
Organización (Empresa Pública y Privada)	Media	5,1227	2,2679	4,947	4,902	4,959	5,4968	4,178	5,523	5,065	4,759	4,743	5,236	4,226	4,412	5,3920
	N	219	219	219	219	219	218	219	217	218	218	215	216	216	216	216
	Desv. típ.	,39576	,76359	,5953	,5937	,5792	,60447	,9362	,6747	,5310	,6125	,6745	,4520	,8737	,7249	,66152

1. Locus de Control interno, 2. Locus de Control Externo; 3. Autoeficacia; 4. Proactividad; 5. Risk-Taking; 6. Actitud
7. Control Conductual Percibido; 8. Norma Subjetiva, 9. Creencias; 10. Motivos de la Gente; 12. Motivos Personales;
13. Recursos; 14. Opciones Laborales; 15. Intención Emprendedora.

A.2. MODELOS EMPÍRICOS PROPUESTOS.

A.2.1. Modelo Empírico Propuesto.



A.2.2. Modelo Empírico Obtenido.

