

La educación empresarial en la formación de empresarios para escenarios complejos

Business education in the training of entrepreneurs for complex scenarios

Juan Oscar Mayaute Zapata⁷

orcid.org/0009-0002-8029-2519

Freddy Ronald Quispe Yactayo⁸

orcid.org/0000-0002-6771-541X

Recibido 18/11/2024

Aceptado 13/12/2024

Resumen

El artículo busca analizar y determinar el impacto de la educación empresarial en la formación de empresarios para el nuevo escenario económico. Existen muchas formas de brindar educación empresarial pero no sabemos si realmente es la formación que exige la transformación de la actividad productiva del sistema económico. La teoría sostiene que es importante la formación empresarial para emprender, pero no precisa que es lo que deben aprender los futuros empresarios. Conocer el nivel de pertinencia es clave para el éxito de la formación empresarial. Es una investigación descriptiva correlacional y causal explicativa. La muestra de estudio estuvo conformada por 54 estudiantes, de ambos géneros, de los cuales 30 siguen la carrera de Ingeniería Comercial y 24 de Administración de Negocios, todos ellos con la característica común de que reciben una formación empresarial. Se administró un instrumento de tipo mixto con preguntas de selección múltiple con escala de intervalos y preguntas tipo escala Likert. La tasa de respuestas fue del 90% del total de cuestionarios enviados. Se validó el instrumento con el coeficiente de fiabilidad de Alpha de Cronbach, con los siguientes valores (0.863) para 4 ítems de Actitud para emprender, de (0.723) para 6 ítems de cualidades para emprendedor, de (0.859) para 5 ítems de las razones para emprender y

⁷ Doctor en Administración de Empresas. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. juamayaute@upt.virtual.pe

⁸ Maestro en Administración de Negocios. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. frequispey@virtual.upt.pe

de (0.957) para 8 ítems de los desafíos para emprender. Se pudo concluir que existe fuerte pertinencia y alto impacto de la educación empresarial en la formación de empresarios para mercados complejos, dinámicos, impredecibles y globalizados.

Palabras claves: formación empresarial, emprendimiento, negocios, habilidades.

Abstrac

The purpose of this article is to analyze and determine the impact of business education in the training of entrepreneurs for the new economic scenario. There are many ways to provide business education but we do not know if it really is the training required by the productive activity of the economic system. The theory holds that business training is important for entrepreneurship, but it does not specify what future entrepreneurs should learn. Knowing the level of relevance is key to the success of business training. It is a descriptive correlational and causal explanatory research. The study sample consisted of 54 students, of both genders, of which 30 follow the career of Commercial Engineering and 24 of Business Administration, all of them with the common characteristic that they receive business training. A mixed type instrument was administered with multiple-choice questions with an interval scale and Likert scale questions. The response rate was 90% of the total questionnaires sent. The instrument was validated with Cronbach's Alpha reliability coefficient, with the following values (0.863) for 4 items of Attitude to undertake, of (0.723) for 6 items of entrepreneurial qualities, of (0.859) for 5 items of the reasons to undertake and (0.957) for 8 items of the challenges to undertake. It was possible to conclude that there is a strong relevance and high impact of business education in the training of entrepreneurs for complex, dynamic, unpredictable and globalized markets.

Keywords: business training, entrepreneurship, business, skills.

Introducción

Actualmente sabemos de la importancia que tiene la formación empresarial para las futuras generaciones de emprendedores. Frente a la incertidumbre que viene generando la pandemia del covid-19, todas las universidades del mundo vienen actualizando sus perfiles profesionales para asegurar la pertinencia y calidad de sus diseños curriculares. En ese contexto es de vital importancia conocer si la formación empresarial que se viene dando en la Universidad Privada de Tacna, a través de la Facultad de Ciencias Empresariales, cubre las expectativas de la juventud que apuesta por seguir una carrera profesional que los forma como emprendedores. La teoría sostiene que la formación empresarial tiene como objetivo principal desarrollar tres tipos de habilidades que son: Las habilidades técnicas, las habilidades de gestión y las habilidades personales. En ese contexto pareciera que fueran suficientes y que académicamente debiera brindarse esa formación. Pero la realidad económica muy afectada por la pandemia, ha transformado la estructura de las necesidades de los consumidores y de los empresarios, que ahora sienten la necesidad de aprender a enfrentar nuevos desafíos. Esta nueva tendencia

exige a las universidades a investigar qué es lo nuevo que debe incluirse en los planes curriculares para formar a los nuevos emprendedores. Hasta el momento las teorías existentes reiteran que el emprendimiento es una tarea de desarrollar habilidades que tiene que ver con el éxito en los negocios, y da énfasis a cuatro aspectos, a la idea de negocios, a la propuesta de valor, conocimiento del cliente y el manejo de los costos en situaciones de emprendimiento que puede ser por necesidad o por oportunidad. Considerando las condiciones impredecibles de los mercados y la transformación de los hábitos de consumo de los clientes, los emprendedores ahora requieren de nuevos elementos de formación que les brinde mayores facultades para la toma de decisiones y enfrentar con éxito sus emprendimientos.

Revisión de literatura

El concepto de emprender puede tener múltiples definiciones, desde el contexto de los negocios, significa el empresario que se aventura en una nueva actividad comercial con el objetivo de una remuneración satisfactoria. Para Salinas & Osorio, (2012) el emprendimiento es un término poliédrico, que está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo. En el ámbito económico, generalmente se emprende algún proyecto bajo dos condiciones específicas: por oportunidad o por necesidad. La primera conlleva las circunstancias que a un individuo se le presentan, y que en un momento determinado bajo consideraciones particulares lleva a cabo un proyecto. La segunda condición, tiene que ver más cuando el individuo trata de atender económicamente sus demandas más elementales como alimentación, vivienda, salud, entre otras. Según Anyakoha (2006), el emprendedor es quien elige o asume riesgos, identifica oportunidades de negocio, reúne recursos, inicia las acciones y establece una organización o empresa para satisfacer dicha demanda o una oportunidad de mercado. Esta definición muestra que el emprendedor se ve como un individuo independiente, autosuficiente que está dispuesto a enfrentar cualquier cosa que surja como resultado de la decisión adoptada. Conocer cuáles son las habilidades y capacidades que caracterizan a los emprendedores sirve para comprender que existen habilidades intrínsecas en las personas, un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo y Social, Enterprise Knowledge Network; “Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica” Bid y Sekn, (2006), citados por Radrigán, Davila y Penaglia (2012) comentan que hay dos habilidades necesarias, que deben tener en un inicio las personas que desean realizar un emprendimiento; una de ellas es la habilidad emprendedora, la cual se define como la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tenga bajo su control y en segundo lugar está la habilidad del diagnóstico, la que se define como la capacidad para estudiar con rigor y comprender el conjunto de causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas sociales que aquejan el entorno. Para Henry et. al, (2005) señalados

por Elmuti, Khoury & Omran (2012), mencionan que las habilidades que requieren los emprendedores se dividen en tres categorías distintas: habilidades técnicas, habilidades de gestión empresarial y habilidades emprendedoras personales. Las habilidades técnicas incluyen la comunicación oral, la gestión técnica y habilidades de organización y escritos. Habilidades de gestión empresarial son las habilidades de gestión, como la planificación, la toma de decisiones de marketing y contabilidad. Los emprendedores también deben tener habilidades personales como la innovación, la asunción de riesgos, y la persistencia. En ese mismo sentido, Enechojo & Happiness (2013), mencionan que las habilidades relacionadas con el emprendimiento son las habilidades técnicas, la tecnología de la operación específica, la comunicación y las relaciones interpersonales. Así que la complejidad para tratar de responder si el emprendedor se hace o nace, Martínez (2016) señala que la experiencia, la formación, la educación junto con la combinación de rasgos psicológicos pueden caracterizar a un emprendedor, sin embargo, la experiencia no es factor condicionante para emprender ya que cada vez más se evidencian mayores iniciativas de emprendimiento en la población joven. Harper (1991) citado por Alcaráz (2011) define al emprendedor como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar o manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. La naturaleza de la personalidad emprendedora también está en debate: los determinantes internos de la conducta emprendedora real son heredadas o aprendidas, con consecuencias evidentes sobre la educación y la política social. El debate aún continúa, algunos autores afirman la naturaleza innata de la personalidad empresarial (Fisher & Koch, 2008), mientras que otros autores están convencidos de que es un producto del aprendizaje, una “construcción social” (Chell, 2008; Luca & Cazan, 2011). Sin embargo la educación en la carrera empresarial es determinante, ya que el fomento motivacional y la explicación de cómo crear una empresa mediante cursos, seminarios, talleres, planes de negocio, conferencias, entre otros, ayudan a crear el ambiente académico empresarial para fomentar la creación de empresas (Moreno & Olmos, 2010). En este sentido para la formación del emprendedor juega un papel importante la formación académica que se reciba, es por ello, que en las últimas décadas se ha incluido en los planes y programas de estudio del nivel superior de algunos países asignaturas que atienden la formación del espíritu emprendedor. El desarrollo del espíritu empresarial de los estudiantes puede frenar el desempleo, y los graduados que adquieran las competencias empresariales pueden convertirse en empresarios. Con la afirmación de Kaplan y Warren (2010) se puede concluir que los emprendedores poseen habilidades, muchas de las cuales están incrustados dentro de ellos mismos; y que se pueden descubrir estos rasgos ocultos, y desarrollarlos lo suficientemente como para convertirlos en un empresario exitoso. Con esto se contextualiza lo que Drucker (1985) mencionó, que el espíritu emprendedor es nada más que una disciplina y como toda disciplina, se puede aprender. El punto principal de estos autores es que la innovación no es una actividad limitada a una clase especial de personas, todos podemos desarrollarla.

Metodología

La presente investigación según Oseda, (2008, p.117), es del tipo básico por la finalidad de aportar nuevos conocimientos al campo del emprendimiento. Se desarrolla un diseño de análisis correlacional y causal explicativo, orientado a estimar el impacto de la educación empresarial en las capacidades fundamentales que requiere el empresario. La unidad de estudio son los estudiantes del noveno y décimo ciclo que siguen estudios de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. La muestra de estudio estuvo conformada por 54 estudiantes, de ambos géneros, de los cuales 30 siguen la carrera de Ingeniería Comercial y 24 de Administración de negocios, todos ellos con la característica común de que reciben una formación empresarial. El constructo en estudio es el emprendimiento en la formación empresarial. En la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, con 36 ítems, considerando las dimensiones asociadas a las habilidades de emprendimiento. La tasa de respuestas fue del 90% del total de cuestionarios enviados. Se validó el instrumento de la siguiente forma: Un coeficiente de fiabilidad de 0.863 para 4 ítems de Actitud para emprender, de 0.723 para 6 ítems de Cualidades de emprendedor, de 0.859 para 5 ítems de la razones para emprender y de 0.957 para 8 ítems de desafíos para emprender. Su utilizó el análisis factorial para determinar validez de consistencia de los ítem. La información se procesó utilizando el software estadístico SPSS versión 19.0.

Resultados

a) Actitud para emprender

Los datos de la Tabla 1, revela los niveles de percepción que tienen los estudiantes sobre la actitud empresarial. Para el efecto, se procedió con el análisis de las medias para establecer que actitudes destacan sobre las otras. Se estableció el orden de mayor a menor impacto. Comparando las medias, se observa que la media que tiene el primer lugar, corresponde a la actitud asociada con las ansias por competir con ideas de negocios, (4.26). Este resultado evidencia que los estudiantes en formación empresarial, priorizan la importancia que tiene la convicción y determinación por competir en ideas de negocios. Luego le sigue la actitud relacionada con la perseverancia para desarrollar ideas de negocios, (3.98), En tercer lugar se ubica la actitud vinculada con la determinación por los negocios (3.76), y finalmente se encuentra la actitud asociada con la confianza en asumir riesgos que obtuvo el puntaje más bajo (3.72). Del análisis se concluye que los estudiantes se preparan para competir y perseverar en las ideas de negocios, con una baja apreciación sobre la importancia que tiene la determinación y confianza en asumir los riesgos que implica todo negocio.

Tabla 1
Actitudes para emprender

Tipos de actitudes	Media	Desviación estándar
Ansias por competir con ideas de negocios	4.26	0.757
Perseverancia en ideas de negocios	3.98	0.739
Determinación por los negocios	3.76	0.930
Confianza en asumir riesgos	3.72	1.071

Fuente: Encuesta de estudiantes

b) Cualidades para emprender

En los datos de la Tabla 2, se observa el orden de apreciación que los estudiantes establecen sobre las cualidades que exige el emprendimiento. Con el análisis de las medias se establecerá las cualidades que destacan sobre las otras. Comparando las medias, se establece que las dos medias relevantes corresponden a la cualidad asociada con la capacidad de emprender (4.13) y la capacidad para detectar oportunidades de negocio (3.96). Este resultado evidencia que los estudiantes priorizan dos aspectos claves para un emprendimiento, la capacidad de emprender y de identificar oportunidades. Esta apreciación refleja su adecuada condición para emprender. En tercer lugar está la capacidad para tomar decisiones (3.83), le sigue la capacidad de tomar riesgos, (3.72), así como la capacidad de adaptación a los cambios (3.59), y finalmente se encuentra la capacidad de innovación (2.98). Del análisis se concluye que las cualidades fundamentales que se deben formar adecuadamente son las de emprender y la de identificar oportunidades de negocio. Se destaca contrariamente el bajo nivel de apreciación que tienen sobre la capacidad de innovar.

Tabla 2
Cualidades para emprender

Tipos de cualidades	Media	Desviación estándar
Capacidad de emprender	4.13	0.778
Capacidad para detectar oportunidades	3.96	0.846
Capacidad para tomar decisiones	3.83	0.927
Capacidad para tomar riesgos	3.72	1,036
Capacidad de adaptación a los cambios	3.59	1.221
Capacidad de innovar	2.98	1.189

Fuente: Encuesta de estudiantes

c) Razones para emprender

Los datos de la Tabla 3, revela las razones que son fundamentales para emprender. Para el efecto, se procedió con el análisis de las medias para establecer

que razones tienen el mejor nivel de apreciación sobre las otras. Comparando las medias, se observa que los estudiantes perciben que las dos primeras razones claves para recibir educación empresarial, son el desarrollo de habilidades (4.28) y la consolidación de la realización profesional (4.19). Estos resultados reflejan la alta expectativa que tienen por estudiar ciencias empresariales. En tercer lugar se ubica la razón vinculada con la creación de oportunidad de empleos (4.04), le sigue la razón del desempeño competitivo y finalmente se encuentra la razón asociada con el desarrollo de la creatividad con el puntaje más bajo (3.54). Del análisis se concluye que son tres las razones fundamentales por la que es importante la educación empresarial, desarrolla habilidades, genera la realización profesional y promueve el autoempleo, también es relevante destacar que existe un bajo nivel apreciación sobre la importancia que tiene el desarrollo de la creatividad en los emprendimientos en mercados convulsionados.

Tabla 3
Razones básicas para emprender

Tipos de razones	Media	Desviación estándar
Desarrolla las habilidades para emprender	4.28	0.940
Consolida la realización profesional	4.19	1.150
Promueve la oportunidad de empleo	4.04	1.009
Potencia el desempeño competitivo	4.02	0,942
Optimiza el desarrollo de creatividad	3.54	1.193

Fuente: Encuesta de estudiantes

c) **Desafíos para emprender**

Los datos de la tabla 4, permiten conocer que es lo que los estudiantes perciben que deben recibir en su formación empresarial para ser exitosos en sus emprendimientos. Para el efecto, se procedió con el análisis de las medias para establecer que temas destacan sobre las otras. Comparando las medias, se observa que las dos medias relevantes están asociadas con los temas de manejo de herramientas de marketing (4.52) y dominio de la gestión empresarial (4.50). Estos resultados revelan que los estudiantes priorizan el estudio de marketing como eje curricular fundamental de su formación empresarial. En tercer lugar se ubica el desafío del manejo de la finanza (4.33), le sigue el desafío de estudio de mercado, (4.33), asimismo, sigue el desafío del manejo de técnicas de emprendimiento (4.17), continua el desafío de creación de modelos de negocios (4.15), asimismo también, surge el desafío de análisis del entorno (4.15), y finalmente se encuentra el desafío relacionado con la experiencia en el manejo de negocios (3.89). Del análisis se concluye que los estudiantes priorizan la atención de sus desafíos comenzando por la preparación en marketing, estrategias de gestión empresarial y el manejo de las finanzas.

Tabla 4
Desafíos que implica el emprendimiento

Tipos de desafíos	Media	Desviación estándar
Manejo de herramientas de marketing	4.52	0.906
Dominio de gestión empresarial	4.50	0.927
Manejo de la finanza	4.33	1.009
Estudio de mercado	4.33	0,942
Dominio de técnicas de emprendimiento	4.17	1.193
Creación de modelos de negocios	4.15	0.940
Análisis del entorno	4.15	0.979
Experiencia en el manejo de negocios	3.89	1.003

Fuente: Encuesta de estudiantes

e) Análisis correlacional

Del análisis descriptivo de las medias de cada una de las dimensiones, es preciso ampliar el estudio agregando el análisis estadístico bivariado, que permita conocer el sentido e intensidad que cada dimensión tiene respecto de la variable formación empresarial.

La Tabla 5 revela los resultados de las correlaciones realizadas entre cada de las dimensiones que comprende el emprendimiento con la variable formación empresarial. El primer coeficiente que relaciona la actitud para emprender con la formación empresarial, es de (0.439) con un valor de significancia de 0.001, es moderado baja y nos advierte que es un indicio significativo pero poco relevante, el segundo coeficiente corresponde a la relación cualidades para emprender con la formación empresarial, cuyo valor es de (0.855), con un valor sig de 0.000, es alta y significativa, lo cual constituye un indicio relevante, luego se tiene la relación razones para emprender con formación empresarial, cuyo coeficiente es de (0.818), con un valor sig de 0.000, también es alta y significativa, que indica que es un indicio relevante, y finalmente se tiene la relación entre los desafíos para emprender y la formación empresarial, con un coeficiente de (0.830), con un valor sig de 0.000, es alta y significativa, que indica que también es un indicio relevante. Por los resultados observados se puede deducir que existen tres evidencias significativas de las dimensiones del emprendimiento, que tienen relación directa y significativa con la formación empresarial. Este análisis correlacional permite confirmar que la dimensión actitud para emprender es la que menor relación tiene con efectividad de la formación empresarial, constituyéndose en un factor que pudiera estar formando parte de las causas de los fracasos tempranos de los negocios.

Tabla 5

Asociación de dimensiones del emprendimiento con formación empresarial.

Formación empresarial	Actitud para emprender	Cualidades para emprender	Razones para emprender	Desafíos para emprender
Coefficiente	0.439	0.855	0.818	0.830
Sig. asintót.	0,001	0,000	0,000	0,000

Fuente: Elaboración propia

f) Análisis de regresión

Del análisis correlacional, que determina el grado de asociación entre las dimensiones del emprendimiento y la variable formación empresarial, es relevante establecer la influencia de las dimensiones del emprendimiento en la formación empresarial, la Tabla 6, muestra la significatividad de cada dimensión en el modelo de estudio. El análisis consiste en probar el grado de significatividad que tiene cada dimensión en el modelo, en un análisis de regresión, donde se valida el nivel de significatividad de las dimensiones de actitud, cualidades, razones y desafíos sobre la formación empresarial. Los resultados del análisis estadístico consisten en contrastar el valor Sig de cada dimensión con el valor de 5% (0.05). Los resultados del análisis de regresión múltiple de cada una de las dimensiones del emprendimiento tienen un valor Sig. de (0.000). Evaluando y realizando los respectivos contrastes, se demuestra que los valores Sig de las dimensiones de actitud, cualidades, razones y desafíos tienen alta significatividad, lo que revela que forman parte relevante en la adecuada formación empresarial de los estudiantes de las carreras profesionales de Ingeniería Comercial y de Administración de Negocios en la Facultad de Ciencias Empresariales.

Tabla 6

Nivel de significatividad de las dimensiones del modelo de emprendimiento

Componentes del modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig
	β	Error típ	Beta		
(Constante)	- 0.319	0.567	-	-.564	0.575
Actitud para emprender	0.990	0.034	0.208	28.801	0.000
Cualidades para emprender	0.991	0.034	0.275	29,456	0.000
Razones para emprender	1.094	0.026	0.325	41,624	0.000
Desafíos para emprender	0.865	0.16	0.466	54,735	0.000

Fuente: Base de datos SPSS de encuesta procesada
Variable dependiente: Formación empresarial

En los datos de la Tabla 7, se observa que las variables predictoras, actitud, cualidades, razones y desafíos, explican el 99.8% de la variación de la variable formación empresarial. Este nivel de influencia evidencia la trascendencia que tiene la adecuada preparación en adquisición de actitudes, fortalecimiento de cualidades, la fundamentación de las razones y el desarrollo de los desafíos, en la formación empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Tabla 7
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error tip. De la estimación
1	.999	.998	.998	0.574
Variables predictoras: Actitud, calidad, razones y desafíos				
Variable dependiente: Formación empresarial				

Observando la Tabla 8, se puede observar que el modelo de regresión lineal es significativo y explica las implicancias de las variaciones en las dimensiones del emprendimiento en el comportamiento de la variable formación empresarial. Para confirmar el enunciado se verifica que el valor p-valor (0,00) es menor al nivel de significancia 5%. En ese sentido, podemos concluir con un nivel de confianza del 95%, que la educación empresarial influye en forma significativa en la formación de los empresarios.

Tabla 8
Análisis ANOVA

Modelo	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig
1 Regresión	10619.790	4	2654.947	8062.275	.000
Residual	16,136	49	0.329		
Total	10635.935	53			
Variables predictoras: Actitud, calidad, razones y desafíos					
Variable dependiente: Formación empresarial					

g) Discusión

Para Salinas & Osorio, (2012) el emprendimiento se puede entender como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal

orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo.

Del análisis de los datos de la tabla 1, sobre los niveles de percepción que tienen los estudiantes sobre la actitud empresarial. Se concluye que los estudiantes tienen una fuerte actitud para competir, pero muestran un bajo nivel de apreciación sobre la importancia que tiene la determinación en los negocios y la confianza en el manejo de los riesgos.

Según Bid y Sekn, (2006), citados por Radrigán, Davila y Penaglia (2012) comentan que hay dos habilidades necesarias, que deben tener en un inicio las personas que desean realizar un emprendimiento; una de ellas es la habilidad emprendedora, la cual se define como la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tenga bajo su control y en segundo lugar está la habilidad del diagnóstico, la que se define como la capacidad para estudiar con rigor y comprender el conjunto de causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas sociales que aquejan el entorno

Del análisis de los datos de la tabla 2, que refleja los niveles de percepción que tienen los estudiantes sobre las cualidades empresariales, se concluye que los estudiantes que se preparan para emprender muestran dos cualidades fundamentales para los negocios, que son la capacidad para emprender y la capacidad de identificar oportunidades, demostrando un bajo nivel apreciación sobre la importancia que tiene la capacidad de adaptación a los cambios y la capacidad para innovar.

La educación en la carrera empresarial es determinante, ya que el fomento motivacional y la explicación de cómo crear una empresa mediante cursos, seminarios, talleres, planes de negocio, conferencias, entre otros, ayudan a crear el ambiente académico empresarial para fomentar la creación de empresas (Moreno & Olmos, 2010). En este sentido para la formación del emprendedor juega un papel importante la formación académica que se reciba, es por ello, que en las últimas décadas se ha incluido en los planes y programas de estudio del nivel superior de algunos países asignaturas que atienden la formación del espíritu emprendedor.

Del análisis de los datos de la tabla 3, que refleja los niveles de percepción sobre las razones que justifican la preparación empresarial, se concluye que los estudiantes que se preparan para emprender, consideran que son dos las razones vitales por la que es necesario recibir educación empresarial, uno es el desarrollo de habilidades y la segunda razón es la realización profesional. Descuidando la importancia que tiene el desarrollo de la creatividad en los emprendimientos en mercados convulsionados.

Drucker (1985) mencionó, que el espíritu emprendedor es nada más que una disciplina y como toda disciplina, se puede aprender. El punto principal de estos autores

es que la innovación no es una actividad limitada a una clase especial de personas, todos podemos desarrollarla.

Del análisis de los datos de la tabla 4, que revela los niveles de apreciación sobre los desafíos que los estudiantes deben enfrentar en sus emprendimientos, se concluye que los estudiantes priorizan que se deben preparar en tres temas fundamentales, uno es el estudio de marketing y el segundo es el dominio de gestión empresarial y el tercero es el manejo de las finanzas.

7.- Conclusiones

1. La Facultad de Ciencias Empresariales cumple con efectividad la formación de empresarios, con fuerte énfasis en la consolidación de actitudes, desarrollo de cualidades, fundamentación de razones y solución de desafíos, que exige los nuevos escenarios complejos e impredecibles.
2. La educación empresarial brindada en las Escuelas Profesionales de Ingeniería Comercial y Administración de Negocios, contribuye con el 99.8% de efectividad en la formación de los futuros empresarios, con cualidades idóneas para actuar exitosamente en mercados complejos, dinámicos y globales.
3. El modelo de efectividad de formación empresarial, tiene significatividad estadística, y cumple las prueba ANOVA, dejando evidencia de su funcionalidad para explicar el comportamiento de las variables; actitud para emprender, cualidades para emprender, razones para emprender y los desafíos para emprender, con un nivel de confianza del 95%.
4. El análisis estadístico correlacional, revelan la existencia de altos coeficientes de asociación entre la variable educación empresarial y las variables predictores, actitud para emprender, cualidades para emprender, razones para emprender y desafíos para aprender.
5. El mejoramiento de la efectividad en la formación de empresarios en Facultad de Ciencias Empresariales, para el 2021, se focaliza en la necesidad de implementar estrategias curriculares para potenciar el desarrollo insuficiente de la capacidad de innovación y de la creatividad en los negocios.

Referencias

- Boggino, N. y Rosekrans, K. (2004). Investigación-acción: Reflexión crítica sobre la práctica educativa.
- Catacora Lira, Luis. (2012). Fundamentos para investigar y presentar una tesis. UPT.
- Duarte Cueva, Franklin (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281621764007>

- García, María. (2016). Fracaso empresarial y efectos contagio. <http://www.redalyc.org/pdf/313/31345267007.pdf>
- Grabinsky, S. (1990). El emprendedor: creador y promotor de empresas. México. Ed. Verbo emprender 4a edición
- Jaimes, Rosalvina. (1991) Problemática Contemporánea de la Ciencia y la Tecnología. Edit. Tropikos, Caracas, Venezuela.
- López, I., Santos, B. & Bueno, Y. (2004) Las dimensiones del perfil emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito. Universidad Autónoma de Madrid.
- Morín, E. (2001). Los siete saberes necesarios para la educación del futuro Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión Bunge, M. (1975). La investigación científica. Barcelona: Ariel.
- Mora Pavón, Ricardo (2010). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/552/540>
- Navarrete, Edith. (2011). El fracaso de las Micro, pequeñas y medianas empresas. <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v4n3-2011/RIAF-V4N3-2011-2.pdf>
- Pérez Legoas, Luis. (2002). Estadística básica para ciencias sociales y educación. Lima. Editorial San Marcos.
- Prieto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: estudio comparativo Colombia - Francia. Maestría en Administración, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Bogotá.
- Padrón, José. (2006). Bases de la Investigación Aplicada. <http://padron.entretemas.com.ve/InvAplicada/index.htm>
- Pereira Laverde, Fernando. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor. http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_1/art1.pdf
- Quintero, C. (2007) Generación de competencias en jóvenes emprendedores. http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf.
- Quiñones Ccalla, Diacono. (2016). "Centro Comercial tipo Mall para contribuir al desarrollo económico de la ciudad de Tacna". Tesis, UPT. file:///C:/Users/A-49/Downloads/Qui%C3%B1ones-Ccalla-Giacomo-Ricardo.pdf
- Rodríguez R, Alfonso (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005>
- Rodríguez, Carlos (2000). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19s1/19s1a07.pdf>
- Salkind, N. (1999). Métodos de investigación. México: Prentice Hall.
- Thompson, Ivan. (2006). Definición de empresa. <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Valdivia Dueñas, R. (2009). Elaborando la Tesis. Editorial UPT.

- Vesga, R. (2009) Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? <http://cec.uniandes.edu.co/pdf/rav.pdf>.
- Vigil L, Yolanda. (2010). Formación, crecimiento y proyección de las Micro y pequeñas empresas (MYPES). Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos58/mypes/mypes2.shtml>
- Vargas Cordero, Zoila (2009), La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencias científicas. <http://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Walls, Jaume. (2012). Causas de fracaso de los emprendedores. https://www.redemprendia.org/sites/default/files/descargas/causas_de_fracaso_de_los_emprendedores.pdf
- Weiss, C. (1987). Investigación evaluativa. Trillas.