

Artículo original

INCIDENCIA DE LAS HABILIDADES DE GESTIÓN EMPRESARIAL EN LA CREACIÓN DE NEGOCIOS

Luis Celerino Catacora Lira⁹

<https://orcid.org/0000-0002-7823-9316>

Recibido: 20/03/2023

Aceptado: 12/05/2023

Resumen

El estudio fue realizado con la finalidad de determinar cuáles son las habilidades de gestión empresarial que tienen mayor incidencia en la creación de negocios. Es una investigación exploratoria de tipo analítico transversal. El estudio se realizó en una muestra no aleatoria de 56 estudiantes que siguen la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. En la investigación se aplicó un cuestionario con preguntas de selección múltiple con escala de Likert de 1 a 5, que se sometió a un análisis de consistencia interna entre los ítems para lo cual se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, que demostró un alto índice de confiabilidad alcanzando un valor de 0,93. Se obtuvo una tasa de respuestas del 99%, del cuestionario virtual. Los resultados revelaron que las habilidades de gestión empresarial que tienen mayor incidencia sobre la creación de negocios son: Invierte y realiza gastos de operación (63.3%), evalúa económicamente negocios (56.2%) y define y justifica ideas de negocio (46.5%). Finalmente, el estudio concluye que la habilidad asociada con los estudios de mercado es la que no demuestra incidencia significativa, con un nivel de confianza del 95%.

Palabras claves: Emprendedor, negocio, finanza, marketing.

⁹ Doctor en Ciencias de la Educación. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. luccatacora@virtual.upt.pe



Abstract

The study was carried out in order to determine which business management skills have the greatest impact on business creation. It is an exploratory research of a cross-sectional analytical type. The study was carried out in a non-random sample of 56 students who are studying Business Engineering at the Faculty of Business Sciences of the Private University of Tacna. In the investigation, a questionnaire with multiple choice questions with a Likert scale from 1 to 5 was applied, which was subjected to an analysis of internal consistency between the items for which the Cronbach's Alpha coefficient was calculated, which demonstrated a high index of accuracy. reliability reaching a value of 0.93. A response rate of 99% was obtained from the virtual questionnaire. The results revealed that the business management skills that have the greatest impact on business creation are: Invest and make operating expenses (63.3%), economically evaluate businesses (56.2%) and define and justify business ideas (46.5%). Finally, the study concludes that the ability associated with market studies is the one that does not show significant incidence, with a confidence level of 95%.

Keywords: Entrepreneur, business, finance, marketing.

Introducción

Actualmente crear y dirigir negocios es un desafío para el cual se tiene que estar preparado empresarialmente. No es suficiente conocer todas las técnicas y estrategias que ofrece la formación empresarial. Los estudios explican que los emprendedores son personas especiales que observan oportunidades de negocio donde los demás no perciben nada. Esta cualidad constituye una ventaja competitiva y contribuye con el éxito en sus emprendimientos. Pero además de las cualidades empresariales, existe otra habilidad que va asociado con las ganas de emprender. Es el espíritu emprendedor, que lo arrastra hacia el riesgo y la aventura. El emprender es un gen que no deja tranquilo a los emprendedores. Siempre están buscando la oportunidad para crear empresas. El alto índice de desempleo juvenil y el temprano fracaso de emprendimientos en el mercado, induce a los jóvenes con visión empresarial a buscar oportunidades y tomar la decisión de emprender. La crisis económica y contracción de los mercados no amilanan a los emprendedores a satisfacer sus ansias de crear y desarrollar negocios exitosos. Emprender hoy es crucial para la juventud que egresa de las universidades. La formación empresarial focalizada en el manejo de la finanza, estudios de mercado y estrategias de marketing, sino van unidos a las ganas que promueve el espíritu emprendedor, existe una alta probabilidad de reducir la probabilidad de sostenerse en el mercado. En este contexto, es relevante potenciar y fortalecer el espíritu emprendedor en la formación

empresarial. Todos los emprendedores requieren de conocimientos, habilidades y manejo de técnicas, pero es recomendable no descuidar el desarrollo de las competencias blandas como el espíritu emprendedor. En el escenario real, las competencias son actuaciones donde el emprendedor demuestra su talento de crear y establecer negocios. El presente estudio tiene como propósito conocer cuál es la potencia que tiene el espíritu emprendedor en los emprendedores que ya establecieron un negocio exitoso.

Revisión de literatura

Conocer que habilidades traen los emprendedores que ya lograron establecer un negocio, es de suma importancia. El emprendedor requiere de una formación eficaz, para lograr competir y posicionarse en el mercado. Existen muchos modelos empresariales que determinan que el emprendedor de éxito, es aquel que está preparado en gestión empresarial. Seguir una carrera profesional para aprender a emprender es vital, en mercados impredecibles y complejos donde existe un alto índice mortalidad empresarial. En el Perú las microempresas que padecen mayor mortalidad son los de subsistencia, que son las que mayor predomina (Alva, 2017).

Para que un emprendedor logre asegurar el éxito en mercados impredecibles y convulsionados, requieren de ciertas habilidades que deben adquirir y desarrollar desde el momento que deciden crear y dirigir un negocio; Alcaráz (2011), considera que el emprendedor es una persona competente en la identificación de oportunidades, en la resolución de problemas, adaptarse al cambio, análisis de entornos, manejo de la finanza, creación de modelos de negocios, aplicación de marketing. Un emprendedor como persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades empresariales, tiene la virtud de ser innovador y comunicador eficaz, en escenarios complejos y organizaciones complicadas.

Los emprendedores exitosos dividen sus competencias en tres categorías: Competencias técnicas, competencias en gestión empresarial y competencias personales. Las competencias técnicas incluyen la comunicación oral, la gestión técnica y habilidades de organización y escritos. Las competencias de gestión empresarial son las habilidades de gestión, como la planificación, la toma de decisiones de marketing y contabilidad (Elmuti et al., 2012). Asimismo, los emprendedores deben tener competencias personales como la innovación, la asunción de riesgos, y la persistencia (Enechojo & Happiness, 2013), confirma que las habilidades relacionadas con el emprendimiento son aquellas asociadas con las habilidades técnicas, aplicación de la tecnología, la comunicación y las relaciones interpersonales.

Un componente clave en la formación del emprendedor es la actitud empresarial. La actitud es el factor afectivo-emocional que modula la conducta y la transforma en la singular actuación de cada uno de nosotros ante una situación determinada. Se suma a una actitud positiva el espíritu empresarial que significa poner en valor una idea de negocio, ya sea, en la casa, en un garaje, una finca, o en algún otro lugar pequeño, no

se queda en la idea, sino que la lleva a la práctica con entusiasmo y autonomía, buscando el éxito y asumiendo el riesgo del fracaso, que son inherentes a la realidad de la economía de mercado. El espíritu emprendedor de los estudiantes puede frenar el desempleo, y promover el desarrollo de las competencias empresariales que pueden convertirlos en empresarios (Olozagaste, et al., 2017). 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 espíritu emprendedor es la fuerza interna que arrastra hacia la creatividad y la innovación. Prepararse para ser competente en el campo de los negocios, se requiere de un fuerte y sólido espíritu emprendedor especialmente cuando el entorno económico no ofrece nada favorable. La actitud previa a la formación empresarial puede ser superficial pero la influencia académica desarrollada en las aulas es fundamental para los cambios de actitud. El estudiante puede comenzar teniendo aversión al riesgo y terminar la carrera profesional aceptando el riesgo. Este cambio de actitud es fundamental.

Las habilidades fundamentales que caracterizan a los emprendedores que logran establecer y dirigir un negocio son los siguientes:

Define y justifica la idea de negocio

La justificación de un proyecto es una explicación que se elabora por escrito para demostrar la necesidad que existe de llevar a cabo un determinado proyecto o iniciativa. Dicha explicación es un elemento fundamental en las fases de presentación y evaluación de nuestro proyecto. La justificación de un proyecto nos permite ver las ventajas que nos ofrece el entorno en el cual operamos. La justificación de un proyecto nos permite darle claridad y mejorar el enfoque del mismo. Si somos capaces de justificar nuestro proyecto con buenas razones, seremos capaces de enfocarnos en los puntos fuertes de nuestro proyecto. Además de esto, la motivación de las personas involucradas en el provecho será mucho más alta. Una justificación clara y bien escrita nos ayuda a darle un buen nivel de credibilidad a nuestro proyecto. En este sentido, la justificación del proyecto funciona, por así decirlo, como una tarjeta de presentación que hace más atractivo nuestro proyecto.

Domina estrategias de marketing

La estrategia de marketing adecuada, brindará excelentes beneficios a la empresa, sobre todo para impulsar la venta de un producto o servicio. Se trata de uno de los componentes principales del éxito para cualquier empresa. Por lo que se requiere de un proceso de análisis profundo exhaustivo antes de llevarla a cabo. Una estrategia de marketing define el proceso a seguir de acuerdo al producto o servicio a promocionar. Su importancia radica en que, si es efectiva, ayudará a fortalecer las ventas, pues permitirá mostrar los beneficios de la marca o del producto para los clientes potenciales. Una estrategia de marketing aporta calidad acerca de la dirección en la que se ejecutan las acciones que beneficiarán el proceso de ventas y reconocimiento de una

marca. Ayuda a identificar esas oportunidades en el mercado y conduce al camino para aprovecharlas adecuadamente.

Estudios de mercado

Un estudio de mercado consiste en la recopilación de una gran cantidad de información sobre clientes potenciales, clientes actuales (si los hay), competencia, el entorno de la operación, etc. con el fin de evaluar la viabilidad de un proyecto empresarial en concreto. Antes de iniciar cualquier negocio, los emprendedores deberían llevar a cabo un estudio de mercado. Un estudio de mercado nos permite conocer la respuesta de un público objetivo ante una iniciativa empresarial. Asimismo, nos permite comprobar si existe una necesidad insatisfecha de los clientes que buscamos cubrir. Los estudios de mercado buscan descubrir cuántos consumidores querrían adquirir el producto o servicio que ofreces, en dónde se vendería (o, si se trata de un establecimiento como un restaurante, dónde estaría), durante cuánto tiempo y qué precio se pagaría por conseguirlo.

Organización del negocio

La organización desempeña una parte fundamental para conseguir el éxito en cualquier gestión empresarial. Una adecuada organización de la empresa proporciona los métodos para que las tareas se realicen de una manera correcta, reduciendo así los costos, evitando la lentitud y la duplicidad de esfuerzos al determinar las responsabilidades de cada trabajador. De alguna manera, esto también contribuye a emplear mejor los recursos y medios disponibles. Es preciso, además, conocer lo que implica cada puesto y si acarrea un gasto innecesario. Todo ello se encuadra dentro de la necesidad de una correcta organización de la empresa. La organización empresarial engloba la estructuración, organización e integración de los recursos y unidades organizativas de una compañía, además del establecimiento de las atribuciones y las relaciones entre ellos. Permite realizar una utilización más eficiente de los medios de la empresa para que pueda desarrollar tus tareas y actividades en la búsqueda de los objetivos de la empresa marcados. Esto supone también que haya una mejor coordinación entre las distintas escalas de la compañía, y un mayor control sobre el trabajo del personal.

Inversión en el negocio

Para el emprendedor la inversión suele ser una parte vital de su idea de negocio, dado que en la mayoría de casos no se cuenta con capital suficiente para abordar las diferentes fases de desarrollo empresarial, mucho menos de crecimiento. Lo cierto es que un emprendedor puede necesitar inversión desde el mismo momento de la puesta en marcha del negocio. En una gran parte, la inversión inicial suele originarse en fondos propios, de conocidos o familiares, por el mero hecho de intentar arrancar un sueño empresarial. Además, es lógico buscar inversión cuando se intenta hacer crecer a la empresa, sobre todo si se quiere conseguir los objetivos lo antes posible y no eternizar cualquier proceso de

generación de ingresos, que con el tiempo podría sufrir una transformación. Obviamente, la inversión también se solicita como rescate o ante situación de pérdidas, con el objetivo de subsanar las deudas, volver a replantear el negocio y buscar una idea que, a medio o largo plazo, permita sacar suficiente rentabilidad.

Planificación financiera del negocio

La planificación financiera es uno de los pilares principales en los negocios modernos y trabaja con una variedad de fuentes de financiación en su presupuesto que prevé eventos y anticipa lo que se debe hacer en el futuro. Apaza (2017), define a la planificación financiera como uno de los agentes primordiales para alcanzar una correcta gestión de recursos financieros, lo que hace posible que puedan fundamentarse diferentes estrategias con el propósito de cumplir los objetivos y metas establecidas con las medidas de control necesarios para su cumplimiento. “Es por ello que para lograr la eficiencia y la eficacia en las empresas; se propone la introducción de nuevas técnicas de análisis financiero que permitan obtener una mayor eficiencia económica, control y reducción de los costos y gastos. Para el logro de tales objetivos se hace necesaria la implementación de presupuestos” (Navarro, et al., 2018). La planeación financiera permite realizar una proyección sobre los resultados deseados a alcanzar por la empresa, ya que estudia la relación de proyecciones de ventas, ingresos, activos o inversiones y financiamiento, tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia, a fin de decidir, posteriormente, la forma de satisfacer los requerimientos financieros (Albuerne & Casas, 2015).

Evaluación financiera del negocio

La evaluación financiera de proyectos se ocupa, principalmente, de considerar si un proyecto es viable o rentable, y si puede asegurarse los fondos que necesita. Por lo tanto, resulta útil, tanto para el inversor que está interesado en la financiación, como para el empresario que posee el proyecto. El análisis y evaluación financiera es un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los Estados financieros y datos operacionales con el fin de determinar el desempeño financiero y operacional de la empresa y de manera especial para facilitar la toma de decisiones. La importancia de realizar un análisis financiero radica en que proporciona los elementos necesarios para evaluar la situación económica y financiera de una empresa o unidad económica, esta evaluación nos permite dirigir la toma de decisiones hacia el mejor aprovechamiento de los recursos disponibles que permitan enfrentar situaciones difíciles, o aumentar su eficiencia, productividad u organización. Al iniciar un proyecto es necesario determinar cuáles van hacer los riesgos, beneficios y ganancias que va a tener el proyecto, para determinar estos factores se realiza la evaluación financiera. La evaluación financiera es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto, además ayuda a tomar una decisión si poner en marcha o no en proyecto debido que analiza los alcances y riesgos del proyecto.

Metodología

El estudio es no experimental, causal explicativo, de carácter transversal con un enfoque cuantitativo. Tiene como objetivo identificar y determinar las habilidades emprendedoras que fueron determinantes en los que alcanzaron establecer su negocio. El estudio se realizó en una muestra de 56 estudiantes del noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. En la investigación se aplicó un cuestionario con preguntas de selección múltiple con escala de Likert de 1 a 5, que se sometió a un análisis de consistencia interna o semejanza entre los ítems para lo cual se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, que demostró un alto índice de confiabilidad alcanzando un valor de 0,93. La tasa de respuestas fue del 99% del total de cuestionarios enviados. La información se procesó utilizando el software estadístico SPSS versión 24.0.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la exploración de las habilidades emprendedoras que perciben desarrollar los estudiantes.

1. Descripción de la muestra

La Tabla 1 contiene las características de la muestra de estudio. El 62.1% de los encuestados son mujeres. El 53.0 estudian y trabajan. El 18.2% tienen y dirigen un negocio. El 87.9% tienen edades comprendidas entre 21 y 25 años y finalmente el 100% de ellos siguen la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.

Tabla 1
Características de la muestra

Genero	Porcentaje (%)
Hombres	37.9
Mujeres	62.1
Ocupación	
Estudia	47.0
Estudia y trabaja	53.0
Edad	
Menor de 21 años	9.1
Entre 21 y 25 años	87.9
Mas de 25 años	3.0
Negocio	
Con negocio	19.4
Apoya a negocios	32.3

Sin negocio	48.3
-------------	------

2.- Análisis de impacto de las Habilidades emprendedoras

Mediante el análisis de medias, en la Tabla 2, se puede percibir el posicionamiento logrado de cada una de las habilidades emprendedoras, según los valores obtenidos desde la percepción de los encuestados. En orden descendente, se aprecia que en primer lugar se ubica la habilidad del espíritu emprendedor, con una media (M=1.46), le sigue la habilidad de planificación financiera con una media (M=1.38) y en tercer lugar se encuentra la habilidad de la evaluación financiera con una media (M=1.33). Respecto de la desviación estándar, se aprecia que los encuestados muestran una significativa concentración hacia la media. Lo cual indica que existe bastante homogeneidad en las respuestas de los encuestados. Por el lado opuesto, se puede observar que los tres promedios más bajos, son los obtenidos por las habilidades de estudio de mercado (M=1,25), organización del negocio (M=1.21) y estrategias de marketing (M=1.17). De lo descrito se deduce que, para asegurar el éxito en los negocios creados, es relevante considerar el impacto que tienen las habilidades del espíritu emprendedor, la planificación y evaluación financiera, desde la percepción de los encuestados.

Tabla 2

Análisis de las Habilidades de gestión empresarial en orden de percepción

Habilidades priorizadas	Media	Desv. típ.
Maneja estrategias de marketing	3.30	1,043
Invierte y realiza gastos de operación	3,27	,981
Define y justifica la idea	3.25	,879
Organiza e implementa	3.23	,953
Crea y dirige	3.21	,889
Realiza estudios de mercado	3.11	1,107
Evaluación financiera	3,04	1,128
Planifica financiera y contablemente	2.95	1,052

Nota: Información obtenida de la encuesta

3.- Análisis inferencial

Planteamiento de hipótesis 1

H₀: No incide la habilidad de define y justifica, en la creación de negocios

Sig. > 0.05

H₁: Si incide la habilidad de define y justifica, en la creación de negocios

Sig. > 0.05

Estadístico de prueba

Regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 3, se observa que el valor crítico de significancia (Sig.=0.000), es menor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke (Tabla 4), que la habilidad que define y justifica tiene una incidencia del 46.5% sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 3

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	GI	Sig.
Solo intersección	30,307			
Final	6,107	24,202	1	0.000

Nota: Elaboración propia

Tabla 4

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad define y justifica

Cox y Snell	0.332
Nagelkerke	0.465
Mc Fadden	0.333

Planteamiento de hipótesis 2

H_0 : No incide la habilidad realiza estudios de mercado, en la creación de negocios
Sig. > 0.05

H_1 : Incide la habilidad realiza estudios de mercado, en la creación de negocios
Sig. < 0.05

Estadístico de prueba

Prueba de regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 5, se observa que el valor crítico de significancia (Sig.=0.106), es mayor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de aceptar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95%, y se rechaza la hipótesis alterna (H_1). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke (Tabla 6), que la habilidad realiza estudios de mercado no tiene incidencia sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 5

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	GI	Sig.
Solo intersección	9,472			
Final	6,862	2,610	1	0.106

Nota: Elaboración propia

Tabla 6

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad realiza estudios de mercado

Cox y Snell	0.043
Nagelkerke	0.060
Mc Fadden	0.035

Planteamiento de hipótesis 3

H_0 : No incide la habilidad de maneja estrategias de marketing, en la creación de negocios.

Sig. > 0.05

H_1 : Si incide la habilidad maneja estrategias de marketing, en la creación de negocios

Sig. > 0.05

Estadístico de prueba

Prueba de regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 7, se observa que el valor crítico de significancia (Sig.=0.000), es menor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke, (Tabla 8), que la habilidad de manejar estrategias de marketing tiene una incidencia del 37% sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 7

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	Gf	Sig.
Solo intersección	24,984			
Final	6,617	18,367	1	0.000

Nota: Elaboración propia

Tabla 8

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad maneja estrategias de marketing

Cox y Snell	0.264
Nagelkerke	0.370
Mc Fadden	0.245

Planteamiento de hipótesis 4

H_0 : No incide la habilidad organiza e implementa, en la creación de negocios

Sig. > 0.05

H_1 : Si incide la habilidad organiza e implementa, en la creación de negocios

Sig. > 0.05

Estadístico de prueba

Prueba de regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 9, se observa que el valor crítico de significancia (Sig.=0.000), es menor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95%, y se acepta la

hipótesis alterna (H_1). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke (Tabla 10), que la habilidad organiza e implementa tiene una incidencia del 36% sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 9

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	Gl	Sig.
Solo intersección	24,060			
Final	6,281	17,779	1	0.000

Nota: Elaboración propia

Tabla 10

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad organiza e implementa

Cox y Snell	0.256
Nagelkerke	0.360
Mc Fadden	0.237

Planteamiento de hipótesis 5

H_0 : No incide la habilidad de invierte, en la creación de negocios

Sig. > 0.05

H_1 : Si incide la habilidad de invierte, en la creación de negocio

Sig. < 0.05

Estadístico de prueba

Prueba de regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 11, se observa que el valor crítico de significancia (Sig.=0.000), es menor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke (Tabla 12), que la habilidad invierte tiene incidencia del 63.3% sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 11

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	Gl	Sig.
Solo intersección	41,648			
Final	5,658	35,990	1	0.000

Nota: Elaboración propia

Tabla 12

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad invierte

Cox y Snell	0.451
Nagelkerke	0.633
Mc Fadden	0.480

Planteamiento de hipótesis 6

H_0 : No incide la habilidad de plan de financiamiento, en la creación de negocios.
Sig. > 0.05

H_1 : Si incide la habilidad de plan de financiamiento, en la creación de negocios
Sig. < 0.05

Estadístico de prueba

Prueba de regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 13, se observa que el valor crítico de significancia (Sig.=0.000), es menor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke (Tabla 14), que la habilidad de planeamiento financiero tiene una incidencia del 40.3% sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 13

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	Gl	Sig.
Solo intersección	26,996			
Final	6,652	20,344	1	0.000

Nota: Elaboración propia

Tabla 14

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad de financiamiento

Cox y Snell	0.289
Nagelkerke	0.403
Mc Fadden	0.272

Planteamiento de hipótesis 7

H₀: No incide la habilidad evalúa económicamente, en la creación de negocios
 Sig. > 0.05

H₁: Si incide la habilidad evalúa económicamente, en la creación de negocios
 Sig. < 0.05

Estadístico de prueba

Prueba de regresión ordinal

Nivel de significancia: 5%

Decisión

En la Tabla 15, se observa que el valor critico de significancia (Sig.=0.000), es menor que el valor teórico de significancia (0.05%), en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H₀) con un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H₁). En ese sentido, se comprueba en base al valor del coeficiente de Nagelkerke (Tabla 16), que la habilidad evalúa económicamente tiene incidencia del 56.2% sobre la creación de negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 15

Información de ajuste de modelo

Modelo	Logaritmo de verosimilitud	Chi cuadrado	Gf	Sig.
Solo intersección	36,838			
Final	6,123	30,714	1	0.000

Nota: Elaboración propia

Tabla 16

Prueba de Pseudo R cuadrado de la habilidad evalúa económicamente

Cox y Snell	0.401
Nagelkerke	0.562
Mc Fadden	0.410

Conclusiones

- a) Con respecto a la primera hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad de define y justifica negocios tiene el 46.55% de incidencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.
- b) Con respecto a la segunda hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad de estudio de mercado para los negocios no tiene influencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.
- c) Con respecto a la tercera hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad domina estrategias de marketing tiene el 37% de incidencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.
- d) Con respecto a la cuarta hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad organiza e implementa negocios tiene el 36% de incidencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.
- e) Con respecto a la quinta hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad de invierte y realiza gastos de operación tiene el 63.3% de incidencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.
- f) Con respecto a la sexta hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad planifica financieramente tiene el 40.3% de incidencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.
- g) Con respecto a la séptima hipótesis, se concluye según los resultados de la prueba estadística de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que la habilidad de evalúa económicamente tiene el 56.2% de incidencia sobre la creación negocios, con un nivel de confianza del 95%.

Referencias

- Albuerne Rizo, M., & Casas Borges, Y. (2015). La planeación financiera: herramienta de integración para incrementar la rentabilidad en la empresa Havana Club. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (66), 131-160. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.26130>
- Alcaráz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill.
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 76-90. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425554493005>
- Apaza Meza, M. (2017). *Contabilidad de instrumentos financieros*. Instituto Pacífico.

- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Elmuti, D., Khoury, G. & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in devolping entrepreneurial skills and ventures effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education* (15), 83–98.
- Enechojo Grace, E – O & Happiness Ihuoma, I. (2013). Relationship Between Counselling and Entrepreneurship Development Skills of Nigerian Final Year Undergraduates. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 84(0), 120–127. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.06.521>
- Navarro Silva, O., Crespo Garcia, M. K. y López Macas, M. E. (2018). Perspectivas de la Administración Financiera del Capital de Trabajo como instrumento necesario en la evolución de las MiPyMEs. *Espacios*, 39(42), 14.
- Olozagaste, J. G., Calderon, Y. P. y Espinosa, M. T. (2017). Formación del Espíritu Empresarial en Jóvenes Mexicanos: Retos y Oportunidades en la Educación Media Superior. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*, 11(2), 163–177. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rlei/v11n2/art11.pdf>