



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

La formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración
con mención en Gestión Empresarial

AUTOR

Jorge Luis ALARCÓN CERNA

ASESOR

Dr. Manuel Jorge ESPINOZA ALTAMIRANO

Lima, Perú

2022



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Alarcón, J. (2022). *La formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Jorge Luis Alarcón Cerna
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	42124758
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2851-2799
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Dr. Manuel Jorge Espinoza Altamirano
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	25511133
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-2473-7213
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Dr. Juan Victoriano Castillo Maza
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07196790
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Dr. Juan Alfredo Velásquez Vásquez
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08834681
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Dr. Ebor Fairlie Frisancho
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09434940
Datos de investigación	
Línea de investigación	D.1.5.1. Emprendimiento y pequeña empresa
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento

Ubicación geográfica de la investigación	Institución: Universidad Nacional Mayor de San Marcos Edificio: (UNMSM-Facultad de Ciencias Administrativas) País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Cercado de Lima Calle: Dirección: Av. Carlos Germán Amezaga #375 Latitud: -12.053261930381982 Longitud: -77.08035681538054
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Julio 2021 – Octubre 2022
URL de disciplinas OCDE	Interdisciplinarietà https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.01 Educación general https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.03.01 Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0034-UPG-FCA-2022

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL



En la Ciudad Universitaria, a los catorce días del mes de noviembre del año dos mil veintidós, siendo las nueve horas, en el aula 202 de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **DR. JUAN VICTORIANO CASTILLO MAZA** e integrado por los miembros: **DR. MANUEL JORGE ESPINOZA ALTAMIRANO (Asesor)**, **DR. JUAN ALFREDO VELÁSQUEZ VÁSQUEZ (Jurado)**, **DR. EBOR FAIRLIE FRISANCHO (Jurado)**; el postulante al Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial, don **JORGE LUIS ALARCÓN CERNA**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: "**La Formación Académica y la Capacidad de Emprendimiento Empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021**", con el propósito de optar el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial, los miembros del Jurado Examinador procedieron a asignar la calificación siguiente:

17 (DIECISIETE) - MUY BUENO

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas OTORGAR el Grado Académico Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial, a don **JORGE LUIS ALARCÓN CERNA**. Se extiende la presente Acta original y siendo las 10:00 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.

DR. JUAN VICTORIANO CASTILLO MAZA
PRESIDENTE

DR. MANUEL JORGE ESPINOZA ALTAMIRANO
ASESOR

DR. JUAN ALFREDO VELÁSQUEZ VÁSQUEZ
JURADO

DR. EBOR FAIRLIE FRISANCHO
JURADO



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Facultad de Ciencias Administrativas
Unidad de Posgrado

Dirección de la Unidad de Posgrado

N° 041/T1022

INFORME DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD (*)

23 de Octubre de 2022

La Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas, informa lo siguiente

Operador del programa informático de similitudes	Dr. Ebor Fairlie Frisancho
Documento evaluado	Tesis "La Formación Académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021"
Autor del documento	Jorge Luis Alarcón Cerna
Fecha de recepción del documento	19 de octubre de 2022
Fecha de aplicación del programa informático	23 de octubre de 2022
Software utilizado	TURNITIN
Configuración del programa detector de similitudes	Exclusión de textos entrecomillados, Exclusión de bibliografía, Exclusión de cadenas sintácticas (40 palabras)
Porcentaje de similitudes según programa detector de similitudes	10% (diez por ciento) de similitud
Fuentes originales de similitudes encontradas	8% de Fuentes de internet 2% Publicaciones 5% Trabajos del Estudiante
Observaciones	Sin observaciones
Calificación de originalidad	Documento cumple criterios de originalidad

(*) Acorde a lo indicado por R.R. 04305-R-18 del 16/07/2018

Dr. Ebor Fairlie Frisancho
Coordinador Académico - UPG



ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	ii
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Situación Problemática	10
1.2. Formulación del Problema	12
1.2.1. Problema General.....	14
1.2.2. Problemas Específicos	14
1.3. Justificación de la Investigación	14
1.3.1. Justificación teórica.....	14
1.3.2. Justificación práctica.....	15
1.4. Objetivos de la Investigación	16
1.4.1. Objetivo General	16
1.4.2. Objetivos Específicos.....	16
1.5. Hipótesis.....	16
1.5.1. Hipótesis general.....	16
1.5.2. Hipótesis específicas	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1. Marco Filosófico o Epistemológico	18
2.2. Antecedentes del Problema	19
2.2.1. Antecedentes Internacionales.....	19
2.2.2. Antecedentes Nacionales	25
2.3. Bases Teóricas.....	30
2.3.1. Emprendimiento y Formación.....	30
2.3.2. Formación en la Universidad	36
2.3.2.1. Desarrollo de Habilidades Empresariales.	38
2.3.2.2. Dimensiones de la formación académica	41
2.3.3. Emprendimiento universitario.....	58
2.3.3.1. Innovación en el emprendimiento universitario.....	62

2.3.3.2. Creatividad en el emprendimiento universitario	65
2.3.3.3. Dimensiones de capacidad de emprendimiento empresarial	68
2.3.4. Realidad Peruana y Mundial del Emprendimiento	82
2.3.5. Acreditación Académica Internacional	91
2.4. Marco conceptual	93
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	96
3.1. Tipo y diseño de la investigación.....	96
3.2. Unidad de análisis	96
3.3. Población de estudio	97
3.4. Tamaño de muestra	97
3.5. Selección de muestra.....	97
3.6. Técnicas de recolección de datos	98
3.7. Operacionalización de variables	98
3.8. Matriz de consistencia.....	98
3.9. Análisis de confiabilidad del instrumento.....	98
3.10. Validez de instrumento de recolección de datos	100
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	101
4.1. Análisis e interpretación de datos.	101
4.2. Pruebas de Hipótesis	102
4.2.1. Contrastación de hipótesis general por el método del chi-cuadrado.....	102
4.2.2. Contrastación de hipótesis general por el método del Rho de Spearman	105
4.2.3. Contrastación de hipótesis específicas por el método del Rho de Spearman	107
4.3. Presentación de Resultados	114
4.4. Discusión de resultados.....	125
CONCLUSIONES	128
RECOMENDACIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Enfoque tradicional y emergente del emprendimiento universitario	35
Tabla 2. Fuentes conceptuales a la noción competencia.....	43
Tabla 3. Innovación y creatividad.....	46
Tabla 4. Liderazgo	47
Tabla 5. Diferencias entre líderes de emprendimiento social (E.S.) y quienes no realizan emprendimiento social.....	92
Tabla 6. Tipificación de la presente investigación.....	96
Tabla 7. Población de estudio	97
Tabla 8. Análisis de confiabilidad de la formación académica.....	99
Tabla 9. Análisis de confiabilidad de la capacidad de emprendimiento empresarial	99
Tabla 10. Escala de Valoración del Alfa de Cronbach	99
Tabla 11. Prueba de Kolmogorov-Smirnov	102
Tabla 12. Relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial	106
Tabla 13. Relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial.	108
Tabla 14. Relación entre el Desarrollo de competencias profesionales y la Capacidad de emprendimiento empresarial	109
Tabla 15. Relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial.	111
Tabla 16 . Relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial.	112
Tabla 17. Relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial.	114
Tabla 18. Sexo de los encuestados de las tres escuelas.	114
Tabla 19. Edad de los encuestados de las 3 escuelas.	115
Tabla 20. Ciclo de los encuestados.	116
Tabla 21. Valoración Formación Académica.	116
Tabla 22. Valoración Capacidad de Emprendimiento Empresarial.	117
Tabla 23. Dimensión - Dominio de contenidos académicos.	118
Tabla 24. Dimensión - Desarrollo de competencias profesionales.....	119
Tabla 25. Dimensión - Talleres de Negocio.	119

Tabla 26. Dimensión - Visión prospectiva.	120
Tabla 27. Dimensión - Formación de Negocios.	120
Tabla 28. Dimensión Logro de objetivos.	121
Tabla 29. Dimensión - Capacidad de asumir el riesgo.	121
Tabla 30. Dimensión – Perseverancia.	122
Tabla 31. Dimensión - Capacidad Comunicativa.	122
Tabla 32. Dimensión - Gestión Financiera.	123
Tabla 33. Dimensión - Capacidad de adaptación al entorno.	124
Tabla 34. Capacidad de emprendimiento empresarial según el sexo.	124
Tabla 35. Capacidad de Emprendimiento empresarial según carrera profesional. ..	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de la teoría del comportamiento planificado	33
Figura 2. Modelo de Lean Canvas	52
Figura 3. Modelo Triple Hélice.....	53
Figura 4. Esquema de factores que influyen en el emprendimiento	59
Figura 5. Relación de funciones administrativas con el presupuesto.....	75
Figura 6. Árbol de problemas financieros de una organización.....	76
Figura 7. Árbol de soluciones financieras de una organización.....	77
Figura 8. Índice de espíritu emprendedor por países	83
Figura 9. Componentes del espíritu emprendedor	84
Figura 10. Índice de espíritu emprendedor por categorías	85
Figura 11. Barreras clave para iniciar un nuevo negocio.....	86
Figura 12. Apoyo a los emprendedores por parte de gobiernos, empresas y bancos.	87
Figura 13. Tasa de emprendimientos en fase inicial	88
Figura 14. Ratio de consolidación de emprendimientos	90
Figura 15. Población adulta involucrada en el desarrollo de iniciativas empreendedoras como empresario.....	90
Figura 16. Distribución de porcentajes entre diversas variables asociadas al emprendimiento social con base universitaria.	93
Figura 17. Valores críticos de la distribución X2	103
Figura 18. Identificando la región de aceptación	105
Figura 19. Diagrama de dispersión entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial.....	106
Figura 20. Diagrama de dispersión entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial	107
Figura 21. Diagrama de dispersión entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial.	109
Figura 22. Diagrama de dispersión entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial.....	110
Figura 23. Diagrama de dispersión entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial	112
Figura 24. Diagrama de dispersión entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial.....	113
Figura 25. Formación Académica	117
Figura 26. Capacidad de Emprendimiento Empresarial.	117

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo N.º 1 de Encuesta dirigida a estudiantes universitarios	143
Anexo 2 Modelo N.º 2 de Encuesta dirigida a estudiantes universitarios	145
Anexo 3 Validación de instrumento de recolección de datos	147
Anexo 4 Carta de presentación	151
Anexo 5 Matriz de operacionalización de las variables.....	152
Anexo 6 Matriz de consistencia	154

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centró en el análisis de la formación académica universitaria en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y como esta influye en la capacidad de emprendimiento empresarial de los alumnos, desde el tercer al décimo ciclo, el estudio se basó en la población que asciende a 1632 estudiantes con una muestra de 315 alumnos, se elaboró un instrumento de recolección de datos, el cual fue previamente validado con una buena calificación, esta investigación responde a la hipótesis de investigación, en donde se concluye que existe una vinculación significativa entre las variables de estudio estableciendo a la capacidad de emprendimiento empresarial como variable dependiente y a la variable formación académica como variable independiente, el enfoque es cuantitativo, la investigación es de tipo descriptivo correlacional causal, se parte de una hipótesis que se desea contrastar.

Palabras Clave: emprendimiento, formación, administración, capacidad, investigación.

ABSTRACT

The present research work focused on the analysis of university academic training in the Faculty of Administration of the National University of San Marcos, and how it influences the business entrepreneurship capacity of students, from the third to the tenth cycle, the study was based on the population that amounts to 1632 students with a sample of 315 students, a data collection instrument was developed, which was previously validated with a good rating, this research responds to the research hypothesis, where concludes that there is a significant link between the study variables, establishing the capacity for business entrepreneurship as a dependent variable and the academic training variable as an independent variable, the approach is quantitative, the research is of a causal correlational descriptive type, it is based on a hypothesis that you want to contrast.

Keywords: entrepreneurship, training, capacity, research

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Situación Problemática

Uno de los principales problemas de estos últimos años es el aumento del desempleo de estudiantes universitarios en general, personas en edad vigente para trabajar, que postulan a puestos laborales y no encuentran empleo, en un contexto donde existe empleo informal y por el hecho de ser estudiantes universitarios de carreras de negocios tales como administración, negocios internacionales y turismo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)¹, estos jóvenes tienen la formación educativa adecuada para hacer sus emprendimientos, es decir crear sus propias empresas y ser asesorados por las incubadoras empresariales en sus propias casas de estudios. Muchos de estos jóvenes para mantenerse en el mercado necesitan acceso a algún tipo de financiamiento por parte de un banco o alguna entidad crediticia, muchas veces los estudiantes antes de hacer sus emprendimientos desean obtener experiencia laboral en empresas reales y en la mayor parte de los casos aprenden cómo funciona una empresa en la vida real siendo asistentes.

Sin embargo, por el lado de los empleadores estos manifiestan que los estudiantes no poseen las competencias adecuadas para cumplir las expectativas, los empresarios valoran la capacidad emprendedora de sus trabajadores, entendiéndose esta como una actitud e iniciativa para hacer negocios, que se traduce como productividad para los empresarios y por lo tanto en ingresos. Identificar estas competencias del presente trabajo de tesis es uno de los objetivos de la investigación ya que no siempre todo solo recae en el aspecto económico.

Siendo el País , uno de las economías de mayor emprendimiento en el mundo según la consultora Arellano Marketing (2020), muchas veces estos emprendimientos no llegan al año de fundación, con lo cual podríamos comentar que si se evidencia una actitud positiva para la creación de negocios y la generación de empleo, pero la falta de capacidad y formación técnica para saber a largo plazo en que aspectos educativos se debe incidir sobre los estudiantes para la sobrevivencia de

¹ Universidad Nacional Mayor de San Marcos. - De ahora en adelante UNMSM.

las empresas en donde laboran, también es otro de los objetivos de la presente investigación.

Por parte de las personas negociantes, buscan colaboradores que tengan ciertas habilidades requeridas: una alta educación en valores, deontología profesional, flexibilidad de trabajar en grupo, adaptarse a nuevos contextos, iniciativa, mantenerse informado y el manejo de las tecnologías de comunicaciones. El perfil de un estudiante de la UNMSM, representa a personas instruidas en humanidades y ciencias, poseen mucho conocimiento el cual debe ser canalizado por parte de la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA)² – UNMSM. A saber, de esto, la realidad educativa del País, nos coloca en una posición no privilegiada según el Ranking de Competividad Mundial, bajo este escenario, el País se ubica la posición 52 de 63 de países en el estudio del 2020, formulado por el Institute of Management Development (IMD)³ de Suiza.

El escenario educativo influye de alguna forma en la realidad económica y empresarial que en la actualidad se encuentra en el País, son pocas las casas de estudios que promueven a sus alumnos, no todos son emprendedores, muchas veces podemos notar que los estudiantes de estas carreras de negocios, desean en unos casos copiar el modelo de negocio en las empresas en las cuales han podido ingresar obteniendo de esta manera información privilegiada de la institución donde trabajan, o en su defecto saber la dinámica empresarial de la misma.

Otro aspecto a tomar en la presente investigación es poner a prueba que tan efectivo son los acuerdos Universidad-Empresa que en la situación particular de la Facultad de Ciencias Administrativas mantiene con otras instituciones, los programas de prácticas y pasantías podrían ser evidencia de ello. Muy importante saber que van a hacer los estudiantes con ese conocimiento que han adquirido en las aulas.

Es pues el estado peruano el que invierte una cantidad de dinero nada despreciable por alumno, en la formación del profesional universitario, los economistas siempre argumentan que a un mayor progreso económico de un país

² Facultad de Ciencias Administrativas – FCA de ahora en adelante.

³ Institute of Management Development. - IMD de ahora en adelante.

existe un trasfondo de una alta formación educativa, es decir mayores niveles de grados educativos. Si es cierto que el estado invierte en la universidad, este tiene un rol importante en la formación de emprendedores.

Otro aspecto a destacar es la globalización, en un contexto en donde los negocios dejan de ser locales, los estudiantes de carreras de negocio contemporáneos tienen el reto de aprender o sociabilizar con otras culturas, las transacciones económicas entre las empresas se dan en dólares y muchos de sus contratos están en idioma inglés, lo que evidencia es que por el solo hecho de estudiar inglés en pregrado, ya es un indicativo de tener contacto con otras culturas.

El escenario de la pandemia también ha mostrado el espíritu emprendedor que tienen los peruanos, cuando las condiciones no te favorecen y están en contra. Surgen nuevos negocios que antes no se requería, refiriéndonos al cuidado y protección de la salud. Muchos han tenido que reinventarse y emigrar de negocio. Esto no es ajeno al emprendimiento universitario, ya que la economía golpea tanto a personas con capacidad adquisitiva y las que no. Habría que tomar en cuenta que siendo el Perú un país con mucha informalidad, muchos emprendedores no pudieron acceder a los bonos del gobierno ni beneficios tributarios en el marco de la pandemia, el emprendedor universitario tuvo una oportunidad en el escenario de las tecnologías de comunicaciones, muchos startups proliferaron y también el comercio electrónico aumento considerablemente, lo que implicó un cambio en la forma de hacer negocios.

Finalmente, se dejará en evidencia, si el plan curricular de cada carrera de negocio de la Facultad de Ciencias Administrativas está bien orientado, a transmitir este aspecto de motivación empresarial a sus estudiantes, entendiéndose como plan curricular un documento normativo que obedece al Plan Estratégico Institucional de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM, en donde figura un grupo de cursos con sus prerrequisitos que son la base de la formación del estudiante a lo largo de sus 5 años de carrera universitaria.

1.2. Formulación del Problema

La determinación del problema general tiene coherencia con la pregunta general y específicas planteadas en este estudio. Los argumentos para la formulación del problema principal son los siguientes:

- Necesidad de conocer la situación actual de la formación académica empresarial en la Facultad de Administración de la UNMSM.
- Reconocer la importancia de cada uno de los aspectos que inciden en la formación empresarial.
- Verificar si existe una vinculación significativa entre la capacidad de emprendimiento empresarial y la formación académica.

Los criterios son los siguientes:

- Importancia. – Es trascendente saber si la función de la Facultad de Administración realmente esta cumpliendo su objetivo de formar profesionales con potencial empresarial, para ellos esta investigación es de tipo descriptiva causal. Existen dos variables, una independiente: Formación académica y otra dependiente: capacidad de emprendimiento empresarial
- Novedad. - No existe a la fecha de presentación de este documento, un título que asocie estas dos variables tal como se las está presentando.
- Interés. – La motivación del autor es determinar que aspecto o dimensión de la formación académica incide más en la capacidad de emprendimiento empresarial. Para trabajar sobre esta subvariable y ofrecer un mejor servicio.
- Viabilidad. - El estudio fue posible gracias al uso de herramientas online gratuitas para relevar información y organizarlos en una matriz de datos. El acceso a repositorios pagados por ejemplo Scopus o Web of Science ayudo al estudio ubicando los antecedentes.

Los argumentos para la formulación de los problemas específicos son los siguientes:

- Conocer la definición de la variable formación académica de manera operacional para poder trabajarla estadísticamente.
- Responder las interrogantes del estudio, para poder interpretarlas obteniendo conclusiones y recomendaciones, que nos ayudarán a mejorar el trabajo académico en la Facultad de Administración.
- Verificar en cuantas dimensiones se divide la variable independiente, si esta definición abarca todo su concepto. Esto se valida con el juicio de expertos, en relación a la descomposición de las variables. Todo esto para un mejor estudio.

1.2.1. Problema General

“¿Cuál es la relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021?”

1.2.2. Problemas Específicos

- “¿Cuál es la relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021?”
- “¿Cuál es la relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021?”
- “¿Cuál es la relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021?”
- “¿Cuál es la relación entre la visión prospectiva, y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021?”
- “¿Cuál es la relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021?”

1.3. Justificación de la Investigación

1.3.1. Justificación teórica

En el aspecto académico, es obligatorio fundamentar teóricamente las variables que se proponen en el estudio (Hernández, 2014a), tanto la formación académica como el emprendimiento empresarial

En el aspecto científico, usamos la metodología de investigación para elaborar en todas sus etapas en el presente estudio, y podamos alcanzar a establecer las conclusiones y recomendaciones, esto nos ayudara a mejorar la calidad formativa que ofrece la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM).

El presente trabajo busca contribuir a la teoría existente sobre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial en las universidades.

Beneficiando a estas instituciones, las cuales trabajan con el conocimiento y haciendo que las instituciones sean más prestigiosas por el aumento de la cantidad de investigaciones que se realizan.

1.3.2. Justificación práctica

En relación a la legislación vigente, lo descrito en la nueva ley universitaria 30220, es requisito para conseguir el Grado Académico de Maestría en Administración, la exposición y defensa de un trabajo de investigación.

En el aspecto práctico, esta investigación busca aportar recomendaciones a ser tomadas en cuenta, al momento de elaborar algún instrumento de investigación que recoja la opinión de la comunidad estudiantil.

El gobierno del Perú se ha percatado que el emprendedurismo es una de las formas para crecer económicamente tanto como para un individuo, una institución y el país, en ese sentido un cambio de una sociedad empleadora a una sociedad empresarial, busca disminuir la tasa de desempleo y mejorar el modo de vida de sus compatriotas. Por este motivo, el gobierno del Perú ha tomado como bandera apoyar estas prácticas, para ellos tenemos programas sociales que son patrocinadas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)⁴, para ayudar a los peruanos a hacer su propio emprendimiento a través de la aplicación de talleres productivos, para que el beneficiado pueda ganarse el sustento sin la necesidad de tener un empleador.

Son las empresas las beneficiadas con la presente investigación, ya que, si el producto de una formación de excelencia empresarial se produce en los claustros universitarios, las empresas estarán más interesadas en contar con egresados de esta casa de estudios.

El desarrollo del presente trabajo de investigación podría ser aplicada en las diferentes universidades públicas, tanto en la localidad de Lima Metropolitana, así como los centros de estudios a nivel regional y nacional.

⁴ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo- MTPE de ahora en adelante

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

“Determinar la relación entre la formación académica y capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”

1.4.2. Objetivos Específicos

- “Determinar la relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “Determinar la relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “Determinar la relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “Determinar la relación entre la visión prospectiva, y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “Determinar la relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”

La hipótesis se basó debido a que existen indicios de que una formación académica influye en el emprendimiento empresarial de los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021. Se usaron hipótesis estadísticas, para un estudio de carácter correlacional y transaccional.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

“La formación académica se relaciona con la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

1.5.2. Hipótesis específicas

- “El dominio de contenidos académicos se relaciona con la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “El desarrollo de competencias profesionales se relaciona con la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “Los talleres de negocio se relacionan con la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “La visión prospectiva se relaciona con la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”
- “La formación de negocios se relaciona con la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o Epistemológico

El paradigma que guía nuestra investigación científica es el positivismo, el cual posee como propósito dar a entender el hecho estudiado para que en una posterior instancia se pueda predecir y controlar dicho fenómeno. Aquí subyace el estudio de carácter cuantitativo, el cual recopila datos para contrastar una hipótesis, mediante el uso de estrategias numéricas, lo que permitirá al investigador plantear modos de comportamiento y demostrar con fundamentación teórica como se llega a dichos patrones de comportamiento (Hernández, 2014a).

Para Bunge (2002) elegir un determinado paradigma epistemológico supone responder a tres bloques de preguntas vinculadas con la base del conocimiento que se intenta crear, implica preguntarse asimismo lo relacionado con la naturaleza de la realidad, la vinculación entre realidad y conocimiento, y las vinculaciones entre persona (investigador) y objeto (hecho investigado).

Dentro del marco filosófico, epistemológica y metodológico se debe responder tres interrogantes:

Pregunta ontológica

- ¿Cómo vemos a la realidad? Esta es absoluta y plenamente aprehensible por la persona.

Pregunta epistemológica

- ¿Cuál es la naturaleza de la vinculación entre el investigador y aquello que es investigado? En el positivismo, la persona que investiga y el objeto de investigación son plenamente independientes.

Pregunta metodológica

- ¿Cómo el investigador puede conocer aquello que puede ser conocido? Esto cuando se pueda medir el hecho de estudio. La comprobación de la hipótesis se basa en el uso de métodos estadísticos.

2.2. Antecedentes del Problema

2.2.1. Antecedentes Internacionales

Hong et al., (2020), el propósito de su estudio fue evaluar los efectos de los esfuerzos de educación empresarial del gobierno de la República Popular de China en colegios y universidades, también determinar la vinculación entre el grado de educación empresarial que los estudiantes de universidades han recibido y su pretensión empresarial al terminar sus estudios. Esta investigación intenta centrarse en la formación para el emprendimiento y su intención emprendedora de los alumnos en la educación superior para lograr tres objetivos de investigación: (1) Comprender la situación y efectividad de los cursos de emprendimiento; (2) Aclarar la relación entre los efectos de la implementación y los diferentes tipos de actividades de educación empresarial; (3) Aclarar cómo las actividades de educación emprendedora afectan la toma de decisiones emprendedoras, la auto-eficacia y la intención emprendedora de los alumnos. Este estudio seleccionó siete universidades en la provincia de Shaanxi como sitios de estudio. Los siete seleccionados como las universidades en este estudio incluyeron cuatro universidades de investigación y otros tres colegios. Las cuatro universidades de investigación disfrutaban de un mayor prestigio y una reputación más fiable que los otros tres colegios. Mientras tanto, los ítems de los cuestionarios fueron adaptados de algunos existentes. Después de pruebas piloto y algunas revisiones del instrumento, el equipo de investigación realizó la distribución de cuestionarios. El cuestionario utilizó una escala de Likert de 5 puntos y contiene las siguientes partes: introducción, información de los participantes, elementos de la encuesta sobre los niveles de educación empresarial que recibió el estudiante, autoeficacia del estudiante en cinco áreas y la intención emprendedora. Las conclusiones de este estudio apoyaron el efecto de la formación empresarial en el marco de la educación superior china. En primer lugar, cuanto más horas de capacitación empresarial tengan los alumnos en colegios y universidades, más rígida será su intención empresarial. La educación en la forma de plan curricular parece tener una atribución más considerable en los alumnos, que la intención emprendedora en la participación en prácticas. En segundo lugar, mientras más educación empresarial reciban los estudiantes universitarios en la escuela, mayor será la autoeficacia de la toma de decisiones empresariales. Por lo tanto, también vemos que los estudiantes de estos centros de estudios tienen un menor prestigio,

tienen un mayor nivel de participación en las actividades prácticas y toman más clases relacionadas con la educación empresarial que los de las universidades de investigación. En comparación con los estudios anteriores, estos hallazgos son resultados de investigaciones novedosas en el campo de la educación empresarial. Por ejemplo, Wu y Wu (2008) encontraron que la educación empresarial aún no tiene impactos positivos para los estudiantes de educación superior. Indicó que los estudiantes con experiencia en negocios tienen una mayor disposición para iniciar una empresa. Otro hallazgo sorprendente es que la toma de cursos tiene una influencia más significativa que la participación en la práctica en la autoeficacia del estudiante en la toma de decisiones empresariales y, finalmente, en intención empresarial. El hallazgo también revela la importancia de esta investigación sobre educación empresarial en el contexto actual de China. Este hallazgo fue algo diferente de lo que sugiere la literatura sobre educación empresarial en los estudios anteriores, especialmente en el contexto occidental. Los autores concluyeron que la educación empresarial orientada a la práctica se ha considerado como una forma de profundizar la comprensión de los estudiantes sobre el conocimiento empresarial, así como de desarrollar eficaz las habilidades y aptitudes empresariales de los estudiantes. Muchos estudios indicaron que la educación emprendedora orientada a la práctica ha tenido efectos más positivos que la formación orientada a la realización de cursos en los últimos 3 años.

Zhang et al., (2020), en su proyecto de investigación tuvo como objetivo principal: Analizar la relación entre la calidad psicológica positiva y el sentido de responsabilidad de los alumnos por innovar y su espíritu empresarial desde el punto de vista de la psicología positiva, para explorar el modelo que puede mejorar de manera efectiva el sentido de responsabilidad de los alumnos por innovar y emprender, y para promover su éxito en el emprendimiento. En este estudio, se seleccionó a un total de 1,500 estudiantes universitarios para la encuesta por cuestionario. Se utilizó el Análisis de varianzas (ANOVA)⁵ para analizar las diferencias de responsabilidades de innovación y emprendimiento en variables demográficas; se utilizaron modelos de análisis factorial para abarcar los criterios

⁵ Análisis de varianzas estadísticas - ANOVA de ahora en adelante.

que influyen en el sentido de responsabilidad de los alumnos por innovar y su espíritu empresarial; y la correlación de Spearman y la regresión lineal se utilizaron para analizar la relación entre la psicología positiva de los alumnos universitarios y la innovación y el espíritu empresarial. En este estudio se realizó un análisis estadístico descriptivo sobre los fundamentos características de los encuestados desde tres aspectos: el género, la situación del estudiante, y grado universitario. En cuanto a los resultados en una valoración del 1 al 5, la puntuación media total del sentido de la vida de los estudiantes universitarios, la responsabilidad por el emprendimiento y la innovación es 3.545, y el grado general de cumplimiento es en general a consistente en ese rango. La mayoría de los estudiantes tienen un sentido de equipo, de sí mismos y de responsabilidad social. Según los resultados estadísticos, es obvio que las puntuaciones medias de las responsabilidades individuales, responsabilidad de equipo y responsabilidad social son 3.290, 3.624, y 3.720 respectivamente, entre los que destacan: responsabilidad social > responsabilidad en equipo > responsabilidad individual. El nivel general de sentido de responsabilidad de los alumnos por innovar y su espíritu empresarial no es alto. Según los resultados de la encuesta, las puntuaciones generales del espíritu empresarial de los estudiantes universitarios y la responsabilidad de la innovación eran solo a nivel general; y el puntaje promedio de los estudiantes universitarios responsabilidad individual, equipo responsabilidad civil y responsabilidad social fueron todas menores a 4, lo que indicó que el sentido general de la responsabilidad de la innovación empresarial de los estudiantes universitarios era bajo. Los autores concluyen que este estudio explora la situación actual del sentido de responsabilidad de los estudiantes universitarios por la innovación y el espíritu empresarial, lo que proporciona algunas referencias numéricas para colegios y universidades, para que los colegios y universidades puedan pensar en la innovación y la educación empresarial de los estudiantes universitarios desde otras perspectivas. A través del análisis, se ha demostrado que la calidad psicológica positiva puede ayudar a mejorar la calidad de los estudiantes universitarios en sentido de responsabilidad de la innovación y el espíritu empresarial.

Betáková et al., (2020) en el estudio de investigación que realizaron, se tuvo como objeto principal: Las casas de estudio deberían abarcar el desafío del emprendimiento sustentable a largo plazo de manera planificada y sistémica. En ese

contexto podemos indicar que la base para la consideración científica del artículo fue la investigación empírica realizada por autores en Eslovaquia (SK), Polonia (PL), República Checa (CR) y Hungría (HU) en 2018/2019⁶, en facultades de gestión. Además, los encuestados fueron seleccionados dentro de estudios de Maestría para garantizar la calidad de la investigación, que debe realizarse entre encuestados con el conocimiento adecuado sobre el tema y que se encuentran en la etapa de la vida en la que es posible la transformación de la intención empresarial en acciones empresariales. La selección de la muestra para cada país se calculó según la fórmula de Cochran (1977). Los resultados de la investigación dedicada a la percepción de los estudiantes sobre cuestiones seleccionadas relacionadas con hacer negocios después de graduarse en los países mencionados. Al inicio, los estudiantes declararon si consideran negocio propio después de graduarse (podían responder sí, no o no sé). En Eslovaquia, el 48,09% de los estudiantes declararon que no saben si comienzan con su propio negocio después de graduarse. En Polonia (65.5%), la mayoría de los estudiantes declararon que comienzan con el negocio después de graduarse. Estudiantes en República Checa (36,34%) y Hungría (50,42%) declararon que no planean iniciar su propio negocio. Para empezar con el propio negocio se requiere cumplir y conocer las condiciones específicas del entorno empresarial de cada país. Los autores llegan a las siguientes conclusiones: el papel de la universidad en el apoyo de las intenciones empresariales hacia el espíritu empresarial sostenible de sus estudiantes se describe ampliamente en la literatura económica y administrativa. Con un sistema educativo eficaz se pueden acrecentar las actitudes empresariales y dar vía a su conversión en nuevos emprendimientos. Es necesario mejorar el sistema de gestión administrativa de la educación superior. La literatura enfatiza que el capital humano desarrollado dentro de una educación superior adecuada puede influir positivamente en el número de personas que ingresan a una nueva empresa. La educación en su espíritu empresarial podría perfeccionar el conocimiento y la perspicacia de los universitarios elevando su nivel de auto-eficacia. Se señala que muchas universidades se centran en la educación y en el

⁶ Eslovaquia (SK), Polonia (PL), República Checa (CR) y Hungría (HU) estudio en torno al 2018/2019

espíritu empresarial más que en el currículo universitario para alentar a los estudiantes a elegir el espíritu empresarial como una carrera viable.

Velentzas (2017), siendo su tema de proyecto de investigación el cual tiene como objetivo principal: "Saber cómo abordan los centros de emprendimiento las necesidades de los emprendedores" A través de los diálogos con los directores de los centros de emprendimiento, se exploran los siguientes temas centrales: (a) ¿Cuál es la misión de los centros? (b) ¿Cómo ven los centros las necesidades de los empresarios? (c) ¿Qué programas se ofrecen? (d) ¿Qué enseñan (plan de estudios)? (e) ¿Qué métodos de instrucción utilizan? (f) ¿Cómo conectan las necesidades de aprendizaje de los emprendedores con su oferta educativa? (g) ¿Cuáles son las principales aportaciones / innovaciones aportadas por los centros? (h) ¿Cómo miden los centros su éxito? Analizar el proceso desde esas perspectivas requirió la selección de un número suficiente de centros de emprendimiento, y luego, la recopilación de datos de (1) sus directores y de (2) sus ex alumnos y otros empresarios. La muestra de los centros es del Consorcio Global de Centros de Emprendimiento⁷ (GCEC). El GCEC es un Organización mundialmente reconocida, un vehículo coordinado a través del cual participan los miembros pueden colaborar en sus problemas y desafíos específicos. Después de llegar a todos miembros del GCEC de Europa y EE. UU., catorce centros aceptaron participar en este estudio. En cuanto a las entrevistas con los centros, la muestra incluyó a los directores, o otros ejecutivos de alto rango. El protocolo se basó en los siguientes temas: misión, recursos, medidas de éxito, métodos de instrucción y currículo, actividades, contribuciones/innovaciones. Este estudio recopiló datos de los centros de emprendimiento en dos momentos, en 2012 y 2016. Durante la segunda ronda de entrevistas, se utilizó un protocolo de entrevista similar al primero en identificar si han ocurrido desarrollos interesantes y explorar cambios en estrategia, grupos objetivo, oferta de programas, métodos de instrucción y currículo, y medida del éxito. Los datos también se han enriquecido con la revisión de los sitios web de los centros, ya que nos brindan información directa y objetiva sobre la visión, currículo y programas ofrecidos. Catorce entrevistas cualitativas adicionales con ex alumnos y otros emprendedores se realizaron con el fin de

⁷ Consorcio Global de Centros de Emprendimiento - GCEC de ahora en adelante

profundizar y conocer más acerca de sus necesidades, preferencias y experiencias. Se les pidió que compartieran las habilidades más importantes necesarias para una exitosa creación y crecimiento de empresas, qué partes de las experiencias de aprendizaje han influido en ellos más, cuáles son sus métodos de aprendizaje favoritos, así como, en qué áreas hubieran estudiado más profundamente. El autor concluyó que las escuelas de negocio logran inducir en muchos aspectos operativos periféricos, sin embargo, existe escasa evidencia de que den soporte directo a las universidades y colaboren al entendimiento y aborden de una mejor manera los requerimientos de los emprendedores. A pesar de que las escuelas de posgrado pueden acoger diferentes alumnos de diversas especialidades, solo han valorado superficialmente los requerimientos de los emprendedores, debido a que hay poco énfasis a una clara división y estrategia fundada en las distintas etapas del emprendimiento y sus requerimientos vinculados con cada etapa. Además, a pesar de que los líderes de los centros reconocieron una amplia gama de habilidades emprendedoras, un número significativo de directores explicaron que no pudieron influir en el plan de estudios o que no están utilizando un marco de habilidades que conecta las necesidades de los empresarios con la oferta, sino que estaban trabajando de una manera más oportunista.

Ohakam (2018), en su proyecto de investigación tiene como objeto principal: El propósito de este estudio de caso cualitativo múltiple fue obtener una comprensión más profunda de las opiniones de los jóvenes del Delta del Níger (Nigeria) sobre la educación empresarial y sus implicaciones para enfrentar la pobreza y la falta de empleo en su región. Se utilizó un diseño cualitativo de tipo de casos múltiples para un mejor entendimiento de los puntos de vista de los jóvenes del delta del Níger sobre la educación empresarial y sus implicaciones para combatir la pobreza y el desempleo dentro de su región. Se utilizó un enfoque cualitativo de estudio de casos múltiples. Fue utilizado ya que permite el estudio en profundidad de las características significativas de los eventos de la vida real. El enfoque de estudio de casos múltiples es el más apropiado para este estudio cualitativo, relacionado con las cuestiones de cómo y por qué se tratan las preguntas, y cuándo el estudio está limitado por el tiempo. El método de investigación cualitativa juega un papel muy distintivo en una situación donde los datos recopilados para el análisis reflejaron aguda y profundamente los gestos y funcionalidades de los individuos en una

comunidad determinada, como fue el caso de las opiniones de los jóvenes del delta del Níger sobre la eficacia en el uso de la educación empresarial y sus implicaciones para erradicar la pobreza, también podríamos indicar que en esta etapa usamos el método de investigación cualitativa, la razón es que se convirtió en la metodología obvia para capturar y llenar el vacío que faltaba en esta investigación. La selección intencionada de los entrevistados fue una prioridad en la configuración y el análisis de los datos, pero estuvo sujeto a criterio propositivo y estrategias de muestreo y tamaño. En tales criterios la selección se centró en jóvenes adultos por encima de 18 años y no mayores de 30 años, y sobre quienes poseen conocimientos potenciales con respecto a sus experiencias, en relación con las opiniones de los jóvenes sobre educación empresarial para el alivio de la pobreza, la reducción del desempleo y otros desafíos sociales que obstaculizan el desarrollo económico en las regiones del delta del Níger. Dado que un enfoque de investigación cualitativa es la metodología de investigación obvia para estudiar las vidas y experiencias de las personas en un entorno dado, utilizando un tamaño de muestra pequeño para realizar entrevistas en profundidad cara a cara se convirtió en el ideal para lograr el propósito de esta investigación. El investigador formuló las siguientes conclusiones: la historia de los trabajos de investigación de los académicos de la literatura anterior no han avanzado lo suficiente en disimular el creciente conocimiento de la educación empresarial para capturar las mentes de los jóvenes de la región del Delta del Níger, con información vital en relación con el concepto de educación empresarial, como herramienta para luchar contra la pobreza y el desempleo en la zona del Delta del Níger en Nigeria, donde los factores de desarrollo económico deficientes aún permanecen hasta hoy, una prevalencia constante. No ha habido ninguna evidencia satisfactoria de que estos jóvenes del Delta del Níger, una región de alta producción de petróleo en Nigeria, hayan tenido oportunidades razonables para hacer oír su voz a nivel gubernamental, a fin de determinar las causas de la mala situación económica en sus estados y cómo remediar la prolongada depresión económica en sus regiones del Delta del Níger.

2.2.2. Antecedentes Nacionales

Pérez (2019), en su trabajo de investigación, tuvo como objetivo: Establecer si el factor de clima motivacional y emprendedurismo inciden en la Cultura Emprendedora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Este estudio es de carácter no experimental, de la misma manera, es de tipo cuantitativo

correlacional y transversal. Lo que se busca es explicar las variables y verificar su interdependencia en un tiempo predeterminado. En la presente investigación se utilizó los métodos de levantamiento de datos tales como entrevistas, encuestas, listas de observación y su apoyo en análisis estadístico. La población estuvo integrada por los alumnos inscritos el ciclo académico 2017 - II que corresponde al octavo y décimo ciclo de la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA) de la UNMSM, dichos alumnos provienen de las tres escuelas profesionales: Administración, Negocios Internacionales y Turismo. La población está determinada por el número de alumnos inscritos por cada ciclo de la materia de mayor número de matriculados según horario, mañana, tarde o noche, a los cuales se los evaluó con un instrumento de investigación. Para la recolección de la muestra de alumnos se aplicó un Muestreo Estratificado por cada escuela profesional y ciclo de estudios. Se realizaron las pruebas estadísticas como Chi cuadrado y el r de Spearman para la relación de las variables independientes con las variables dependientes: En ese sentido, se analizó si existen valoraciones diferentes de la cultura emprendedora con respecto a la especialidad, semestre de estudio, grupos socioeconómico y edad. Al final del estudio se llegó a las siguientes conclusiones: la variable clima motivacional y la variable emprendedurismo contribuyen al desarrollo de la cultura emprendedora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM.

Esto sucede a raíz de la forma combinada de la evolución del comportamiento, aptitudes, unido a las capacidades empresariales y conocimientos obtenidos en el centro de estudios. El fundamento teórico de la motivación cumple un papel esencial en el entendimiento y la administración eficaz de estas formas de comportamiento algunas de ellas motivacionales en el proceso formativo interno de una cultura empresarial.

Moscoso (2019), esta investigación tuvo como objeto: Apoyar la formación en emprendimiento y promover una incubadora empresarial para los alumnos de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana (UNAP)⁸, siendo este un estudio de caso. La metodología de investigación para alcanzar el objeto del estudio, se pone de manifiesto la categoría, el objeto y las preguntas de la investigación, posteriormente

⁸ Universidad Nacional de la Amazonia Peruana de ahora en adelante - UNAP

se conceptualiza las unidades de estudio que nos sirvieron para responder a las hipótesis de investigación. El diseño del estudio de caso es fenomenológico (entrar en el campo, enfocarse en la observación, entrevistas a los estudiantes que ocupan distintos cargos clave, revisión documental, focus group, también el análisis de la data). El tipo de investigación usada en la investigación es cualitativo y corresponde a la metodología de un estudio de casos. Como resultado se formulan cuatro proposiciones: (1) Las capacitaciones sobre empresa, creatividad, e innovación son eficientes para suscitar la iniciativa en los alumnos de la UNAP para la corrida real del inicio de empresas. (2) Los talleres empresariales sobre empresas piloto son eficientes para dar a los estudiantes de la UNAP los elementos necesarios para la puesta de nuevo e innovadores emprendimientos. (3) Las ferias empresariales son tácticas eficientes para señalar potenciales empresas en nacimiento como ejercicio importante de prospección de la incubadora de empresa de la UNAP. (4) El señalamiento de criterios de éxito en pequeños empresarios a través del (focus group) donde se generan ideas innovadoras son también estrategias eficientes para determinar el potencial de los participantes en la incubadora empresarial de la UNAP. El autor llega a la siguiente conclusión: El emprendedurismo y la incubación de empresas se puede auspiciar arraigando las políticas que presentan entidades como el CERNE (“Centro de Referencia para Apoyo a Nuevos Emprendimientos”)⁹ de ANPROTEC (“Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores”)¹⁰, Estas instituciones han conseguido logros en el desarrollo de variedad de incubadoras empresariales, dando a las pequeñas empresas certificaciones y adiestrando a más de mil colaboradores en estas áreas. En esta etapa es trascendente elaborar un plan estratégico institucional de la incubadora empresarial tomando en cuenta los ejercicios clave en las cuatro proposiciones de maduración señalados por los Modelos CERNE.

Orlando (2017), en su investigación, tiene como objetivo: Establecer la correlación existente entre un modelo de formación académica y el emprendedurismo en los alumnos de ingeniería industrial de la Universidad Santo

⁹ Centro de Referencia para Apoyo a Nuevos Emprendimientos – CERNE

¹⁰ Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores - ANPROTEC

tomas de Bucaramanga (USTB¹¹). Esta es una investigación de tipo aplicada que pretende y aspira a entregar recomendaciones para la práctica educativa y empresarial, absolviendo dudas que nos muestra la realidad; resolviendo el por qué, cómo y cuándo de los hechos que nos rodean. Sin embargo, este estudio establece un tipo de investigación descriptiva ya que se desea conocer si existe correlación entre las variables, partiendo de aspectos de comportamiento que tienen los alumnos emprendedores según el modelo educativo utilizado por su centro de estudios para formarlos. Se extrapolan descriptores a base de observaciones que se presentan bajo la forma de entrevistas y se interesa por el entorno de los alumnos universitarios que deben mejorar su nivel de emprendedurismo, con el uso de un modelo de formación académica. Este estudio desea llegar a saber ciertos hechos, costumbres, actividades que predominan al usar unos descriptores formulados por los alumnos de ingeniería industrial de la USTB en su proceso de formación educativa. La tipificación de esta investigación es no experimental porque tiene como objeto describir la vinculación y valores en que se pone de manifiesto el emprendedurismo en los alumnos desde su formación educativa en primeros ciclos, sin manipular las variables: Capacidad emprendedora y Formación académica. También, es de nivel correlacional porque su objetivo es analizar la relación que existe entre la formación académica y el emprendedurismo. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, se inicia del manejo de definiciones sobre las variables: capacidad emprendedora y formación académica, y construyendo reflexivamente, se genera una convergencia donde se mide mediante descriptores las capacidades emprendedoras y las capacidades académicas que tienen los alumnos. Para analizar de resultados de las variables en estudio se utilizó el índice de Alfa de Cronbach, el cual fue de 0,971, lo que generó confianza a la estructura del cuestionario. En una primera etapa localizamos los resultados de cada una de las dimensiones de las variables de estudio, esto es importante pues muestra el grado que se ubica cada una de las aptitudes de los alumnos de ingeniería industrial respecto a la formación académica y al nivel de emprendimiento. En una segunda etapa esta información es muy relevante porque con ella se puede señalar el nivel que se encuentran los estudiantes respecto a cada dimensión de la formación académica y respecto a cada dimensión del

¹¹ Universidad Santo tomas de Bucaramanga – USTB de ahora en adelante.

Emprendedurismo. En una tercera etapa se revela la contrastación de hipótesis de investigación, en el cual se estableció si existía o no relación entre dimensiones de la formación académica y las dimensiones de la capacidad emprendedora. El autor concluyó que se reconocieron las siguientes dimensiones para la capacidad emprendedora de los alumnos de ingeniería industrial de la USTB: capacidad de relacionarse socialmente, capacidad de realización personal, capacidad de planificación, capacidad de creatividad, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo y capacidad de comunicación y relaciones interpersonales. Se reconocieron las siguientes dimensiones para la formación académica de los estudiantes de ingeniería industrial de la USTB: capacidad en el dominio de contenidos, capacidad de la planeación y organización académica, capacidad pedagógica y didáctica, capacidad de evaluación del aprendizaje y capacidad en el manejo de las TIC.

Sánchez (2020), en su trabajo de investigación que tuvo por objetivo: Explicar la correlación entre la auto-eficacia emprendedora y los valores de motivación de los alumnos de Administración de empresas y de Ingeniería de sistemas, Ingeniería mecánica y eléctrica e Ingeniería electrónica y telecomunicaciones de la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur (UNTELS)¹² con el desempeño académico en la asignatura de Empresa. La investigación es de tipo básica ya que buscó la descripción y explicación de los resultados de las variables analizadas, auto-eficacia emprendedora y valores de motivación en alumnos de ingeniería y administración de empresas. La investigación fue de tipo descriptivo correlacional, también se busca la descripción, comparación y relación de las variables sujetas en la muestra estudiantil del curso de Empresa de la UNTELS. El diseño tipificado del estudio es no experimental y transversal porque nos permite una observación y recolección de la data de las variables estudiadas en un instante de tiempo dado con el fin de señalar las variables en los alumnos y sin modificar ni cambiar la relación de efecto y causa entre estas. Como resultado al describir la hipótesis, “existe relación significativa entre la auto-eficacia emprendedora que presentan los estudiantes con el rendimiento académico en la

¹² Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur - UNTELS de ahora en adelante

asignatura de Empresa”, nos llevó a la conclusión que la variable auto-eficacia emprendedora y sus respectivas dimensiones no se relacionaron con el rendimiento académico, por lo cual se refuta la hipótesis de investigación. La hipótesis, “existe relación significativa entre los valores motivacionales que presentan los estudiantes con el rendimiento académico en la asignatura de Empresa” se refuta porque de acuerdo al uso de la estadística no se distingue vinculación entre dichas variables. El autor aportó las siguientes conclusiones: La variable auto-eficacia emprendedora y los valores de motivación y sus referentes dimensiones no se asocian con el desempeño académico. La variable auto-eficacia emprendedora no obtiene variaciones significativas según el sexo. No obstante, en las dimensiones de esta variable, administrar el talento humano y formar e identificar el objeto de negocio si se obtiene variaciones significativas para la variable sexo que benefician a las mujeres. Esto indica que las féminas tienen más resaltada la creencia de sentirse con más capacidad la gestión de recursos humanos y también de sentirse con capacidad de formar el objeto de un emprendimiento ya que la puntuación obtenida muestra un estándar mayor a la de los hombres, asimismo, se indica que ante un hecho que genera escasez de recursos, de darse el caso no poseer un empleo, se originan emprendimientos cuyos ingresos representan una ayuda económica a la familia o al auto mantenimiento, esto mostraría el aumento de féminas emprendedoras. Por otro lado, la variable valores de motivación si resultó con puntajes diferentes de acuerdo al sexo beneficiado a las féminas. En relación a sus dimensiones, se observa “puntajes diferentes” beneficiando a las féminas en Universalismo, Logro y Seguridad según lo indicado las féminas posee mayor necesidad en buscar seguridad, armonía o estabilidad personal y todo esto también en sus relaciones con otras personas a raíz de que obtuvieron un mejor puntaje con relación a los hombres, siendo este trascendido semejante a la de otras investigaciones.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Emprendimiento y Formación

El emprendimiento se considera desde un ámbito cognitivo algo nuevo dentro del abanico de ramas de la investigación científica, a partir de las décadas de los 90, aparecen un número importante de estudios relacionados con la materia. Se da la idea de concebir el emprendimiento como un área donde se interceptan conocimientos lógicos, actitudinales y procedimentales como garantía de la gestión,

desarrollo y puesta en práctica de proyectos orientados a sectores culturales, políticos, económicos, productivos y de servicio.

Es en ese contexto donde recae la responsabilidad de la Universidad, para el beneficio de las condiciones de la sociedad y también se proponga a raíz de esto, proyectos que posibilite a los estudiantes, de manera transversal, la formación para adquirir las competencias suficientes para transformarse en profesionales con visión de crear empresas y nuevas oportunidades. Las universidades han plasmado en sus planes curriculares la intención de incentivar el espíritu empresarial, pero, en muchas de ellas no se ha plasmado la praxis de principios de formación empresarial expuestos en su teoría.

Es pues el contexto socioeducativo de una universidad de innovación, donde se generan los emprendimientos. Para Vásquez (2016), necesariamente, este es un hecho que es obligatorio para mantener a los efectos visuales de las materias y su alcance en el ejercicio de las funciones sustanciales de las universidades, como, por ejemplo: la cátedra, la investigación y su vínculo con la comunidad.

Es importante analizar la función de las instituciones universitarias vía los procesos formativos, educativos y de capacitación para alcanzar la innovación, prospectiva y la investigación en función del progreso e interacción social y buscar como logro hacer en las aulas la docencia empresarial.

Según Valenzuela-Keller et al., (2022), la formación emprendedora y su impacto en la intencionalidad de poner una empresa es un tema importante a nivel científico durante los últimos años. Los avances de los estudios en esta especialidad se han dedicado a abarcar las consecuencias de la formación en empresa en los alumnos. En realidad, algunos especialistas advierten la relación clara entre el llevar una carrera de negocio y las habilidades desarrolladas en los entornos educativos. Aun, los resultados no tienen consistencia, presentando que el debate en esta especialidad aún sigue vigente.

El análisis de la acción por emprender se entiende como un hecho en el que participan variables a nivel personal, grupal y cultural. Para Valenzuela-Keller et al., (2022), En realidad, se ha puesto de manifiesto que es importante estudiar el potencial por emprender tomando en cuenta las características personales y de motivación, por ejemplo, la auto-eficacia, la atención interna, el requerimiento de

logro o la prevención del riesgo. Según el autor, la más importante guía teórica en la cual se ha estudiado la intención emprendedora, es la Teoría del Comportamiento Planificado propuesta por Ajzen (1991).

El principal hecho del emprendedor en la economía y la comunidad actual es un suceso completamente validado el cual se debe al avance económico y social que implica para los países del orbe tanto por su contribución una solución de los problemas en el empleo y también como para desarrollar y elevar su competitividad. En los estudios pueden encontrarse muchos conceptos de la palabra emprendimiento, porque es una definición con un amplio recorrido y progreso. Vamos a definir al emprendedor como aquellas personas que asumen el compromiso y todo lo que ello implica y se encargan de llevar a cabo la práctica de poner un proyecto, juntando recursos y las habilidades necesarias con la esperanza de obtener beneficios y otras metas específicas. Lo cual significa que se considera a la persona emprendedora como un “impulsor” capaz de desarrollar ideas creativas y transformarlas en ideas innovadoras llevándolas a la práctica. Un área en evolución vinculado con el emprendimiento es la investigación de las intenciones emprendedoras. Muy a raíz de que existe un crecimiento económico en ciertas economías en esta área aún falta mucho por investigar. Se indica que se localiza en una primera etapa del estudio. Junto a esto la trascendencia que los empresarios emergentes tienen para el desarrollo económico y social del Perú, particularmente conviene estudiar cuales criterios logran modificar la intención emprendedora de las personas. Con una información más intensa de dichos criterios se lograrían estimular las tareas emprendedoras de esa manera facilitar la fundación de nuevas empresas y por tanto el desarrollo económico de los países. Se busca averiguar qué factores, buenos y malos, inciden en la intencionalidad emprendedora de las personas. Esta temática de investigación cada vez más recibe un mayor apoyo de la comunidad científica, específicamente en lo vinculado con la intencionalidad emprendedora de los alumnos universitarios, de suma trascendencia a consecuencia del rol en los que estos participan como futuros emprendedores en sus sociedades y también por su rápida afiliación al sector laboral, ya sea como empresarios o como colaboradores por su propia iniciativa. Los criterios que se señalan podrían influenciar en la intencionalidad emprendedora de los sujetos, son variados en cantidad.

La Teoría de Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) es un modelo general aceptado por la comunidad científica que pretende explicar el comportamiento de las personas sobre la razón de la correspondencia entre creencias “actitud-intención-comportamiento”. La Teoría de Comportamiento Planificado toma en cuestión la intención de conductas como los mejores indicadores del comportamiento, porque señalan la intensidad de energía que las personas están dispuestas a realizar para desarrollar una predeterminada acción (Ajzen, 1991). También, el modelo señala tres dimensiones diferenciadas en la intención de comportamiento: la actitud dirigida a la conducta, la norma subjetiva y el control percibido en el comportamiento (Figura 1).

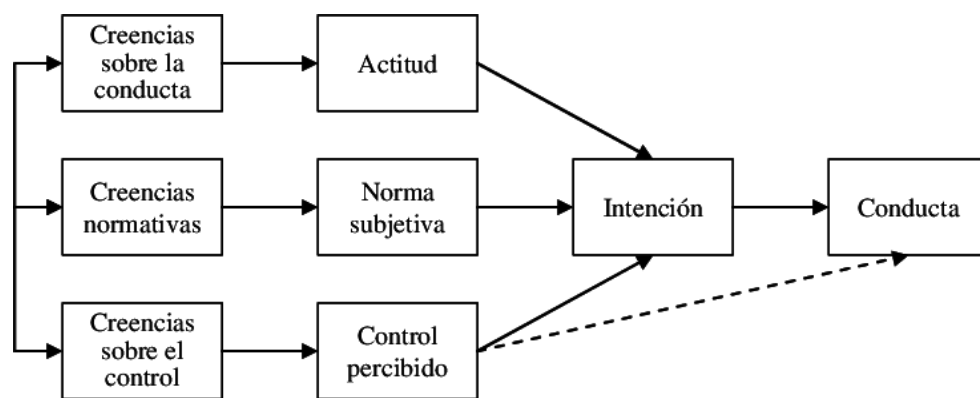


Figura 1 Modelo de la teoría del comportamiento planificado

Fuente: Ajzen (1991)

En relación a con los modelos de intenciones, y particularmente con la Teoría de Comportamiento Planificado, la forma de actuar hacia la actividad de crear empresa estará determinada por las creencias de las personas en relación a ese comportamiento. De esta manera, la actitud hacia el hacer empresa es positiva o negativa en relación a las creencias “positivas y negativas” de la persona que toma las decisiones para la generación de su empresa. En consecuencia, la toma de decisión de hacer empresa dependerá de los pro y contras que se susciten en la determinada conducta. Diversas investigaciones señalan que criterios, por ejemplo, la autosuficiencia o los premios económicos son ciertas ventajas principales que los futuros emprendedores detectan al momento de puesta en marcha de su negocio. De la misma manera, varios esfuerzos han puesto que la decisión de la toma de decisiones de hacer empresa se ve también predeterminada por las consecuencias buenas o malas respecto a la generación de una empresa propia, al respecto, la necesidad de un monto económico inicial y el peligro económico el cual implica.

Según Herrera y Villalobos (2018), surgen oposiciones en la actividad de iniciativas de formación en empresa. Esto podría deberse a que no se ha institucionalizado una secuencia de actividades de formación emprendedora, ni se ha complementado con un adecuado acompañamiento que nos conduzca a él origen y la continuidad de iniciativas de formación en empresa adentro de los planes curriculares de las especialidades de Ingeniería en la Universidad.

Para Herrera y Villalobos (2018), El estado de la situación de la formación del emprendimiento en universidades pasa por cuatro grupos:

- Institucionalizado. – La organización tiene potencial y experiencia para conservar y optimizar su proceso educativo.
- Implementado. – La organización tiene proactividad en temas formativos en marcha, pero nada garantiza en el tiempo que estas se mantengan y sus respectivos logros.
- En proceso de implementación. – Se evidencia iniciativas claves y solo en un grado de conceptualización.
- Inexistente. – Las organizaciones tienen iniciativas aisladas o no las tienen.

Según Herrera y Villalobos (2018), el correcto proceso formativo para el emprendimiento universitario debería pasar por las siguientes etapas: definición, implementación e institucionalización. Esto surge para resolver ciertas interrogantes: ¿Para qué? ¿Qué? ¿Quién? ¿Como se lleva a cabo?

Para Siegel y Wright (2015), existen diferencias entre puntos de vista tradicionales y claves para dar respuesta a la cuestión del emprendimiento por parte de universitarios, descrito en la tabla 1.

Tabla 1*Enfoque tradicional y emergente del emprendimiento universitario*

Aspecto	Enfoque tradicional	Enfoque emergente
Para qué	Producir retorno de recursos monetarios	Brindar un bien social y económico de mayor alcance a los agentes externos de la universidad
Qué	Spin-offs académicos, licenciamiento, inventos	Start-ups de alumnos y ex estudiantes, alumnos capacitados en empresa, generación de labores en la localidad
Quién	Personal académico y postdoctorados	Alumnos, ex alumnos, empresas con convenio dentro del campus, empresarios tutores
Cómo	Centro de transferencia de tecnología	Talleres de empresa, concurso de proyecto de negocios de estudiantes, base de datos de contactos con la empresa y egresados, incubadoras del sector público y/o privado

Fuente: Siegel y Wright (2015)

Según Palomares-Montero y Chisvert-Tarazona (2019), La orientación profesional es considerada una respuesta a la necesidad que viene junto con el emprendimiento actual. Si se atienden las competencias cognitiva, instrumental y actitudinal, se evidenciaría la importancia de la futura carrera profesional aportando formación y asesoramiento en las respectivas dimensiones. En varios casos la actividad orientadora se ha limitado de la viabilidad de la idea de empresa, desde otro punto de vista, la orientación de la futura carrera profesional debe efectuarse desde un punto de vista totalitario e íntegro que solicita sus requerimientos esto se enmarca en un relato de proyecto de vida.

Para Palomares-Montero y Chisvert-Tarazona (2019):

La necesidad de entender la orientación profesional como estrategia y servicio de apoyo y estímulo para el desarrollo de la carrera emprendedora, debiéndose potenciar un sistema integral que ponga en relación el conjunto de experiencias, background y trayectoria personal, con el diseño y la gestión de un proyecto profesional emprendedor. (p. 133)

2.3.2. Formación en la Universidad

Según Hernández et al., (2018c), el primer mandato en la formación superior, cuya finalidad es habilitar a personas en el mercado de trabajo a partir de un conocimiento en particular de un campo especial. Sus propios métodos, y procesos de la educación son válidos, así como el comportamiento ético de la práctica profesional, adicionalmente a esto la opción valora el beneficio social de una forma reflexiva y creativa. A esto llamamos educación solidaria.

Según Hernández et al., (2018c):

La educación solidaria es una arista de la economía social y solidaria bajo la cual se recoge una amplia diversidad de prácticas formativas, de carácter formal y no formal, tendientes a generar capacidades u otorgar títulos profesionales, realizadas por instituciones educativas propiamente dichas o por organizaciones de primer, segundo y tercer grado como cooperativas y agremiaciones, desde donde se derivan definiciones, aspiraciones, itinerarios formativos, estrategias pedagógicas, modelos de evaluación que dan cuenta también de cómo la formación responde a las necesidades de la práctica socioeconómica que aglutina la noción de economía social y solidaria.(p.95)

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2015)¹³, refiere al carácter social de la educación, en su papel para enfrentar las inequidades y su punto de vista por el manejo de ecosistema, soporte principal para la sustentabilidad de la vida.

“La necesidad de preparar a los jóvenes para este mundo globalizado ha hecho surgir una tendencia relativamente nueva en las universidades: la internacionalización. Es posiblemente la tendencia con más éxito en los últimos años.” (Mora, J., 2018, p.10).

Según Tejada y Ruiz (2016), la importancia del enfoque por competencias nos da una visión a largo plazo de la carrera profesional, es muy relevante, dado que,

¹³ UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, de ahora en adelante.

está relacionado con el punto de vista de una educación durante toda la existencia, ubicada en el aprender mas no en los contenidos.

Para Unigarro (2017) refiere que “esa conjunción de conocimientos (sintaxis), actitudes (semántica) y habilidades (pragmática) que se da en la competencia es lo que concreta la posibilidad de articular el ser, el saber y el hacer”. (p. 51)

Bel-Durán et al. (2016) señala la trascendencia de motivar el conocimiento empresarial a través de la totalidad del sistema educativo para alcanzar objetivos, y que sea la institución de educación superior la que de soporte a la formación de empresas con sus alumnos a través de incubadoras empresariales con intervención de fondos públicos, también con docentes, brindando asesorías, capacitación y acompañamiento, en la medida de sus posibilidades un trabajo en equipo con docentes en las distintas etapas de la enseñanza.

Según González-Tejerina y Vieira (2021):

La inclusión de la competencia emprendedora en el currículo es reciente en el ámbito internacional, remontándose a la última década, y su puesta en práctica conlleva dificultades asociadas a su carácter transversal en diversas asignaturas.... Por ello, la inclusión de la mentalidad emprendedora en todas las etapas educativas ha sido objeto de interés en el contexto internacional en la última década. La OCDE¹⁴ (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), y especialmente la Unión Europea, han recomendado desde hace tiempo que sus Estados miembros y otras partes implicadas tomen medidas en este ámbito. (p.100)

Según Palomares-Montero y Chisvert-Tarazona (2019), ” En este sentido, el nivel formativo también ha sido analizado en muchos estudios como condicionante para el emprendimiento” (p. 135)

Según Aceituno-Aceituno et al., (2018):

¹⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.– OCDE de ahora en adelante

La formación ha permitido una gestión más profesional de los proyectos, más innovación y una mejor relación con los «stakeholders» y la sociedad, elementos que contribuyeron a aumentar la satisfacción de los estudiantes y, por tanto, los efectos positivos en estos aspectos. (p.93)

2.3.2.1. Desarrollo de Habilidades Empresariales.

Un detalle a destacar de crucial rigor en el desarrollo formativo de los estudiantes de carreras de negocio, es el vinculado al enfoque de formación.

Comentando lo dicho por Andrade y Bravo (2009):

La formación de competencias laborales y el desarrollo de actitudes de emprendimiento en la educación superior, puede ser concebida como una oportunidad de formación profesional que este nivel de educación deberá ofrecer a sus estudiantes, dando la oportunidad de abrir nuevos espacios y generar las condiciones académicas necesarias para que su desarrollo se lleve a cabo de manera integral. (p. 45)

Esto es muy importante si se toma en cuenta las tendencias en educación para el emprendimiento, para muchos sujetos de formación con otra índole que no sea el de carreras empresariales, tiene la necesidad de estudiar programas de estudio como diplomados, maestrías o doctorados en los cuales complementan su formación empresarial. La formación para el emprendimiento resulta comparable con la formación para la vida.

En ese sentido se aprecia el papel de la universidad que genera la motivación de los estudiantes a través de estímulos vinculados con aspectos, secuenciamientos y dinámicas de la operacionalización de la acción empresarial, también, se reconoce el trabajo docente y logístico que requieren las casas de estudio en determinados contextos, en virtud de favorecer los pequeños emprendimientos de los estudiantes en formación, ya sea a nivel pregrado, en postgrado o la formación continua (programas de especialización).

Al respecto, se requiere el apoyo institucional para la capacitación de estudiantes a nivel universitario, para ello es requisito saber la disposición de los alumnos para tener como reto la puesta en marcha de una idea de negocio. Según Toledano (2006):

Una iniciativa educativa para desarrollar competencias para el emprendimiento deberá contemplar dicho punto de partida preguntándose: ¿existe una intención por parte de los estudiantes a ser emprendedores? Complementada con la pregunta ¿existe relación entre el deseo de ser emprendedor y el desarrollo de la didáctica en la práctica docente. (p. 49)

Un factor importante que no se debe dejar pasar en el emprendimiento es que los estudiantes cuenten con experiencia laboral.

Según Koenig y Kantis, (2003), existe una vinculación entre el grado de desarrollo económico logrado en un país con el perfil empresarial de sus habitantes, y con ellos la prospectiva educadora emprendedora en organizaciones educativas en el cual se resaltan la educación superior.

En el caso de Andrade y Bravo (2009), para los países en vías de desarrollo:

Una de las herramientas para lograr una mayor y mejor formación de competencias para el emprendimiento empresarial de sus ciudadanos es el poder aprovechar conjuntamente la educación y los recursos tecnológicos como mecanismos generadores de creatividad, liderazgo, planeación, organización, innovación y trabajo en equipo; estas características propiciarían el surgimiento de personas más emprendedoras y con ellas el fortalecimiento de la estructura empresarial de las regiones. (p. 52)

Esto ilustra con transparencia el requerimiento de realizar acciones para la prospectiva educativa en relación con la capacitación de las personas y organizaciones en posición de enfrentar, con muchas evidencias de logro, la demanda de las situaciones, en la cual el mercado y el progreso social tienen una intervención trascendente.

Es el papel del sector educativo con las universidades encabezando dicho sistema el que debe de promover procesos de formación que impliquen generación de conocimientos, actitudes, habilidades, normas que garanticen la inclusión de estudiantes en el mundo laboral fomentando la creación de empresas.

En el actual contexto latinoamericano, el deficiente trabajo en investigación desde el entorno empresarial, la universidad como ente generador del saber debe promover vínculos entre las investigaciones y la red empresarial, encarando una

distinta forma de educación: “La educación empresarial”. Cada universidad debe implementar una educación empresarial que se incluye en todos los aspectos en los planes curriculares en las especialidades de pregrado y posgrado, siendo esta parte de su responsabilidad atendiendo las exigencias del entorno social cultural y local, algunos aspectos a destacar. Según Varela (2005):

- El desarrollo de empresarios se obtiene a través del desarrollo de competencias personales que giran alrededor de la persona.
- La capacidad de emprendimiento debe ser resultado de las actividades formativas de la organización educativa.
- La formación empresarial debe apoyar la mejora de la persona, a partir sus labores en la empresa teniendo como centro la autorrealización. El alumno posee el potencial de clarificar su papel y las tareas a realizar en su propia existencia.
- El producto no es particularmente crear empresas, pero si se debe asumir retos y compromisos.
- El proceso de generación de empresas es consecutivo. Se plantean cuatro fases con los alumnos: formación, proactividad, capacidad administrativa y de capacidad de crecer de los cuales se desprende la capacidad de gerenciar.
- Fomentar entornos de aprendizaje que inciten el pensar diferente, y ofrezcan sitio al asombro y a la duda.
- Usar varias metodologías, que recompensen no el trabajo en grupo sino el trabajo en equipo, en base a proyectos y con un “feedback” garantizado.

Según Drucker (1986), una de las personalidades más sobresalientes en el ámbito empresarial, afirma: Legitimar la realidad para enseñar a ser emprendedor, las cualidades del emprendedor se pueden aprender, la personalidad emprendedora no existe. Las cualidades de un emprendedor se pueden asimilar ya que este rasgo es un comportamiento, una actitud. El potencial empresario universitario debería de lograr de captar oportunidades de hacer empresa y también ejecutar tareas difíciles, innovadoras y asumiendo riesgos que al final termina con la implementación de un negocio. Para Drucker el emprendimiento puede ser enseñado.

Los entes formativos no solo pretenden enseñar emprendimiento en el entorno universitario sino se pretende formar empresarios abarcando los perfiles

conductuales de cada especialización profesional, no se sustenta únicamente con el logro de crecer económicamente sino como una acción de servicio a la sociedad.

Para Andrade y Bravo (2009):

Formar a los estudiantes con actitudes proactivas, que los hagan capaces de proponer situaciones factibles de realizar en su contexto, a partir de las cuales el sujeto estará en la capacidad de prever dificultades y obstáculos que puedan dificultar el alcance de sus logros, de sus objetivos y que sean capaces de proponer alternativas reales de solución para ellos. (p. 57)

Ofrecer formación académica emprendedora en el contexto universitario implica utilizar nuevas maneras, métodos, estrategias y un enfoque que sobrepase los límites de la educación típica, y realce como protagonismo el carácter proactivo de un estudiante, todo esto a partir del proceso de enseñanza y aprendizaje, en donde el docente debe guiar permanentemente el aprendizaje de los alumnos. Es pues, el estudiante un actor social que dinamiza los procesos académicos.

2.3.2.2. Dimensiones de la formación académica

2.3.2.2.1. Dominio de contenidos académicos

Se debe facilitar materias pertinentes a cada grupo de estudiantes para la apropiación de capacidades genéricas, horizontales y verticales que puedan dar fe que los futuros empresarios tengan un mayor dominio en creatividad, innovación, automotivación, autoeficacia, consciente de sus limitaciones, buen nivel de comunicación, negociadores, capaces de reconocer las oportunidades.

En este aspecto es importante mencionar la multidisciplinariedad del plan curricular, para poder juntar en algún momento a los alumnos de las carreras de negocio y aplicar temáticas de diferentes áreas de especialidad, para que formen equipos desarrollando tareas y proyectos en común para crear una base de datos de ideas emprendedoras.

Es pertinente en este punto, mencionar, así como la motivación (González, 2007) es producida como una situación en la cual la razón para el acto es ciertamente resultado separable de ella, ya sea suministrada por otros o autosuministrada. Tal hecho apunta que sus rasgos propios desde el contexto social, académico y ambiental; hechos que tendrán marcada preponderancia en la toma de decisiones

respecto al que hacer académico, la continuidad en el entorno universitario, el futuro personal y profesional del alumno. También hay que conceptualizar con exactitud el propósito de los cursos para que puedan alcanzar los resultados esperados, es necesario definir el objetivo del curso en cuestión, porque con esta información se determinará los métodos y herramientas de enseñanza apropiados para medir a futuro los resultados de cada objetivo.

Las formas de enseñar orientadas a la acción en la cual intervienen los alumnos en donde rescatamos la innovación y la eficacia, les permiten entender mejor la teoría empresarial y colaborar más en los procesos de aprendizaje, que los llevarán a tener un mayor dominio de los contenidos académicos. Porque, el manejo y dominio de contenidos académicos, están estrechamente ligados a los métodos de enseñanza.

El trabajo por método de casos, le permite al estudiante describir una realidad compleja, de manera que el alumno se apega al entorno de un posible escenario profesional. De esta forma, según Fayolle (2007), “las estrategias de enseñanza-aprendizaje utilizadas en los programas para educar en emprendimiento deben ser diseñadas con intencionalidad clara sobre los objetivos que se quieren lograr y el tipo de impacto que la institución desea generar en sus estudiantes” (p. 215).

La educación basada en problemas está sustentada en muchas investigaciones, este método es superior, teniendo más beneficios comparándolo con la educación tradicional. Para Raucent (2006) “El aprendizaje por problemas facilita y refuerza la interdisciplinariedad en el aprendizaje y el conocimiento debido a que intervienen en el planteamiento de distintos enfoques: histórico, social, cultural” (p.82). Ausbel (1976) aporta a la teoría constructivista manifestando que un conflicto cognitivo originado en un escenario de trabajo podría estimular el aprendizaje y por ende el manejo de contenidos y materias aplicadas a una realidad contextual.

La educación basada en la creación de empresas (Agustín, 2013) consiste en simular la creación de una empresa y generan el deseo de buscar más información sobre la idea innovadora. Este tipo de investigaciones es encabezado por una interrogante y a partir de un escenario definido se diseña pertinentemente un proyecto de negocio (definición de la empresa, análisis del contexto, plan de

marketing, estudio del producto, estudio técnico, estudio económico y financiero), como una guía que tiene que ser respetada.

Un alumno que maneje el dominio de contenidos académicos, tendrá que ser perspicaz a la hora de aplicar sus aprendizajes, como una combinación de estas y demostrar ser sobresaliente tanto teóricamente como llevar las ideas a la práctica.

2.3.2.2.2. Desarrollo de competencias profesionales

Que se debe entender por el termino competencia, un bosquejo integrador de un primer acercamiento al concepto de competencia. Según López (2016) “que permite identificar en ella atributos personales (capacidad, idoneidad), elementos de proceso (tener la habilidad, cierta destreza, ir al encuentro una cosa de otra, estar de acuerdo con, aspirar) y referencias a un producto (conseguir algo, aspirar a algo)” (p. 313).

Tabla 2

Fuentes conceptuales a la noción competencia

	Orígenes de las definiciones vinculadas a la competencia
Perspectiva histórica	Logro, tener capacidad, tener la habilidad de alcanzar algo, desarrollar destrezas.
Perspectiva etimológica	Ir a la búsqueda de una cosa, capacidad de respuesta, ser pertinente.
Perspectiva semántica	Aptitud, idoneidad, quien sabe ciencia o ciertas materias, experto lo que se desenvuelve.

Fuente. López (2016)

Según las nuevas teorías de comportamiento planificado, la iniciativa de los individuos por hacer empresa se debe explícitamente de su forma de ver la vida, contexto social y en la medida de como controlamos la conducta en el momento de emprender. El ambiente universitario donde el alumno recibe su educación en temas empresariales es muy importante, no solo en el desarrollo de sus intenciones y conducta hacia el emprendimiento en su fase universitaria, sino que es trascendente la evolución de su competencia por emprender.

La iniciativa por iniciar un negocio no tendría que ser la única meta del estudiante de pregrado, toda vez que no siempre los alumnos pretenden crear

startups, consideremos que no tienen motivación para ello. En ese aspecto es necesario adquirir competencias como emprendedor (innovación, proactividad, decidir y administrar el riesgo, ser tolerante al stress y al fracaso), se suscita la labor de crear áreas que contribuyan a la evolución de sus cualidades, incidiendo en su motivación y características. Un programa universitario tiene que delinear la formación en emprendimiento, incluyendo generación de competencias en habilidades, destrezas y conocimientos. También, se debe trabajar en competencias relacionadas con factores psicológicos como la personalidad, autocontrolarse y auto calificación con atributos cognitivos como son las confianza y autoafirmación.

Planteamos que las competencias profesionales deben categorizarse en tres niveles. Según Tito, Pereda y Vilcabana (2008): competencias básicas, genéricas y específicas.

- **Básicas.** - Se vincula a aquellas competencias necesarias para realizar cualquier actividad productiva, tales como la aplicación de sistemas informáticos, tecnología de información y telecomunicaciones, interpretación de la realidad nacional, análisis de datos, escuchar y saber expresarte, tener conocimiento del área de negocio, habilidades en relaciones personales y trabajo en equipo.

Manejo de tecnologías de información y comunicaciones como competencia básica

En la actualidad, los alumnos de la FCA, demuestran pericias en su manejo de sistemas informáticos los cuales son bases de los startups, negocios tecnológicos que hoy en día se encuentran de moda y pueden constituir una fuente de ingresos si es que el proyecto está bien implementado y se detecta la oportunidad de negocio. La tecnología no es indiferente al emprendimiento, es más, es uno de los pilares en los cuales se sostiene la mayoría de negocios que vemos en la actualidad. Los negocios digitales hoy en día, en situación de pandemia, se han incrementado en una 150% debido a la demanda de productos que por su naturaleza también puedes consumirlo a delivery, mediante plataformas amigables las cuales están conectadas en tiempo real al sistema financiero, para realizar las transacciones bancarias respectivas.

En el manejo de las tecnologías de información emergentes también incluimos a la programación de páginas web para computadoras y celulares, que son

una herramienta de apoyo publicitario para contactar ofertantes y demandantes. El manejo de sistemas de procesamiento de datos también es importante como una herramienta de apoyo de generación de documentos administrativos que muchas veces son necesarios en el desarrollo del emprendimiento, de manera que tenemos como justificar nuestras compras e ingresos en documentos impresos como puede ser una boleta electrónica o una guía de remisión impresa.

- **Genéricas.** – En esta clasificación de competencias se ha considerado a los aprendizajes y habilidades adquiridas relacionadas al desarrollo de diversos campos o subcampos ocupacionales; es decir, un perfil concreto que es definido por las siguientes actividades: trabajar en equipo, planificar acciones, analizar y evaluar información, coaching, deontología, liderazgo, inteligencia emocional, manejo de grupos, adaptabilidad, creatividad e innovación, etc.

La innovación y la creatividad como competencia genérica

La innovación es un factor clave para cualquier persona que desee hacer un emprendimiento y como uno se enfrenta al entorno dinámico que los rodea. Se sugiere que debe integrarse en todas las áreas de la organización y sus trabajadores.

Equipo Humano (2021): “una de las definiciones más consensuadas de innovación sería la intención de optimización de los resultados a través de la identificación, planteamiento y resolución de problemas de forma alternativa” (p. 2). Ofrecer soluciones originales y convenientes ante hechos que se presentan en la dinámica empresarial.

Existen tres pilares que suponen tres diferentes tipos de comportamiento: La creatividad, la obtención de la información y el intraemprendimiento.

En primer lugar, asociamos la innovación con la creatividad. Plantear ideas o estrategias con el fin de aumentar la creatividad del emprendimiento. Espíritu crítico y reflexivo para la solución de problemas, implementando nuevos conocimientos.

En segundo lugar, es la búsqueda de información, aprovecharla para crear valor en la organización, tener fuentes de información que nos permitan tomar decisiones.

En tercer lugar, es el intraemprendimiento, es decir, una conducta dentro de la organización donde los colaboradores generan nuevos proyectos y nuevas ideas innovadoras en beneficio de la organización y pueden ser capaces de liderarlos.

Tabla 3

Innovación y creatividad

Capacidad requerida	Definición	Descripción de Indicadores
Baja	Manifiestar intención para tomar en cuenta ideas innovadoras de otras personas y utilizarlas en si mismas en escenarios conocidos.	Llevar a cabo nuevas acciones en su lugar de trabajo. Sentirse como en entornos novedosos. Interés por conocer nuevos enfoques ante un problema.
Media-Baja	Señalar opciones de mejora en el entorno de su intervención, brindando ideas novedosas para solucionar problemas.	Aumentar el rendimiento haciendo algo diferente. Investigar los problemas proponiendo alternativas de solución. Aportar ideas nuevas en un escenario definido.
Media-Alta	Plantear adaptaciones de soluciones al entorno y las acciones necesarias.	Introducir novedosos métodos que no se han aplicado antes para modificar los resultados en la empresa. Buscar información novedosa en otros ámbitos. Estar apto para ser tomado en cuenta en la búsqueda de soluciones.
Alta	Generar y desarrollar nuevas soluciones, tomando en cuenta acciones no conocidas antes que mejoren la gestión.	Crear ideas innovadoras adelantándose a la problemática de los clientes o mercados. Introducir cambios y repensar el negocio.

Fuente. Elaboración propia, adaptado de Glosario Alicante (2021)

Liderazgo como competencia genérica

Capacidad de influir y guiar las acciones de personas o grupos hacia la obtención de una visión conjunta y compartida, obteniendo el respaldo y compromiso hacia el logro de metas significantes.

Tabla 4

Liderazgo

Capacidad requerida	Definición	Descripción de Indicadores
Baja	Manejar buenas relaciones con su grupo, guía hacia objetivos en común, influyendo.	Fijar metas claras para el grupo o equipo. Propiciar un clima de confianza, para que los colaboradores participen, y conozcan los planes de la organización. Saber la situación de su equipo de trabajo, sus deficiencias y aciertos.
Media-Baja	Utilizar la influencia para generar la motivación del equipo, guiándolos en sus logros personales.	Propiciar un clima positivo y seguro en sus colaboradores. Organizar a todo el equipo para alcanzar metas comunes. Reconocer el éxito de los colaboradores.
Media-Alta	Asumir una autoridad responsable, involucrando a los colaboradores.	Tener un estilo frente a diferentes personas y escenarios. Tomar la cuenta la retroalimentación sugerida por los colaboradores. Crear un clima para favorecer el desarrollo personal. Mantener una relación cercana y de confianza con los colaboradores para obtener información libre de prejuicios.
Alta	Impulsar entusiasmo en los colaboradores para proyecto con visión de futuro y asegurar el compromiso por parte de ellos.	Hacer sentir su presencia y poder con visión de futuro orientada al cambio. Participar activamente en la estrategia de la organización. Entrenar a los colaboradores para el desarrollo personal. Ser ejemplo para otros miembros de la institución.

Fuente. Elaboración propia, adaptado de Glosario Alicante (2021)

Específicas. - En este tipo de competencias vinculadas a un aprendizaje y aptitudes de tipo especializada son imprescindibles para ejercer la profesión u oficio. Por ejemplo, manejo de idiomas, metodologías para investigar, formulación de proyectos de negocio, creación de consultoras, se entiende que estas competencias fortalecerán sus competencias profesionales.

Creación de consultorías como competencia específica

Los alumnos de los últimos años de la FCA-UNMSM tienen el conocimiento necesario para realizar asesorías a Mipymes, están en la capacidad de agruparse formando consultorías y ofrecer estos servicios, en temas de constitución de empresas, pago de planillas, pago de impuestos, reclutamiento de personal, perfiles de empresa, etc. Esta es una competencia especializada que va de la mano en la medida que hayan adquirido los conocimientos base a lo largo de su carrera profesional. La FCA-UNMSM tiene el potencial académico y técnico para crear incubadoras empresariales si tiene el patrocinio del Estado. Si esta estrategia es viable es posible que la iniciativa se pueda autosostener en el tiempo ya que como parte del servicio se genera un ingreso, dinero que puede ayudar a la economía de los alumnos.

2.3.2.2.2.1. Talleres de negocio

En el presente trabajo de investigación comenzamos describiendo “el plan de negocio para la creación de empresas ofrecerá -Experiencias Transformadoras- a través de talleres de desarrollo personal orientados hacia el desarrollo de destrezas psicosociales, inteligencia emocional, gerencia personal, emprendimiento y desarrollo sostenible”. (Valencia y Medina, 2012, p.13)

Los talleres de negocio son actividades dentro y fuera de un plan curricular concerniente a ciertas materias en una de las cuales se conoce con el nombre de formulación de proyectos de negocio, cursos de últimos años de las especialidades de negocios de la FCA-UNMSM. Es pues en este curso donde el estudiante plasma todos los conocimientos adquiridos en su carrera. Como futuros profesionales tienen que ver si un negocio va a ser viable, es decir rentable antes de implementarlos, el plan de negocio se divide en varias áreas correspondiente a materias dictadas en anteriores ciclos, se puede dividir en:

- **Introducción.** - Una presentación de la empresa y la realidad contextual, donde se comenta brevemente como se ha elaborado el estudio y sus limitaciones.
- **Antecedentes.** - Anteriores estudios, empresas y productos ya existentes en el mercado en el cual nosotros como emprendedores vamos a incursionar.
- **Objetivo.** – Determinar si el proyecto es viable económica, financiera, ambiental y socialmente.
- **El estudio de mercado.** – Determinar si es factible comercialmente lanzar un producto o servicio, y si va a tener acogida, tomando en cuenta nuestro mercado meta o nicho de mercado.
- **El estudio técnico.** – Determinar si es posible técnicamente elaborar un producto con estándares de calidad, que permitan elegir un punto geográfico de localización, tamaño adecuado y procesos que nos lleven a elaborar bienes de consumo.
- **El estudio económico-financiero.** – Saber si se cuenta con los recursos económicos y financieros para poder implementar el proyecto de inversión durante un plazo que puede ser anual.
- **El estudio de organización.** – Implementar la empresa, amparándose en la legislación vigente, para saber si satisface con todos los requerimientos para su funcionamiento, también implica diseñar la organización, elaborando manual de funciones para cada puesto laboral y su respectivo gasto.
- **El estudio social y ambiental.** – Determinar si el proyecto de inversión va a generar externalidades negativas en la sociedad y medioambiente, y las acciones que deberían tomarse en ese contexto.

Los talleres de negocio también implican la creación por parte de la universidad de una **incubadora de empresas**, una institución creada para formalizar y capacitar a los nuevos emprendimientos innovadores, y darles herramientas que puede incluir asesoría técnica, renta de lugares físicos, acceso al capital, coaching, redes de marketing y otros productos como las comunicaciones. Es un lugar de apoyo que otorga asesoría para evaluar ideas innovadoras, este apoyo disminuye el riesgo en el que puede incurrir la empresa, estas incubadoras son apoyadas por el sector privado, entidades del estado o universidades, como es la situación de la UNMSM 1551, incubadora de empresas innovadoras, su propósito principal es crear

y hacer un monitoreo de las nuevas empresas dando ayuda en temas financieros y técnicos.

Startups

Por otro lado, los talleres de negocio, están vinculados a una iniciativa empresarial el cual lo denominamos *startups*, este término está asociado a las empresas emergentes que se pueden iniciar dentro del campo educativo con apoyo del estado a través de la universidad, utilizando las incubadoras empresariales, estas empresas tienen una característica especial son de reciente creación, tienen una base tecnológica bastante marcada y el uso de ideas innovadoras aplicadas a su uso. Las características de los *startups* tienen la capacidad de crecer muy rápido, son promocionadas por internet, buscan una rentabilidad a corto plazo.

En palabras de Steve Blank, empresario y docente de Silicon Valley, define la *Startup* de la siguiente manera: “Una empresa es una organización permanentemente diseñada para ejecutar un modelo de negocio que sea repetible y escalable.”

Ries (2012), apreciado como el fundador del método Lean Startup, cómo hacer negocios exitosos usando la innovación continua. Declara que el buen o mal desempeño de los startups no se encuentra, como muchas personas creen, en estar en el sitio indicado y en el tiempo preciso, una *startup* exitosa se puede originar tomando un proceso efectivo y eso implica estar en un continuo aprendizaje y enseñanza.

Según Llamas y Fernández (2018): “La base del método Lean Startup radica en crear el producto que el cliente necesita y por el que está dispuesto a pagar, usando la cantidad mínima de recursos”. (p. 81).

Parques tecnológicos

Los talleres de negocio se pueden complementar con los aportes de los *parques tecnológicos*, Según Gil-Serrate (2014), un parque tecnológico o de investigación es una institución gestionada por especialistas cuya meta es incrementar la riqueza de la sociedad por la promoción de la creatividad y la innovación, generando empresas competitivas e instituciones fundadas en el conocimiento. Para llegar a esa meta, los parques científicos o tecnológicos deben motivar y administrar, la transferencia de tecnología y de conocimientos entre

organizaciones. empresariales, académicas, junto con otras instituciones de I+D (Investigación y Desarrollo). Facilitando la fundación y desarrollo de compañías innovadoras como incubadora de empresas (1551 en caso de la UNMSM), y brinda servicios de valor agregado, además de centros e infraestructura de alta calidad. En el Perú, los lineamientos para la creación de parques tecnológicos están definidos por el CONCYTEC (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica)¹⁵. Tenemos algunos ejemplos:

Proyecto “Parque Científico, Tecnológico y Social” de la Pontificia Universidad Católica del Perú, de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, de la Universidad Nacional Agraria la Molina”

En el mundo, el ejemplo más representativo, lo tenemos en Silicon Valley, el cual alberga el conglomerado de empresas tecnológicas del mundo y centenas de pequeños emprendimientos en etapa inicial (start-ups). A la fecha de hoy es un referente para la división tecnológica de los Estados Unidos.

Modelo de negocio

Los talleres de negocio también implican desarrollar modelos de negocio entre los alumnos, el más popular Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010), se conoce con el nombre “lienzo de modelo de negocio”, es un formato de administración de estrategias que genera la formación de flamantes modelos de negocio o registrar los cuales están vigentes. Es una imagen que contiene una visualización de las partes que explican la presentación del bien, servicio o de valor de la empresa, los bienes de capital, los consumidores y sus finanzas. Colabora con las instituciones a delimitar sus actividades mediante la visualización de opciones de compensación.

El “modelo de negocio del lienzo” consta de nueve partes claves, que se complementan para la representación visual de un negocio.

¹⁵ Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC de ahora en adelante.

Análisis y generación de modelos de negocio				
Partners Clave ¿Qué pueden hacerlos partners mejor que tu o con un costo menor y por tanto enriquecer su modelo de negocio?	Actividades Clave ¿Qué actividades clave hay que desarrollar en su modelo de negocio de qué manera las llevas a cabo?	Propuesta de valor ¿Qué problemas de tus clientes están resolviendo y que necesidades estas satisfaciendo?	Relaciones con los clientes ¿Qué tipo de relaciones esperan tus clientes que establezcan y mantengas con ellos?	Segmentos de Clientes ¿Cuáles son las necesidades, problemas, deseos, ambiciones de sus clientes?
	Recursos Clave ¿Qué recursos clave requiere tu modelo de negocio?		Canales de comunicación y distribución ¿A través de que canales/medios contactaras y atenderás a tus clientes?	
Estructura de Costes ¿Cuál es la estructura de costes de tu modelo de negocio?			Flujo de ingresos ¿Qué valor están dispuestos a pagar tus clientes por tu solución y mediante que formas de pago?	

Figura 2. Modelo de Lean Canvas

Fuente. Elaboración propia (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Triple hélice (Alianza estado, empresa, universidad)

El Modelo Triple Hélice es un modelo para el crecimiento y el desarrollo que se basa en la colaboración mutua la universidad, el estado y las empresas. El análisis entre “Estado-Universidad-Empresa” es investigado como un modelo presentado por Etzkowitz & Leydesdorff (1997).

La sustancia de dicho esquema implica, junto con los actores de la economía, la innovación permanente el cual se origina en las universidades que investigan, encuentre aplicación práctica en las empresas, esto podría repercutir en la economía de una manera positiva, solo si cada elemento de la hélice cumple su rol. Por parte de las universidades generar investigaciones innovadoras que tengan aplicación, por otra parte, la empresa que recoja estos estudios y los traslade hacia un uso económico, y finalmente el estado que como ente promotor debe financiar a las universidades fomentando políticas públicas, canjeando impuestos por investigación

hacia las empresas, las investigaciones entre universidad y empresa se pueden hacer conjuntamente, lo que se busca en este modelo es una integración.

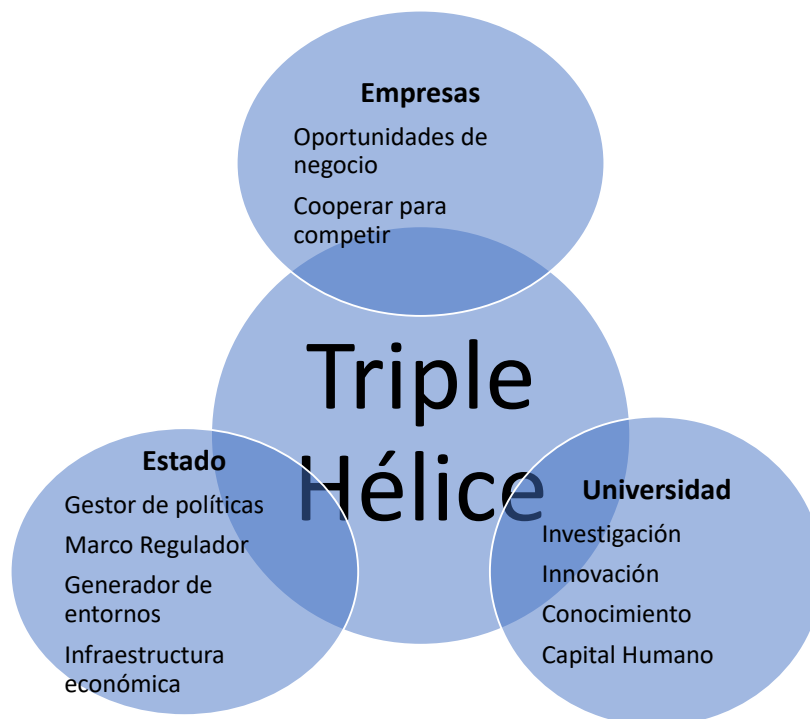


Figura 3. Modelo Triple Hélice

Fuente. Elaboración propia

2.3.2.2.2. Visión prospectiva

Es una tarea en la cual se intenta constituir una visión a corto, mediano o largo plazo, tomando en consideración nuestro hecho histórico, lo acontecido en el ayer, hoy y mañana lo que se pronostica y delimita una ruta por el que a través vamos a transitar nosotros y la sociedad.

La idea de aplicar prospectiva es anticiparnos, para tomar mejores decisiones el día de hoy, que tendrán repercusiones en el futuro. Según Mera (2014): “Hoy en día, por la rapidez de los cambios y los efectos grandes y desconocidos de la globalización y de la sociedad, se hace difícil anticipar el rumbo de las fuerzas que mueven la sociedad” (p. 95).

Jouvenel (1993) nos hace un planteamiento de cómo podemos ver el futuro: En primer lugar, como una realidad única, propia de adivinadores. En segundo lugar, como una realidad múltiple. A estos escenarios posibles Jouvenel denominó “futuribles”.

¿Qué es prospectiva estratégica?

La prospectiva clarifica observar cuáles son alternativas que se presentan en el futuro, también es prescindible preguntarnos ¿Qué haremos? y ¿Cómo lo lograremos? Según Godet (2007): La táctica nos indica de que manera vamos a elaborar el futuro más conveniente. La prospectiva se trata en explorar escenarios posibles, en otras palabras, lo que se puede presentar. Ambas disciplinas son importantes si deseamos estar en la frontera de la competitividad.

Objetivos de una visión prospectiva

- Construir alternativas de futuro.
- Hacer una representación explícita de escenarios posibles en el futuro.
- Promover la obtención de información relevante bajo un enfoque.
- Implementar reglas para tomar decisiones y lograr el escenario anhelado.
- Fomentar motivaciones para la práctica.

Tipificación de una visión prospectiva

- Se realiza desde una mirada holística, sistemática y compleja.
- Fusiona varias materias.
- Requiere imaginación para elaborar algo novedoso y con valor.
- Es colaborativa, busca llegar a consensos, involucra a los participantes, busca comprometerse.
- Actividades sistemáticas y continuadas en el tiempo.
- Relevancia del proceso frente al producto.
- Toma en cuenta que el mañana se puede modelar tomando acciones en el hoy.
- Toma en cuenta la participación de los actores.
- Tiene un fin constructivo, orientada a la práctica.

2.3.2.2.2.3. Formación de Negocios

Para Mares (2013), un somero análisis de la presencia de la MYPE¹⁶ (Micro y pequeña empresa) en la economía peruana nos permite plantear que esta participa, en términos reales en todos los sectores. Es notable, en primer lugar, en el sector

¹⁶ MYPE .- Micro y pequeñas empresas, de ahora en adelante

primario (de este el sector es el agropecuario, el cual se verifica un mayor aporte de la MYPE formal). Esto a través de más mano de obra calificada que le da un mayor valor agregado a la producción. A continuación, señalaremos los pasos para constituir una MYPE.

Como entrenarse para constituir un negocio, primero se empieza por la constitución y formalización de la empresa, previamente se pueden realizar ciertos proyectos pilotos como por ejemplo un estudio de mercado, el cual previamente nos da una idea si nuestro producto (Bien o Servicio) tendrá acogida en el mercado. En la formación de la empresa tenemos que tomar la decisión si vamos a establecernos como persona natural o persona jurídica, esto este afecto a una tarifario por registros públicos. Debemos conocer las ventajas y desventajas de cada tipo de régimen de sociedad que existe, ya sea una E.I.R.L. “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada” o una S.A.C. “Sociedad Anónima Cerrada”.

Existe un proceso para la inscripción del nombre legal de la empresa, su nombre a partir de su creación implica una búsqueda en registros públicos, debido a que por derechos de propiedad no pueden existir dos empresas con el mismo nombre. Una vez que tenemos el conocimiento de un nombre disponible hacemos la reserva en SUNARP (Superintendencia Nacional de Registros Públicos)¹⁷ y el debido registro de la empresa.

El siguiente paso es solicitar el RUC (Registro Único del Contribuyente) en la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria)¹⁸, y elegir un régimen tributario (Nuevo RUS, Régimen Especial – RER, Régimen MYPE Tributario – RMT, Régimen General – RG). Dependiendo del tamaño de la empresa y la actividad se debe registrar en el REMYPE. (Registro de la Micro y Pequeña Empresa). Aquí se registran las micro y pequeñas empresas (MYPE) para alcanzar as ventajas de la Ley MYPE. Pueden ingresar al REMYPE, las MYPE constituidas por personas jurídicas dedicadas a actividades extractivas, transformativas, productivas, comercializadoras de productos. Además, deben registrar como mínimo un empleado.

¹⁷ Superintendencia Nacional de Registros Públicos - SUNARP

¹⁸ Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT

El REMYPE es un registro cuya finalidad aglomera y da beneficios a las empresas que se inscriben, en su situación de MYPE, como plataforma de articulación, fue creada por el Gobierno, dependiendo administrativamente del MTPE, después de la aprobación de la “Ley de Promoción a la MYPE”. Existen ciertas ventajas para los jóvenes emprendedores, en esta inscripción:

- Derecho a la libertad de asociación entre MYPES para incursionar en los mercados privados y estatales.
- Acceder a ciertas ventajas para aumentar su administración de ventas direccionados a: eventos, ferias de índole regional, nacional e internacional.
- Tienen acceso a las ventajas del programa EXPORTA FACIL gestionado por la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria.
- Participan en los concursos que realiza el Estado para ser proveedor de este.
- El trabajador cuenta con un régimen empresarial que tiene beneficios, es negociable, ya que se pueden acordar mejoras salariales con los empleadores. De la misma manera, su estancia se encuentra sujeta al nivel de ingresos y si ellos aumentan por dos años seguidos, el régimen empresarial también trae mejoras a los trabajadores.
- Empleados, choferes e hijos menores de edad, tienen admisión del SIS (Sistema Integral de Salud)¹⁹ donde el gobierno y los empleadores, asumen los costos por igual.
- Los empleados de MYPE se benefician del seguro de Essalud (Seguro Social de Salud).²⁰
- En el tiempo de tres años, obtienen capacitación para motivar su formalidad, desde el momento de su registro.
- En cuanto a las adquisiciones por parte del Estado, las instituciones públicas que lo demandan deberán adquirir productos por un monto no menor del 40% como adquisiciones a la MYPE. Estas organizaciones públicas deben dar favoritismo a la MYPE de la localidad donde se realicen las adquisiciones o ejecuten las infraestructuras del estado, con la fiscalización dicha.

¹⁹ SIS - Seguro Integral de Salud de ahora en adelante.

²⁰ Essalud - Seguro Social de Salud de ahora en adelante.

- Las MYPE deben presentar las garantías de cumplir con el contrato en la situación de suministrar bienes y servicios con cierta periodicidad o asesorías con el Gobierno.
- Existe también una cancelación del impuesto a la renta el cual es a cuenta, el cual asciende al monto del gasto en formación laboral, siempre que este no supere el 3% de su pago de su nómina anual vigente.

Mas adelante se debe tener conocimiento declarando impuestos, legalizando libros contables, trámites laborales según régimen, uso del PDT (Programa de Declaración Telemática), para registrar la planilla de la empresa, pagos a ONP (Oficina de Normalización Previsional)²¹ o AFP (Asociación de fondo de pensiones),²² ESSALUD (Seguro Social de Salud), SIS (Seguro Integral de Salud) y estar sujeto a una regulación por SUNAFIL (Superintendencia de Fiscalización Laboral)²³.

Tener en cuenta los trámites municipales, como licencias de funcionamiento, permiso del INDECI (Instituto Nacional de Defensa Civil)²⁴, registro sanitario en DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental)²⁵, SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú)²⁶, permisos en MINEDU (Ministerio de Educación)²⁷, MTPE (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo), PRODUCE (Ministerio de la Producción)²⁸, entre otros.

Todo esto previamente habiendo identificado nuestro producto a comercializar (Importación o Exportación, o solo limitándonos al mercado local), considerando el nuevo contexto que se ha generado ante la situación sanitaria producida en nuestro país.

Si importamos bienes, debemos hacer un estudio de que país vamos a traer el producto con un mejor precio. Si exportamos debemos estar consciente de la

²¹ Oficina de Normalización Previsional - ONP

²² Asociación de fondo de pensiones - AFP

²³ Superintendencia de Fiscalización Laboral - SUNAFIL

²⁴ Instituto Nacional de Defensa Civil - INDECI

²⁵ Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA

²⁶ Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú - SENASA

²⁷ Ministerio de Educación - MINEDU

²⁸ Ministerio de la Producción - PRODUCE

demanda ante la situación sanitaria, hacer estudios para saber a qué mercados extranjeros debemos dirigir nuestros productos.

Crear una página web, implementando el marketing digital, de tal forma de dar a conocer el producto, frente a demandantes que constantemente utilizan Google para buscar bienes para adquirirlos.

2.3.3. Emprendimiento universitario

Tradicionalmente, se vincula la definición de emprendimiento con actividades asociadas a las tareas de generación de empresas, destacando en ese concepto una mirada economista desde su origen. No se debe sobredimensionar la mirada economista de una manera exagerada, no es el único factor que interviene en el emprendimiento ni el único espacio de realización empresarial.

El vocablo francés del cual viene la palabra emprendimiento es “entrepreneur” el cual significa “hacer algo”. Implica ser proactivo en lo social y en lo económico, no se restringe únicamente al hecho de hacer empresa. El concepto evolucionó como el talento humano de concentrar resultados con productividad, lo que finalizó con acuñar esta palabra en la economía desde finales del siglo XVII en el manuscrito: “Ensayo en la naturaleza general del comercio”. (Cantillon, 1755).

Por lo expuesto vamos a citar las definiciones más conocidas de emprendimiento:

Para Timmons (1999): “es la capacidad para crear algo partiendo desde cero, complementada con la habilidad para conformar equipos y liderarlos resaltando sus destrezas; la capacidad de gestionar recursos y administrarlos y la pericia para asumir riesgos calculados” (p. 62).

Julien (2005) enfatiza la idea de que “el emprendimiento surge del comportamiento, conduciendo este a la creación de una nueva organización” (p. 26).

Emprendimiento según (Andrade y Bravo, 2009): “el hacer las cosas que generalmente no son realizadas en el curso ordinario de las empresas, es esencialmente un aspecto que está liderado por los aspectos de liderazgo” (p.38).

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) define a los emprendedores como: “aquellas personas (dueñas de un negocio) que buscan generar valor a partir de la creación o expansión de una actividad económica,

a través de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados” (2016, p.2)

Como podríamos caracterizar a un emprendedor:

- Sujeto que funda una empresa con singularidades diferentes a de la competencia.
- Aquel que orienta una nueva dinámica a la empresa.
- Aquel que se concentra en un mercado contemporáneo y tiene el potencial de analizar en sus bienes y/o servicios los requerimientos socio productivas requeridas.
- La persona que posee como objetivo un segmento de mercado y muestra proactividad al tomar la iniciativa para tomar en cuenta la moda, y tiene una visión de ubicar potenciales nichos económicos relacionadas con su negocio.
- Esa persona que tiene la capacidad de crear moda, formar iniciativas y producir con grados de conformidad, y también de impregnar con calidad sus productos y/o servicios, y crear marcas exitosas.

El emprendedor diseña, crea, desarrolla de manera sostenible nuevas empresas.

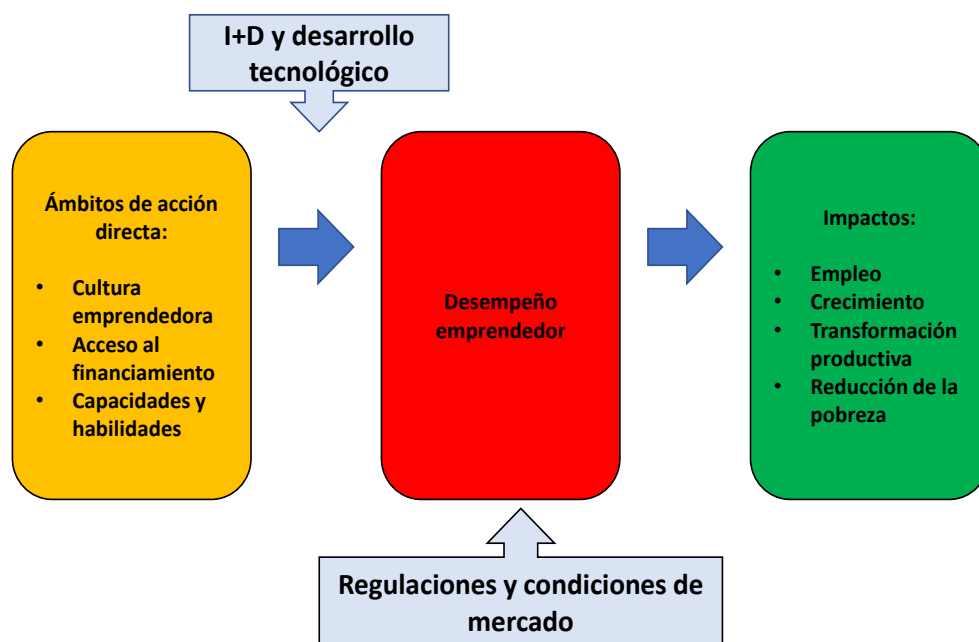


Figura 4. Esquema de factores que influyen en el emprendimiento

Fuente. Elaboración propia / OCDE

La trascendencia de direccionar la formación universitaria en relación del progreso de emprendimientos radica en el reconocer de la relevancia de esta categoría especial de tarea y de los individuos o grupos que se hacen cargo, para el mejoramiento integro de las sociedades y para cada país un mejoramiento de la economía nacional, regional y local (Vásquez, 2016).

Tomando en cuenta lo afirmado por organizaciones como la OIT (Organización Internacional del trabajo, 2020)²⁹, se verificó una relación que el tejido empresarial está en auge con medidas legales de apoyo al emprendedor.

Según (Nilforooshan y Salimi, 2016) el emprendimiento puede convertirse en una alternativa laboral para muchos, en ciertos casos por necesidad, aquí nos podríamos cuestionar de la realidad que empuja a los individuos de tener estas iniciativas, con qué nivel de permeabilidad llegan al contexto laboral.

Según Suárez-Ortega et al. (2020):

En el marco específico de la formación y orientación profesional de jóvenes y adultos, se considera el emprendimiento como una transición posible que acontece en la trayectoria profesional/laboral de las personas (en crecimiento ante la estructural precarización laboral), con lo que ello implica para la construcción y reorientación de proyectos profesionales-vitales. (p. 173).

Para Suárez-Ortega et al. (2020), las motivaciones ejercen un papel crítico, el éxito podría estar vinculado a los perfiles profesionales, presentado que en una formulación de un proyecto profesional es de necesidad vincular roles entre profesionales y personales, se acepta que estos se enlazan entre ellos específicamente en las especialidades profesionales del individuo y la toma de decisiones relacionada a la empresa. Es necesario comprender el emprendedurismo profesional en el contexto de las motivaciones y competencias, estas no se pueden separar. Lo que se puede establecer son acciones orientadoras más efectivas que permitan equilibrar la oferta y la demanda en los servicios de “orientación profesional” y sus respectivas instituciones que lo promueven.

²⁹ Organización Internacional del trabajo. - OIT de ahora en adelante

El desarrollo de una empresa aparece como una adaptabilidad de la especialidad profesional. (Tolentino et al., 2014; Rudolph et al., 2017).

Analizando las motivaciones para el emprendimiento, “en coherencia, los motivos para emprender obedecen a factores intrínsecos y extrínsecos de la persona, así como a las relaciones entre la experiencia y la trayectoria personal y familiar” (Suárez-Ortega et al. 2020, p. 175).

Según Bretones y Radrigán (2018):

La Universidad juega un papel fundamental en la formación no solo de capacidades técnicas, sino también en el desarrollo de actitudes. En este sentido, una de sus responsabilidades es el fomento y apoyo del espíritu emprendedor entre sus estudiantes, en muchos casos en forma de empresas de participación. Sin embargo, estas actitudes emprendedoras se verán afectadas por elementos culturales y nacionales. (p.11)

Para Bretones y Radrigán (2018), la educación tiene varios impactos entre ellos ofrecer al individuo brindándole mayor autoconfianza en sus propias capacidades y recursos. Se debe entender al nivel superior universitario como el último peldaño de este proceso educativo formalizado. La institución superior tiene como bandera, desarrollar y aumentar la “intención emprendedora”, en todos sus alumnos. El modelo teórico más estudiado en la investigación sobre actitudes es y sigue siendo la Teoría del Comportamiento Planificado desarrollada por Ajzen 1991. Habría que mencionar que los sujetos con experiencia de trabajo previas son una causa importante en el diseño de lo que se quiera hacer con la carrera profesional y su comportamiento en el futuro.

Para Bretones y Radrigán (2018), “en el caso de los emprendedores, estos antecedentes han sido bastante estudiados. Así, se sabe que existe una estrecha relación entre padres empresarios y el desarrollo de actitudes emprendedoras en sus descendientes” (p.17). En cualquiera de los escenarios, diversos estudios de casos demuestran que los hijos de personas emprendedoras poseen más opción en generar su propio empleo por cuenta propia.

“Esta cultura de emprendimiento estará conformada por aquel conjunto de normas, valores y códigos de conducta que promueven la aceptación social y la

aprobación de actividades emprendedoras y que persisten en el tiempo” (Fritsch y Wyrwich, 2016, p.157).

Para Zamora-Boza (2018, p.15): “Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo”. Según Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2016), la evidencia empírica que se encontró por estados de la OCDE en relación a la vinculación entre la capacidad empresarial y el crecimiento económico sugiere que los gobiernos con mayores índices de formación de empresas son los que cuentan con mayor crecimiento económico.

Según Zamora-Boza (2018):

Bajo este panorama, el emprendimiento tiene un papel clave en el desarrollo del autoempleado. Un independiente creativo que cuente con las motivaciones, capacidades e instrumentos necesarios pasa de autoempleado a emprendedor y desempeña actividades productivas de mayor valor, produce más, genera más ganancias y contrata a más empleados, esto permite la creación de más y mejor empleo (p.16).

2.3.3.1. Innovación en el emprendimiento universitario

La bibliografía relacionada a los modelos teóricos metodológicos se resume en tres propuestas: un modelo de investigación y desarrollo, un modelo iterativo social y un modelo de resolución de conflictos (Laurencio y Farfán, 2014).

Para el modelo de investigación y desarrollo, la innovación es una secuencia de actividades orientadas a la generación de proyectos de investigación, en relación a la mejora de instituciones, las que se benefician de esta, independientemente del área de ciencia y tecnología que se origine en sus tareas.

Para el modelo de iterativo social, se analizan los puntos de vista teórico-metodológicos en el cual se basa la definición de la innovación originada en una secuencia de actividades de iteración social, guiados por la creación científica, en relación al mejoramiento de las actividades, grupos y función en toda su integridad. Este proceso orienta, conceptualiza y se basa en la interrelación y simbiosis de personas, procesos o organizaciones, en un entorno para la formación íntegro de sus actores en la comunidad.

En el modelo de resolución de conflictos, tenemos aportes de investigadores como Sancho (1993), Parra (1997), Blanco y Mesina (2000) y Libedisnki (2003).

De acuerdo a los resultados, el común denominador en este enfoque se basa en la promoción de la innovación como zona de encuentro de actividades tales como gestión del talento humanos, logística, financieras y organizacionales; en honor de la elaboración, fundamentación, aceptación y sistematización de alternativas y tareas correctas, logren viabilidad para la superación de los entredichos, restricciones y realidades que afectan al logro de las intervenciones, actividades y funciones organizacionales.

En primer lugar, se toma en cuenta la sistematización y la estandarización de la innovación, desde la mirada de los principales protagonistas sociales y de su vinculación con los componentes, en el área de perfeccionamiento de los pequeños procesos anexados al proceso global de mejora organizacional.

Puede evidenciarse, en reflexión de ciertas proposiciones como visión, logro y aspiraciones de la innovación de cara a la capacidad empresarial despunta las fronteras de las organizaciones. Y según Laurencio y Farfán (2014): “se torna un mecanismo de interacción entre la universidad y la sociedad, de inminente rigor si se asume el carácter regulador y proactivo del desarrollo educativo del emprendimiento, en aras del bien común y de un desarrollo social sostenible” (p. 35).

A continuación, vamos a presentar las dimensiones básicas del fenómeno en estudio bajo un esquema de relación:

1. Socioeconómico: Vinculado con los lineamientos estratégicos del gobierno en general, y también políticas de carácter económico empresarial, los planes educativos formales e informales y en algunos casos no escolarizados, el rol de los medios de difusión masivos y la integración a cabalidad del sistema influenciado en giro al beneficio en común como modelo de crecimiento sostenible.
2. Institución-empresa: La relación paradigmática entre universidad, sociedad y la organización empresarial en su contexto.
3. Currículo-pedagógico: Asociado a la vinculación formal de la innovación implicada al emprendimiento en un plan curricular, sumamente relacionado al perfil profesional a formar y a los programas educativos, siempre de manera

coherente con las demandas por parte de la comunidad, la especialidad y el marco contextual. Este aspecto importante de la innovación supera a todos los contextos formativos, a raíz que supera a una cultura de hacer empresa, también contribuye a la formación de personas innovadoras, que lleven adelante el desarrollo de esa cultura.

Bajo esa mirada es la docencia universitaria la que debe orientar su energía en pos de apoyar el emprendimiento empresarial en la presentación de un eje temático, importantísimo para una capacitación de los estudiantes universitarios. En ese sentido, se es coherente con uno de los pilares de la formación universitaria que es la responsabilidad social, en el cual se abocara su proyección formativa.

Para satisfacer las necesidades formativas para generar innovación y su puesta en práctica en las instituciones universitarias, se exige requerimientos en dos niveles: organizacional e intelectual

Requerimientos de organización

- Implementar con una estrategia clave, que delimite las tareas básicas de la innovación, su prioridad necesaria, el soporte logístico y el respaldo de la institución, y las directivas que rigen la práctica del emprendimiento.
- Tener acceso a mecanismos operativos y un control eficiente hacia las actividades de emprendimiento organizacional, de proyectos vinculados a la institución y de sus consecuencias reales, potenciales y requeridas.
- Tener acceso a contextos, escenarios, espacios para una discusión social crítica, publicidad y puesta en práctica de los resultados de la tarea de emprender.
- Tener financiamiento, infraestructura tecnológica, elementos de soporte que permita el aterrizaje de operaciones vinculadas al hacer empresa en lo relacionado a la institución formadora.
- Originar mecanismos formales en la institución para la puesta en práctica junto con experiencias de emprendimiento para su generalización.

Requerimientos intelectuales

- Desarrollo de habilidades, relacionadas a la formación y generación de entornos laborales, buen manejo y desempeño de las TICs, resaltando algunas que se relacionan con la labor interna y su sociabilización, dominio de

metodologías investigativas y de marketing, criticidad de las derivaciones económicas sociales e ideológicas de lo que se obtiene, productos de tecnología, responsabilidad real para los impactos pertinentes de la práctica de emprendimiento.

- Posibilidad de acceder a información en relación a las formas productivas en donde se desenvuelve el emprendimiento.
- Espíritu colaborador, promocionando la cooperación tanto en áreas donde se localiza, procesa y manipula la información, todo esto en los contextos de elaborar, implementar y estandarizar los productos generados en los emprendimientos.
- Desarrollo de un perfil ético con valores, en la totalidad de los procesos de generación que intervienen en la creación de emprendimientos.
- Proyección de una práctica emprendedora en corto, mediano y largo plazo, en virtud de un desarrollo sostenible y un bien común para la sociedad.

2.3.3.2. Creatividad en el emprendimiento universitario

La creatividad es una característica especial en la psiquis humana, nos referimos a generar ideas que en algunos casos pueden llegar a ser útiles para los emprendedores, su capacidad también radica en solucionar problemas con ideas, bajo ciertas condiciones. Esta característica especial en la actividad genera una transformación en la vida misma (Vásquez, 2016).

La creatividad se manifiesta en el aula universitaria, es el ejercicio sólido de una actividad profesional, sociocultural. La amplitud del concepto implica una relación entre raciocinio y praxis entre creatividad y profesión. La innovación se concreta con la creatividad, porque a través de ella se generan ideas que cuando se ponen en marcha se denominan ideas innovadoras.

La creatividad se enseña y se estimula a través de talleres, en las aulas universitarias se practica el “brainstorming” técnica conocida como lluvia de ideas. Si la creatividad se enseña entonces brindemos el espacio que necesita para cultivarla.

La creatividad profesional en relación a la capacidad de empresarial es una práctica complicada y donde intervienen muchos factores. Tiene que estar direccionada a obtener y poner en evidencia contradicciones típicas del desarrollo de

la especialidad en situaciones dinámicas. El proceso laboral de la creatividad en el ámbito de trabajo se origina a raíz que el profesor universitario expone al alumno contradicciones, de tal forma que se es consciente del hecho y surgirá en el alumno el requerimiento de darle solución.

Entendemos que existen ciertos indicadores que se ponen en juego al propiciar la creatividad por parte de los futuros profesionales.

1. Proactividad. - ante la demanda de soluciones en los retos profesionales. Los parámetros son: la forma del actuar profesional, comportamiento social cultural, comportamiento en el trabajo, desarrollo intelectual en el comportamiento, establecer contradicciones entre lo que se conoce y lo que se desconoce. Sus formas de estimular: uso de situaciones de aprendizaje, eventos didácticos, ser original. Hay ciertos valores que hay que tomar en cuenta: novedad, singularidad e imaginación. Existen formas de motivarlas: reflexión de actitudes, hábitos de comportamiento y conducta, realización de actividades donde podemos buscar nuevas respuestas a problemas.
2. Fluidez. - Es la habilidad donde se genera ideas en número y valor agregado de una forma permanente y expedita. En este proceso de generar ideas se descubre y no se detiene, implica productividad de la mente técnica en la búsqueda de soluciones al problema. Aquí también hay ciertos indicadores a tomar en cuenta: Agilidad del proceso cognitivo, aumento de relaciones neuronales, creación de pensamiento y capacidad de percibir y expresar la realidad. Existen también formas de incentivarlas: Ejercitar constantemente la mente en la praxis de resolver retos profesionales y soluciones con diferentes alternativas, mayor generación de ideas posibles o casi imposibles de alcanzar para resolución de problemas.
3. Discrepancia: Es la habilidad de la persona para estudiar lo opuesto, de esta manera visualizará lo diferente, y encontrará caminos distintos. Este proceso es el camino por las ideas de la problematización. Entre los indicadores tenemos: aptitud crítico reflexivo para buscar y contraponer argumentos, métodos alternativos de generación de ideas. Entre las maneras de estimularlas tenemos: ejercicios simuladores, nuevas aplicaciones y creación de objetos hasta ahora desconocidos, diseño de elementos en condiciones no tradicionales y desarrollo de eventos no convencionales.

4. Flexibilidad: Es la habilidad organizativa del sujeto, hechos que pueden categorizarse. Es la habilidad de cambio en el comportamiento, actitudes, objetos, objetivos y métodos. Los indicadores son: argumentación, versatilidad, reflexión y prospectiva. La manera de estimularlas es: registro de los resultados distintos de una actividad específica, encontrar asociaciones sobre un fenómeno.
5. Afectividad: Es la habilidad de la persona para sentir y valorar el mundo en su variedad de dimensiones, si se identifica con una situación problemática. Viene a identificarse con la capacidad de respuesta a partir de las exigencias del entorno, sus procesos y sus trascendentales actores sociales. Los indicadores son: la percepción, la manifestación, impacto de la impresión, concentración en ideas, empatía, función social, involucramiento y capacidad de comprometerse. Como se estimula: Cultivando los buenos sentimientos, incentivando los sentidos con prácticas sonoras, visuales, táctiles y, uso de todos los sentidos en relación de los objetivos.
6. Motivo: Es esta habilidad que, desde un punto de vista relaciona lo cognitivo con lo afectivo, genera en situaciones problemáticas, implicar al alumno en el proceso pedagógico profesional como persona activa de la misma.
7. Auto independencia: Es la habilidad para entender, proponer y realizar la práctica profesional, cognitiva y metodológica, según su propia proactividad, resulta de la sociabilización productiva con otras personas, medios y procesos. Entre las formas de estimularlas: creación de sucesos problemáticos de especialidad que estimulan la actividad cognitiva. Educar para entender y analizar, variación de las relaciones del profesor y estudiantes, con beneficio a los estudiantes, incrementar el nivel de dificultad de las prácticas universitarias y también de sus respectivas herramientas a usar.

Se determina que un estudiante que solucione un problema, no basta para ser una persona creativa, tiene que hallarlo y plantearlo. Según Bentancourt (1994): “Es más importante descubrir problemas que resolverlos, una psiquis que problematiza su realidad se anticipa a las futuras experiencias, y por tanto puede dar mejores respuestas a los problemas de la vida cotidiana que se le presentan” (p. 83).

2.3.3.3. Dimensiones de capacidad de emprendimiento empresarial

2.3.3.3.1. Logro de objetivos

Según Chiavenato (2011), nuestro beneficio en común no se circunscribe al desempeño general de la organización, si no, específicamente, en el desempeño de una función laboral, en un lugar de la organización, ósea, en la conducta del sujeto que se sitúa en un puesto. Este rendimiento depende de la situación y es temporal, cambia de un trabajador a otro y está sujeto a condiciones que influyen en este.

La valoración de las personas que se desenvuelven en tareas adentro de una institución se logra a raíz de desarrollar varios puntos de vista, que tiene diferente nomenclatura como valoración del rendimiento, valoración de la cualidad, valoración de los colaboradores, logro de objetivos, etc.

El **logro de objetivos** es un camino que nos lleva a la autorrealización, de manera personal o institucional. Un claro caso son las unidades económicas que a través del **logro de objetivos** llegan a la cúspide fácilmente, mientras existen otras unidades económicas que simplemente viven el presente y se comportan como si el día a día no trajera nada imprevisto, las cuales tiene un techo y ya no pueden crecer más.

Está claro que existe algo destacable cuando nos referimos al **logro de objetivos**, hay que tener una visión clara acerca de los resultados que pretendemos tener y que uso le podemos dar como aprendizaje.

Según **ACP Academy (2021)**: “6 preguntas representan una guía para focalizar la atención hacia un estado o resultado deseado”:

- El objeto. ¿Qué es lo que buscas?
- El plazo de llevarlo a cabo. ¿en qué momento lo quieres?
- La fuente que lo motiva. ¿Qué brindarás cuando lo tengas?
- Los elementos de convicción ¿Qué te va a señalar que lo has adquirido?
- La incursión ¿Señala tu paso inicial?
- La responsabilidad. ¿Cuándo inicias?

Dichas preguntas deberán ser respondidas por los alumnos de la FCA-UNMSM, de manera que encontramos en estos la fuerza para no solo alcanzar logros personales sino institucionales como empresa en las cuales forman parte.

Este éxito suele ser alcanzado por la fuerza de la gente que integra la organización, parte como una influencia que ejercen los ejecutivos de la empresa y la propia motivación de ellos hacia sus colaboradores hace posible el logro de determinados objetivos.

Cuando los líderes de las empresas plantean la necesidad de motivar a sus trabajadores para el logro de ciertos objetivos, en muchas ocasiones contratan terceros especialistas, los cuales por lo general son excelentes comunicadores y ejecutan el manejo de tácticas vinculadas a desarrollar la inteligencia emocional de las personas.

Estos especialistas ejecutan materias, por ejemplo: liderazgo, autoayuda, calidad, labores en grupo, entre otros. Estos se ven de manera cotidiana en la empresa. Lo que se busca es la modificación positiva en la conducta del trabajador, generar un entorno a favor y, finalmente, cumplir los requerimientos del colaborador interno.

Las personas altamente motivadas se hallan orientadas hacia los resultados cumplen sus objetivos y sus exigencias, no discriminan entre objetivos ambiciosos de lo que no lo son y están dispuestos a asumir riesgos, se documentan necesariamente para mitigar el riesgo y hallar nuevas maneras de realizar las actividades en las que se encuentran involucrados. Investigan sus logros y la información que implica, se puede decir que buscan una retroalimentación y no necesariamente se destaca el aspecto económico.

La teoría motivacional del logro de metas propone como tema principal que la persona es percibida como un organismo que tiene una intención, empujado por unos objetivos hacia una meta que funciona de manera racional (Nicholls, 1984). El entramado principal de la Teoría del Logro de Metas señala las ideas de que las metas de una persona consisten en empeñarse y esforzarse para mostrar competencia y pericia en el contexto de un logro (Nicholls, 1984), concibiendo por este contexto, el logro en los cuales el aprendiz participa, tales como el entorno educativo, familiar, y también contextos que influyen en la orientación de sus metas.

2.3.3.3.2. Capacidad de asumir el riesgo

En el mundo de hoy estamos expuestos permanentemente a riesgos que interfieren en cierto sentido al logro de objetivos personales y organizacionales, la administración de riesgo es una disciplina dentro de las Ciencias Administrativas que nos brinda las herramientas para identificar los riesgos. Cuando nos referimos a riesgo hablamos también de *incertidumbre* que siempre está presente aún en el corto plazo. El ser humano desde la antigüedad ha tomado riesgos, testimonio de ciertas actividades como los juegos de azar, loterías, juego de cartas con apuestas, etc. Esta actitud prevalece hasta la actualidad al creer que el futuro es un escenario de suerte. Según Mejía (2004), con el desarrollo de las ciencias matemáticas y la probabilidad para ser más preciso, las personas identifican al riesgo, lo detectan y evalúan el impacto que tendrán en el logro de objetivos. Escenarios diferentes producen resultados distintos algo que un emprendedor debe tener en cuenta. Las situaciones pueden ser complejas y limitan el crecimiento de la empresa llegando a comprometer su objetivo.

Los escenarios de riesgo presentan muchas alternativas, el emprendedor las debe analizar de forma diferente. La mejor manera de manejar un riesgo es cuando se los identifica, en la mayoría de casos los riesgos aparecen desconociendo su origen. Se debe reaccionar a ello de la manera más clara e integral.

En palabras de Mejía (2004), definimos la administración de riesgos: “Es la coordinación de las acciones en una empresa, que permite manejar la incertidumbre a través del establecimiento de medidas para identificar, valorar y manejar los eventos potenciales que puedan presentarse y afectar el logro de sus objetivos” (p. 76).

Podemos establecer una lista de objetivos que obtenemos en la aplicación de la administración de riesgos:

- Evitar daños a colaboradores, quienes mantienen operativa la empresa.
- Disminuir las externalidades negativas hacia el medio ambiente, que pueden ser ocasionados por la empresa.
- Disminuir pérdidas económicas por la aparición de un riesgo.
- Salvaguardar la información organizacional como activo de la empresa.
- Mantener una buena reputación en la empresa.

La administración del riesgo compromete a todos los colaboradores e involucra a la dirección de la empresa, el riesgo se presenta en los macroprocesos, procesos, actividades y tareas de la empresa. El mayor peligro de una empresa es la falta de compromiso, y este empieza por la dirección de la misma, esta debe dar los lineamientos para ejecutar los procesos y dotar de los recursos necesarios para ello.

Las etapas en la administración de riesgos podemos mencionar las siguientes:

1. *Análisis interno y externo.* – Es vital obtener información sobre aspectos económicos, sociales, políticos, tecnológicos, ambientales, etc. También es importante mirar hacia adentro, como funciona la organización, si genera riesgo por su propio funcionamiento.
2. *Identificación de riesgos.* – Tenemos que tener en claro los agentes generadores de los riesgos, en esta parte nosotros lo clasificamos en personas, materiales, equipos, instalaciones, etc. Debemos añadir las causas que generan los riesgos y los efectos que pudieran tener.
3. *Valoración de los riesgos.* - Aparte de identificar el riesgo se tiene que saber la magnitud en la cual va a afectar a la organización, para esto debemos saber qué riesgos son más graves que otros.
4. *Respuesta ante los riesgos.* – Existen 4 respuestas para la administración del riesgo: aceptarlo, reducirlo, compartirlo y evitarlo.
5. *Políticas para administrar el riesgo.* – Una guía para que los empleados sepan cómo responder ante un evento que pone en el peligro el alcance de metas de la empresa.
6. *Mapear el riesgo.* - Opcionalmente nosotros podemos establecer un mapa de riesgos, que es un instrumento organizacional donde podemos visualizar y entender el riesgo, para cada uno de estos tendremos una estrategia como respuesta.

2.3.3.3. Perseverancia

Como describe (Barriopedro, Quintana & Ruiz, 2018) “esta característica personal explicaría por qué algunos individuos muestran un comportamiento especial y son capaces de incrementar su rendimiento a pesar de todas las adversidades que puedan encontrar” (p. 298). Para autores como Schmidt, Fleckenstein, Retelsdorf, Eskreis-Winkler y Möller (2017) esta definición vincula el esfuerzo desarrollado por

una persona con perseverancia en su quehacer para lograr un propósito en su vida, y en coherencia de sus beneficios que una persona tiene cuando los intenta conseguir.

La palabra perseverancia podría ser usado en ciertas condiciones de la vida, sencillamente es tener una meta clara que se justifica con la energía y dedicación que realizas en tus tareas en un período de tiempo extendido. Se trata de un tiempo prolongado ya que el vocablo perseverar implica también transcurrir sobre situaciones en las que a uno se le presentan obstáculos o dificultades que tienen que ser superado para seguir avanzando y cumplir las metas. Ciertamente, la perseverancia no es una de los tantos valores humanos fundamentales que permite a la persona a no llegar a declinar y encaminarse hacia el futuro a pesar del trabajo bajo presión, la desmotivación o simplemente la idea contraria de llegar a rendirse sin ninguna justificación. Es intentar vivir con este pensamiento de poder transitar en esta vida superando los problemas para alcanzar la meta trazada. La meta es definida por la idea de llegar a la cúspide del éxito que se plantea uno mismo cuando se realiza una acción junto con la perseverancia. Es por ello que no se puede separar la perseverancia del éxito, en muchos escenarios, aunque se debería resaltar que la clave del éxito es conocer en qué momento perseveramos y cuando no deberíamos hacerlo (Hill, 2012).

Entendido este punto de vista entendemos el concepto de la perseverancia, se debe conocer también que perseverar nos muestra de alguna forma los obstáculos o los problemas que se presentan de manera transitoria cuando queremos llegar a una meta. En palabras de John Quincy Adams (6to mandatario de los E.E.U.U.): “La paciencia y la perseverancia tienen un efecto mágico ante el que las dificultades desaparecen y los obstáculos se desvanecen”.

También resaltamos un tema clave que es el desear siempre destacar en el emprendimiento profesional, en donde el emprendedor trabaja con mucha energía y dedicación para poder llegar a sobresalir. De esta manera, se alude el concepto de perseverancia como una manera de conseguir al éxito.

2.3.3.3.4. Capacidad comunicativa

La capacidad comunicativa es una de las habilidades genéricas que es primordial en la totalidad de los alumnos deriva en conocer y transmitir verbalmente y en escrito de una forma eficiente la información siendo esto fundamental en la vida

de los individuos y también es primordial para la educación en los contextos personales y profesionales. Sin embargo, a sabiendas que los alumnos que previamente se convierten en universitarios, ya aprendieron algunos métodos y técnicas para ser más comunicativos, es importante señalar que la formación universitaria siga desarrollando esta competencia con la finalidad de que los alumnos mejoren su capacidad de comunicación y al final de sus estudios pongan en práctica esta competencia afianzada. Según Palau, Solé y Sayos (2013) desde una mirada estrictamente académica, los encuentros verbales constituyen el éxito del proceso de enseñar y aprender, estarían otorgando la actividad de transmitir conocimiento y adquirirlo y es fundamental lograrlo para un mejor desempeño académico. Por cuanto, en la duración del ejercicio profesional se tiene imprescindible conocer y compartir las ideas, la información y las emociones de modo exacto para lograr el objetivo, los alumnos en su forma de expresarse oralmente en el momento que hablan públicamente refuerzan así su propia autoestima. Para Palau, Solé y Sayos (2013): “la capacidad comunicativa como competencia contiene dos partes bien diferenciadas: (a). La capacidad de comprender y expresarse oralmente en castellano y (b). La capacidad de buscar, usar e integrar la información. Ambas partes se encuentran interrelacionadas y se complementan mutuamente” (p. 3). La capacidad comunicativa en castellano y en la variedad de idiomas se ejecuta en la eficacia de lograr entender, desarrollar y enviar información, a través de diferentes medios, tomando en cuenta el entorno en el cual se presentan y las particularidades de los locutores. Es en ese momento en donde se expresa la pericia de cualidades como comprender, expresarse e interactuar, pero, si existe un buen nivel comunicativo es pertinente establecer nuestras ideas de alguna manera para que se relacionen con las formas de pensar. Es importante ser sistémico, reflexivo y crítico, etc. En realidad, la capacidad de comunicación es aquella que posee un individuo para relacionarse de manera pertinente en un ámbito geográfico marcado por un habla en común, lo cual implica conocer las pautas de gramática, léxica, sintáctica, y fonéticas, y adicionalmente aquellas vinculadas con el hábito del habla en el entorno sociocultural e histórico donde se ejecuta la comunicación.

2.3.3.3.5. Gestión financiera

Para Terrazas (2009), define: “La Gestión Financiera como la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir,

controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y resultados.” (p. 57).

Uno de los temas en debate de lo que ahora entendemos como gestión administrativa, es la manera de como gestionas de una forma óptima el dinero, si bien es cierto todas las operaciones se materializan en expresiones monetarias y por ende en términos económicos financieros, es trascendente que en estas situaciones se puede planificar e implementar con eficiencia y eficacia.

La unidad productiva como la empresa lo que busca es maximizar la riqueza de los socios emprendedores de la misma, el objetivo se constituye cuando usando los recursos se logra un bienestar común. El personal que maneja el efectivo de la empresa debe procurar alcanzar la maximización de la relación costo-beneficio. Esto implica buen manejo de los créditos, inventarios, compras, etc.

La Gestión Financiera asigna recursos para activos corrientes y fijos, entre variadas mezclas de alternativas puede encontrar la mejor opción de financiación. Puede desarrollar un criterio para maximizar y repartir las ganancias de tal manera que parte de los recursos se pueda invertir en la empresa para su crecimiento. No debe de descuidar el recurso humano como elemento fundamental de la organización.

La principal herramienta de la Gestión Financiera es el presupuesto, su desarrollo es una tarea que consiste en concretar recursos financieros en las tareas de una empresa de acuerdo a sus resultados logrados.

El presupuesto se traduce en el ¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Con quién? en relación a los recursos administrados. Tal como lo ilustramos en la figura 5.

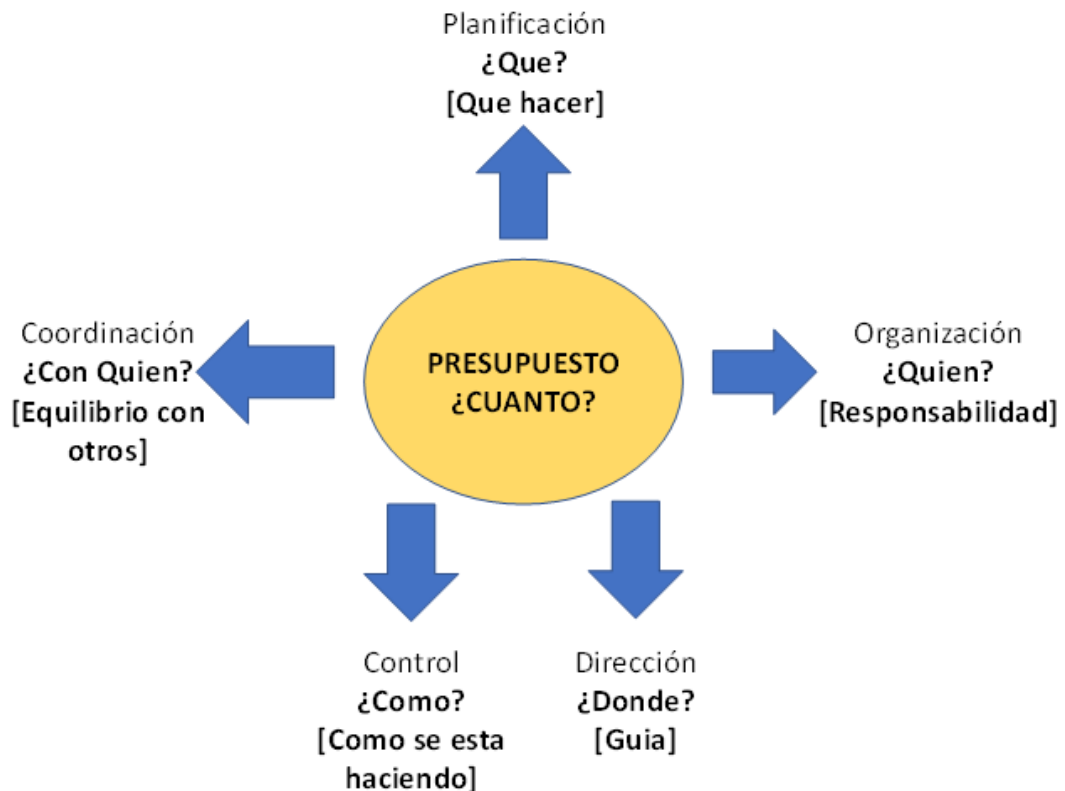


Figura 5. Relación de funciones administrativas con el presupuesto

Fuente. Terrazas (2009)

Es necesario mostrar el presupuesto y sus relaciones con las principales funciones administrativas de una organización (Burdano, 1989).

El análisis de la problemática de las empresas empieza con una gestión eficiente de recursos, debemos analizar los problemas centrales a raíz del conocimiento de la causa que lo origina, esto se logra relevando datos de la organización, ya sea obteniendo datos del cliente interno o externo, para poder plantear los efectos, a este método se le conoce como el *árbol de problemas – solución*. Tal como lo mostramos en la figura 6, el análisis de este árbol nos lleva a pensar cuales son las perturbaciones en la empresa que deben ser corregidas para disminuir los efectos, esta tarea involucra a la totalidad de niveles de la institución.

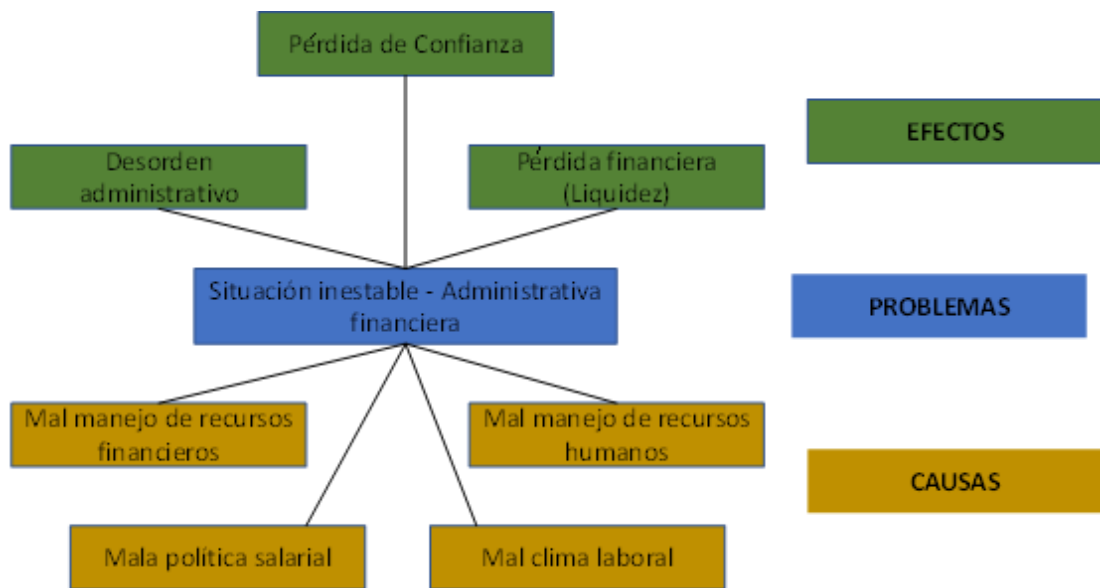


Figura 6. Árbol de problemas financieros de una organización

Fuente. Terrazas (2009)

El método del *árbol de problemas – solución*, nos permite a partir de un análisis del árbol de problemas llegar al árbol de soluciones (u objetivos), cambiando la polaridad de los enunciados, este método es práctico, cuando tenemos a la mano una lluvia de ideas (Brainstorming) generadas en reuniones de trabajo o preguntando a los implicados en los procesos internos o externos de la empresa, en la figura 7, mostramos el árbol de objetivos generado a partir del árbol de problemas.

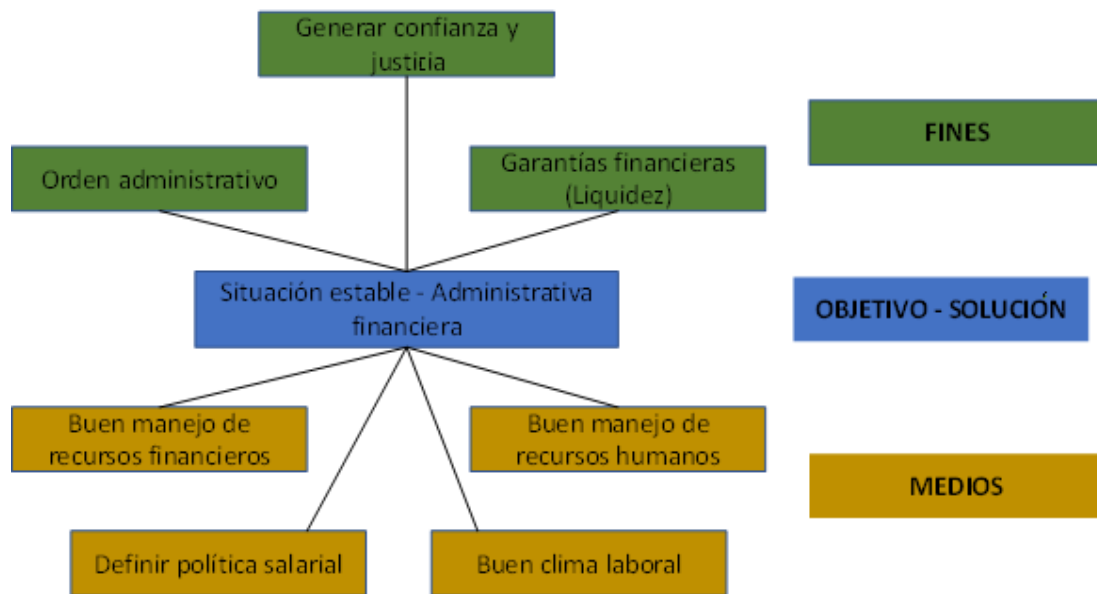


Figura 7. Árbol de soluciones financieras de una organización

Fuente. Terrazas (2009)

Finalmente, un modelo de Gestión Financiera, dependiendo la complejidad de la unidad económica debería contar con tres fases:

1. Fase de Planificación. - Es el elemento estratégico más importante, no podemos planificar nada tampoco presupuestar recursos, sino tomamos en cuenta la estrategia de la organización.
2. Fase de Ejecución y Análisis. – Es el elemento en el cual la empresa se encuentra en marcha y se ejecuta el presupuesto, debe ser preparado en base a los estados financieros de la organización.
3. Fase de Control y Decisión. – Aquí interviene un control físico y de procesos que son monitoreados con indicadores que permiten al gestor verificar si se cumplen ciertos estándares que llevara a este mismo a tomar decisiones sobre el desempeño del proceso.

2.3.3.3.6. Capacidad de adaptación al entorno

Según Alles (2008), nos indica que la “adaptabilidad organizacional” implica la situación de adaptación y acoplamiento a las variaciones que se generan en la sociedad.

En este contexto que encierra al ser humano para que este modifique su comportamiento para integrarse en nuevos procesos desarrollando capacidades para

situarse con efectividad y desempeñar las tareas sin modificar el funcionamiento de la empresa.

Selección de personal en un proceso de adaptación

Chiavenato (2009) en su libro Gestión del recurso humano, nos manifiesta que la “selección del recurso humano” es un tamiz que restringe en la selección de ciertas personas que cuenten con características deseadas las cuales integrarán la organización.

Seleccionar de una forma adecuada al personal idóneo para la función que va a desempeñar dentro de la empresa en el momento señalado, lo que estaría buscando la empresa es el candidato que cumpla los requisitos para ocupar una vacante cumpliendo las competencias exigidas de la industria o rubro. A fin de adecuar con efectividad a la persona en las tareas, circunstancia que conlleva a un mayor desempeño como persona y profesionalización, y da soporte al alcance de metas de los interesados.

El innovar en las empresas es el criterio de competitividad en muchas secciones de una empresa (planeación, recursos humanos, finanzas, marketing, logística, etc.), también se da en entornos, sistemas, procesos, bienes, servicios mercados y tecnologías, por lo que, la necesidad que la empresa tenga en su staff colaboradores calificados, capaces de afrontar nuevos retos. La dinámica del movimiento de personal (personal nuevo que ingresa, personal antiguo que sale de la empresa), es un instrumento de gestión importante en la empresa. En esta etapa de elección de personas potencialmente contratadas es compleja por la investigación que conlleva y finalmente termina la toma de decisiones.

- a) Los procesos más comunes son dos comparaciones y de elección, el primero son los parámetros que se debe de cumplir para el puesto y el segundo, se refiere a conexión existente en el cargo, las habilidades y los criterios que debe poseer el aspirante.
- b) La condición más tradicional en un proceso selectivo, son el modo de ubicación, se refiere a aceptar al aspirante si cumple con la información completa para ser admitido sin discriminación alguna, también tenemos el modo de selección, el cual consiste en confrontar a los aspirantes, para ver quién es el más idóneo, aquí nos encontramos con la etapa del proceso donde

se niega o acepta al postulante. En otros casos se usa el modo de clasificar a los concursantes de acuerdo al perfil profesional que tienen en base a habilidades, en esta etapa comúnmente se guardan los expedientes por la necesidad de ser usados en el futuro.

- c) Las técnicas de la selección, en una entrevista se debe demostrar seguridad, en esta etapa cuyo fin es comunicar bidireccionalmente a dos personas para obtener información del aspirante, también es común usar pruebas de conocimiento y pruebas psicológicas, esta última para determinar si el postulante tiene el perfil para el puesto.

Relaciones con los sujetos en el ambiente laboral

Chiavenato (2011), en esa brecha tenue entre empleados y directivos de la empresa aporta mucho las vías comunicativas las relaciones en el trabajo son parte fundamental del que hacer de la empresa, también aquí notamos de qué manera están involucrados los colaboradores, la manera como se comunica en la empresa es importante no solo radica en dar órdenes y cumplirlas, habría que corregir el tipo de comunicación.

Como se crean las relaciones laborales: Hay que seguir los siguientes pasos, la comunicación, cooperación, protección, asistencia, disciplina.

Según Guzmán (2018):

Las relaciones laborales constituyen un gran reto para toda organización, al considerar que son la forma en cómo deben convivir y adaptarse los individuos a los diferentes cambios que surjan en la industria, también la forma de comunicarse para que ambas vías estén en constante interacción, y adaptarse a las diversas personalidades, contextos y actitudes. (p. 11)

Cultura organizacional durante el proceso de adaptabilidad

Este término es muy complejo, hay la intención de orientar a los trabajadores para que se acomoden dentro de una unidad económica, en las diferentes actividades de la misma, son los trabajadores que se acomodan al clima de la empresa, en relación de la asimilación de la misión, visión, valores, y políticas de la empresa.

Según Chiavenato (2009), la cultura de la organización es un conjunto de

tradiciones, dogmas y rutinas que se dan en una empresa determinada, eso mismo crea una rutina en los trabajadores, al final esta se vuelve una actividad impuesta.

Para cambiar la cultura de la organización se tiene que identificar el desempeño de los colaboradores, su impacto en la productividad en la empresa. Se señala que, al modificar el comportamiento de los trabajadores, este puede traer consecuencias positivas, pero de carácter lento, la forma de implantar nuevas actividades en ocasiones es complejo y puede generar desmotivación, influyendo en la productividad.

Comportamiento Organizacional

Según Robbins y Judge (2012), definen al comportamiento organizacional: “Un campo de estudio que investiga el efecto de los individuos, los grupos y la estructura sobre el actuar dentro de una industria, con la finalidad de aplicar tal conocimiento en mejorar la efectividad de la empresa.” (p.16)

El accionar dentro de una empresa, es decir el comportamiento puede modificarse según la situación, el individuo tiene temor a cambiar su modo de hacer las cosas por la incertidumbre que le viene si modifica su comportamiento.

Existen tres categorías de comportamiento: individual, grupal y estructural.

- i. Individual. Se señala la forma en la cual se desenvuelve ante un hecho, mostrarse y ver la propia marca al relacionarse con otros individuos, refleja el contexto y en ella el día a día.
- ii. Grupal. Se indica la manera en la cual te relacionas con otros grupos y el desempeño ante alguna situación, trabajo en equipo para el alcance de metas.
- iii. Estructural. Se indica a la forma de cómo te alineas, el trabajador en su empresa para laborar conjuntamente, apoyado por los recursos que tiene la organización.

Actitudes laborales

En el estado de ánimo de los individuos, se puede apreciar cómo se encuentran o sienten, es la contestación en la cual se identifica los nuevos hechos de la empresa, a través de las actitudes se ve reflejado la positividad o negatividad hacia los mismos y la manera como se adaptan a los nuevos acontecimientos, su propia

conducta mostrará la manera en que, si acepto o rechazo, y es uno de las partes fundamentales de la empresa.

Los componentes básicos:

La cognitividad. Señala la manera en la cual los trabajadores percibe las opiniones, que se ve evidenciada en su actitud.

La afectividad. Indica la forma en que la actitud que ejerce el trabajador ante las emociones que se generan en el entorno laboral, esto influye en el rendimiento.

El comportamiento. Muestra la actitud de respuesta del trabajador ante un hecho y, se deja ver en su conducta y lenguaje no oral un rechazo o aceptación.

Las actitudes son complejas en ese dicho, por tal razón, son parte básica para el *proceso de adaptación en la empresa* estas consisten en la forma como son aceptadas. Las actitudes mostrarán el interés que se posee, este interés está vinculado en algunas situaciones a cuestiones de fácil predicción, por la forma de cómo reaccionan o comportan los trabajadores. A la fecha, es más fácil que en una empresa se acuerde de un individuo más por sus actitudes que por su nombre. En el instante que aparezca un cambio en la organización se deja notar la actitud del trabajador para ver su respuesta y la manera en la cual será percibida como adaptación ante nuevos esquemas, actividades o tareas.

Las más importantes actitudes en un centro laboral son su satisfacción, iniciativa, compromiso, apoyo en la organización, responsabilidad del empleado.

Motivación

La motivación es un estado de energía que esta incentivado de manera consciente e inconsciente en el trabajador, este produce en ellos impulsos para satisfacer sus deseos, en una situación de cambio en la organización estos impulsos pueden generar desmanes y modificar su comportamiento y perspectiva, a favor o en contra de los intereses de la empresa.

Liderazgo

Es una de las materias más complejas de enseñar por la tipología de requisitos que se requiere, en este contexto el individuo que acepta ser un líder debe tener en cuenta la enorme responsabilidad que ejercerá en la empresa, el líder toma decisiones y tiene que lidiar con otras personas, sus conductas y actitudes, el líder

tiene que modificar en ellos nuevas habilidades para integrarse a nuevos contextos.

Los elementos en el liderazgo son:

La influencia. El líder debe influir en las personas para que grupalmente alcancen la meta como equipo de trabajo, debe ser claro al expresar sus ideas y debe motivar a las personas para que realicen sus funciones de la mejor manera, también haciéndolos participar de tareas en equipo propiciando un grato ambiente laboral.

Objetivos en la organización. En esta parte se debe influir en los equipos para llegar a las metas de la institución, se sugiere involucrar a la alta dirección.

Cambio. Ante un escenario de cambio constante, el líder debe de mostrarse como un modelo, ya que los colaboradores seguirán su ejemplo, los cambios no necesariamente son pasajeros, pueden variar o mantenerse constantes.

Personas. En esta unidad el líder debe tratar con todo tipo de personas, es decir tener trato con un operario de limpieza y tenerlo con un gerente, el líder tiene que lidiar con ciertos comportamientos para involucrarlos en los objetivos de la organización.

2.3.4. Realidad Peruana y Mundial del Emprendimiento

Muchos empresarios, ciudadanos, gobiernos están interesados en temas relacionados con el emprendimiento. Este interés ha aumentado de manera significativa con la pandemia y la opinión de los actores es esencial para entender al emprendimiento como piedra angular para una recuperación sostenida. El emprendimiento es y ha sido la clave en el desarrollo económico en el mundo durante mucho tiempo, la capacidad de generar una actividad emprendedora juega un rol importante para apoyar a las economías luego de la pandemia.

A nivel global según datos del “Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur” (IPSOS, 2021)³⁰, siete de cada diez ciudadanos tienen las características tomadas importantes para emprender, un tercio de estas las tiene más fuertemente considerándose que tienen un fuerte espíritu emprendedor estos datos varían ampliamente de país a país (ver figura 8).

³⁰ Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur.- IPSOS de ahora en adelante.

ÍNDICE DE ESPÍRITU EMPRENDEDOR

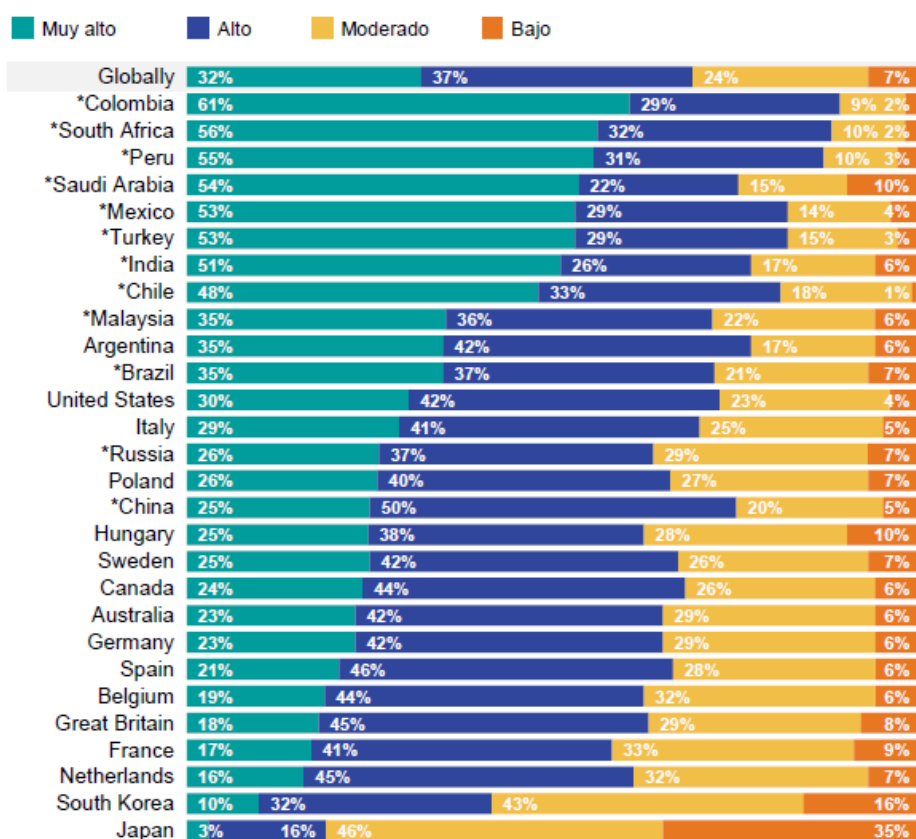


Figura 8. Índice de espíritu emprendedor por países

Fuente: IPSOS (2021)

Relacionando ciertos atributos personales (ver figura 9) como: pasión, creativo, visión, habilidoso, arriesgado, confianza en sí mismo, iniciativa, ética laboral, disciplinado, competitivo, autocontrol, flexible, buenas relaciones, planificador, administrador del dinero, mediador, innovador, ambicioso, etc. Cerca de un tercio de los ciudadanos del mundo. Colombia lidera la lista, seguido por Sudáfrica y Perú. Otros países como Bélgica, Gran Bretaña, Holanda, Corea del Sur y Japón se ubican al último.

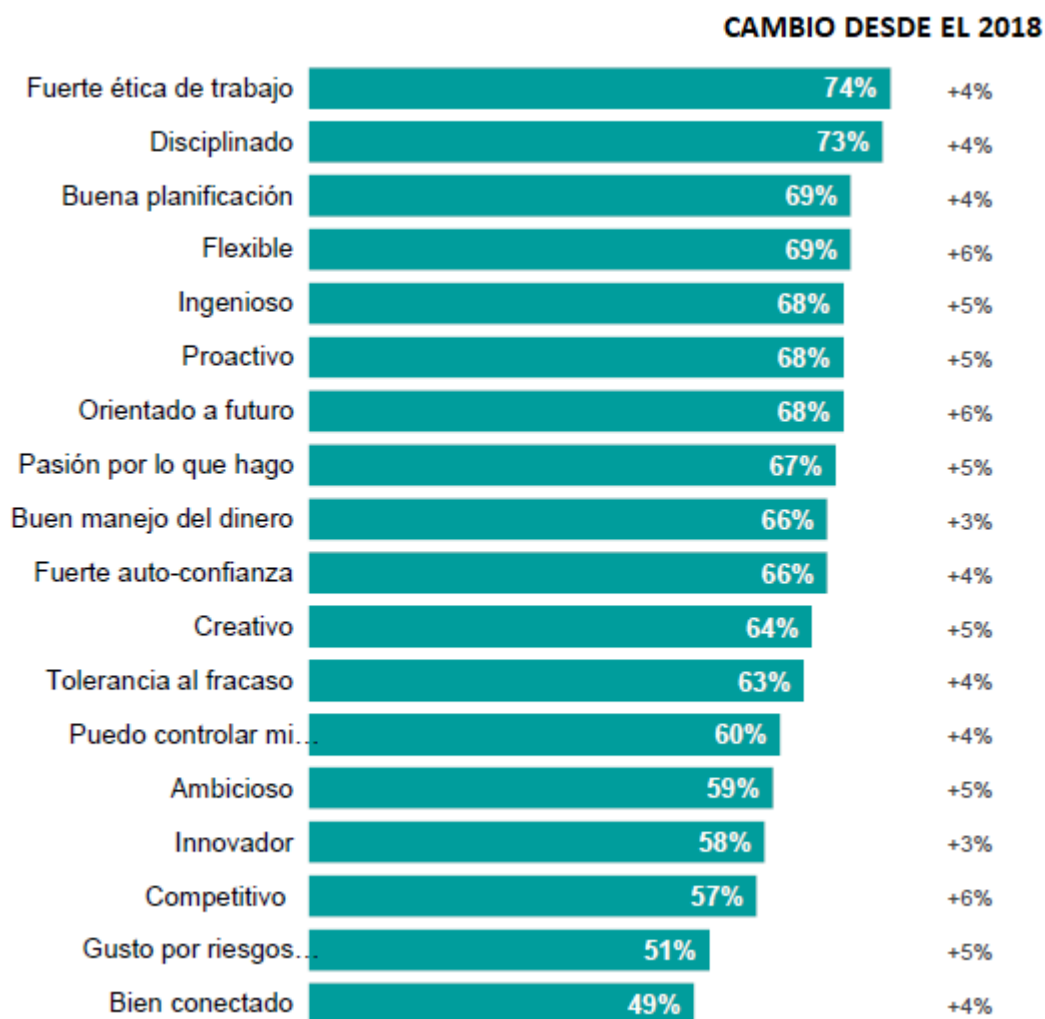


Figura 9. Componentes del espíritu emprendedor

Fuente: IPSOS (2021)

El emprendimiento se presenta de forma tradicional: la creación de negocios (espíritu emprendedor empresarial). a veces el emprendimiento de negocios aparece como emprendimiento social, entendiéndose este último involucrando un grupo de interés.

Tradicionalmente, en el pasado el emprendimiento fue llevado a cabo por lo hombres y sectores pudientes de la sociedad en el pasado, esto actualmente ya no sucede así. El espíritu emprendedor lo encontramos en los Millennials, Gen X, mayor educación e ingresos en estos grupos demográficos. Afirmamos en donde más ha aumentado en los últimos dos años es entre las mujeres y las personas con menor educación e ingresos (ver figura 10).

ÍNDICE DE ESPÍRITU EMPRENDEDOR

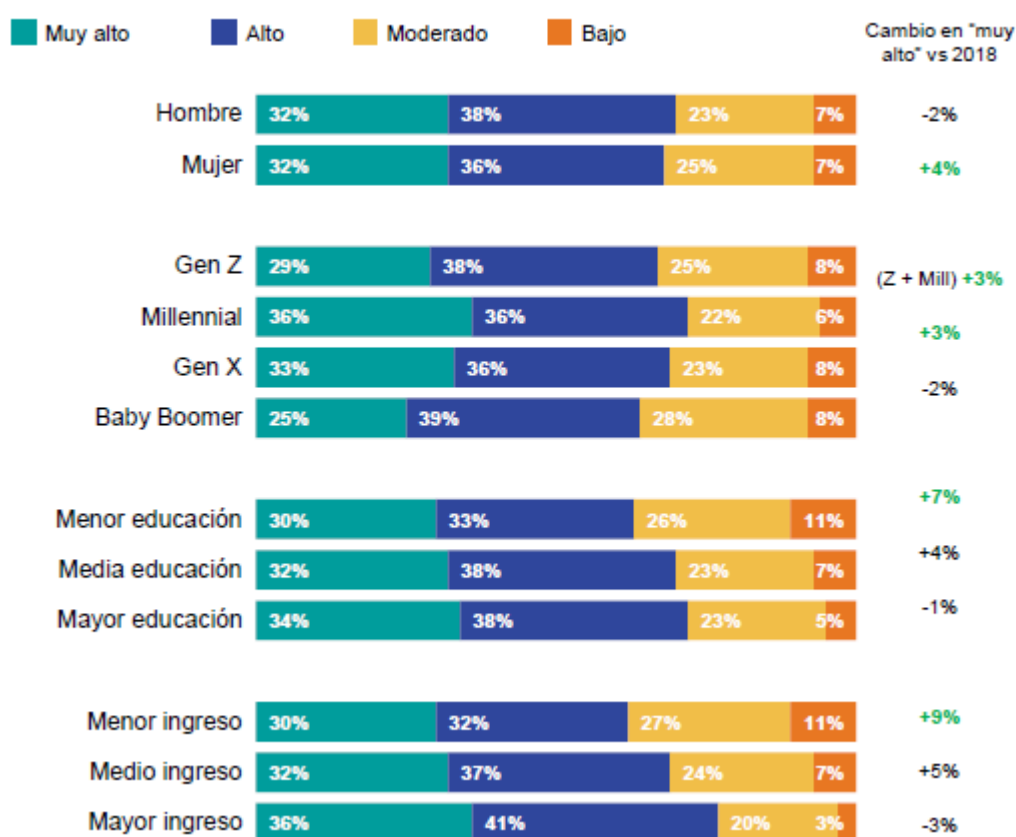


Figura 10. Índice de espíritu emprendedor por categorías

Fuente: IPSOS (2021)

En esta Figura 10, encontramos datos de impacto de relevancia para el estudio a nivel global, el gráfico nos muestra que la gente de mayor educación (34%) compone la mayoría de intenciones de emprendimientos, probablemente estamos refiriéndonos a universitarios, a pesar de ello no es tan drástica la diferencia de la intención de emprendimientos de gente con bajos estudios (30%). A ello el nivel de ingresos no es un problema, tanto para menor, medio y mayor ingreso ocupa un tercio de la población interesada en hacer negocios, con una ligera variación a favor de gente con bajos ingresos durante la pandemia (30%) frente a los de altos ingresos (36%). Otro dato a notar es que no existe mucha diferencia entre los niveles emprendimiento entre hombres y mujeres, la diferencia es casi inexistente (la cual es a favor de las mujeres durante la pandemia).

Por otro lado, si nos referimos a las principales barreras para comenzar un nuevo negocio, varían ampliamente según el país. Si vemos la figura 11, nos muestra

el desglose en cuatro variables principales: Financiamiento, interés, economía, conocimiento, etc.

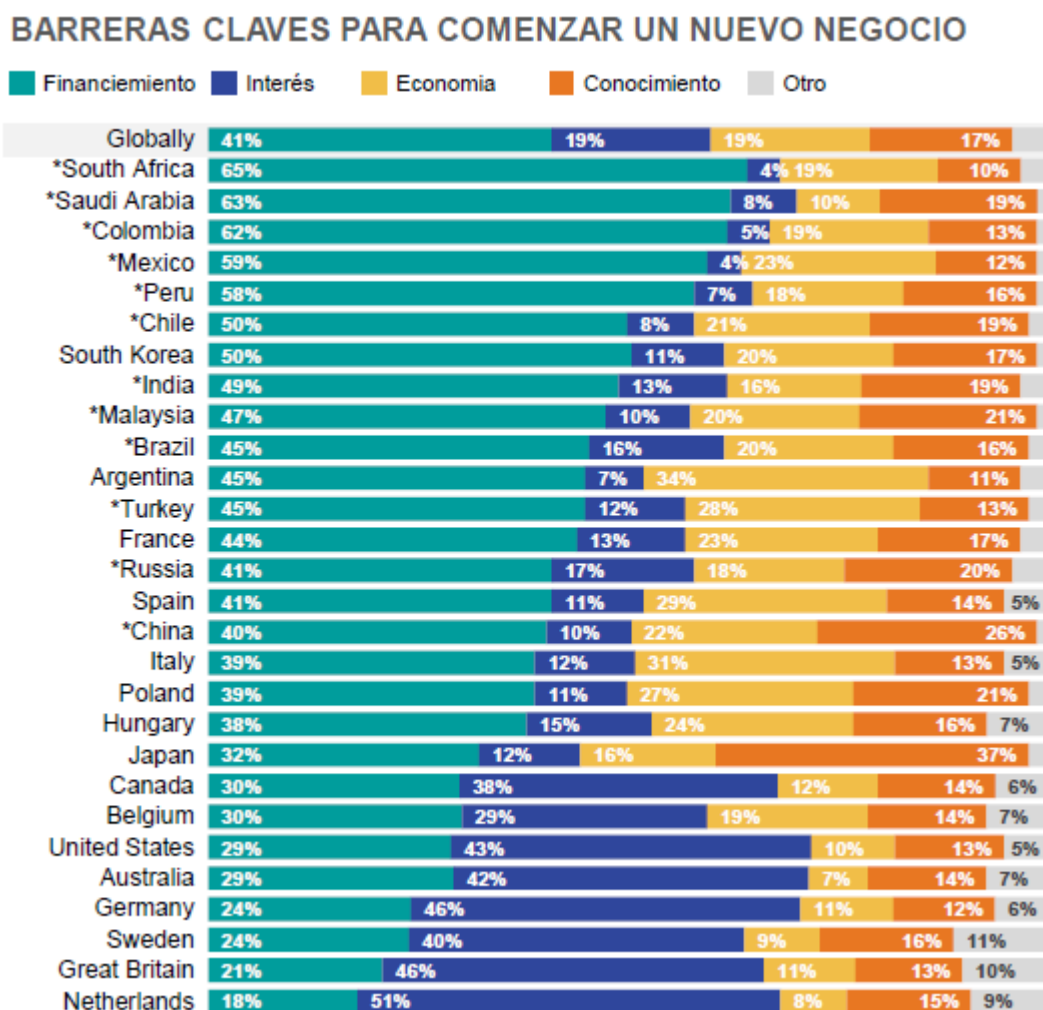


Figura 11. Barreras clave para iniciar un nuevo negocio

Fuente: IPSOS (2021)

La principal barrera la cual enfrenta el Perú, es el financiamiento (58%) frente a un (48%) a nivel global, tal vez, esto este fundamentado en la amplia informalidad que existe en el País, esto hace que muchas veces las empresas informales no sean sujetos a un crédito, sucede que las empresas en ciertos casos necesitan un capital mayor al que poseen para operar los negocios y se ven en la necesidad que recurrir a entidades financieras.

En la figura 11, a manera de comentario deja a entrever que los habitantes de Países Bajos (Holanda), necesitan menos financiamiento externo para sus emprendimientos, es decir, cuentan con recursos propios para sus emprendimientos, característico de un país del primer mundo.

También existen actores externos que intervienen en el emprendimiento ya sea a favor de estos apoyándolos o poniéndoles trabas, tal como notamos en la figura 12. Se considera que ni el gobierno, ni el sector privado (empresas) ni los bancos están desarrollando una buena labor al ayudar activamente a los emprendedores a nivel mundial.

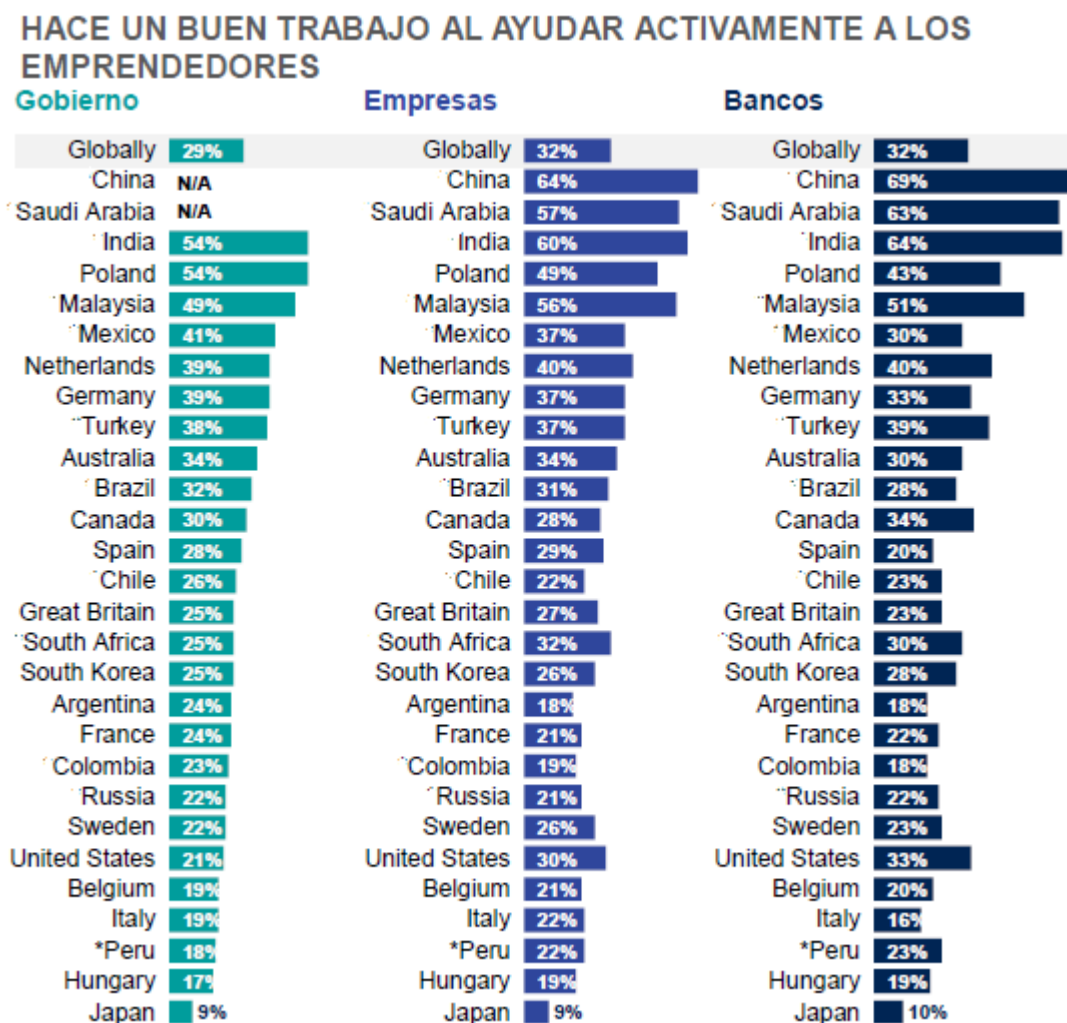


Figura 12. Apoyo a los emprendedores por parte de gobiernos, empresas y bancos

Fuente: IPSOS (2021)

El Gobierno del Perú cuenta con pequeños programas de cooperación hacia la pequeña empresa sobre todo esto se vio con más claridad en la etapa de la pandemia, no es suficiente tener una ley MYPE, el gobierno necesita articular mejor sus esfuerzos para llegar a esos emprendedores con buenas iniciativas que necesitan apoyo tanto financiero como legal. El apoyo del gobierno está representado por un

18%, frente al apoyo solidario de empresas del 22% y frente al apoyo bancario del 23%.

Para el caso peruano, según una investigación efectuada por GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ³¹y ESAN³², el País se coloca en el puesto tres con una alta cantidad de iniciativas empresariales en su etapa inicial a nivel del mundo, según la investigación una cantidad menor de empresas se consolidan, los obstáculos más relevantes indican la falta de condiciones beneficiosas para su operatividad también por ejemplo acceso al mercado financiero, lineamientos y estrategias del gobierno que favorezcan la creatividad y, la generación o traspaso de tecnologías como en las áreas de investigación y desarrollo.

El País tiene una tasa de creación empresarial en fase inicial del 24.6%. En primer lugar, encontramos a Ecuador (29.6%), seguidamente Guatemala (24.8%).

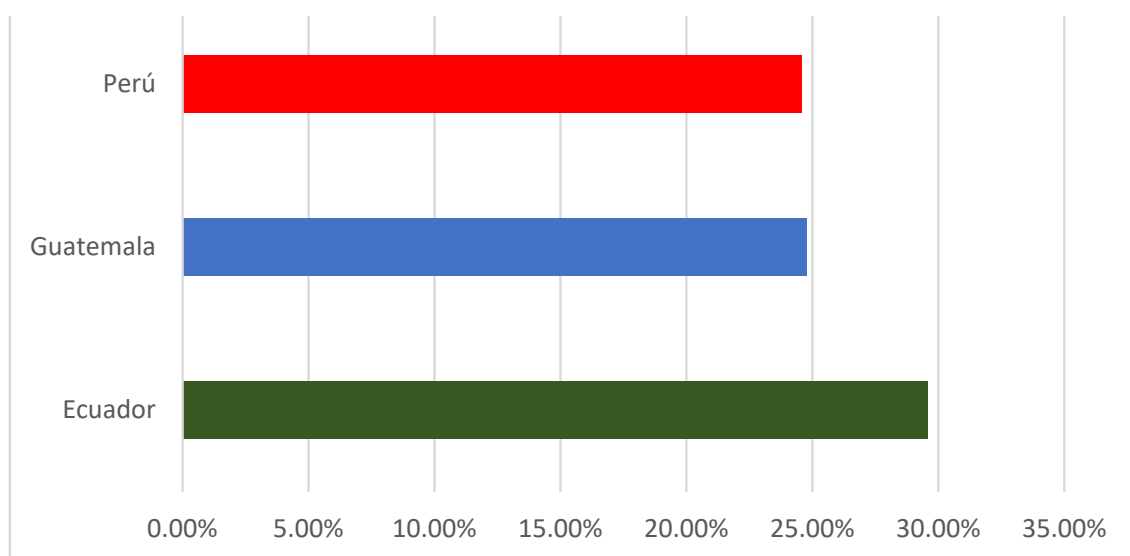


Figura 13. Tasa de emprendimientos en fase inicial

Fuente. Elaboración propia / Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Escuela Superior de Administración de Negocios, ESAN (2018)

Esta investigación nos indica que 1 de cada 4 peruanos mayores de 18 años, se encuentra relacionado en el desarrollo de algún emprendimiento o ya es dueño de uno, con un lapso menor a 3.5 años de puesta en marcha, según GEM Perú elaborado

³¹ Global Entrepreneurship Monitor. - GEM de ahora en adelante

³² Escuela de graduados en negocios – ESAN de ahora en adelante

por el ESAN. Esta misma investigación nos dice que el País se encuentra en el nivel de emprendimiento establecido con un tiempo mayor a tres años y medio de creación de negocios y su no continuación de estos, colocándose en el 6to puesto con una tasa del 7.44% en los países de la región.

Lideran esta relación, Brasil en primer puesto 16.5%, Ecuador con segundo puesto, 15.44%, y en el sexto puesto Perú 7.44%.

“Lamentablemente, parece ser que llegar a etapas posteriores de desarrollo en el negocio le cuesta demasiado al emprendedor peruano en comparación con sus pares de otros países participantes del estudio” según Jessica Alzamora, investigadora del proyecto GEM- ESAN.

Otra información existente que revela la investigación se da notar, que por cien emprendimientos creados en el Perú encontramos a treinta emprendimientos en fase inicial, con esto se visualiza trabas en la conformación de una posible iniciativa de la masa juvenil.

El estudio también indica que el posicionamiento de empresas en el país nos coloca en posición 45 de 54 a nivel mundial y también inferiormente del estándar en Latinoamérica (8 de 10).

El índice de “Consolidación de Emprendimientos” en Latinoamérica es liderado por Argentina(1.12), Brasil(0.81), Ecuador(0.52), Guatemala(0.50), Colombia(0.46), Uruguay(0.44), Chile(0.42), **Perú(0.30)**, Panamá(0.29), Puerto Rico(0.15) y México(0.10).

A nivel mundial, el mayor índice de “Consolidación de Emprendimientos”, lo tiene África(0.87), Europa(0.86), Asia y Oceanía(0.75), América Latina y el Caribe(0.45), América del Norte(0.43), y **Perú(0.30)**.

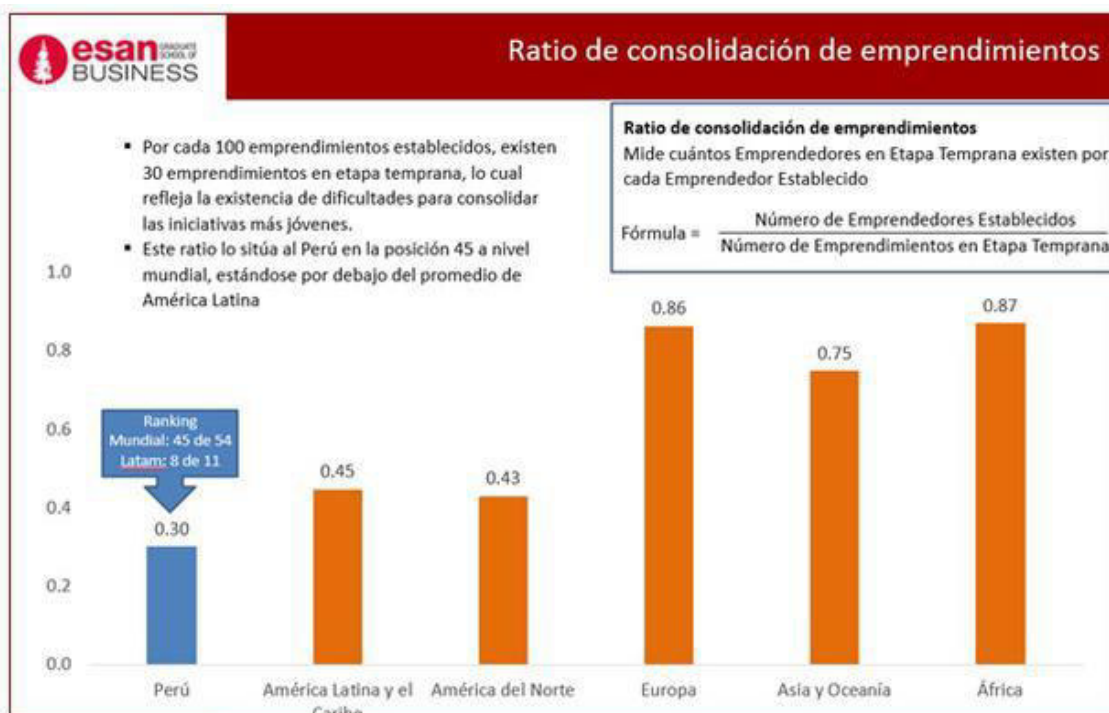


Figura 14. Ratio de consolidación de emprendimientos

Fuente. Escuela Superior de Administración de Negocios, ESAN (2018)



Figura 15. Población adulta involucrada en el desarrollo de iniciativas emprendedoras como empresario

Fuente. Escuela Superior de Administración de Negocios, ESAN (2018)

2.3.5. Acreditación Académica Internacional

Creado en 1988, el “Consejo de Acreditación para Escuelas y Programas de Negocios” (ACBSP)³³ es una organización de acreditación de programas educativos empresariales y es la primera en ofrecer acreditación internacional a todos los grados de formación de programas universitarios, desde la licenciatura hasta doctorado.

ACBSP se entiende que brinda estándares de excelencia en una serie de actividades de acreditación basada en ciertos Criterios de Educación Baldrige para la Excelencia en el Desempeño. Al tomar en cuenta cuestiones relacionadas al liderazgo, planeación de las estrategias, vínculos con las partes interesadas, calidad en la oferta académica, credenciales de la facultad y apoyo formativo juvenil, el ACBSP valúa si los paquetes educativos comerciales brindan o no una experiencia formativa fuerte y una responsabilidad con la mejora continua de la enseñanza.

Los lineamientos estratégicos de la ACBSP de vincularse con los centros de estudios superiores y centro de formación de negocios del mundo, brindando apoyo y originando espacios de oportunidad, algo más profundo que una simple certificación, nos proporciona un gran espectro de oportunidades de apoyo entre las organizaciones con membresía en diversas áreas de la temática empresarial.

Como se han generado los estándares de un “modelo de acreditación internacional” de ACBSP, es esperado concretar la iniciativa en el área investigativa y en la publicación de artículos científicos, las cuales se pueden categorizar como de hallazgo, pedagogía, integración o investigación aplicada. En Latinoamérica, se identifica con un valioso significado de cooperar con las organizaciones que la integran, y en ese camino se ha emprendido un plan genial en ese campo, el cual consiste en la producción de investigaciones donde se colabore en un aspecto que hoy en día es más importante: el emprendimiento social.

Emprendimientos sociales en las universidades

Según un estudio de la ACBSP, el 15,0% de alumnos de universidades de la zona Latinoamericana ha intervenido en un emprendimiento social, estando en

³³ Consejo de Acreditación para Escuelas y Programas de Negocios. - ACBSP de ahora en adelante

situación de colaborador(8.20%) o practicante(3.40%). Solo 3.40% de alumnos ha pertenecido a un emprendimiento social la situación de líder. En este segmento, se visualiza una mutua participación de familiares, mas experticia laboral en el rubro de la empresa y mayor presencia de féminas. De un total de 5243 estudiantes.

Tabla 5

Diferencias entre líderes de emprendimiento social (E.S.) y quienes no realizan emprendimiento social

	Líderes de E. S.	No E. S.	Diferencias
Porcentaje	3.4%	85%	Negativas
Edad Promedio	21.8	22.02	Iguales
Sexo(mujeres)	54%	60.3%	Negativas
Estudian y trabajan	48.9%	45.7%	Positivas
Experiencia laboral	20.05	16.19	Positivas
Parientes con negocio	64.4%	50.7%	Positivas

Fuente. Elaboración propia / “Consejo de Acreditación para Escuelas y Programas de Negocios” ACBSP (2018)

Índices relacionados al proyecto de emprendimiento social vinculadas al ACBSP

- Soporte institucional para un E.S.– 66.2%
- Intención de E.S. – 62.4%
- Aprobación social de E.S. – 69.9%
- Percepción positiva del E.S. – 68.9%
- Autoeficacia para el E.S. – 67.9%
- Comportamiento para el E.S. – 3.4%

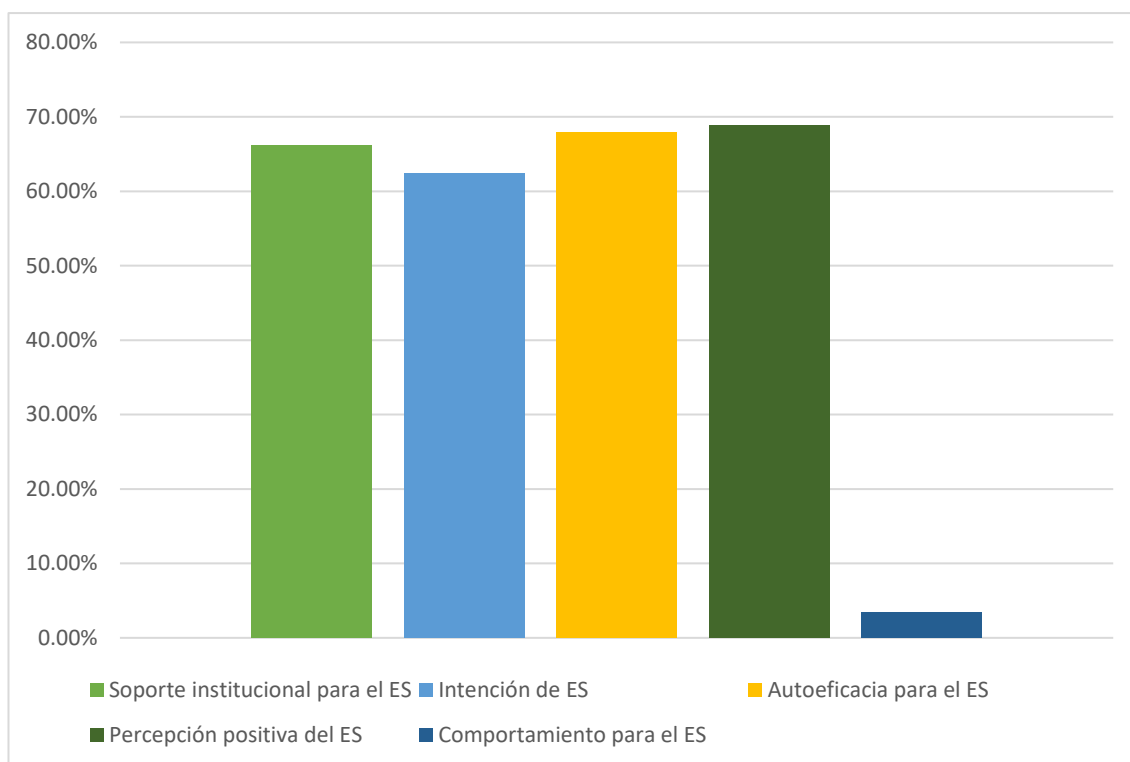


Figura 16. Distribución de porcentajes entre diversas variables asociadas al emprendimiento social con base universitaria.

Fuente. Elaboración propia / Consejo de Acreditación para Escuelas y Programas de Negocios, ACBSP (2018)

Los resultados que se muestran parecen indicar que los alumnos tienen los instrumentos necesarios a su favor, desde su formación académica contacto con los servicios universitarios como incubadoras empresariales, se aprecian con la capacidad para iniciar un emprendimiento, también una mirada positiva del emprendimiento social y sobre todo tienen el apoyo institucional para iniciar sus emprendimientos. A pesar de ello, estos resultados no se traducen en la escasa cantidad de emprendedores sociales que dirigen sus negocios.

2.4. Marco conceptual

- a. **Emprendimiento empresarial.** - La capacidad de emprendimiento es una actitud, aptitud y ambición causada por la idea de establecer un negocio sustentándose en el hecho de que se presenta una ventaja de negocio en la cual es sustancial sacar provecho. (Llamas y Ozua, 2019)
- b. **Formación académica.** – La formación académica proporciona desarrollo, consolidación de comportamientos y conocimientos socialmente

responsables en los estudiantes formando un perfil en valores que fundamente el desarrollo moral y éticos de los mismos con el fin de prepararlos para describir, explicar y comprender las necesidades de la sociedad (Tobón et al, 2014).

- c. **Creatividad.** –Supone la incursión de algo novedoso y meritorio en el contexto existente, una idea nueva, esta ha sido rigurosamente estudiada bajo consideraciones psicológicas y pedagógica. (Gervilla, 2004)
- d. **Innovación.** – La innovación es un proceso variable y libre, nos lleva a resaltar su carácter continuo y adaptativo. No es un hecho ocasional, ni una experiencia transitoria o puntual sino algo que se va construyendo conforme se avanza en su ejecución la idea. (Gervilla, 2004)
- e. **Cultura emprendedora.** – La cultura emprendedora se basa en la creación y la innovación, también planificando y creando proyectos con el fin de lograr metas empresariales. (Hernández y Arano, 2015b).
- f. **Emprendedurismo.** – El emprendimiento es una via importante para la reducción de la pobreza, la creación del desarrollo sustentable y la revitalización del entorno, en el cual el emprendedor crea empresas y contribuye a la sociedad, creando puestos de trabajo y contribuyendo al crecimiento económico. (Messina, 2018).
- g. **Empresa.** – Unidad de organización dedicada a producir bienes, y prestar servicios con fines lucrativos y dirigidos al mercado. (RAE, 2022)
- h. **Emprendedor.** - El emprendedor representa la figura estelar de la economía de mercado y se encarna en un agente con determinadas características para crear e innovar, también para adoptar las decisiones necesarias que le permitan acometer con éxito nuevos proyectos o negocios y saber asumir los riesgos que se encuentran en este desempeño particular. (Primo y Turizo, 2014)
- i. **Financiamiento.** – “La financiación es el grupo de recursos económicos que la empresa obtiene con la finalidad de realizar inversiones en su ciclo productivo y asumir los costos necesarios, de manera que pueda comercializar sus productos o brindar sus servicios.” (Herrero, 2006, p.54)
- j. **Motivación.** – Se puede entenderla como proceso que explica el inicio, dirección, intensidad y perseverancia de la conducta encaminada hacia el

logro de una meta, modulado por las percepciones que los sujetos tienen de sí mismos y por las tareas a las que se tienen que enfrentar (Naranjo, 2009)

- k. **Incubadora de empresas.** - Incubadora de Empresas es el organismo público o privado que se encarga de promover y estimular la creación de empresas de alto impacto. Su función es poder generar un entorno que provea las condiciones necesarias para el desarrollo de nuevas empresas de base tecnológica (Alba, 2015).
- l. **Escuela de negocios.** – Estas adoptan un rol más protagónico en la adopción y uso de marcos de referencia, debido a que ofrecen buenas posibilidades de aumentar de forma considerable los beneficios económicos y sociales que produce su quehacer docente, investigativo y de extensión, en particular en lo que respecta al apoyo de sus estudiantes a la innovación y la mejora en gestión de empresas de menor tamaño y emprendedores que forman parte de la economía (Espinoza, 2015).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación por la medición de las variables es de carácter cuantitativo, se categoriza como aplicada y por el tipo de preguntas es descriptivo. El diseño de investigación es no experimental porque no hay manipulación de las variables, transeccional porque se realizan en un momento dado y correlacional porque existe interrelación entre las variables, para ellos de contrasta la hipótesis de investigación. Esta es bivariable, de campo, primario. Para conocer los criterios tomados en cuenta, ver la siguiente tabla:

Tabla 6

Tipificación de la presente investigación

Criterio	Tipo
“Por el tipo de preguntas”	Descriptiva
“Por el método de contrastación de la hipótesis”	Correlacional
“Por el tipo de medición de las variables”	Cuantitativa
“Por el número de variables”	Bivariable
“Por el ambiente en que se realiza”	Campo
“Por la fuente de datos”	Primaria
“Por el tiempo de aplicación”	Transeccional
“Por el tipo de investigación”	Aplicada

Fuente. Elaboración propia

3.2. Unidad de análisis

Para esta investigación, el objeto de estudio está conformado por la comunidad estudiantil del tercer ciclo al décimo ciclo de las carreras de Administración, Negocios internacionales y Turismo, puesto que el primer y segundo ciclo corresponde a los estudios generales, y a partir del tercer ciclo se llevan los cursos de especialidad en las tres escuelas profesionales mencionadas, entendiéndose que está conformada por los alumnos con matrícula vigente.

3.3. Población de estudio

La población está integrada por alumnos de pregrado de todas las especialidades que ofrece la Facultad de Ciencias Administrativas a partir del tercer ciclo.

Tabla 7

Población de estudio

Alumnos	Administración	Negocios Internacionales	Administración de Turismo
1632	750	458	424

Fuente. Elaboración propia / (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2021) *

*No se consideró a la Escuela de Estudios Generales

3.4. Tamaño muestral

En el cálculo de la muestra se decidió utilizar un tipo de muestreo no probabilístico (Otzen y Manterola, 2017), denominado muestreo por conveniencia a razón que la metodología de tomar la prueba no alcanza a toda la muestra requerida, es decir los alumnos de la Facultad de Administración que se encuentran con disposición a responder la encuesta online, en el momento no lo resuelven, solo se levanta la información que se tiene en ese momento, recordemos que una de las características de la investigación es que es transeccional, se toma en un momento de tiempo. En el muestreo por conveniencia consiste en seleccionar los casos elementales, en el cual no se tienen intervalos de confianza para estipular el valor poblacional, sino que solo se pueden hacer apreciaciones puntuales. Según Hernández et al., (2014a), el muestreo por conveniencia, representa a los casos en los cuales tenemos acceso. Tomando como base que los estudiantes de las tres escuelas llevan cursos de negocios, no se realiza ningún tipo de discriminación al momento de la recolección de datos, porque se está buscando precisamente solo ese aspecto en formación de negocios que viene a ser lo que nos interesa, por lo que se prefirió tomarlas en igual proporción.

3.5. Selección muestral

La selección muestral asciende a 315 estudiantes de las tres escuelas profesionales.

3.6. Técnicas de relevamiento de datos

Técnicas están conformados por los instrumentos de campo que se tomaran por cada variable.

- **Variable X:** Formación académica (variable independiente)
Cuestionario (ver anexo)
- **Variable Y:** Emprendimiento empresarial (variable dependiente)
Cuestionario (ver anexo)

3.7. Operacionalización de variables

Determina la manipulación de las variables necesario para medir sus dimensiones(ver anexo).

3.8. Matriz de consistencia

Es una matriz que nos sirve como guía en una investigación, cuenta con las siguientes partes: problema, objetivo e hipótesis, también se desglosa en los siguientes elementos: problemas, objetivos, hipótesis de índole específico y sus respectivas variables. También subvariables de las hipótesis específicas y técnicas de relevamiento de datos para cada variables de estudio(Ver Anexo).

3.9. Análisis de confiabilidad del instrumento

Aquí encontramos los resultados del análisis de confiabilidad respectivos a la formación académica y a la capacidad de emprendimiento empresarial.

Se determinó un tamaño muestral piloto de 50 estudiantes de las tres escuelas de la FCA-UNMSM. “Con el fin de conocer el grado de confiabilidad de los instrumentos utilizados en la investigación, se recurrió al coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach (α) porque se presenta una escala Likert.” (Cronbach, 1951, p. 297)

Índice Alfa-de-Cronbach:

En el cual:

n, k: N° de datos

σ_x^2 : Varianza

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^n \sigma_{x_i}^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Tabla 8*Índice de confiabilidad de la Formación Académica*

	N	Ítems	Alfa de Cronbach
Formación Académica	50	25	0,941

Se indica que el índice del valor del coeficiente “alfa de Cronbach” de uno de los instrumentos variable Formación Académica, se muestra con un nivel de confiabilidad admisible ($\alpha = 0.941$).

Tabla 9*Índice de confiabilidad de la Capacidad de Emprendimiento Empresarial*

	N	Ítems	Alfa de Cronbach
Capacidad de Emprendimiento Empresarial	50	29	0,957

Se indica que el índice del valor del coeficiente “alfa de Cronbach” de uno de los instrumentos variable Capacidad de Emprendimiento Empresarial, se muestra con un nivel de confiabilidad admisible ($\alpha = 0.941$). Concluimos, que los instrumentos son confiables y miden la característica que se busca en esta investigación.

Tabla 10*Escala de Valor del α de Cronbach*

Valor α de Cronbach	Distinción
[0.95 a + >	Muy alto
[0.90 a 0.95 >	Elevado
[0.85 a 0.90 >	Muy bueno
[0.80 a 0.85 >	Bueno
[0.75 a 0.80 >	Muy respetable
[0.70 a 0.75 >	Respetable
[0.65 a 0.70 >	Baja aceptación
[0.40 a 0.65 >	Moderado
[0.00 a 0.40 >	No aceptable

Fuente. De Vellis (1991)

3.10. Validez de instrumento de recolección de datos

Los instrumentos han sido valorados para la investigación, que dan certeza de su veracidad. Estas herramientas se encargan de relevar la data y son verificados porque han pasado un método Delphi tomando en consideración algunos criterios: como:

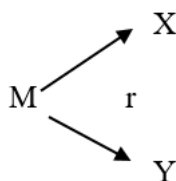
- **Univocidad.** Se ha redactado en forma clara.
- **Suficiencia.** La cantidad de preguntas muestra a conjunto de las dimensiones.
- **Consistencia.** Es consistente para el área de estudio.
- **Coherencia.** Las preguntas son coherentes para señalar cada pregunta como indicador.

Se adjuntan las opiniones de expertos en los anexos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de datos.

Para el estudio de la información en primer término se realizará el test de “bondad de ajuste” con la técnica de Shapiro Wilk o Smirnov Kolmogorov y de acuerdo los resultados se decidirá la aplicación de estadísticos paramétricos o no paramétricos, asimismo los test de las proposiciones a contrastar de la investigación se desarrollaron con el software SPSS 26.



Donde:

M: Muestra de estudio

X: Formación educativa

Y: Emprendimiento empresarial

r: Relación $Y=f(X)$

A continuación, mostramos los resultados de este estudio en grado inferencial, con la finalidad de contribuir la base estadística que corrobora los resultados. Se valuó la distribución de las variables de investigación mediante la prueba de normalidad, la misma que se explica para la contrastación de las proposiciones planteadas.

Prueba de normalidad

Hipótesis:

H₁: “Los datos referentes al estudio difieren de una distribución normal.”

H₀: “Los datos referentes al estudio no difieren una distribución normal.”

Grado de significancia: Alfa = 5%

Tabla 11*Prueba de Kolmogorov-Smirnov*

	Formación Académica	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
N	315	315
Media	101.538	57.413
Parámetros normales Desviación estándar	8.1613	9.190
Parámetro de prueba	0.189	0.111
Sig. asintótica (bilateral)	0.000	0.016

Nota: $p < 0.05$ “Significativo”

Fuente. Elaboración propia

Criterio de decisión

Se evidencia estadísticamente el rechazo de la hipótesis nula.

Conclusión: La data en referencia sobre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial no se comportan como una distribución normal. Esta es una clara evidencia para usar métodos **estadísticos no-paramétricas** para el estudio estadístico.

4.2. Pruebas de Hipótesis**4.2.1. Contrastación de hipótesis general por el método del chi-cuadrado****Hipótesis nula**

H_0 = “La formación académica, NO se relaciona significativamente con la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”

Hipótesis alternativa

H_i = “La formación académica se relaciona significativamente con la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021”

$H_i: r \text{ X } Y = 0$

No se presenta correspondencia (r) entre la variable independiente (X) y la variable dependiente (Y)

Hi: $r_{XY} \neq 0$

Se presenta correspondencia (r) entre la variable independiente (X) y la variable dependiente (Y).

Para realizar el contraste de hipótesis se utilizó el método estadístico de la prueba de chi-cuadrado cruzado. Esto se debe a que necesitamos indicar si la variable contribuye o no: habiéndose aplicado sobre las Tablas. Cada uno representa una serie de informaciones sobre un evento o variable.

Para ello, se llevaron a cabo la siguiente serie de actividades demostrativas:

Se empleó como estadístico de prueba, la Chi-Cuadrado.

Chi-Cuadrado Crítico (X^2 crítico) = (v; α)

Aplicar la expresión $v = (m1) * (n1); (2-1) * (5-1) = 4$, este es el valor de v. Tomando en cuenta que α el “nivel de significancia” es del 5.0%, y al usar la tabla de probabilidades nos un valor p de 0,95.

Por cual, en el cruce de $p = 0,95$ y 4 grados de libertad se ubicó en la tabla de estadísticas con un resultado de 9.488. Representando el valor crítico de la distribución $X^2 = C$.

Valores críticos de la distribución X2

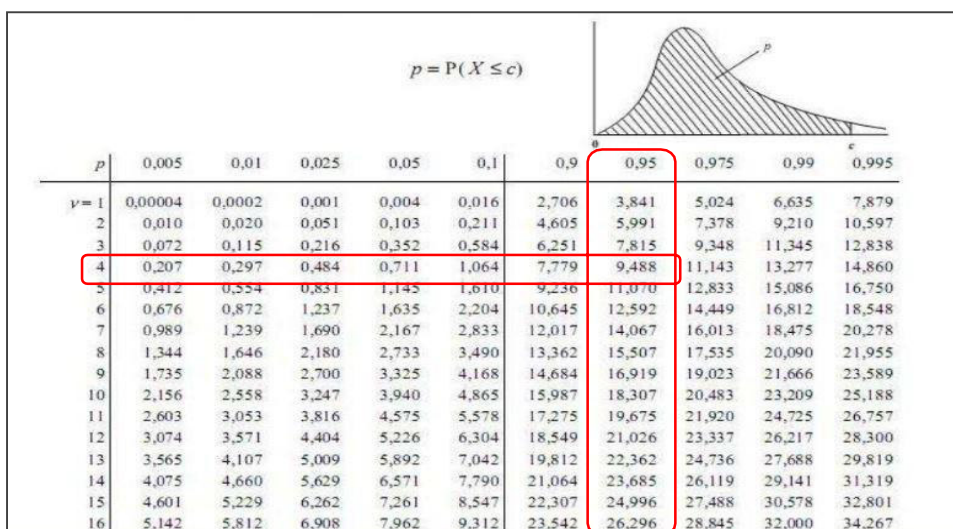


Figura 17. Valores críticos de la distribución X2

Fuente. Elaboración propia

Observaciones: Los data se usa en la muestra cómo se obtuvo.

Se usó la fórmula para establecer la frecuencia esperada de las tablas, donde
 V_e = Valor esperado.

$$V_e = (\text{Total de columna} * \text{Total de fila}) / \text{Total}$$

Se obtuvo el siguiente resultado:

- $V_e = (323 * 255) / 646 = 127,50$
- $V_e = (323 * 248) / 646 = 124,00$
- $V_e = (323 * 61) / 646 = 30,50$
- $V_e = (323 * 48) / 646 = 24,00$
- $V_e = (323 * 34) / 646 = 17,00$
- $V_e = (323 * 255) / 646 = 127,50$
- $V_e = (323 * 248) / 646 = 124,00$
- $V_e = (323 * 61) / 646 = 30,50$
- $V_e = (323 * 48) / 646 = 24,00$
- $V_e = (323 * 34) / 646 = 17,00$

Se usó la fórmula para el establecimiento del Chi-Cuadrado y se encontró:

Ecuación 1 Determinación del Chi-Cuadrado (o: observado e: esperado)

$$X^2 = \sum (f_o - f_e)^2 / f_e$$

$$\Sigma = (128 - 127,50)^2 / 127,50 + (129 - 124,00)^2 / 124,00 + (12 - 30,50)^2 /$$

$$30,50 +$$

$$(31 - 24,00)^2 / 24,00 + (23 - 17,00)^2 / 17,00 + (127 - 127,50)^2 / 127,50 +$$

$$(119 - 124,00)^2 / 124,00 + (49 - 30,50)^2 / 30,50 + (17 - 24,00)^2 / 24,00 +$$

$$(11 - 17,00)^2 / 17,00 = 31,168$$

Identificando la Región de Aceptación (RA)

Región de Rechazo(RR) de la Hipótesis Nula.

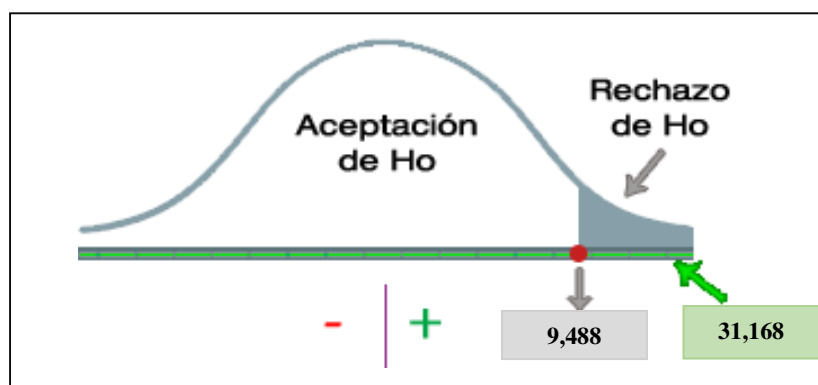


Figura 18. Identificando la región de aceptación

Fuente. Elaboración propia

Observaciones

Los data se usa en la muestra cómo se obtuvo.

Estimamos el X^2 y lo encontramos en la Región de Rechazo (RR), por el cual, no admitimos la Hipótesis Nula (H_0), y si lo hacemos con la Hipótesis Alternativa (H_1),

La formación académica se relaciona significativamente con la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021

4.2.2. Contrastación de hipótesis general por el método del Rho de Spearman

Seguidamente, se muestra el resultado estadístico con respecto al contraste de las proposiciones principales propuestas en la investigación.

Hipótesis General:

H_0 : “No existe relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

H_1 : “Existe relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

Nivel de significancia: Alfa = 5%

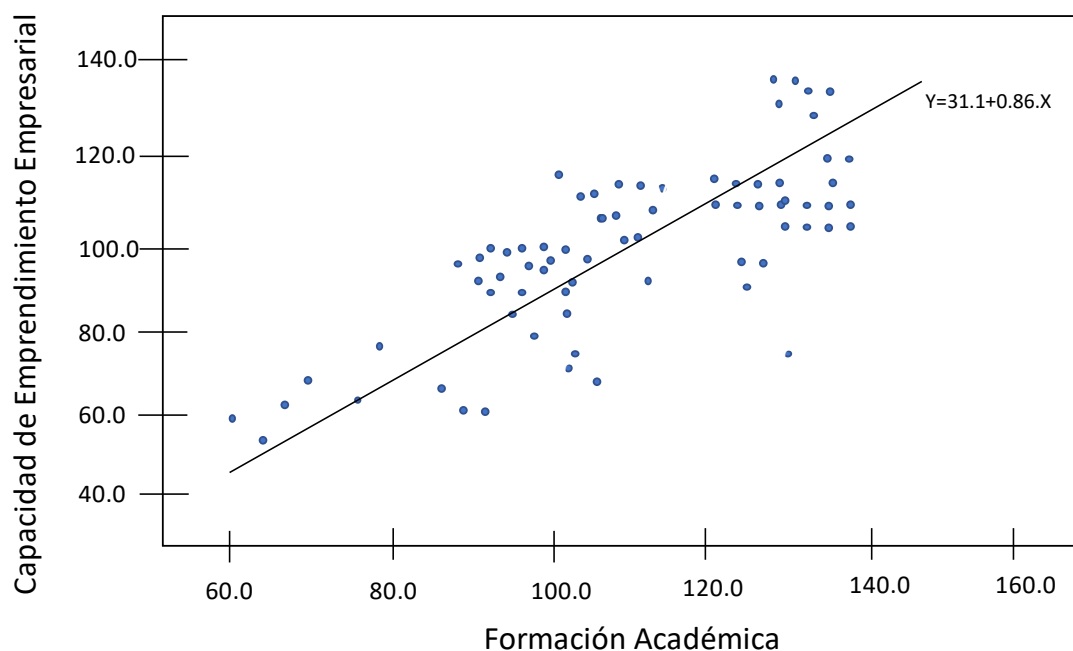


Figura 19. Diagrama de dispersión entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial

Fuente. Elaboración propia

Se observa una tendencia positiva con la variable Formación Académica y la Capacidad de Emprendimiento Empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.

Tabla 12

Relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial

			Formación Académica	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
Rho de Spearman	Formación Académica	Índice de correlación	1.000	.866*
		Sig.(bilateral)	.	.000
		N	315	315
Rho de Spearman	Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Índice de correlación	.866*	1.000
		Sig.(bilateral)	.000	.
		N	315	315

Nota: *p < .05, **p < .01, dos colas

Fuente. Elaboración propia

Dado que $p\text{-valor} = .000 < .05$, entonces existe elementos de convicción estadísticos suficientes para rechazar la hipótesis nula.

Conclusión preliminar:

Existe relación estadísticamente representativa entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial ($r=0,866$, $P\text{-valor}= 0.000$) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021, al 95% de confianza.

4.2.3. Contratación de hipótesis específicas por el método del Rho de Spearman

Hipótesis Específica 1

H₀: “No existe relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

H₁: “Existe relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

Nivel de significancia: Alfa = 5%

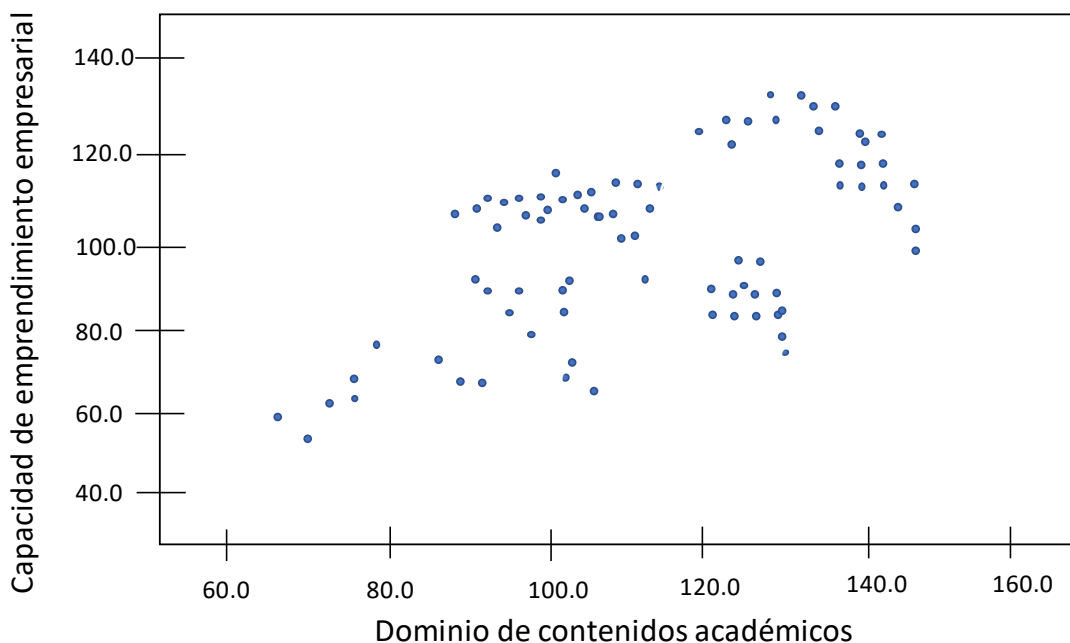


Figura 20. Diagrama de dispersión entre el Dominio de contenidos académicos y la Capacidad de emprendimiento empresarial

Fuente. Elaboración propia

Se observa una tendencia positiva entre el Dominio de contenidos académicos y la Capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.

Tabla 13.

Relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial.

			Dominio de contenidos académicos	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
Rho de Spearman	Dominio de contenidos académicos	Índice de correlación Sig.(bilateral)	1.000	.584*
		n	315	315
	Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Índice de correlación Sig.(bilateral)	.584*	1.000
		n	315	315

Nota: *p < .05, **p < .01, dos colas

Fuente. Elaboración propia

Dado que p-valor = .000 < .05, entonces existe elementos de convicción estadísticos suficientes para rechazar la hipótesis nula.

Conclusión preliminar:

Existe relación estadísticamente representativa a nivel moderado entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial (r=0,584, P-valor= 0.000) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021, al 95% de confianza.

Hipótesis Específica 2

H₀: “No existe relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

H₁: “Existe relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

Nivel de significancia: Alfa = 5%

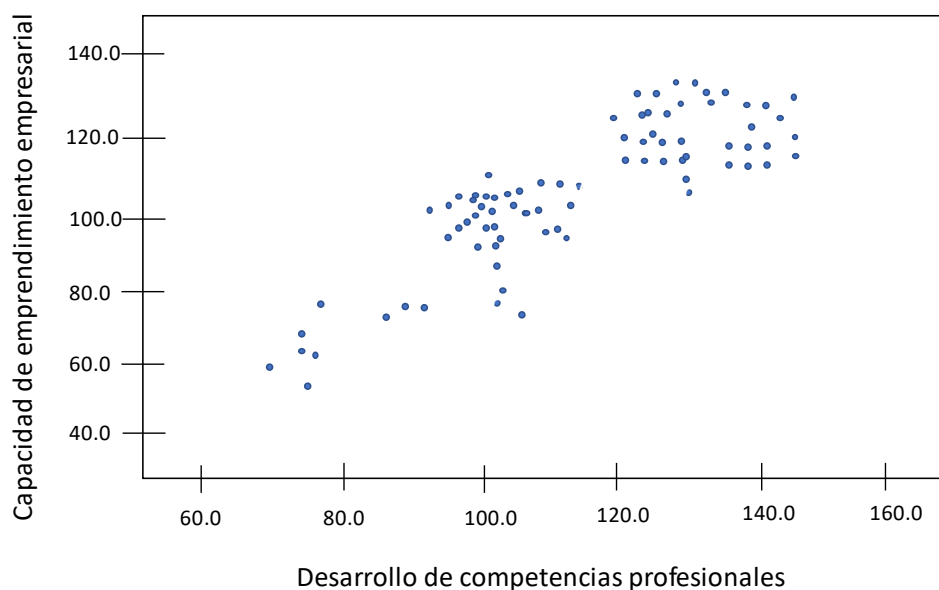


Figura 21. Diagrama de dispersión entre el Desarrollo de competencias profesionales y la Capacidad de emprendimiento empresarial.

Fuente. Elaboración propia

Se observa una tendencia positiva entre el Desarrollo de competencias profesionales y la Capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.

Tabla 14

Relación entre el Desarrollo de competencias profesionales y la Capacidad de emprendimiento empresarial

			Desarrollo de competencias profesionales	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
Rho de Spearman	Desarrollo de competencias profesionales	Índice de correlación	1.000	.826*
		Sig.(bilateral)	.	.000
		n	315	315
Rho de Spearman	Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Índice de Coeficiente de correlación	.826*	1.000
		Sig.(bilateral)	.000	.
		n	315	315

Nota: *p < .05, **p < .01, dos colas

Fuente. Elaboración propia

Dado que $p\text{-valor} = .000 < .05$, entonces existe elementos de convicción estadísticos suficientes para rechazar la hipótesis nula.

Conclusión preliminar:

Existe relación estadísticamente representativa entre el Desarrollo de competencias profesionales y la Capacidad de emprendimiento empresarial ($r=0,826$, $P\text{-valor}= 0.000$) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021, al 95% de confianza.

Hipótesis Específica 3

H₀: “No existe relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

H₁: “Existe relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

Nivel de significancia: Alfa = 5%

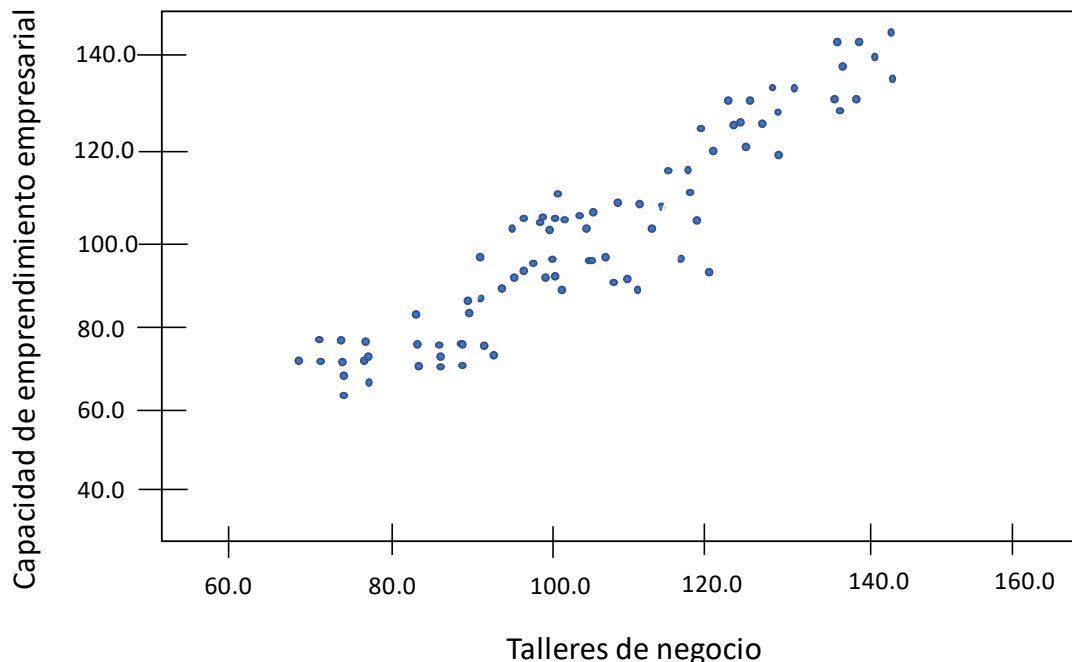


Figura 22. Diagrama de dispersión entre los Talleres de negocio y la Capacidad de emprendimiento empresarial.

Fuente. Elaboración propia

Se observa una tendencia positiva entre los Talleres de negocio y la Capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.

Tabla 15

Relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial

			Talleres de negocio	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
Rho de	Talleres de negocio	Indice de correlación Sig.(bilateral) n	1.000 . 315	.589* .000 315
	Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Indice de correlación Sig.(bilateral) n	.589* .000 315	1.000 . 315

Nota: *p < .05, **p < .01, dos colas

Fuente. Elaboración propia

Dado que p-valor = .000 < .05, entonces existe elementos de convicción estadísticos suficientes para rechazar la hipótesis nula.

Conclusión preliminar:

Existe relación estadísticamente significativa de nivel moderado entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial ($r=0,589$, P-valor= 0.000) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021, al 95% de confianza.

Hipótesis Específica 4

H₀: “No existe relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

H₁: “Existe relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

Nivel de significancia: Alfa = 5%

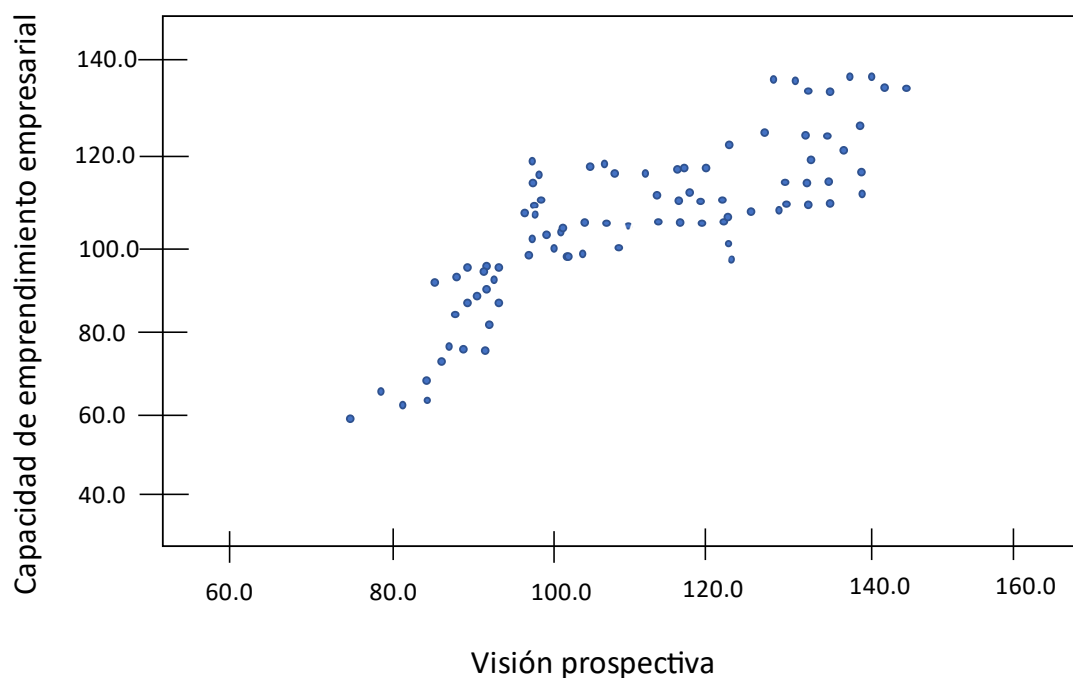


Figura 23. Diagrama de dispersión entre la Visión prospectiva y la Capacidad de emprendimiento empresarial

Fuente. Elaboración propia

Se observa una tendencia positiva entre la Visión prospectiva y la Capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.

Tabla 16

Relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial

			Visión prospectiva	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
Rho de	Visión prospectiva	Índice de correlación	1.000	.799*
		Sig.(bilateral)	.	.000
		n	315	315
Spearman	Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Índice de correlación	.799*	1.000
		Sig.(bilateral)	.000	.
		n	315	315

Fuente. Elaboración propia

Nota: *p < .05, **p < .01, dos colas

Dado que $p\text{-valor} = .000 < .05$, entonces existe elementos de convicción estadísticos suficientes para rechazar la hipótesis nula.

Conclusión preliminar:

Existe relación estadísticamente representativa entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial ($r=0,799$, $P\text{-valor}= 0.000$) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021, al 95% de confianza.

Hipótesis específica 5

H₀: “No existe relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

H₁: “Existe relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.”

Nivel de significancia: Alfa = 5%

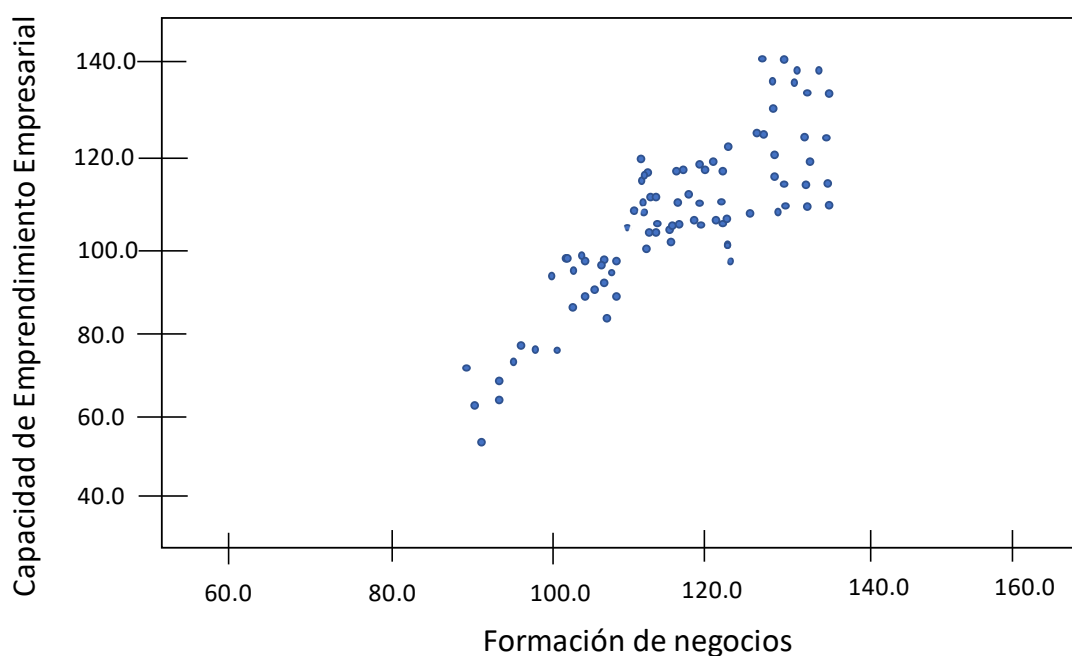


Figura 24. Diagrama de dispersión entre la Formación de negocios y la Capacidad de emprendimiento empresarial.

Fuente. Elaboración propia

Se observa una tendencia positiva entre la Formación de negocios y la Capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.

Tabla 17

Relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial

			Formación de negocios	Capacidad de Emprendimiento Empresarial
Rho de Spearman	Formación de negocios	Índice de correlación	1.000	.538*
		Sig.(bilateral)	.	.000
		n	315	315
Rho de Spearman	Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Índice de correlación	.538*	1.000
		Sig.(bilateral)	.000	.
		n	315	315

Fuente. Elaboración propia

Nota: *p < .05, **p < .01, dos colas

Dado que p-valor = .000 < .05, entonces existe elementos de convicción estadísticos suficientes para rechazar la hipótesis nula.

Conclusión preliminar:

Existe relación estadísticamente representativa de nivel moderado entre la Formación de negocios y la Capacidad de emprendimiento empresarial ($r=0,538$, P-valor= 0.000) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021, al 95% de confianza.

4.3. Presentación de Resultados

Tabla 18

Sexo de los encuestados de las tres escuelas

Escuela	Masculino %	Femenino %	Total
Administración	36.54	63.46	104
Negocios Internacionales	25.23	74.77	107
Turismo	50.96	49.04	104
TOTAL	37.46	62.54	315

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

Se puede indicar de la muestra de los 315 encuestados, 118 que representan el 37.46% son varones y 197 que representan el 62.54% son mujeres. Además, que en la escuela de Administración, el total de encuestados fue 104, de los cuales 38 son del sexo masculino, siendo el 36.54%, y 66 son del sexo femenino siendo el 63.46%. En la escuela de Negocios internacionales, de los 107 encuestados, 27 son hombres y 80 son mujeres, siendo el 25.23% y 74.77% respectivamente. En la escuela de Turismo, 53 son varones y 51 son mujeres, siendo el 50.96% y 49.04% respectivamente.

Tabla 19

Edad de los encuestados de las 3 escuelas

Escuela	18 – 20	21 - 23	24 – 26	27 – 29
Administración	37	56	6	5
Negocios Internacionales	42	61	3	1
Turismo	97	7	0	0
Total	176	124	9	6
%	55.87	39.37	2.86	1.90

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

En los 315 encuestados, 176 representa el 55,87% y tienen entre 18 y 20 años, 124 que es el 39,37% tienen entre 21 y 23 años, 9 que es el 2,86% tienen entre 24 y 26 años, y 6 que representan el 1,9% tienen entre 27 y 29. En la escuela de Administración, 37 de los encuestados tienen entre 18 y 20 años, 56 entre 21 y 23 años, 6 entre 24 y 26, y 5 entre 27 y 29 años. En la escuela de Negocios Internacionales, 42 de los encuestados tienen entre 18 y 20 años, 61 entre 21 y 23 años, 3 entre 24 y 26, y 1 entre 27 y 29 años. Además, en la escuela de Turismo, 97 de los encuestados tienen entre 18 y 20 años, 7 entre 21 y 23 años, y nadie se encuentra en el intervalo de 24 y 29 años.

Tabla 20*Ciclo de los encuestados*

Escuela	III	IV	V	VI	VII	IX	Total
Administración	4	4	49	12	17	18	104
Negocios Internacionales	61	0	36	0	10	0	107
Turismo	15	0	46	0	39	4	104
Total	80	4	131	12	66	22	315
Total %	25.40	1.27	41.59	3.81	20.95	6.98	100

Fuente. Elaboración propia**Interpretación**

De los 315 encuestados, 80 están cursando el tercer ciclo, que son el 25,40%, 4 cursan el cuarto ciclo, representando el 1.27%, 131 cursan el V ciclo, los cuales son el 41.59%, 12 el VI ciclo y 66 el VII ciclo, siendo el 3.81% y 20.95% respectivamente, además, 22 cursan el IX ciclo, siendo el 6.98%. En la Escuela de Administración 4 cursan el III ciclo, 4 el IV, 49 el V, 12 el VI, 17 el VII y 18 el IX ciclo. En Negocios Internacionales 61 cursan el III ciclo, 0 el IV, 36 el V, 0 el VI, 10 el VII y 0 el IX ciclo. En la Escuela de Turismo, 15 cursan el III ciclo, 0 el IV, 46 el V, 0 el VI, 39 el VII y 4 el IX ciclo.

Tabla 21*Valoración Formación Académica*

Formación académica	Frecuencia	Porcentaje
-Nunca	10	3.2
-Pocas veces	32	10.2
-Algunas veces	136	43.2
-Casi siempre	88	27.9
-Siempre	49	15.6
Total	315	100.0

Fuente. Datos alcanzados a la investigación

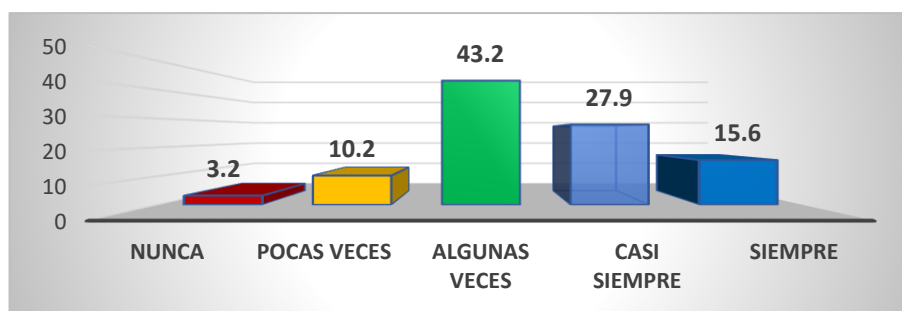


Figura 25. Formación Académica

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 21 apreciamos que el 43.20% de los encuestados afirma que la “Formación académica” algunas veces será beneficioso para los alumnos, el 27.90% casi siempre y el 15.60% siempre será beneficioso en la formación de los alumnos

Tabla 22

Valoración Capacidad de Emprendimiento Empresarial

Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Frecuencia	Porcentaje
-Nunca	3	1.0
-Pocas veces	26	8.3
-Algunas veces	112	35.6
-Casi siempre	69	21.9
-Siempre	105	33.3
Total	315	100.0

Fuente. Datos alcanzados a la investigación

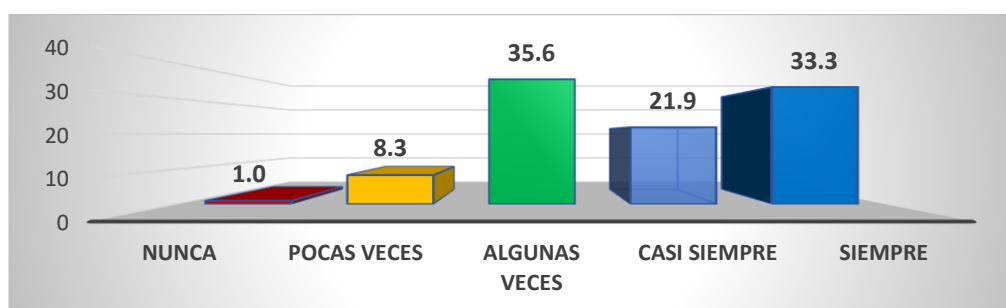


Figura 26. Capacidad de Emprendimiento Empresarial.

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 22 apreciamos que el 35.60% de los encuestados considera que algunas veces cuentan con “Capacidad de Emprendimiento Empresarial”, el 21.90% casi siempre y el 33.3% consideran que los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas cuentan con Capacidad de Emprendimiento Empresarial.

Tabla 23

Dimensión - Dominio de contenidos académicos

DOMINIO DE CONTENIDOS ACADÉMICOS	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Demuestras conocimiento y dominio de los temas estudiados.	26	8.3%	33	10.5%	90	28.6%	122	38.7%	44	14.0%
Se desarrolla en materias académicas relacionadas a la gestión de negocios.	10	3.2%	34	10.8%	120	38.1%	125	39.7%	26	8.3%
Aplicas conocimientos, métodos y estrategias de estudio en los procesos académicos que se desarrollan en su formación.	5	1.6%	27	8.6%	107	34.0%	110	34.9%	66	21.0%
Conoces e implementas los lineamientos y las orientaciones curriculares que el docente le indica.	3	1.0%	28	8.9%	120	38.1%	113	35.9%	51	16.2%
Conoces el sílabo de cada una de las asignaturas que estudia.	50	15.9%	38	12.1%	99	31.4%	83	26.3%	45	14.3%
La Facultad establece conexiones que articulan su carrera con el sector empresarial.	8	2.5%	111	35.2%	130	41.3%	33	10.5%	33	10.5%
Propones y sustentas ante el docente y sus compañeros los temas que complementen las temáticas desarrolladas en clase.	8	2.5%	62	19.7%	81	25.7%	119	37.8%	45	14.3%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 23, dominio de contenidos académicos, se observa que el 38.7% considera que siempre demuestra conocimiento y dominio de los temas estudiados, el 39.7% considera que casi siempre se desarrolla en materias académicas relacionadas a la gestión de negocios, el 34.9% considera que casi siempre aplica conocimientos, métodos y estrategias de estudio en los procesos académicos que se desarrollan en su formación, el 35.9% considera que casi siempre conoce e implementa políticas y lineamientos curriculares que el maestro indica, el 26.3% considera que siempre tiene conocimiento del sílabo de cada una de los cursos que estudia, el 10.5%% considera que casi siempre la Facultad establece relaciones que estructuran su carrera con el sector empresarial y el 37.8% considera que casi siempre propone y sustenta ante el maestro y sus compañeros los temas que complementan las temáticas desarrolladas en clase.

Tabla 24*Dimensión - Desarrollo de competencias profesionales*

DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Manejas habilidades de relaciones personales	1	.3%	8	2.5%	80	25.4%	136	43.2%	90	28.6%
Utiliza habilidades de trabajo en equipo	2	.6%	8	2.5%	19	6.0%	198	62.9%	88	27.9%
Posee capacidad de liderazgo.	1	.3%	13	4.1%	62	19.7%	146	46.3%	93	29.5%
Percibes que tienes capacidad de convencimiento.	3	1.0%	1	.3%	52	16.5%	162	51.4%	97	30.8%
Controla sus emociones.	5	1.6%	15	4.8%	73	23.2%	149	47.3%	73	23.2%
Utilizas la creatividad para generar ideas que originen nuevos productos.			10	3.2%	63	20.0%	131	41.6%	111	35.2%
Aplicas estrategias innovadoras en la solución de problemas.			14	4.4%	78	24.8%	135	42.9%	88	27.9%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 24, desarrollo de competencias profesionales, se verifica que el 28.6% considera que siempre maneja habilidades de relaciones personales, el 27.9% considera que siempre utiliza habilidades de trabajo en equipo, el 29.5% considera que posee capacidad de liderazgo, el 30.8% considera que siempre percibe que tiene capacidad de convencimiento, el 23.2% considera que siempre controla sus emociones, el 35.2% considera que siempre utiliza la creatividad para generar ideas que originan nuevos productos y el 27.9% considera que siempre aplica estrategias innovadoras en la solución de problemas.

Tabla 25*Dimensión - Talleres de Negocio*

TALLERES DE NEGOCIO	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Posee capacidad para generar un modelo de negocio.	1	.3%	18	5.7%	73	23.2%	120	38.1%	103	32.7%
Conoce la metodología para plantear un plan de negocio.	6	1.9%	22	7.0%	109	34.6%	110	34.9%	68	21.6%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 25, talleres de negocio, se verifica que el 32.7% considera que siempre posee capacidad para generar un modelo de negocio y el 21.6% considera que siempre conoce la metodología para plantear un plan de negocio.

Tabla 26*Dimensión - Visión prospectiva*

VISIÓN PROSPECTIVA	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Posee una visión de futuro.			6	1.9%	36	11.4%	113	35.9%	160	50.8%
Sabe cómo construir alternativas para alcanzar un escenario futuro.	2	.6%	12	3.8%	88	27.9%	156	49.5%	57	18.1%
Percibe los posibles escenarios futuros.	11	3.5%	26	8.3%	68	21.6%	129	41.0%	81	25.7%
Tiene capacidad proactiva frente al mercado y sus competidores.	4	1.3%	11	3.5%	96	30.5%	104	33.0%	100	31.7%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 26, visión prospectiva, se verifica que el 50.8% considera que siempre posee una visión de futuro, el 18.1% considera que siempre sabe cómo construir alternativas para alcanzar un escenario futuro, el 25.7% considera que siempre percibe los posibles escenarios futuros y el 31.7% considera que siempre tiene capacidad proactiva frente al mercado y sus competidores.

Tabla 27*Dimensión - Formación de Negocios*

FORMACIÓN DE NEGOCIOS	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
¿Conoce usted todos los pasos para constituir y formalizar una empresa?	9	2.9%	24	7.6%	130	41.3%	105	33.3%	47	14.9%
¿Conoce usted las instituciones reguladoras que intervienen en el proceso de formalización de la empresa?	16	5.1%	30	9.5%	88	27.9%	137	43.5%	44	14.0%
¿Conoce usted los costos que demandan la formalización de empresas?	7	2.2%	30	9.5%	169	53.7%	71	22.5%	38	12.1%
¿Conoce las fuentes de financiamiento para poner en marcha un negocio?	3	1.0%	34	10.8%	143	45.4%	93	29.5%	42	13.3%
¿Conoce cómo determinar la rentabilidad de una empresa?	18	5.7%	34	10.8%	92	29.2%	107	34.0%	64	20.3%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 27, formación de negocios, se verifica que el 14.9% considera que siempre conoce las secuencias para constituir y formalizar un negocio, el 14.0% considera que siempre conoce usted las instituciones reguladoras que intervienen en el proceso de formalización de la empresa, el 12.1% considera que siempre conoce los costos que demandan la formalización de empresas, el 13.3% considera que

siempre conoce las fuentes de financiamiento para poner en marcha un negocio y el 20.3% casi siempre conoce cómo determinar la rentabilidad de una empresa.

Tabla 28

Dimensión Logro de objetivos

LOGRO DE OBJETIVOS	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
¿Tienes bien determinado lo que quieres lograr con tu negocio?	5	1.6%	12	3.8%	58	18.4%	138	43.8%	102	32.4%
¿Conoces las acciones a tomar para generar tu emprendimiento?	6	1.9%	36	11.4%	53	16.8%	141	44.8%	79	25.1%
¿Estás comprometido con tu emprendimiento?	6	1.9%	25	7.9%	44	14.0%	163	51.7%	77	24.4%
¿Sabes cuándo poner tu emprendimiento de negocio en marcha?	19	6.0%	42	13.3%	64	20.3%	91	28.9%	99	31.4%
¿Tienes una actitud positiva ante los retos que se te presentan?			16	5.1%	29	9.2%	176	55.9%	94	29.8%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 28, logro de objetivos, se observa que el 32.4% considera que siempre tiene bien determinado lo que quiere lograr en su negocio, el 25.1% considera que siempre conoce las acciones a tomar para generar su emprendimiento, el 24.4% considera que siempre está comprometido con su emprendimiento, el 31.4% considera que siempre sabe cuándo poner su emprendimiento de negocio en marcha y 29.8% considera que casi siempre tiene una actitud positiva ante los retos que se presenta.

Tabla 29

Dimensión - Capacidad de asumir el riesgo

CAPACIDAD DE ASUMIR EL RIESGO	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
¿Tienes bien identificado el riesgo al cual estás sujeto al poner tu negocio?	5	1.6%	12	3.8%	98	31.1%	94	29.8%	106	33.7%
¿Te encuentras con mucha incertidumbre cuando intentas plantear tu negocio?	5	1.6%	43	13.7%	100	31.7%	101	32.1%	66	21.0%
¿Conoces todos los escenarios posibles que podrían afectar los resultados de tu negocio?	5	1.6%	40	12.7%	89	28.3%	92	29.2%	89	28.3%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 29, capacidad de asumir el riesgo, se verifica que el 33.7% considera que siempre conoce los riesgos a los cuales esta sujeto al poner una

empresa, el 21.0% considera que siempre se encuentra con mucha incertidumbre intenta plantear su negocio y el 28.3% considera que siempre conoce todos los escenarios posibles que pueden afectar los resultados de su negocio.

Tabla 30*Dimensión – Perseverancia*

PERSEVERANCIA	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
¿Si se ve afectado tu negocio, puedes seguir reemprendiendo?			23	7.3%	34	10.8%	163	51.7%	95	30.2%
¿Estás de acuerdo en que para llegar al éxito hay que ser perseverante?					13	4.1%	137	43.5%	165	52.4%
¿Perseveras para lograr tus metas y objetivos?.	1	.3%	2	.6%	23	7.3%	135	42.9%	154	48.9%
¿Tienes la suficiente energía para realizar un emprendimiento de negocio?			8	2.5%	47	14.9%	154	48.9%	106	33.7%
Te automotivas para seguir tu emprendimiento de negocio?	3	1.0%	8	2.5%	70	22.2%	109	34.6%	125	39.7%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 30, perseverancia, se verifica que el 30.2% considera que siempre se ve afectado su negocio puede seguir reemprendiendo, el 52.4% considera que siempre están de acuerdo en que para llegar al éxito hay que ser perseverante, el 48.9% considera que siempre persevera para lograr sus metas y objetivos, el 48.9% considera que siempre tiene la suficiente energía para realizar un emprendimiento de negocio y el 39.7% considera que siempre se automotiva para seguir su emprendimiento de negocio.

Tabla 31*Dimensión - Capacidad Comunicativa*

CAPACIDAD COMUNICATIVA	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Puedes transmitir sin ninguna dificultad tus ideas.			9	2.9%	59	18.7%	157	49.8%	90	28.6%
Percibes que tienes una buena capacidad de escuchar.	1	.3%	7	2.2%	40	12.7%	146	46.3%	121	38.4%
Tienes capacidad de comunicar a todo nivel.			9	2.9%	78	24.8%	110	34.9%	118	37.5%
Te relacionas bien con tus pares en la universidad o trabajo.	3	1.0%			16	5.1%	186	59.0%	110	34.9%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 31, capacidad comunicativa, se verifica que el 28.6% considera que siempre puede transmitir sin ninguna dificultad sus ideas, el 38.4% considera que siempre percibe que tiene una buena capacidad de escuchar, el 37.5% considera que siempre tiene capacidad de comunicar a todo nivel y el 34.9% considera que siempre se relaciona bien con sus pares en la universidad o trabajo.

Tabla 32

Dimensión - Gestión Financiera

GESTIÓN FINANCIERA	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Adminstras de manera óptima el dinero que se te asigna o recaudas.			11	3.5%	20	6.3%	213	67.6%	71	22.5%
Tienes conocimiento de cuánto dinero necesita el negocio que emprenderás.			16	5.1%	122	38.7%	79	25.1%	98	31.1%
Consideras importante el uso de presupuestos para poner en marcha un negocio.	8	2.5%	11	3.5%	36	11.4%	102	32.4%	158	50.2%
Sabes cómo tener acceso al crédito para realizar un emprendimiento.	12	3.8%	47	14.9%	102	32.4%	77	24.4%	77	24.4%
Tienes los suficientes recursos para poner en marcha tu negocio.	13	4.1%	78	24.8%	121	38.4%	80	25.4%	23	7.3%
Sabes cómo determinar la rentabilidad de los productos en el negocio que pretendes emprender.	4	1.3%	30	9.5%	75	23.8%	111	35.2%	95	30.2%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 32, gestión financiera, se observa que el 22.5% considera que siempre administra de manera óptima el dinero que asigna o recauda, el 31.1% siempre tiene conocimiento de cuánto dinero necesita el negocio que emprenderá, el 50.2% siempre considera el uso de presupuestos para poner en marcha un negocio, el 24.4% siempre sabe cómo tener acceso al crédito para realizar un emprendimiento, el 7.3% siempre tiene los suficientes recursos para poner en marcha su negocio y el 30.2% siempre sabe cómo determinar la rentabilidad de los productos.

Tabla 33*Dimensión - Capacidad de adaptación al entorno*

CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN AL ENTORNO	Nunca		Pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Podrías adaptar tu negocio ante un evento inusitado.			11	3.5%	81	25.7%	143	45.4%	80	25.4%
Reaccionas ante los cambios de manera apropiada.	4	1.3%	9	2.9%	85	27.0%	134	42.5%	83	26.3%
Te adaptas a cualquier situación sin ningún problema.			34	10.8%	102	32.4%	109	34.6%	70	22.2%
Te consideras una persona innovadora ante las exigencias del mercado.	1	.3%	24	7.6%	82	26.0%	137	43.5%	71	22.5%
Tienes la capacidad de reacción o respuesta frente a los competidores y productos sustitutos que podrían afectar tu negocio.			16	5.1%	73	23.2%	160	50.8%	66	21.0%
Detectas los obstáculos que existen para realizar un emprendimiento.	7	2.2%	33	10.5%	42	13.3%	124	39.4%	109	34.6%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 33, capacidad de adaptación al entorno, se observa que el 25.4% considera que siempre podría adaptar su negocio ante un evento inusitado, el 26.3% siempre reacciona ante los cambios de manera apropiada, el 22.2% siempre se adapta a cualquier situación sin ningún problema, el 22.5% siempre se considera una persona innovadora ante las exigencias del mercado, el 21.0% siempre tiene la capacidad de reacción o respuesta frente a la competencia y productos suplentes que podrían afectar su negocio, el 34.6% siempre detecta los obstáculos que existen para realizar un emprendimiento.

Tabla 34*Capacidad de emprendimiento empresarial según el sexo*

Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Nunca	0	3	3
Pocas veces	18	8	26
Algunas veces	86	26	112
Casi siempre	55	14	69
Siempre	39	66	105
Total	198	117	315

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 34, capacidad de emprendimiento empresarial según sexo, se observa que existen 198 mujeres encuestadas y 117 son de sexo masculino.

Tabla 35*Capacidad de Emprendimiento empresarial según carrera profesional*

Capacidad de Emprendimiento Empresarial	Carrera Profesional			Total
	Administración	Negocios internacionales	Turismo	
-Nunca	3	0	0	3
-Pocas veces	23	3	0	26
-Algunas veces	24	37	45	112
-Casi siempre	34	35	10	79
-Siempre	20	36	49	105
Total	104	107	104	315

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 35, Capacidad de emprendimiento empresarial según carrera profesional, se observa que existen 104 encuestados de la especialidad de Administración, 107 de la especialidad de Negocios Internacionales y 104 de la especialidad de Turismo. Siendo los estudiantes de turismo los que presentan una mayor valoración por la capacidad de emprendimiento empresarial.

4.4. Discusión de resultados

Los resultados del estudio muestran que existe correlación significativa entre las variables “Formación Académica” y “Capacidad de Emprendimiento Empresarial”. Dentro de la Facultad de Administración podemos apreciar que el 43.2% de los estudiantes tienen una opinión favorable en su Formación Académica. Con respecto a la Capacidad de Emprendimiento Empresarial solo un 33.3% de alumnos tiene una posición altamente favorable, seguido de un 35.6% que menciona que la capacidad de emprendimiento Empresarial algunas veces ha influido en ellos como resultado del servicio que brinda la Facultad de Administración.

La presente investigación también implica ciertas variables, de manera explícita, ciertas actividades universitarias dentro de la carrera profesional favorecen una formación con miras a ser empresario, sin embargo, en la revisión de la literatura encontramos a **Pérez (2019)**, la cual menciona al factor “clima motivacional” y emprendedurismo” como variables que influyen en la “cultura emprendedora” de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Las teorías de la motivación juegan un papel importante en el entendimiento y la administración eficaz de un modo de conducta y su motivación en la secuencia de elaboración de una cultura

empresarial. **Moscoso (2019)** nos refiere a un semillero de empresas en un centro de estudios superiores en la región de la amazonia peruana, tomando en consideración la diversidad biológica de la zona, es decir una riqueza natural que puede ser explotada. La incubadora de empresas en la UNAP, es nueva, siendo ella una institución con carencias económicas, se encuentra en una zona de alta biodiversidad. La iniciativa de alumnos para poner en ejecución negocios innovadores es el principal objetivo del centro de estudios.

Los estudios de **Orlando (2017)**, parecen coincidir con nuestro estudio de investigación, al relacionar un modelamiento de formación académica y el nivel de emprendedurismo de alumnos de ingeniería industrial en la USTB, se identificaron dimensiones similares para la formación académica, como dominio de contenidos, capacidad de planeación, capacidad de pedagogía y didáctica, capacidad evaluativa y manejo de las TIC. **Sánchez (2020)** nos muestra que las féminas poseen más preocupación se traduce en la busca de seguridad, tranquilidad o estabilidad económica en promedio en comparación con otros estudios son mejores emprendedoras que los varones.

El estudio propone realizar cambios sustanciales en el plan de estudios, a través de la información y experiencia que se pueda obtener de la triple hélice (Universidad, Empresa, Estado), En cuanto en cómo se manejan los centros de estudios de emprendimiento que no necesariamente son universidades, tenemos a **Velentzas (2017)**, que concluye los centros de estudios de emprendimiento de Pensilvania (EEUU) como Escuelas de Negocios, pueden incidir en el estudiante en varios elementos operativos paralelos, pero existe insuficiente evidencia de que estas apoyen directamente a los universitarios a entender y mejorar las necesidades de aprendizaje de emprendimiento, las necesidades que se requieren son de conocimiento, habilidades y actitudes específicas. **Betáková et al., (2020)**, cuyos estudios enfatizan que la universidad europea puede planificar de una manera sistemática y estratégica el desarrollo del emprendimiento universitario sostenible. Ellos demuestran que los estudiantes que han mostrado interés en hacer negocios, no son totalmente conscientes de la situación real, ignoran temas de especialidad en impuestos, contabilidad y legislación. Para una educación de calidad ellos plantean cuatro elementos: un plan de estudios bien desarrollado, optimizar la calidad de los

métodos educativos, establecer un entorno de aprendizaje seguro y eficaz e inspirar el aprendizaje cooperativo y transformador.

Hong et al., (2020), por su lado establece que el Gobierno de la República Popular de China han establecido cursos de espíritu empresarial, incluidos en los planes de estudio de colegios y universidades como elementos de sus estrategias públicas. Por otro lado, **Zhang et al., (2020)**, enfatiza que la salud psicológica de calidad influye en el sentido de responsabilidad de los estudiantes para realizar emprendimientos innovadores con espíritu empresarial, ellos destacan las cualidades psicológicas positivas como pertenencia al grupo, excelencia, moderación, benevolencia, valentía, y sabiduría. **Ohakam (2018)**, nos habla de centros de emprendimientos en comunidades pobres, como lo es la zona del Delta en Nigeria en África, una zona de alta producción petrolera, los hallazgos mostraron que la comunidad es menos privilegiada en disponibilidad financiera, estas están inmersas en recesiones económicas desempleo, pobreza, inflación, hambre y hambrunas. La propuesta es empoderar a los jóvenes con la educación empresarial anexada al sistema escolar a través de la capacitación y adquisición de habilidades, a través de la educación poder aliviar la pobreza en sus comunidades, reducir la tasa de desempleo, crear puestos de trabajo y satisfacer las demandas económicas de sus familias y acceder al poder político.

El presente estudio contribuye a la investigación de la “Formación Académica” y la “Capacidad de Emprendimiento Empresarial” en una universidad pública. Asimismo, es importante seguir realizando futuras investigaciones que permitan elevar el nivel de formación académica para mejorar las capacidades emprendedoras de los alumnos en una universidad.

CONCLUSIONES

1. Como resultado de la validación estadística de la relación de las variables. Se concluye que la formación académica se relaciona significativamente con la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021. Para esta validez se usó el método del chi-cuadrado y el Rho de Spearman. La relación es altamente significativa ($r = 0.866$, $p\text{-valor} = 0.000$) lo cual, valida la hipótesis alternativa, al 95% de confianza.
2. Como resultados de la contrastación de la hipótesis específica, se valida estadísticamente la relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021. Para esta validez, se observa una relación medianamente significativa con un Rho de Spearman ($r = 0.584$, $p\text{-valor} = 0.000$) lo cual, valida la hipótesis alternativa, al 95% de confianza.
3. Como resultados de la contrastación de la hipótesis específica, se valida estadísticamente la relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021. Para esta validez, se observa una relación significativa con un Rho de Spearman ($r = 0.826$, $p\text{-valor} = 0.000$) lo cual, valida la hipótesis alternativa, al 95% de confianza.
4. Como resultados de la contrastación de la hipótesis específica, se valida estadísticamente la relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021. Para esta validez, se observa una relación medianamente significativa con un Rho de Spearman ($r = 0.589$, $p\text{-valor} = 0.000$) lo cual, valida la hipótesis alternativa, al 95% de confianza.
5. Como resultados de la contrastación de la hipótesis específica, se valida la relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021. Para esta validez, se observa una relación significativa con un Rho de Spearman ($r = 0.799$, $p\text{-valor} = 0.000$) lo cual, valida la hipótesis alternativa, al 95% de confianza.

6. Como resultados de la contrastación de la hipótesis específica, se valida la relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021. Para esta validez, se observa una relación medianamente significativa con un Rho de Spearman ($r = 0.538$, $p\text{-valor} = 0.000$) lo cual, valida la hipótesis alternativa, al 95% de confianza.

RECOMENDACIONES

1. Para mejorar la formación académica de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, es recomendable fortalecer y actualizar las dimensiones que conforman esta variable tales como: el dominio de los contenidos académicos, desarrollo de habilidades profesionales, talleres de negocio, visión prospectiva y formación de negocios. De esta manera formar profesionales competitivos para la exigencia y demanda del mercado laboral, así como con capacidad de generar emprendimientos empresariales.
2. Es recomendable, el mejoramiento continuo y actualización de los contenidos académicos de las asignaturas dictadas en la Ciencias Administrativas acordes a la demanda y exigencias del mercado, que les permita ser competitivos en el mundo laboral y con capacidad de emprender negocios. En este sentido, la Facultad de Ciencias Administrativas deberá realizar convenios con diferentes sectores empresariales, para el desarrollo de las prácticas preprofesionales llevando la teoría a la práctica.
3. Para desarrollar las competencias profesionales es recomendable identificar las habilidades blandas y trabajar para fortalecerlas, siendo estas las que más grado de asociación tiene con la capacidad emprendedora y la gestión de negocios. Asimismo, dentro de las competencias sustantivas de la formación profesional debe tomarse en cuenta: el ser, el saber y el hacer.
4. Es importante desarrollar para los estudiantes talleres de negocio que les permita elaborar modelos y planes de negocio. Estos talleres, permitirían incubar o crear negocios; por lo que es importante que la Facultad de Ciencias Administrativas, desarrolle una incubadora de negocios que podría estar vinculada a la incubadora empresarial 1551 de la UNMSM.
5. Es recomendable desarrollar una visión prospectiva de la Facultad de Ciencias Administrativas, ante los nuevos escenarios del futuro, desarrollando cursos o eventos que fortalezcan el conocimiento sobre la prospectividad. Asimismo, debe fortalecerse la actitud y capacidad proactiva en la formación profesional.
6. Es importante dentro de la formación profesional desarrollar cursos, seminarios y talleres sobre los procedimientos y trámites para la constitución

de negocios. Asimismo, desarrollar eventos académicos y talleres sobre la gestión financiera de los negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aceituno-Aceituno Pedro, Casero-Ripollés Andreu, Escudero-Garzás José-Joaquín, Bousoño-Calzón Carlos, (2018), *Formación universitaria sobre el emprendimiento en proyectos empresariales de comunicación y periodismo*, | Revista Científica de Educomunicación, Comunicar, nº 57, v. XXVI, 2018 | ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293, 91-100
- ACP Coaching Academy, (2021, 11 de febrero). *Seis preguntas clave para el logro de objetivos*. <https://www.acp-academygroup.com/blog/6-preguntas-claves-para-el-logro-de-objetivos>
- Agustin, M (2013). *Hoja de ruta para emprendedores crear una empresa en tiempos difíciles*, Madrid, España: Pirámide.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alba C. (2015), *Modelo de Incubación de Empresas: Una Propuesta*, PERSPECTIVAS, núm. 36, noviembre, 2015, Universidad Católica Boliviana San Pablo, Cochabamba, Bolivia, pp. 65-90
- Alles, M. (2008). *Comportamiento organizacional*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Granica S.A.
- Andrade, M., y Bravo, W. (2009). *Análisis económico de eficiencia técnica en cuatro sectores empresariales de Florencia*. Documento de investigación. Universidad de la Amazonía, Florencia. p.38, 45, 52, 57
<http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/amazonia-investiga/article/view/14>.
- Ausubel D. (1976). *Psicología educativa*. Mexico: Trillas
- Barriopedro, M., Quintana, I. y Ruiz, L. (2018). *La perseverancia y pasión en la consecución de objetivos: Validación española de la Escala Grit de Duckworth*. RICYDE. Revista internacional de ciencias del deporte., 54(14), 297-308. <https://doi.org/10.5232/ricyde2018.05401>
- Bel-Durán, P., Fernández-Guadaño, J., Lejarriaga-Pérez de Las Vacas, G. & Martín-López, S. (2016): *“La iniciativa emprendedora como base para la creación de empresas de participación. Un instrumento para la innovación social”*,

- Revista Cooperativismo y Desarrollo, 24(108), 123-143, doi:
<http://dx.doi.org/10.16925/co.v24i108.1267>
- Bentancourt, J. (1994). *Atmósferas creativas: rompiendo candados mentales*. Ciudad de México, México: El Manual Moderno p.83
- Betáková, J., Havierníková, K., Okręglicka M., Mynarzova M. y Magda, R., (2020). *The role of universities in supporting entrepreneurial intentions of students toward sustainable entrepreneurship*. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1): 573-589.. Recuperado desde
[https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(40\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(40))
- Blanco, R. y Messina, G. (2000). *Estado del arte sobre las innovaciones educativas en América Latina*. Santiago: Convenio Andrés Bello / UNESCO.
- Bretones, F.D & Radrigán, M. (2018): “*Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles*”, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94,11-30, doi:10.7203/CIRIEC-E.94.12668
- Bunge, M. (2002). *La investigación científica*. Madrid, España: Tecnos.
- Burdano, J. (1989). *Presupuesto, Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos*, México: Ed. McGraw Hill.
- Burrows R. y Curran J. (1989). *Investigación sociológica sobre pequeñas empresas del sector de servicios: algunas consideraciones conceptuales*. *Revista trabajo, empleo y sociedad*, 3(4).
- Cantillon, R. (1755). *Ensayo en la naturaleza general del comercio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del recurso humano*. México: The McGraw-Hill
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. México: The McGraw-Hill
- Consejo de Acreditación para Escuelas y Programas de Negocios – ACBSP, (2018). *El emprendimiento social de base universitaria en Latinoamérica*. Lima, Perú: Universidad Privada de San Martín de Porres.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 6(3), 297-334.
- DeVellis, R. (1991). *Scale development: Theory and applications*. Sage Publications.

- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios*. Buenos Aires, Argentina: Norma.
- Edwards-Schachter, M., García-Granero, A., Sánchez-Barrioluengo, M., Quesada-Pineda, H. & Amara, N. (2015). *Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship*. *Thinking Skills and Creativity*, 16, 27–39. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2014.11.006>
- Equipo Humano, (2021). *La innovación como competencia y sus comportamientos asociados*. p.2
<https://www.equipo humano.com/la-innovacion-como-competencia-y-sus-comportamientos-asociados/>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S. & Altinay, L. (2019). *Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach*. *Journal of Business Research*, 94, 172-182.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Espinoza J. (2015), *Rol de las escuelas de negocio, a través de sus estudiantes, en el contexto de un sistema regional de innovación: caso UCSC, región del Biobío*, R.A.N. Vol. 1(1) 65-78
- Etzkowitz H. y Leydesdorff, L. (1997). *Introducción al número especial sobre las dimensiones de la política científica de la Triple Hélice de las relaciones universidad-industria-gobierno*. *Ciencia y Política Pública*, (24)1, 2-5.
<https://doi.org/10.1093/spp/24.1.2>
- Fayolle, A. (2007). *L' Art d'entreprendre*. Paris: Pearson. p.215
- Fritsch, M. & Wyrwich, M. (2016): “*The effect of entrepreneurship on economic developmentan empirical analysis using regional entrepreneurship culture*”, *Journal of Economic Geography*, 17(1), 157-189, doi.org/10.1093/jeg/lbv049
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. & Pratt J. (2018). *Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions*. *Personality and Individual Differences*, 125(15), 120-125.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
- Gervilla Angeles, (2004), *Creatividad, calidad e innovación*, REVISTA ICONO, 2004, N° 2, ISSN 1697-8293, Madrid (España)
- Gestion (20 de mayo 2018). *El Perú es el tercer país con mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana a nivel mundial*.

<https://gestion.pe/economia/peru-tercer-pais-mayor-cantidad-emprendimientos-fase-temprana-nivel-mundial-240264-noticia/>

Gil-Serrate, R. (2014). *Los Parques Científicos y Tecnológicos en América Latina: análisis de la situación actual*. CENTRUM Católica's Working Paper Series No. 2014-05-0008.

http://vcentrum.pucp.edu.pe/investigacion/wps/pdf/CEFE_WP2014-05-0008.pdf

Glosario Alicante (14 de abril 2021). *Diccionario de competencias genéricas*.

<https://glosarios.servidor-alicante.com/competencias-genericas/innovacion-y-creatividad>

Glosario Alicante (14 de abril 2021). *Diccionario de competencias genéricas*.

<https://glosarios.servidor-alicante.com/competencias-genericas/liderazgo>

Godet, M. (2007). *La caja de herramientas de la prospectiva: problemas y métodos*.

París: Cuadernos de Laboratoire d'Investigation Prospective et Stratégique.

<http://www.prospektiker.es/prospectiva/cajaherramientas-2007.pdf>

González, A. (2007). *Modelos de motivación académica: una visión panorámica*.

REME. Revista Electrónica de Motivación y Emoción, 10(25). Recuperado

de: <http://reme.uji.es/articulos/numero25/article1/article1.pdf>

González-Tejerina, S.; Vieira, M. J. (2021). *La formación en emprendimiento en*

Educación Primaria y Secundaria: una revisión sistemática. Revista

Complutense de Educación, 32(1), 99-111

<https://dx.doi.org/10.5209/rced.68073>

Guzman, E. (2018). *Adaptabilidad y proceso de cambio organizacional* (tesis de

pregrado). Universidad Rafael Landívar, Quetzal Tenango, México. p. 11

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Guzman-Andrea.pdf>

Hernández I., Pérez C. & S. (2018c): “*Intereses y perspectivas formativas en*

Economía Social y Solidaria de los estudiantes universitarios”, CIRIEC-

España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 94, 91-121,

DOI:10.7203/CIRIEC-E.94.12782

Hernández C. y Arano R., (2015b), *El desarrollo de la cultura emprendedora en*

estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial,

Revista: Ciencia Administrativa, 2015-1, 28-37

Hernández, R., Fernández C. y Batista, P. (2014a). *Metodología de la Investigación*.

(6.a ed.) México D. F. : McGraw-Hill.

- Herrero, J. (2006). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa* (Tercera ed.). Madrid: Thomson Editores. p.54
- Hill, N. (2012). *Las leyes del éxito*. España: Ediciones Obelisco.
- Hong M., Ching-Hung L. & Yuanyuan X., (2020). *Entrepreneurship Education and Students' Entrepreneurial Intention in Higher Education*. Education Sciences, 10(9), 257. <http://dx.doi.org/10.3390/educsci10090257>
- IPSOS, (2021), Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur, “Entrepreneurialism in the time of the Pandemic”, <https://www.ipsos.com/en/entrepreneurialism-time-pandemic>
- Iwu, C., Opute, P., Nchu, R., Eresia-Eke, C., Tengeh, R., Jaiyeoba, O. & Aliyu, O. (2019). *Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention*. The International Journal of Management Education, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.007>
- Jacome, M. (2018). *Efecto mediador de la contabilidad percibida en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios* (tesis de doctorado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/11936>
- Jouvenel. H. (1993). *Sur la méthode prospective: un bref guide méthodologique*. Groupe Futuribles, (197). Recuperado desde:
<http://maelko.typepad.com/JouvenelProspective.pdf>
- Julien, A. (2005), *Emprendimiento regional y economía del conocimiento: una metáfora de las novelas policíacas*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. p.26
- Koenig, V. & Kantis H. (2003). *Nacimiento y desarrollo de empresas dinámicas en áreas locales metropolitanas*. Buenos Aires, Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Laurencio, A. y Farfán, P. (2014). *Concepción y praxis de la innovación educativa en la universidad*. La Habana, Cuba: UNESCO. p.35
- Libedinsky, M. (2001). *La innovación en la enseñanza: diseño y documentación de experiencias de aula*. Buenos Aires, Argentina: Paidós SAICF.
- Llamas, F. & Fernández J. (2018). *La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento*. Revista Escuela De Administración De Negocios, (84), 79-95.
DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1918>

- Llamas, R. Ozua, R. (2019), “*Emprendimiento empresarial, inversión en I+D y marco institucional en México*”, Análisis Económico, vol. XXXIV, núm. 86, mayo-agosto de 2019, pp. 133-156, ISSN: 0185-3937, e- ISSN: 2448-6655.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ane/v34n86/2448-6655-ane-34-86-133.pdf>
- López, E. (2016). “*En torno al concepto de competencia: un análisis de fuentes, Profesorado*”. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, 20(1), 1-313.
- Mares, C. (2013). “*Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú*”. Revista Jurídica Thomson Reuters, 1(18), 1-20.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Mejía, Q. (2004). “*La administración de riesgos empresariales*”. Medellín, Colombia: AD-MINISTER p.76
- Mera, C. (2014). *Pensamiento prospectivo: Visión sistemática de la construcción del futuro*, Análisis. Revista Colombiana de Humanidades, 46(84), 89-104.
- Messina M. (2018), *Manual didáctico, Emprendedurismo*, Montevideo: Universidad de la República de Uruguay. Comisión Sectorial de Enseñanza,
- Mora, J. (2018): “*Universidades: mitos, modas y tendencias*”, Revista Iberoamericana de Educación Superior - RIES, 9(24), 3-16.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ries/v9n24/2007-2872-ries-9-24-3.pdf>
- Moscoso, L. (2019). “*Promoción del Emprendimiento y de la Incubación de Empresas en los estudiantes de una universidad nacional*” (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado desde:
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/15201>
- Naranjo M. (2009), “*Motivación: Perspectivas Teóricas Y Algunas Consideraciones de su Importancia en el ámbito educativo*”, Educación, vol. 33, núm. 2, 2009, Universidad de Costa Rica, San Pedro pp. 153-170
- Nicholls, J. (1984). “*Achievement motivation: conception of ability, subjective experience, task choice, and performance*”. Psychol, 91(3), 328-346.
<https://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1no2/ospina.pdf>
- Nilforooshan, P. y Salimi, S. (2016). “*Career adaptability as a mediator between personality and career engagement*”. Journal of Vocational Behaviour, 94, 1-10. doi:10.1016/j.jvb.2016.02.010

- OCDE (2016). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
 “*Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*”. Paris. p.2
<http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>.
- Ohakam, S. (2018). *Niger delta youths' views on entrepreneurship education for fighting poverty and unemployment* (tesis de doctorado). Walden University, Washington, Estados Unidos. <https://search.proquest.com/dissertations-theses/niger-delta-youths-views-on-entrepreneurship/docview/2139856081/se-2?accountid=12268>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – Unesco (2015): “*La educación para todos 2000-2015. Logros y desafíos*”, Resumen, Ediciones Unesco, Paris.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2008). *Education at a Glance 2008*. OECD INDICATORS. Bruselas, Bélgica.
<https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/41284038.pdf>
- Orlando, C. (2017). *Relación entre el modelo de formación académica y el nivel de emprendimiento en los estudiantes de ingeniería industrial de la universidad santo tomas de Bucaramanga año 2015* (tesis de doctorado). Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú.
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/1366>
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona, España: Ediciones Deusto.
- Otzen, T. & Manterola C. (2017), “*Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*”. Int. J. Morphol., 35(1):227-232.
- Palau, A., Solé, M. y Sayos, R. (2013). “*Rubricas para la valoración de la capacidad comunicativa.*” Universidad de Barcelona, España. p.3
- Palomares-Montero Davinia, Chisvert-Tarazona María José, (2019), “*Formación y Orientación para el Emprendimiento. Lo que dicen la bibliometría y los emprendedores noveles*”, REOP. Vol. 30, nº1, 1º Cuatrimestre, 2019, pp. 131 - 149
- Papadaki, S., Novák, P., & Dvorsky, J. (2017). *Attitude of university students to entrepreneurship*. Economic annals-XXI, (166), 100-104.
<https://doi.org/10.21003/ea.V166-20>

- Parra, R., (1997). *Innovación escolar y cambio social*. Bogotá, Colombia: Fundación FES.
- Pérez, E. (2019). “*El Clima Motivacional y el Emprendedurismo como Factores del Desarrollo de la Cultura Emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM*” (tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. <https://hdlhandle.net/20.500.12672/10760>
- Pérez, S. (2013). “*Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización*”. *Revista Cubana Salud Pública*, 39(2), 385-393. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0864-34662013000200017&lng=es&nrm=iso
- Primo W. y Turizo H, (2014) , “*Emprendedor y empresario una construcción desde la dinámica del pensamiento económico*”, *Management Review*, Vol. 2 N° 1
- Qian, J., Song, B., Jin, Z., Wang, B., & Chen, H. (2018). “*Linking Empowering Leadership to Task Performance, Taking Charge, and Voice: The Mediating Role of Feedback-Seeking*. *Frontiers in psychology*”, 9(2025). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02025>
- RAE (2022), *Diccionario de la Real Académica de la Lengua*. España
- Raucent, B. (2006). *Etre enseignant, magister: Metteur en scene?*. Francia: De Boeck. p.82
- Raúl A. Herrera y Marco A. Villalobos, (2018), “*Caracterización de la Formación Académica en Emprendimiento de Pregrado que se realiza en Universidades Chilenas*”, *Formación Universitaria*, Vol. 11(4), 43-52 <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000400043>
- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup*. Barcelona, España: Deusto.
- Rivas, G. (2014). *El fomento al emprendimiento dinámico en países del Cono Sur de América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Robbins, S., y Judge, T. (2012). *Comportamiento organizacional*. México D.F: Pearson Educación. p.16
- Sánchez, R. (2020). *La autoeficacia emprendedora, los valores motivacionales y el rendimiento académico de estudiantes universitarios en la asignatura de Emprendedores – UNTELS 2016* (tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/15200>
- Sancho, J. (1993). *Aprendiendo de las innovaciones: la perspectiva interpretativa de investigación aplicada a tres estudios de caso*. Madrid, España.

- Schmidt, F., Fleckenstein, J., Retelsdorf, J., Eskreis-Winkler, L., & Möller, J. (2017). *Measuring grit: A German validation and a domain-specific approach to grit*. *European Journal of Psychological Assessment*, 35(3), 436-447.
<http://dx.doi.org/10.1027/1015-5759/a000407>
- Siegel, D. S. y M. Wright, (2015), “*Academic entrepreneurship: time for a rethink?*” *British J. of Management*, 26(4), 582-595
- Suárez-Ortega, M., Sánchez-García, M.F. y Soto-González, M.D. (2020). “*Desarrollo de la carrera emprendedora: Identificación de perfiles, competencias y necesidades*”. *Revista Complutense de Educación*, 31 (2), 173-184. doi.org/10.5209/rced.62001
- Tejada, J. y Ruiz, C. (2016): “*Evaluación de competencias profesionales en educación superior: retos e implicaciones*”, *Educación XXI*, (19)1, 17-38, <https://doi.org/10.5944/educxx1.12175>
- Terrazas, R. (2009). *Modelo de gestión financiera para una organización*. *Perspectivas*, (23),55-72.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942159005>
- Timmons, J. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 Century*. Boston, Estados Unidos: McGraw-Hill. p.62
- Tito, P., Pereda, F. & Vilcabana, P. (2008). *Empleabilidad de egresados de la facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM*. *Gestión en el Tercer Milenio*, *Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM*, 11(22).
- Tobón et al, (2014), *Formación académica, valores, empatía y comportamientos socialmente responsables en estudiantes universitarios*, *Revista de la Educación Superior, México*, Vol. XLIII (1); No.169, enero-marzo del 2014. ISSN: 0185-2760. (p. 89-105)
<http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v43n169/v43n169a6.pdf>
- Toledano, N. (2006). *Educación y emprendimiento*. *Revista de Educación*, 1(341), 49.
- Tolentino, L.R., Garcia, P.R.J.M., Lu, V.N., Restubog, S.L.D., Bordia, P. y Plewa, C. (2014). “*Career adaptation: The relation of adaptability to goal orientation, proactive personality, and career optimism*”. *Journal of Vocational Behavior*, 84(1), 39-48. [doi:10.1016/j.jvb.2013.11.004](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.11.004)

- Unigarro, M. (2017): “*Un modelo educativo crítico con enfoque de competencias*”, Documentos de Trabajo, No. 3, p.51
DOI: <https://doi.org/10.16925/greylit.1833>.
- Valencia, K. & Medina, J. (2012). “*Plan de negocio para crear la empresa: experiencias transformadoras*” *Talleres de desarrollo personal*. Universidad EAN, Bogotá, Colombia. p.13
- Valenzuela-Keller, A.; Gálvez-Gamboa, F.; García-Ramírez, I.; y González-Ibarra, J. (2022). *Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: el rol de la formación y la educación en emprendimiento*. *Revista Complutense de Educación*, 33(1), 167-176 <https://dx.doi.org/10.5209/rced.73888>
- Varela, R. (2005). *Hacia una universidad con espíritu empresarial*. *Forum Empresarial*, 10(1), 70-84.
- Vásquez, C. (2016). *Educación para el emprendimiento en la Universidad*. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, (2), 121-147.
<https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Velentzas, P. (2017). “*University-based entrepreneurship centers: How they address the learning needs of entrepreneurs*” <https://search.proquest.com/dissertations-theses/university-based-entrepreneurship-centers-how/docview/1957414191/se-2?accountid=12268>
- Wu, S. & Wu, L. (2008). “*The impact of higher education on entrepreneurial intention of university students in China*”. *Enterp*, 15(4), 752–774.
- Zamora-Boza Clarisa Solange, (2018), “*La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*”, *Revista Espacios*, Vol. 39 (Nº 07) Año 2018. p. 15-16
- Zhang, Q., Liu, C., Wang, Z. & Yang, Z. (2020). *The College Students’ Sense of Responsibility for Innovation and Entrepreneurship*. *Front. Psychol*, 1.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02049>

ANEXOS

Anexo 1

Modelo N.º 1 de Encuesta dirigida a estudiantes universitarios

A continuación, encontrará una serie de enunciados con los cuales se sabrá si los estudiantes universitarios cumplen adecuadamente con su proceso de **formación académica**. Se solicita su opinión sincera al respecto. Después de leer cada enunciado, marque con una X la respuesta que corresponda a su opinión.

A (1)	B (2)	C (3)	D (4)	E (5)
Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

Carrera profesional: Administración () Turismo () Negocios

Internacionales ()

Ciclo: _____

Sexo: __

Edad: ____

VARIABLE INDEPENDIENTE: FORMACIÓN ACADÉMICA					
N.º	DIMENSIONES				
DOMINIO DE CONTENIDOS ACADÉMICOS					
1	Demuestras conocimiento y dominio de los temas estudiados.				
2	Se desarrolla en materias académicas relacionadas a la gestión de negocios.				
3	Aplicas conocimientos, métodos y estrategias de estudio en los procesos académicos que se desarrollan en su formación.				
4	Conoces e implementas los lineamientos y las orientaciones curriculares que el docente le indica.				
5	Conoces el silabo de cada una de las asignaturas que estudia.				
6	La Facultad establece conexiones que articulan su carrera con el sector empresarial.				
7	Propones y sustentas ante el docente y sus compañeros los temas que complementen las temáticas desarrolladas en clase.				
DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES					
8	Manejas habilidades de relaciones personales				
9	Utiliza habilidades de trabajo en equipo				
10	Posee capacidad de liderazgo.				
11	Percibes que tienes capacidad de convencimiento.				
12	Controla sus emociones.				
13	Utilizas la creatividad para generar ideas que originen nuevos productos.				
14	Aplicas estrategias innovadoras en la solución de problemas.				

TALLERES DE NEGOCIO						
15	Posee capacidad para generar un modelo de negocio.					
16	Conoce la metodología para plantear un plan de negocio.					
VISIÓN PROSPECTIVA						
17	Posee una visión de futuro.					
18	Sabe cómo construir alternativas para alcanzar un escenario futuro.					
19	Percibe los posibles escenarios futuros.					
20	Tiene capacidad proactiva frente al mercado y sus competidores.					
FORMACIÓN DE NEGOCIOS						
21	Conoce usted todos los pasos para constituir y formalizar una empresa					
22	Conoce usted las instituciones reguladoras que intervienen en el proceso de formalización de la empresa					
23	Conoce usted los costos que demandan la formalización de empresas					
24	Conoce las fuentes de financiamiento para poner en marcha un negocio					
25	Conoce cómo determinar la rentabilidad de una empresa					

Anexo 2

Modelo N.º 2 de Encuesta dirigida a estudiantes universitarios

A continuación, encontrará una serie de enunciados con los cuales se busca medir la **capacidad emprendedora** que tienen los estudiantes universitarios. Al respecto, se solicita su opinión sincera. Después de leer cada enunciado, marque con una X la respuesta que corresponda a su opinión.

A (1)	B (2)	C (3)	D (4)	E (5)
Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

Carrera profesional: Administración () Turismo () Negocios

Internacionales ()

Ciclo: _____

Sexo: __

Edad: ____

VARIABLE DEPENDIENTE: CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL					
N.º	DIMENSIONES				
LOGRO DE OBJETIVOS					
26	Tienes bien determinado lo que quieres lograr con tu negocio				
27	Conoces las acciones a tomar para generar tu emprendimiento				
28	Estás comprometido con tu emprendimiento				
29	Sabes cuándo poner tu emprendimiento de negocio en marcha				
30	Tienes una actitud positiva ante los retos que se te presentan				
CAPACIDAD DE ASUMIR EL RIESGO					
31	Tienes bien identificado el riesgo al cual estás sujeto al poner tu negocio				
32	Te encuentras con mucha incertidumbre cuando intentas plantear tu negocio				
33	Conoces todos los escenarios posibles que podrían afectar los resultados de tu negocio				
PERSEVERANCIA					
34	Si se ve afectado tu negocio, puedes seguir reemprendiendo				
35	Estás de acuerdo en que para llegar al éxito hay que ser perseverante				
36	Perseveras para lograr tus metas y objetivos				
37	Tienes la suficiente energía para realizar un emprendimiento de negocio				

38	Te automotivas para seguir tu emprendimiento de negocio					
CAPACIDAD COMUNICATIVA						
39	Puedes transmitir sin ninguna dificultad tus ideas.					
40	Percibes que tienes una buena capacidad de escuchar.					
41	Tienes capacidad de comunicar a todo nivel.					
42	Te relacionas bien con tus pares en la universidad o trabajo.					
GESTIÓN FINANCIERA						
43	Adminstras de manera óptima el dinero que se te asigna o recaudas.					
44	Tienes conocimiento de cuánto dinero necesita el negocio que emprenderás.					
45	Consideras importante el uso de presupuestos para poner en marcha un negocio.					
46	Sabes cómo tener acceso al crédito para realizar un emprendimiento.					
47	Tienes los suficientes recursos para poner en marcha tu negocio.					
48	Sabes cómo determinar la rentabilidad de los productos en el negocio que pretendes emprender.					
CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN AL ENTORNO						
49	Podrías adaptar tu negocio ante un evento inusitado.					
50	Reaccionas ante los cambios de manera apropiada.					
51	Te adaptas a cualquier situación sin ningún problema.					
52	Te consideras una persona innovadora ante las exigencias del mercado.					
53	Tienes la capacidad de reacción o respuesta frente a los competidores y productos sustitutos que podrían afectar tu negocio.					
54	Detectas los obstáculos que existen para realizar un emprendimiento.					

Anexo 3

Validación de instrumento de recolección de datos

Estos instrumentos han sido evaluados para la investigación, que dan fe de su originalidad. Estos instrumentos se encargan de recoger la información y son válidos porque han pasado un juicio de expertos tomando en cuenta algunos aspectos como:

- **Univocidad.**- Redacción clara y concisa. Y permite convertir cada ítem en un indicador.
- **Suficiencia.**- La cantidad de ítems refleja a la totalidad de las dimensiones.
- **Consistencia.**- Es consistente para el área de estudio
- **Coherencia.**- Es coherente para plantear cada ítem como indicador.

Ficha del informe de opinión de expertos

Título de la Investigación: La Formación Académica y la Capacidad de Emprendimiento Empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021

Nombre del Instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres: Mg. Cruzado Castañeda Arturo

1.2 Cargo e Institución donde labora: Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM

II. DATOS DEL TESISISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Alarcón Cerna Jorge Luis

1.2 Maestría: Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (marque con una X):

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Se halla adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
4. ORGANIZACIÓN	Mantiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.			X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.				X	
8. COHERENCIA	La hay entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación			X		
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: (74) % V. INFORME DE APLICABILIDAD:

(X) El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El Instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 13 de agosto del año 2021.



Firma del Experto Informante
DNI. N°. 06086109. Teléfono N°. 987547242

Ficha del Informe de opinión de expertos

Título de la Investigación: La Formación Académica y la Capacidad de Emprendimiento Empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021

Nombre del Instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres: Dr. Esquivel Villafana, Jorge

1.2 Cargo e Institución donde labora: Facultad de Letras y CC. HH. de la UNMSM

II. DATOS DEL TESISISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Alarcón Cerna Jorge Luis

1.2 Maestría: Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (marque con una X):

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Se halla adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Mantiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.				X	
8. COHERENCIA	La hay entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: (75) % V. INFORME DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 26 de setiembre del año 2021.

Firma del Experto Informante

DNI. N°. 06151013. Teléfono N°. 997491574

Ficha del Informe de opinión de expertos

Título de la Investigación: La Formación Académica y la Capacidad de Emprendimiento Empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM - 2021

Nombre del Instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres: Dra. Luzmila Pró Concepción

1.2 Cargo e Institución donde labora: Vicedecana Académica de la Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática de la UNMSM

II. DATOS DEL TESISISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Alarcón Cerna Jorge Luis

1.2 Maestría: Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (marque con una X):

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.			X		
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Se halla adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
4.ORGANIZACIÓN	Mantiene una organización lógica.			X		
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			X		
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.				X	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.				X	
8.COHERENCIA	La hay entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices				X	
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: (80) % V. INFORME DE APLICABILIDAD:

() El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El Instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 29 de setiembre del año 2021.



Firma del Experto Informante
DNI. N°.08862360 Teléfono N°.995054793

Anexo 4

Carta de presentación



Universidad del Perú. Decana de América
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 UNIDAD DE POSGRADO

“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE
 INDEPENDENCIA”

Lima, 03 de setiembre del 2021

CARTA DE PRESENTACIÓN N.º 0002-V/FCA-UPG/2021

Señores:

Dr. EDGAR VICENTE ARMAS

Director de la Escuela Profesional de Administración

Dr. RAÚL MÓISES CAMARGO HERMOSILLA

Director de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

Mg. SARA DELFINA ROSA PIERREND HERNANDEZ

Directora de la Escuela Profesional de Administración de
 turismo

Facultad de Ciencias Administrativas

Universidad Nacional Mayor de San Marcos - UNMSM

De nuestra mayor consideración:

Es grato dirigirnos a ustedes para expresarles nuestro cordial saludo, y presentar ante usted al señor ALARCÓN CERNA JORGE LUIS, identificado con DNI N.º 42124758 y código de matrícula N.º 18097447, egresado del programa de Maestría en Administración con mención en Gestión Empresarial en el periodo académico 2020-1.

Para fines de estudios de investigación, título: “La Formación Académica y la Capacidad de Emprendimiento Empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM-2021”, requiere realizar encuestas online a los estudiantes de las 03 Escuelas Profesionales.

Sin otro particular, sea propicia la oportunidad para reiterarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Firmado digitalmente por GRANADOS
 MAGUINO Mauro Amaru FAU
 20148092282 soft
 Motivo: Soy el autor del
 documento Fecha:
 21.09.2021 22:02:20 -05:00

Dr. Mauro Amaru Granados Maguño
Director (e) de la Unidad de Posgrado

Calle Germán Amezaga N.º 375 - Lima, Perú/ Central:(511) 6197000
 www.unmsm.edu.pe

Anexo 5
Matriz de operacionalización de las variables

	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA
VARIABLE X (INDEPENDIENTE)	Formación Académica	La formación académica es aquella que proporciona desarrollo, consolidación de comportamientos y conocimientos socialmente responsables en los estudiantes formando un perfil en valores que fundamente el desarrollo moral y éticos de los mismos con el fin de prepararlos para describir, explicar y comprender las necesidades de la sociedad (Tobón et al, 2014)	La formación académica es un proceso de aprendizaje formal e informal que comprende el dominio de contenidos académicos, desarrollo de competencias profesionales, talleres de negocio, visión prospectiva y la formación de negocios.	X1: Dominio de contenidos académicos.	Conocimiento de gestión de negocios	1, 2	Escala de Likert	5 muy de acuerdo 4 de acuerdo 3 indiferente 2 desacuerdo 1 muy en desacuerdo
					Estrategias de estudio	3		
					Cumplimiento de lineamientos	4		
					Sílabos	5		
					Convenios con sectores empresariales	6		
					Exposiciones académicas	7		
X2: Desarrollo de competencias profesionales	Relaciones personales	8						
	Trabajo en equipo	9						
	Liderazgo	10, 11						
	Inteligencia Emocional	12						
	Creatividad	13						
	Innovación	14						
X3: Talleres de negocio	Generación modelo de negocio	15						
	Desarrollo planes de negocio	16						
X4: Visión prospectiva	Visión de futuro	17,18,19						
	Capacidad proactiva	20						
X5: Formación de negocios	Constitución de negocios	21,22,23						
	Manejo financiero	24, 25						

	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA
VARIABLE Y (DEPENDIENTE)	Capacidad de Emprendimiento o Empresarial	La capacidad de emprendimiento es una actitud, aptitud y ambición causada por la idea de establecer un negocio sustentándose en la percepción de que existe una ventaja de negocio que es importante sacar provecho. Aquellos que emprenden por oportunidad, se diferencian por ser personas que antes han realizado algún estudio de prefactibilidad sobre la situación del mercado y la rentabilidad del producto que brindaran, así tomando en consideración la posibilidad de realizar cambios tecnológicos y de desarrollar actividades creativas. (Llamas y Ozua, 2019)	Capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes comprende el logro de los objetivos la capacidad de asumir los riesgos, la perseverancia, capacidad comunicativa, la gestión financiera y la capacidad de adaptación al entorno.	Y1: Logro de objetivos	Objetivo de negocio Compromiso	26,27 28,29,30	Escala de Likert	5 muy de acuerdo 4 de acuerdo 3 indiferente 2 desacuerdo 1 muy en desacuerdo
				Y2: Capacidad de asumir el riesgo	Identificación de riesgo Manejo de escenario futuros	31 32,33		
				Y3: Perseverancia	Constancia Motivación	34,35,36,37 38		
				Y4: Capacidad Comunicativa	Comunicación Empatía	39,40,41 42		
				Y5: Gestión financiera	Manejo financiero Rentabilidad financiera	43,44,45,46,47 48		
				Y6: Capacidad de adaptación al entorno	Adaptabilidad al cambio Capacidad innovadora Capacidad reactiva	49,50,51 52 53,54		

Anexo 6 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>Problema principal</p> <ul style="list-style-type: none"> •¿Cuál es la relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021? <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> •¿Cuál es la relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021? •¿Cuál es la relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021? •¿Cuál es la relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021? •¿Cuál es la relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021? •¿Cuál es la relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021? 	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar la relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar la relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Determinar la relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Determinar la relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Determinar la relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Determinar la relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 	<p>Hipótesis General:</p> <p>Existe relación entre la formación académica y la capacidad de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021.</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe relación entre el dominio de contenidos académicos y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Existe relación entre el desarrollo de competencias profesionales y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Existe relación entre los talleres de negocio y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Existe relación entre la visión prospectiva y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 •Existe relación entre la formación de negocios y la capacidad de emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM – 2021 	<p><u>Variable X:</u></p> <p><u>Formación académica</u></p> <p>X1: Dominio de contenidos académicos X2: Desarrollo de competencias profesionales X3: Talleres de negocio X4: Visión prospectiva X5: Formación de negocios</p> <p><u>Variable Y: Capacidad de Emprendimiento empresarial</u></p> <p>Y1: Logro de objetivos Y2: Capacidad de sumir el riesgo Y3: Perseverancia Y4: Capacidad comunicativa Y5: Gestión financiera Y6: Capacidad de adaptación al entorno</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo y aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo Correlativo Causal.</p> <p>Diseño de investigación: No experimental Transeccional y correlacional</p> <p>Población y muestra:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> X M --> Y X --- r --- Y </pre> </div> <p>Donde: $Y=f(X)$</p> <p>M: Muestra de estudio X: Formación académica Y: Capacidad de Emprendimiento empresarial r: Relación</p> <p>Análisis Estadístico:</p> <p>En el análisis estadístico se uso el software SPSS 26. Encuesta – Cuestionario: Cuestionario anónimo, dirigido a los estudiantes.</p>