



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito Comas, 2017

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Angela Erika Pereyra Salazar

ASESOR:

Dr. Edwin Alberto Martínez López

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Diseño Organizacional

PERÚ – 2018

Página del Jurado

Dr. William Sebastián Flores Sotelo
Presidente

Mg. Fernando Alexis Nolazco Labajos
Secretario

Dr. Edwin Alberto Martínez López
Vocal

Dedicatoria

A mis hijas, Angie Camila y Abril, por ser la fuerza que me impulsa a seguir adelante y por prestarme el tiempo que les pertenece para dedicarme a este estudio del cual me apasiona.

A mi esposo, Claudio, por el apoyo brindado para la realización de este proyecto.

A mis padres, María Angélica y Aurelio por enseñarme a ser la persona que soy.

A mis abuelos, Angélica y German, que desde el cielo siento que siempre están a mi lado.

Y a todas aquellas personas que con perseverancia, optimismo y dedicación lograron realidad sus sueños de ser “dueños de su propio negocio”.

Agradecimiento

Un agradecimiento a Dios por permitirme dar a conocer sobre la realidad de lo que más me apasiona, el emprendedurismo y a la Universidad Cesar Vallejo que me acogió con esta idea; así mismo, un sincero agradecimiento a todos aquellos asesores que contribuyeron con el desarrollo del presente trabajo de investigación, los doctores Claudio Iván Zegarra Arellano, William Sebastián Flores Sotelo y Edwin Martínez López.

La autora

Declaratoria de autoría

Yo, Angela Erika Pereyra Salazar, estudiante de la Escuela de Postgrado, Maestría en Administración de Negocios, de la Universidad César Vallejo, sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado “Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017” presentado, en 126 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de Negocios, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, 31 de enero de 2018

Firma
Angela Erika Pereyra Salazar
DNI 10743506

Presentación

Señores miembros del Jurado,

Presento a ustedes mi tesis titulada “Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017”, cuyo objetivo fue describir las condiciones de emprendimiento juvenil en el distrito de Comas para el año 2017, evidenciando la existencia de barreras con las que se encuentra el emprendedor al querer concretar su idea de negocio y hace que muchos de los emprendedores desestimen esta posibilidad de autoempleo, salvo algunos que contra viento y marea logran sumergirse en esta aventura empresarial; por tanto, en el cumplimiento del Reglamento de grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Magíster.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos y un anexo: El capítulo uno: Introducción, contiene los antecedentes, la fundamentación científica, técnica o humanística, el problema, los objetivos. El segundo capítulo: Marco metodológico, contiene la variable, la metodología empleada, y aspectos éticos.

El tercer capítulo: Resultados se presentan resultados obtenidos. El cuarto capítulo: Discusión, se formula la discusión de los resultados. En el quinto capítulo, se presentan las conclusiones. En el sexto capítulo se formulan las recomendaciones. En el séptimo capítulo, se presentan las referencias bibliográficas, donde se detallan las fuentes de información empleadas para la presente investigación.

Por la cual, espero cumplir con los requisitos de aprobación establecidos en las normas de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

La autora

Índice de contenido

	Pág.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autoría	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de figura	x
Resumen.	xi
Abstract	xii
I. Introducción	13
1.1 Realidad problemática	14
1.2 Justificación .	15
1.3 Trabajos previos	17
1.4 Teorías relacionadas al tema	23
1.5 Formulación del problema	45
1.6 Objetivos	46
II. Método	48
2.1 Diseño de investigación	49
2.2 Variable	49
2.3 Población, muestra y muestreo	51
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	54
2.5 Método de análisis de datos	56
2.6 Aspectos éticos	56

	Pág.
III. Resultados	57
IV. Discusión	68
V. Conclusiones	74
VI. Recomendaciones	78
VII. Referencias	81
VIII. Anexos	86
Anexo 1: Artículo científico	87
Anexo 2: Matriz de consistencia	96
Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos	99
Anexo 4: Certificados de validación de instrumentos	105
Anexo 5: Base de datos de resultados	126

Índice de Tablas

	Pág.	
Tabla 1	Término Emprendedor	31
Tabla 2	El emprendedor	42
Tabla 3	Operacionalización de la variable	50
Tabla 4	Número de emprendedores	52
Tabla 5	Validez de contenido por juicio experto	55
Tabla 6	Confiabilidad de los instrumentos Alfa de Cronbach	56
Tabla 7	Acceso financiero para los emprendedores	58
Tabla 8	Políticas gubernamentales para el emprendimiento	59
Tabla 9	Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	60
Tabla 10	Educación y capacitación emprendedora	60
Tabla 11	Transferencia de investigación y desarrollo	61
Tabla 12	Acceso a la infraestructura profesional y comercial	62
Tabla 13	Dinamismo y apertura del mercado	63
Tabla 14	Acceso a la infraestructura física	64
Tabla 15	Normas sociales y culturales	66
Tabla 16	Condiciones marco para el emprendimiento	67

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Acceso financiero para los emprendedores	58
Figura 2. Políticas gubernamentales para el emprendimiento	59
Figura 3. Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	60
Figura 4. Educación y capacitación emprendedora	61
Figura 5. Transferencia de investigación y desarrollo	62
Figura 6. Acceso a la infraestructura profesional y comercial	63
Figura 7. Dinamismo y apertura del mercado	64
Figura 8. Acceso a la infraestructura física	65
Figura 9. Normas sociales y culturales	66
Figura 10. Condiciones marco para el emprendimiento	67

Resumen

La presente investigación titulada: “Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017”, tuvo como objetivo general: Describir las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017, evidenciando la existencia de barreras con las que se encuentra el emprendedor al querer concretar su idea de negocio, muchos desestiman esta posibilidad de autoempleo y algunos consiguen sumergirse en esta aventura empresarial. El propósito es dar a conocer a las entidades públicas y/o privadas para que brinden el apoyo respectivo para el crecimiento y desarrollo de esta actividad empresarial.

El método utilizado en esta investigación es explicativo, tipo de investigación: básica ya que “su finalidad es ampliar el conocimiento de la realidad y comprender mejor los procesos que tienen lugar en ella.”, es decir, utiliza la teoría existente para describir situaciones o sucesos sobre las condiciones en que se encontraron los sujetos antes de ser emprendedores; nivel descriptiva, enfoque cuantitativo; diseño no experimental transversal, no se manipula la variable, solo se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos, sin construcción de una situación, solo mediante su realidad, por lo tanto, no pueden influir ni tienen control directo sobre la variable ni mucho menos sobre su efecto.

Después de codificar y procesar estadísticamente los instrumentos se llega a la conclusión que, las condiciones marco para emprendimiento en el distrito son desfavorables pero a pesar de todo el emprendedor hace todo lo posible para seguir su plan llegando a ser “el dueño de su propio negocio”.

Palabras claves: Emprendedor, emprendedurismo, emprendimiento, condiciones marco.

Abstract

This research entitled: "Framework conditions for youth entrepreneurship in the district of Comas, 2017", had as its general objective: Describe the framework conditions for young entrepreneurship in the district of Comas, 2017, evidencing the existence of barriers with which it is located. The entrepreneur wanting to realize his business idea, many dismiss this possibility of self-employment and some manage to immerse themselves in this business venture. The purpose is to inform public and / or private entities so that they provide the respective support for the growth and development of this business activity.

The method used in this research work is explication. Type of research: basic, "its purpose is to expand the knowledge of reality and better understand the processes that take place in it", that is, it uses the existing theory to describe situations or events about the conditions in which the subjects were found before becoming entrepreneurs; descriptive level, quantitative approach; transverse non-experimental design, the variable is not manipulated, only phenomena are observed as they occur in their natural context and then analyzed, without construction of a situation, only through their reality, therefore, they cannot influence nor have direct control over the variable, let alone about its effect.

After coding and statistically processing the instruments, it is concluded that the framework conditions for entrepreneurship in the district are unfavorable but although the entrepreneur does everything possible to follow his plan and becomes "the owner of his own business".

Keywords: Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneurship, framework conditions.

I. Introducción

1.1 Realidad problemática

Los emprendedores de éxito son personas que tienen ideas, que con ciertas aptitudes personales consiguen transformarlas en iniciativas rentables, sin embargo, no basta con estas aptitudes. Los emprendedores sobresalen cuando tienen un entorno económico e institucional favorable. Cuando el entorno es propicio, los emprendedores arriesgan, invierten en innovación y estimulan la productividad, lo que luego en el tiempo origina la promoción del desarrollo económico. ¿Por qué deberían los responsables de las políticas preocuparse de los emprendedores, que suelen formar parte de la población acomodada?, la respuesta: el emprendimiento es motor fundamental para el crecimiento y el desarrollo de una región del planeta y de la nación, y juegan un papel crucial en la transformación de la sociedad.

¿Qué características nacionales están relacionadas con los diferentes niveles y tipos de emprendimientos?. Es de importancia entonces enfocar la atención sobre los siguientes aspectos que inciden en las condiciones marco para el emprendimiento tales como: entorno financiero relacionado con el emprendimiento, políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, educación emprendedora, transferencia de tecnología e I+D, acceso a la infraestructura profesional y comercial, dinamismo y apertura del mercado interno, acceso a la infraestructura física, y finalmente, normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendimiento.

En la actualidad no existe un estudio de la zona Norte de Lima ni mucho menos del distrito de Comas que haya investigado sobre las posibles condiciones que el vecino emprendedor comeño tenga en su entorno y que le permita ser influenciado positivamente para llegar a ser emprendedor, sabiendo que las condiciones de las que se hace mención, pudiesen no ser siempre generadoras de emprendimientos exitosos sino ser en la práctica, barreras para su evolución, barreras que ellos tratan de algún modo sobrellevar para que su negocio, el negocio de sus sueños no se vea afectado por estas limitaciones, como por ejemplo se evidencia, poco o nulas capacitaciones emprendedoras dentro de su

etapa como estudiantes; la falta de apoyo dentro del sistema financiero a fin de financiar todo o parte de su negocio, haciendo que vean la manera de obtener dinero mediante pequeños ventas informales afines y paralelas a su negocio para poder financiarse o salvar algún problema económico que surja en el camino como emprendedor; las políticas o programas del estado que no llegan a sus oídos; poco saben sobre cómo acceder a los mercados; no encuentran realmente profesionales que los orienten para el inicio de su negocio o para buscar estrategias que los encaminen durante el emprendimiento de ellos; entre otros.

1.2 Justificación

Justificación teórica.

El presente estudio ha permitido obtener recopilación de experiencias y opiniones de los pobladores del distrito de Comas sobre la contribución o no del entorno para el surgimiento del “Emprendedurismo” en el Distrito de Comas en nuestra sociedad, que muestra un crecimiento económico y como consecuencia, el desarrollo social, permitiendo confrontar teorías actuales con nuevos modelos. Todo ello ofrece la posibilidad de una exploración fructífera de éste entorno. También contribuirá a teorizar alrededor de las condiciones que favorecen o no el “Emprendedurismo” en el Distrito de Comas, permitiendo un mayor entendimiento de la influencia de la sociedad misma en un fenómeno que fomenta el crecimiento económico y social, asimismo lograr entender los diversos estudios sobre el particular de tal manera que propicien y contribuyan a la generación de emprendimientos por oportunidad y no por necesidad. A lo largo de este documento se destaca la importancia de la existencia de apoyo, así como el fomento al emprendimiento, para la generación de condiciones en la creación de nuevas empresas de base tecnológica que propicien el desarrollo económico y social sostenido del país, asimismo el desarrollo de estrategias de apoyo que le garanticen mejores resultados y por ende empresas sostenibles en el mediano y largo plazo.

Justificación práctica.

La relevancia de la presente investigación se da en tanto se puedan identificar claramente las condiciones y situaciones que el micro y macro entorno permitan al emprendedor a germinar y luego desarrollar su emprendimiento, entendiendo que el beneficio que se espera no es tan sólo de carácter social, sino académico y que debiera también, poder replicarse. Esto ayudará a resolver un problema real como es el conocer e identificar las condiciones marco.

Justificación metodológica.

Esta investigación es de carácter social, puesto que como se ha dicho anteriormente, contribuirá a motivar entre sí a los emprendedores y/o se fortalecerán los programas de apoyo al emprendimiento que pueda desarrollar la comunidad, entidades sin fines de lucro, particulares o el gobierno en sus tres niveles y/o en conjunto a fin de articular transversalmente esfuerzos y recursos que permitan el fomento de capacitaciones, asesoramiento y demás que sean de suma utilidad. Asimismo, pueda ayudar a crear nuevos instrumentos para recolectar y/o analizar los datos que de ellas emane. Los emprendedores son una solución esencial y no un problema para la economía de un país, los emprendedores peruanos reactivan la economía, creando más empleos y proyectos empresariales procurando la consecución del principio del bien común de la sociedad. Si se mejora las condiciones de los emprendedores, entonces la siguiente generación de potenciales empresarios será capaz de contribuir de manera significativa el progreso de su zona y por ende, del país; pudiendo con ello estudiar más adecuadamente a ésta población.

1.3 Trabajos previos

1.3.1 Antecedentes internacionales.

Bonilla y Garcia (2014), en su investigación sobre *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales* para optar el grado de Magíster en administración de negocios, Universidad Autónoma de Manizales, Manizales, Colombia. Objetivo general: determinar las características del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales, problema general: ¿Cuáles son las características del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios en la ciudad de Manizales?, el emprendimiento ha sido abordado desde la economía, la sociología y la psicología, (Sánchez, 2011; Álvarez y Urbano, 2011) como disciplinas que influyen en el individuo en el momento de optar por el emprendimiento como alternativa que le permita desenvolver sus capacidades en el entorno sociocultural con el fin de crear empresa. Metodología: tipo de estudio fue de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo con una fase correlacional, en la medida que se quieren establecer las relaciones existentes entre el perfil emprendedor y variables sociodemográficas. Población y muestra: el total de graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales fueron 50, graduados entre los años 2012, 2011 y 2010. Se empleó una muestra Censal. El periodo de medición se desarrolló entre el 15 de abril y el 20 de mayo de año 2014, se utilizó el instrumento encuesta. Concluyen que, el emprendimiento no solo demanda capacidades a nivel individual, sino también, la búsqueda del beneficio colectivo, reconociendo la importancia que el trabajo interdisciplinario o colaborativo tiene en la generación y desarrollo de procesos de emprendimiento.

Gutiérrez (2013) en su investigación sobre *Guía de herramientas mercadológicas para el emprendimiento empresarial del Tecnológico de Antioquía* para optar el grado de magíster en administración con acentuación en

mercadotecnia, Universidad de Montemorelos, Montemorelos, México. Objetivo general: desarrollar una guía de herramienta mercadológica para los emprendedores de las microempresas en Medellín. Problema general: “¿Cómo hacer posible que existan las herramientas necesarias para estructurar un plan de mercadeo, que permita conocer el mercado objetivo de los emprendedores de las microempresas de la ciudad de Medellín?”. Modelo: según el estudio realizado por la GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2010). Se concluye en su investigación, que en Colombia existen estímulos tanto académicos como económicos para la generación de condiciones favorables en la creación de microempresas innovadoras y exitosas, a través de los establecimientos educativos, las cámaras de comercio, las agremiaciones y asociaciones, permitiendo esto el apoyo y acompañamiento en la formación de unidades productivas; sin perjuicio de ello, aún faltan herramientas claras y precisas que permitan a los microempresarios una mejor identificación de su público objetivo.

Cuesta (2012) en su investigación sobre *Diseño de una plataforma digital de trabajo colaborativo para fortalecer el emprendimiento de los estudiantes de la carrera de Comunicación audiovisual digital del Instituto Profesional Santo Tomás* para optar grado académico de Magíster en Comunicación Social con mención en Comunicación y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Objetivo general: Que los estudiantes y egresados de la carrera de comunicación audiovisual digital del IPST canalicen y desarrollen sus posibilidades de emprendimiento. Metodología: Constructivismo, Si bien no se trata de un modelo validado, sino de una teoría, es concordante con el proyecto presentado y la metodología que se pretende implementar. George Siemens define en su escrito “Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital” (2013), principios claros y concretos sobre aprendizaje y conocimiento. Concluye que, el emprendimiento figura como una de las prioridades de la carrera y que ésta se encuentra postulando a un fondo Innova para la creación de la primera incubadora audiovisual chilena financiada por CORFO; esta propuesta medial sería parte importante del programa de trabajo de la incubadora.

Reyes (2012) en su investigación sobre *Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación* para optar al grado académico de Magíster, Pontificia Universidad Católica de Chile Escuela de Psicología con Mención Social-Comunitaria. Objetivo general: Describir y analizar la evaluación de la experiencia en micro emprendimiento de un grupo de mujeres usuarias de Fondo Esperanza. Metodología: cualitativa, la población de estudio está compuesta por todas las mujeres usuarias de Fondo Esperanza de la Región de Valparaíso y en la muestra se tomó en cuenta la participación de 13 mujeres usuarias y ex usuarias de Fondo Esperanza. Concluye que, para estas mujeres el emprendimiento femenino está asociado a desafíos, que requieren diversas estrategias de conciliación de roles; a limitaciones de tiempo y que se erige fundamentalmente desde el ser madres, como una estrategia que implica el sacrificio de ellas mismas por una mejor calidad de vida para sus hijos. La experiencia de las entrevistadas muestra claramente la posibilidad de superarse a sí mismas y sus condiciones de vida desfavorables, marcadas por la pobreza, pero lo anterior no está exento de lo que se vivencia como sacrificio personal, que tiene como riesgo la sobrecarga de la mujer, pudiendo incluso llegar a amenazar su salud mental. No obstante, gran parte de las mujeres muestra en sus narraciones elementos claves que hacen posible desarrollar una trayectoria en emprendimiento que surge por la necesidad económica, pero que puede realizarse en condiciones de mayor protección familiar y personal, en la medida que se cuenta con habilidades personales, apoyo monetario, oportunidades de capacitación y se mantienen vinculadas con otros a través de su red de contactos personales y formales.

Cardozo (2012), en su investigación sobre *La innovación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos* para optar el grado de Doctor, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. Objetivo general: determinación del proceso de gestación del emprendimiento, metodología: cualitativa, población 157 personas, muestra 103 emprendedores manifiesta en sus conclusiones que, desde un punto de vista de políticas públicas se presentan diferentes tendencias para promover emprendimientos, la más asentada, aquella que considera que la creación de empresas es potenciada al

hacer el ambiente nacional -entiéndase condiciones marco- más favorable a empresarios nacies y que esto a su vez impactará en su desempeño. Otra tendencia sugiere (en lo referido a dicho desempeño) que el empresariado aumenta si el medio exige a los emprendedores que “disputen” recursos, esto intensifica las habilidades empresariales de los emprendedores y sólo los mejores sobrevivirán dentro de un proceso natural de selección ambiental; entendiéndose ello, como un sistema de disminución de regulaciones diversas y sus tiempos y que la sobrevivencia de los emprendimientos sea establecida por las condiciones del mercado.

1.3.2 Antecedentes nacionales.

Becerra (2017), en su investigación sobre *Diagnóstico de los factores que podrían contribuir a la sostenibilidad de los micro emprendimientos del proyecto de generación de negocios de la ONG Socios en salud en la provincia de Lima metropolitana y el Callao* para optar el doble grado de Magíster en Gerencia Social y Magíster en Gerencia de Empresas Sociales para la Innovación y el Desarrollo Local de la Universidad EAFIT de Medellín, Colombia, pontificia universidad católica del Perú, Lima, Perú. Objetivo general: “Conocer los factores que podrían contribuir a la Sostenibilidad de los micro emprendimientos del Proyecto de Generación de Negocios de la ONG Socios En Salud en la provincia de Lima Metropolitana y el Callao, desde la perspectiva de los gestores y beneficiarios involucrados a fin de proponer mejoras en las herramientas utilizadas en el programa para fortalecer su gestión.”, problema general: ¿Qué factores podrían contribuir a la sostenibilidad de los micro emprendimientos del proyecto de generación de negocios de la ONG Socios En Salud en la provincia de Lima Metropolitana y el Callao -Perú?. Metodología: estudio cualitativo, población de 323 beneficiarios y una muestra de 30 micro emprendedores sostenibles y no sostenibles, se usó la entrevista y la revisión documental. En su segunda propuesta/recomendación, nos referencia que se debe considerar para un micro emprendimiento, las intenciones de mejora, estudio y crecimiento, así como, la formalización del negocio, entre otras; es decir, lo que piensan los emprendedores acerca de los estudios, ganas de trabajar, decisión, dedicación y

empeño por el trabajo, el deseo de superarse y las motivaciones de logro que tengan, asimismo, la capacidad de asumir riesgos y su visión de futuro, teniendo decisión para el logro de determinados objetivos, deseos de superación y de progreso; así como, adicionalmente, tener las ganas explícitas de contar con algo propio. (Repositorio Digital de Tesis PUCP, 2016)

Zorrilla (2014), en su investigación sobre *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: proyecto jóvenes pilas del programa empleo juvenil de INPET (2007-2009)* para optar el grado de magíster en gerencia social. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Objetivo general: “Identificar los factores que han contribuido a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles, promovidos por el Programa de Empleo Juvenil del INPET en el distrito de San Juan de Lurigancho”. Metodología: cualitativa desde una muestra significativa (no probabilística), población de 32 emprendedores y una muestra de 23 casos significativos. En su quinta conclusión menciona que, poco se conoce acerca de los micro emprendimientos, así como que no se evidencian grandes avances para conocer los determinantes del desempeño económico de los mismos. De la misma manera, esta investigación propone un nuevo diseño de programa con un esquema más integral, de tal manera que los distintos sectores empresariales se dinamicen, sentando estrategias que incorporen totalmente a estos emprendimientos en la economía formal del país. (Repositorio Digital de Tesis PUCP, 2014)

Osorio (2013), en su investigación sobre *Estilos de aprendizaje en el desarrollo de capacidades de emprendimiento en estudiantes de secundaria*, para optar el grado para optar el grado académico de maestro en educación con mención en gestión de la calidad, autoevaluación y acreditación, Universidad San Martín de Porres. Objetivo general: Establecer la relación entre los estilos de aprendizaje con el desarrollo de las capacidades de emprendimiento de los alumnos del Colegio Parroquial San Norberto, Urbanización Santa Catalina, Distrito de La Victoria, 2011. Metodología: cuantitativa, la población está constituido por todos los alumnos, distribuidos en 115 mujeres y 200 varones, del

Colegio Parroquial San Norberto, Distrito de La Victoria en el año 2011 y está constituida por 315 alumnos y la muestra está conformada por 76 alumnos: 38 alumnas y 38 alumnos del Colegio Parroquial San Norberto, distrito de La Victoria. Concluye que, los estilos de aprendizaje influyen en el desarrollo de las 102 capacidades de emprendimiento de los alumnos del Colegio Parroquial San Norberto, Urb. Santa Catalina, Distrito de La Victoria.

Harman (2012), en su investigación sobre *Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto Ramp Perú* para optar el grado de magíster en gestión y política de la innovación y la tecnología, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Objetivo general: Metodología: método cualitativo, población 40 incubaciones, muestra 25 actores, aplicación de encuesta. En su investigación determina que se debe tener una mirada sistémica de los distintos factores que influyen en la formación emprendedora, y menciona que los emprendedores, en su primera conclusión, no sólo deben tener capacidades emprendedoras individuales o una fuerte vinculación entre su principal ocupación y su proyecto tecnológico, sino también debe evaluarse las condiciones de su entorno y cómo el individuo se relaciona con él, en tanto dificulta o facilita el desarrollo emprendedor.

Vargas y Ticlla (2012), en su investigación sobre *Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho*, para optar el grado de magíster en gerencia social, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Metodología: cualitativa con una muestra significativa de 11 microempresarias, se realizaron entrevistas. En su investigación sobre las microempresarias del distrito de San Juan de Lurigancho, mencionan en su séptima conclusión, que son compatibles tanto el desarrollo económico local y la gerencia social para que propicien un desarrollo “desde abajo”, que general final, la dinamización económica de este distrito, considerando esto desde la base de la pirámide social y económica, es decir, desde sus pobladores. Asimismo, en su décimo primera conclusión se menciona que, son la inversión de capital en su empresa, la generación de empleo y el pago

de tributos, los principales aportes que las microempresarias realizan a la dinámica económica del distrito. Finalmente, en su décimo quinta conclusión se menciona que, las micro empresarias en el desarrollo de sus actividades, y quehacer empresarial han tenido con su familia diferentes niveles de lucha para llegar a conseguir su autonomía personal y lograr niveles de equidad de género, teniendo que vencer de manera especial la resistencia conyugal, es decir que la pareja no compartía la posibilidad de tener a su lado a una mujer emprendedora que genera sus ingresos, basado en su propio esfuerzo. Se acota también que esta lucha, ha sido paralela al desarrollo de sus actividades empresariales. (Repositorio Digital de Tesis PUCP, 2012)

1.4 Teorías relacionadas al tema

De acuerdo con Ibarra (2013), el término emprendedor proviene de la palabra francés entrepreneur, utilizado para hacer mención a un individuo que organiza y opera una o varias empresas y que asume riesgo financiero para tal acción. Fue denotado por primera vez por el economista anglo-francés, Richard Cantillón, como «la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende, tomando decisiones acerca de la obtención y el uso de recursos, y admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento». Otros estudiosos han definido este término de distintas maneras, entre ellos: Jean-Baptiste Say (1803) un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento. Joseph Alois Schumpeter (1934) los emprendedores son innovadores que buscan destruir el statu-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios. 1964: Peter Druker (1964), un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, el emprendedor efectivo convierte una fuente en un

recurso. Howard Stevenson (1975), el emprendimiento es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente.

El término emprendedor deriva de la voz castellana emprender, que proviene del latín, coger o tomar, aplicándose originalmente, tanto en España como en otros países, a los que entonces eran considerados aventureros, principalmente militares, término que posteriormente pasó a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades de 1732, todavía con esa connotación, como: “La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua”. Ese sentido y evolución está estrechamente relacionado con el vocablo francés entrepreneur, que aparece a principios del siglo XVI. Posteriormente, a principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes y caminos y a los arquitectos.

Así, L'Encyclopédie define el término entrepreneur como «se dice por lo general del que se encarga de una obra: se dice un emprendedor de manufacturas, un emprendedor de construcciones, un manufacturador, un albañil contratista». La traducción de la frase anterior es difícil, dado que el sentido de las palabras ha cambiado, pero se ha sugerido que el sentido de la frase francesa, a diferencia de la hispana, se relaciona con la persona que obtiene un contrato con otros y está a cargo de su ejecución, lo que en España se denominaba en aquellos tiempos “maestros de obra” personajes tales como Carlín o Alonso Rodríguez o un contratista en su sentido original: quienes recibían contratos reales en el sistema de la Casa de Contratación de Indias y, en general, quienes contrataban la producción de algunos bienes por encargo. El elemento de riesgo no aparece aún, dado que tales personajes financiaban sus actividades sobre la existencia de un contrato con alguna autoridad y sus ingresos estaban, por lo general, asegurados. Posteriormente, ese sentido de «entrepreneur» se generalizó para identificar tomadores de riesgos económicos.

Jean-Baptiste Say jugó un papel importante en esa generalización, haciendo en 1803 explícito y coherente ese nuevo sentido. En su “*Traité d'économie politique*”, traducido extensivamente y con gran influencia, Say presentó al “*entrepreneur*” (en castellano, empresario) como el que “dirige una empresa, especialmente un contratista, actuando como intermediario entre el capital y el trabajo”. Notó que es raro que tales empresarios sean tan pobres que no posean siquiera parte del capital que emplean. Sin embargo, para él lo importante es que “el empresario está expuesto a todos los riesgos mientras que se aprovecha de todo lo que puede serle favorable”. Esa concepción perduró hasta comienzos del siglo XX y se puede resumir como la del propietario que maneja empresas y asume riesgo. Y se puede alegar aún perdura como el sentido general de la palabra en países de habla hispana. No obstante, esto empieza a cambiar con Joseph Schumpeter, quien sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico y quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores. Para Schumpeter, la clave de este concepto es la capacidad de transformar innovaciones desde un invento a un producto práctico, lo que implica un alto riesgo económico. En palabras de Eudald Domènech: “La innovación por la innovación no sirve para nada. Innovar es crear productos que hagan la vida más fácil.”

Teoría Moderna.

Así, en la concepción moderna, el *entrepreneur*/emprendedor pasa de ser principalmente un tomador de riesgos económicos, en general, a un innovador. Por ejemplo, se ha sugerido que Henry Ford llegó a ser un emprendedor no en 1903, cuando comenzó a producir automóviles, sino en 1908, cuando comienza a producir el modelo que introduce la producción en cadena, resultando ambas innovaciones en una revolución tanto en la industria como en la sociedad de Estados Unidos. En otras palabras, se sugiere que la diferencia central entre personas del tipo de, por ejemplo, Bill Gates o Steve Jobs y otros no es que éstos sean los únicos dispuestos a de tomar riesgos o capaces de ello, sino que estos personajes motivado no necesariamente en forma principal por la ganancia son

capaces de introducir innovaciones que modifican profundamente algún área económica o la sociedad entera. Posteriormente aparecerán otros que copian o adoptan esas innovaciones, quienes también asumen un riesgo, pero no son según esta concepción, verdaderos emprendedores, sino más bien un hombre de negocios, un comerciante o un empresario.

Teoría Schumpeteriana.

Ese es el sentido central de la concepción schumpeteriana acerca del emprendedor: los entrepreneurs son aquellos capaces de, superando resistencias, incorporar tales innovaciones a los procesos del mundo real: “la gran mayoría de los cambios en las comodidades del consumo han sido forzados por los productores sobre los consumidores, los que, más a menudo que no, han resistido el cambio y han tenido que ser educados por las elaboradas técnicas psicológicas de la publicidad”. Esta visión, del emprendedor como creador de colores especialmente materiales, o desarrollo económico, puede ser concebida como un retorno al espíritu del término hispano primigenio, cuando se aplicaba a quienes crearon los elementos físicos básicos desde catedrales y palacios a máquinas y sistemas de organización de la Edad Moderna. Hay quien, con en ese espíritu, en la actualidad considera al emprendedor como un héroe cultural.

Según Fernando Giner y Grima, el emprendimiento no es una moda política, es el espacio económico creativo que ha generado el enorme cambio tecnológico que suponen las tecnologías de la información y el agujero negro provocado por la falta de crédito a las pymes tras la crisis financiera de 2008. Se afirma que existe alguna teoría sobre las condiciones marco para el emprendimiento en el distrito de Comas – 2017, se realizó la revisión de una variedad de libros, artículos científicos nacionales e internacionales sobre el emprendimiento. Respecto a las teorías del emprendimiento, un clásico y referente sobre el tema, es Schumpeter, pero también se tiene a la llamada escuela austríaca -representada por Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner-, a Howard Stevenson, Allan Gibb, entre otros.

Shumpeter, citado por Moreno (2013), toma al emprendedor como un ente promotor de innovaciones y se refiere a éste como misión con las siguientes palabras:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo.

Esto obviamente referencia al entorno y sus condiciones para propiciar el emprendimiento. Amado, citado por Ramirez (2012), comenta que, el interés académico en torno al emprendimiento se basa en su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio productivo, al relanzamiento de espacios regionales, al relanzamiento del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos laborales. (p. 84).

Se podrían elaborar algunos supuestos alrededor de las razones que motivan a los emprendedores a crear su propia empresa; tal vez se deba a la necesidad, o tal vez al deseo de independencia laboral que cualquier profesional quisiera tener, o quizá las ganas de dejar un legado a sus descendientes, o posiblemente porque quieren ser reconocidos en el ámbito empresarial y en su entorno, lo cierto es que Kantis, Angelelli y Moori -citado por Messina y Hochsztain (2015)- y su equipo de investigadores realizaron un estudio de casos para trece países de América Latina, el este de Asia y el Sur de Europa en su libro titulado, Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional, donde analizan el perfil de los emprendedores y la manera en que estos crean negocios en América Latina, el este de Asia y el sur de Europa.

Kantis, Angelelli, y Moori (2004), citado por Messina y Hochsztain (2015), evidencian que:

Para la creación de la primera empresa en México, Costa Rica y Perú, les lleva más tiempo que en los países del Cono Sur. El tiempo que pasa entre el deseo de emprender y la fundación de la empresa es mayor que los demás países de la región; sería necesario entender los motivos de esta situación, el acortamiento de este tiempo estaría dado por la tasa de deserción de los emprendedores en el mercado. (p. 41).

En Perú la formación de empresa toma más tiempo en comparación de otros países de la región.

Así también Kantis, Angelelli, y Moori, citados por Parra y Argote, 2015, mencionan que:

Los tres motivos principales para emprender son de naturaleza positiva: (a) el deseo de realización personal, (b) el de aplicar los conocimientos y; (c) el de mejorar el ingreso personal. Muchos de los empresarios entrevistados sintieron que también contribuían con la sociedad, especialmente en los países con economías más pequeñas (El Salvador, Perú y Costa Rica). Motivaciones basadas en factores negativos tales como estar desempleado o no haber podido estudiar fueron muy poco frecuentes entre los emprendedores dinámicos (p. 42).

Silva (2006), menciona cuales son las barreras para que un individuo se desanime de ser un emprendedor:

En efecto, muchos emprendedores no llegan a concretar proyectos de empresa por factores de entorno que actúan como inhibidores de la actividad empresarial. El exagerado intervencionismo del Estado, las regulaciones, el elevado costo de capital, la actitud de la sociedad hacia el trabajo independiente y la valoración social del

empresario, la democratización de la propiedad y, en fin, todo el proceso dispendioso para crear y mantener empresas, llega a desestimular al emprendedor. (p.32)

El Colectivo Integral de Desarrollo, citado por Zorrilla (2014), presenta testimonios y la historia de algunos de los 4,000 emprendedores que la institución El Colectivo Integral de Desarrollo ha apoyado desde 1993 a jóvenes de todas las edades para la formación y empuje de su propia idea de negocio, esta institución se formó un año anterior para promover la cultura emprendedora en Lima.

Los emprendedores al pensar en su idea de negocio no escatiman en el riesgo que deberán correr, lo piensan, lo asumen y eso no les impide poner en práctica su modelo, no desaprovechan la oportunidad de hacer negocio, ellos tienen fuerte instinto y saben tomar decisiones en momentos de incertidumbre. Silva, citado por Gil y Urrego (2012), sostiene que:

Crear una empresa implica manejar un grado de incertidumbre y tomar niveles de riesgos que van más allá de lo comercial y lo financiero, por lo cual, la valoración del empresariado debe tener una importancia vital en las políticas de Estado y de la cultura de la sociedad. (p.34).

Silva, citado por Gil y Urrego (2012), explica dentro de los factores externos que:

Se refieren a los aspectos del entorno o del medio ambiente que influyen en la acción empresarial. En la medida en que estas variables sean coherentes con la mentalidad empresarial, se encontrará un clima favorable para la aparición de nuevas empresas. (p. 36)

Este autor también expresa que “Las principales fuerzas externas que afectan el desarrollo empresarial tienen que ver con aspectos políticos, económicos, sociales, culturales, tecnológicos, laborales, organizacionales,

familiares, educativos, de competencias, entre otros como factores externos y una serie de características del individuo.” (Silva, citado por Gil Urrego, 2012).

Mientras que para las fuerzas internas el autor menciona que “Son aspectos asociados al desarrollo de la personalidad del empresario potencial. La familia y su entorno y la formación educativa son factores esenciales que pueden influir en el afianzamiento del perfil de un emprendedor.” (Silva, citado por Gil y Urrego, 2012). Luego de un análisis de los estudios revisados se puede observar que uno de los factores de mayor incidencia al menos en Latinoamérica es que los empresarios toman la iniciativa para obtener un mayor nivel de ingresos, es decir, que ante la falta de recursos materiales que sustenten al empresario y su familia, este opta por el trabajo independiente “como opción para que sus pocas posibilidades de acceder a un cargo burocrático o su procedencia no actúen como inhibidor a sus sueños...” (Silva, citado por Gil y Urrego, 2012)

Por lo tanto, para Silva un emprendedor y un empresario están “atentos a todas las oportunidades de negocios permanentemente. Las otras personas no perciben estas oportunidades.” (p. 70).

Silva (2006), menciona las diferencias entre empresario y emprendedor:

En una sociedad que estimula la libre iniciativa, emprendedor y empresario deberían ser coincidentes en su sentido; sin embargo, los factores inhibidores de la iniciativa emprendedora y el espíritu empresarial, que se detallan adelante, permiten inferir que no todo emprendedor llega a ser empresario y que existen empresarios que no son emprendedores. Esta diferencia se deriva de que ser emprendedor tiene una connotación psicológica, social, política y ética, mientras que empresario, es la valoración institucional que la sociedad otorga a quien se ocupa de este rol. (p.32)

Un estudio realizado refiere que “El factor clave de éxito en este punto es la creación de la empresa como tal, para esto lo que se requiere es contar con el espíritu emprendedor de la persona.” (Bolaños, citado por Navarro, 2012), también menciona el autor que “para poder conocer el peso de los factores que

influyen esta decisión, necesitaremos conocer cuáles son los factores internos y externos que tienen un impacto en ella y su relación con la intención de crear la empresa.” (Bolaños, citado por Navarro, 2012). Se aprecia que existen dos factores:

Dentro de los externos están la macroeconomía, la mesoeconomía y la microeconomía. La macroeconomía incluye factores como: el desempleo, oferta de empleos, salarios promedio pagados, inflación, etcétera. La mesoeconomía tiene que ver con la generación de tejidos empresariales, asociaciones de empresarios, cúmulos, etcétera. La microeconomía es la forma en la que la empresa se organiza hacia adentro, su oferta, su demanda, sus competidores, sus clientes, su mercadotecnia, producción, organización, etcétera. (Bolaños, citado por Navarro, 2012). Y “Dentro de los factores internos, se dividieron en dos grupos, los heredados y los adquiridos.” (Bolaños, citado por Navarro, 2012).

Alcaraz (2011), menciona que *emprender* es un término que según el contexto en que se le emplee, tendrá la respectiva connotación. En los negocios el emprendedor es un empresario con fines de lucro; suele llamársele “buen administrador”, aunque para el mundo académico, *emprender* es una palabra que denota un perfil y un grupo de características que hacen a una persona comportarse de cierta manera y le permiten mostrar ciertas competencias. También cita a diversos escritores como:

Tabla 1

Término Emprendedor

Autor	Citados por	Mencionan que:
Shelsky (1997) y Baumol (1993)	Ibáñez (2001); Armijo & Atencia (2016)	se describe hacia cualquier persona cuyas actividades son novedosas, que se caracterizan por <i>crear e innovar</i>
Steinhoff & Burgess (1993), Siropolis (1997) y Drucker (1989)	De Araújo, De Lima, & De Santana (2017)	el emprendedor como una persona que “hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”
Hebert Link (1989) y Hatten (1997)	Domínguez (2012)	es el especialista en asumir la responsabilidad de decidir la localización y uso de recursos; para detectar oportunidades de negocios y aprovecharse de ello

Morris y Kuratko (2002)	Gálvez (2011)	también “agrega valor” a todo proceso o actividad en la que intervenga
Harper (1991)	Alcaraz (2011)	que puede detectar y manejar problemas y oportunidades por tener capacidades y recursos a su alcance, todo ello a su <i>autoconfianza</i> .
Jennings (1994)	Domínguez (2012)	Proviene del significado “encargarse de”

Fuente: Alcaráz (2011)

Existiendo diversas formas de definir y entender el término emprendedor; la mayoría de autores coinciden en que se deriva de la palabra entrepreneur, que se origina del verbo francés entreprendre.

Gomez (2016), comenta que Schumpeter tuvo detractores respecto de sus ideas, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien coincidían en la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo capitalista, diferían en la naturaleza de la persona como parte de un pensamiento humanista y la actividad desarrollada por ésta en su influencia con el desarrollo y futuro del capitalismo. En tanto en la década de los 80's, Stevenson interpretó el Emprendedurismo como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos, y Gibb toma al Emprendedurismo como parte de un proceso educativo que lo entiende como un análisis de para la educación empresarial.

Es así que, en la constante lectura de la coyuntura social y económica de la sociedad en la que nos desarrollamos, se manifiesta un fenómeno que aunque en la actualidad no se encuentra del todo documentado ni teorizado tiene aproximaciones teóricas que nos permiten entenderla y estudiarla; se trata del “Emprendedurismo”, que ha dejado de ser una novedad en la sociedad para convertirse en una actividad del día a día, una actividad que muchos en este país ante la falta de oportunidades, la adoptan.

Teoría Humanística.

Este estudio se fundamenta en el desarrollo integral de la persona como centro del pensamiento humanista, generar y/o identificar las condiciones marco para un

emprendimiento implica generar condiciones para el cabal desarrollo de la persona humana tanto interna como externamente. Desde el enfoque filosófico; Schütz (2003), citado por Acevedo (2011), señala que:

En la sociología, desde cuya perspectiva se comprenden los fenómenos sociales, se reitera la necesidad de apoyarse en otras ciencias. Para el caso del emprendimiento, se acudirá, entre otras, a la antropología filosófica, que considera al hombre dentro del mundo desde el punto de vista natural y socio-cultural. (p. 144)

Bajo el enfoque de satisfacción personal y autoconcepto de la persona como tal, es necesario destacar que, de todos los países estudiados por Kantis "...los mexicanos, salvadoreños y peruanos evidenciaron el deseo de ganar valoración social" (Kantis, Angelelli, y Moori, citados por Bernal y Argote, 2015).

Así explica Schütz, citado por Acevedo (2011) la naturaleza de esta realidad, "La índole biológica del hombre está en la base de su sistema de necesidades y de su orden jerárquico, mientras que su índole espiritual determina las formas de su conocimiento y ambas son el cimiento de la realidad social y cultural". (p. 144). Cabe anotar que, "Empresarialidad", es entendida como la capacidad para crear y desarrollar nuevas iniciativas empresariales; mostrándose que, en lo que respecta a los factores que inciden en la creación de una nueva empresa; los datos analizados indican que los empresarios latinoamericanos enfrentan un ambiente de negocios menos favorable que los asiáticos. Los países del Este de Asia cuentan con sociedades más integradas, tienen niveles de ingresos más elevados y estructuras productivas y sistemas de innovación más

articulados y sofisticados. Los empresarios latinoamericanos también señalan la falta de disponibilidad del financiamiento necesario como una de las barreras que obstaculizan el desarrollo y crecimiento de nuevas empresas. (Kantis, Masahiko, y Masahiko, citados por Parra y Argote, 2014).

Instituto de Empresa, Cátedra Najeti (2015), indica que: “El proceso emprendedor comienza cuando una persona tiene una idea que decide transformarla en un negocio, y que eventualmente producirá valor económico y/o social”. (p. 87). Por otro lado, al observar el avance y desarrollo de los emprendedores de Lima Norte, se ha evidenciado que este, está creciendo en cantidad, pero se desconoce si sucede lo mismo en calidad y, aunque no se espera mediante esta investigación lograr conocer ello, se hace mención de este avance que, aunque este registro sea de las conocidas MYPE, se toma en evidencia para tener en cuenta que estas MYPES han sido en sus inicios, pequeños emprendedores.

Según, el INEI (1993-1996) el estudio en Lima Metropolitana de la Empresa, de la Pequeña y Micro Empresa por Conos y Distritos, 1993-1996, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, durante el periodo analizado, evidencia un incremento en el surgimiento de Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) a nivel de Lima Metropolitana; siendo el Cono Norte en el año 1996, el segundo cono, después del cono centro, que concentra estos establecimientos. Según este estudio la concentración en el Cono Norte o lo que en adelante llamaremos Lima Norte, destaca para el distrito de Comas. Este único estudio en su género, publicado por el INEI, contribuye a la presente investigación, indicando algunas luces de cuáles son los principales distritos en los que se concentran la existencia de MYPE's, mejorando las condiciones de vida de sus habitantes, así como el desarrollo del bien de común tanto del micro entorno como de la comunidad en general. Además, en el diario El Comercio (2011) se encuentra una publicación sobre la presentación efectuada por la Municipalidad Metropolitana de Lima y la Cámara de Comercio de Lima que da a conocer, la realización del IV Encuentro Anual de Empresarios de Lima Norte (Enade); durante la cual, las autoridades organizadoras alertaron que, en el 2011,

gran parte de la actividad económica en Lima Metropolitana se efectúa en Lima Norte, y por MYPE's, confirmando en la práctica la teoría del desarrollo económico de los emprendimientos y de la zona, así como el posicionamiento de la Población Económicamente Activa - PEA. (El Comercio, 2011)

Ya en el 2013, el Observatorio Socioeconómico Laboral, el Observatorio para el Desarrollo Territorial, y la Universidad Católica Sedes Sapientiae, realizaron una presentación que pretendió mostrar que, es el Cono Norte de la zona de Lima Metropolitana la que en la actualidad se desarrolla como la más empresarial, debido a razones de índole socio-cultural y de tamaño de mercado. Es en ésta zona de Lima, que se presentan la nueva Lima, los nuevos ciudadanos que emigraron del interior y que es su simiente la que goza de los beneficios de mejores condiciones de vida, en educación, vivienda, vestido y alimentación, debido a la mejora de condiciones producto de emprendimientos que influenciaron positivamente el entorno. El emprendimiento, se orienta hacia la creación de riqueza aprovechando oportunidades en el entorno u obtención de ingresos personales que generen valor a la economía y a la sociedad. De la misma manera, hace mención a lo que denomina Ecosistema de Emprendimiento, mencionando que es una comunidad de negocios que se soporta en normas legales y prácticas empresariales, sobre una base de organizaciones y personas que, al interactuar, generan y unen ideas y recursos para dar nacimiento a empresas dinámicas (Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, 2015).

El (MIT Technology Review, 2015) ha constatado que en la actualidad los emprendedores conciben el éxito como la confluencia de cinco elementos: autorrealización, propósito, innovación, excelencia y beneficio, por orden de importancia; los emprendedores toman decisiones en su día a día priorizando estos elementos unos sobre otros. Asimismo, distingue según su naturaleza, los factores del éxito: (a) Factores internos inherentes al emprendedor: características psicológicas como la perseverancia, la pasión y la determinación y; (b) Factores internos inherentes a la empresa: equipo de socios complementario y cohesionado y unos colaboradores comprometidos y satisfechos. Los

emprendedores se esfuerzan por implementar medidas que atraigan y retengan talento, flexibilidad de horarios y la implicación en decisiones de empresa. (c) Factores externos: El ecosistema emprendedor, la administración, la financiación, la cultura del emprendimiento, una red de contactos o las grandes empresas. Este estudio, pretendiendo esbozar el perfil del emprendedor de éxito, identifica las siguientes características entre sus encuestados:

Características demográficas y psicológicas más habituales en los emprendedores de éxito. Los entrevistados son, en general, ligeramente más jóvenes y considerablemente más formados que el emprendedor español medio. La mayoría procede de Madrid, Valencia o Cataluña, contando con un precedente de emprendimiento en su familia. Alcaraz (2011), el emprendedor debe tener ciertas características:

(a) Factores motivacionales: Necesidad de logro, Necesidad de reconocimiento, Necesidad de desarrollo personal, Percepción del beneficio económico, Baja necesidad de poder y estatus, Necesidad de independencia, Necesidad de afiliación o ayuda a los demás, Necesidad de escape, refugio o subsistencia; (b) Características personales: Iniciativa personal, Capacidad de decisión, Aceptación de riesgos moderados, Orientación hacia la oportunidad, Estabilidad emocional/autocontrol, Orientación hacia metas específicas, Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos), Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre, Es receptivo en sus relaciones sociales, Posee sentido de urgencia/tiempo valioso, Honestidad/integridad y confianza, Perseverancia/constancia, Responsabilidad personal, Es individualista, Es optimista; (c) Características físicas: Energía, Trabaja con ahínco; (d) Características intelectuales: Versatilidad/flexibilidad, Creatividad/imaginación/innovación, Búsqueda de la verdad e información, Planificación y seguimiento sistemático de resultados, Capacidad para analizar el ambiente (reflexión), Visión comprensiva de los problemas, Capacidad para solucionar problemas, Planificación con límites de tiempo; (e) Competencias generales:

Liderazgo, Orientación al cliente, Capacidad para conseguir recursos, Gerente/administrador de recursos, Patrón de factores de producción, Exige eficiencia y calidad, Dirección y gestión de la empresa, Red de contacto, Comunicación. Por lo anterior, es aún más complicado definir el término emprender, ya que no se trata sólo de una serie de atributos, sino también de la forma de utilizarlos para sacarles el máximo provecho. (p.4)

Alcaraz (2011), redacta que, en resumen, el emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito. Entre ellas, algunas de las más mencionadas son: (a) Creatividad e innovación, Confianza en él mismo y sus capacidades, (b) Perseverancia, (c) Capacidad para manejar problemas y; (d) Aceptación del riesgo.

Las características psicológicas, factores internos de éxito, sumados otros cuatro rasgos identificados durante las entrevistas: el optimismo, la generosidad, la humildad y el equilibrio. El estudio profundiza también en las motivaciones que empujan al emprendedor a emprender, destacan la búsqueda de la autorrealización, la vocación y la autonomía. A pesar que la gran mayoría de emprendedores afirman ser impactados negativamente en su tiempo libre a causa de su emprendimiento, esto se compensa con mayor satisfacción personal y autoconfianza, aun así, todos los emprendedores volverían a emprender. Duarte (2007) comenta sobre el emprendimiento como el proceso de creación de nuevas empresas y el repotenciamiento de las actuales entre otros aspectos clave. Asimismo, establece una estrecha relación con la dinámica productiva, el crecimiento económico y el desarrollo social de los países. Hoy en día, el término espíritu empresarial se usa como sinónimo de emprendimiento.

La REM nace en 1999, con el objetivo de difundir la investigación científica sobre economía mundial, en uno de sus volúmenes (Álvarez & Valencia, 2008, citados por Sereno (2012)), concluye que, se ha logrado determinar los factores sociodemográficos incidentes en la puesta en marcha empresarial en los países que integran el proyecto GEM. Los resultados obtenidos sugieren que el empresario que toma la decisión de emprender, etariamente es menor de 44

años, con estudios secundarios o superiores y con experiencia en el sector de actividad. Esta muestra corresponde a 42 países de diferentes continentes y, por tanto, de distintas culturas. Se considera también, que una de las principales contribuciones de esta investigación consiste en el análisis de la fase de la puesta en marcha del negocio. En este sentido, la investigación se ha centrado exclusivamente en una población de empresarios incipientes, aquellos que cumplen el criterio de naciente (hasta 3 meses de edad al momento de ser entrevistados) o nueva (entre 3 y 42 meses de vida al momento de ser encuestados).

Respecto a las limitaciones del estudio, la principal de ellas se relaciona con los *constructos* incluidos en el modelo causal. A pesar de haber revisado la literatura pertinente y los resultados obtenidos en este estudio, se debe seguir indagando en los factores que determinan la creación de empresas; por tanto, se deben incorporar nuevos factores al modelo (p.ej. las redes sociales; los programas de ayuda pública y la utilización de éstos por parte de los empresarios; motivaciones del fundador del negocio, si es por oportunidad o necesidad, determinantes en la decisión de pasar de lo intangible a lo tangible, entre otros); así como, estudiar con precisión cómo interactúan estos nuevos factores incluidos en el modelo. Los resultados obtenidos pueden orientar a políticos y gobernantes, sobre los factores del empresario que deben potenciarse para elevar la tasa de generación de empresas. En concreto, estos resultados sugieren que la edad, la educación y la experiencia del empresario son factores relevantes en la puesta en marcha de un emprendimiento.

Las iniciativas que buscan entender el cómo apoyar y hacer crecer la actividad emprendedora, son pocas, a pesar de que cada vez más se va entendiendo a esta actividad como clave para la generación de empleos y desarrollo de un país. El GEM (Global Entrepreneurship Monitor), es un estudio de alcance internacional liderado por la London Business School (Reino Unido) y el Babson College (Estados Unidos), a la fecha es la mejor y más completa iniciativa de estudio de la actividad emprendedora en el mundo. Esta iniciativa fue concebida por un grupo de investigadores de dichas instituciones en el año 1997,

el GEM reúne a los mejores especialistas en emprendimiento del mundo, con el fin de hacer una medición de la actividad emprendedora y su impacto en el crecimiento económico y el empleo a nivel mundial. La investigación centra su estudio en tres cuestiones: ¿Varia la actividad emprendedora entre los países?, ¿en qué grado?; ¿Qué relación existe entre el nivel de actividad emprendedora y la tasa de crecimiento económico de un país?; ¿Qué hace “emprendedor” a un país? Lo que busca el GEM es generar el debate a nivel mundial sobre políticas públicas referentes a emprendimiento, sin interesar la diversidad y realidades de los países que intervienen en el estudio. Cabe mencionar que, la validez del modelo de esta investigación, en cuanto al aspecto metodológico, se sustenta en tres fuentes de información: (a) una encuesta dirigida a adultos entre 18 y 64 años de edad, (b) entrevistas estructuradas a 36 investigadores de cada uno de los países y, (c) información pública obtenida rigurosamente de datos nacionales estandarizados.

En Perú, desde el 2003, el Centro de desarrollo emprendedor de la Universidad ESAN, tuvo conocimiento del informe GEM y decidió formar parte de ésta iniciativa para el estudio de dimensión de la actividad emprendedora, esto porque escaseaban datos, existía una diversidad de fuentes, no se evidenciaba rigurosidad estadística sobre el particular, haciendo casi imposible determinar una comparabilidad entre la realidad Perú y los informes internacionales que sobre el tema ya algunos países de Europa y América Latina estaban trabajando según su realidad. Desde aquella fecha, se generaron sólo hasta el 2013, cerca de ocho reportes sobre la situación y realidad emprendedora peruana. De las personas adultas de los países GEM analizados en el año 2004, se evidencia que una mínima parte son emprendedores. Siendo éste un panorama muy positivo frente al nivel de actividad emprendedora, se advierte que esta situación difiere significativamente caso por caso entre cada uno de los países. En el 2004-2005, el Perú tuvo un TEA (actividad emprendedora total) ligeramente menor que en el año 2006 pero muy superior al promedio mundial. Independientemente de la condición social, el sexo o la educación, peruanos adultos están realizando algún tipo de actividad emprendedora. La actividad emprendedora en nuestro país se

situó como la más alta a nivel global, sin embargo su impacto sobre la creación de empleos estuvo por debajo del promedio mundial.

El informe GEM Perú 2007, evidenció que en el país pocos peruanos crean empresas aprovechando oportunidades de negocios; la gran mayoría de éstos emprendedores lo hacen por obtener un mayor ingreso y mejorar su situación económica. La actividad emprendedora en Perú fue de las más altas en el entorno GEM sin embargo su impacto en la generación de empleo fue bastante reducido, gran parte de estas empresas en etapa inicial apenas generó un empleo para el emprendedor, en contraste, otras de ellas contaron con un máximo de cinco puestos de trabajo. En 2008, nuestro país obtuvo una actividad emprendedora total que determinó que gran parte de peruanos adultos realizó algún tipo de emprendimiento. Dentro del grupo de países con economías basadas en eficiencia (según clasificación del World Economic Forum), Perú estuvo a la cabeza de la actividad emprendedora, con relación al entorno GEM, sólo fue superado por Bolivia. En teoría, la TEA por oportunidad/TEA por necesidad se mantiene; esto quiere decir que en nuestro país, por cada emprendimiento generado por necesidad surgen dos por oportunidad. Respecto al emprendimiento femenino, el Perú, es líder entre los países con economías basadas en eficiencia ocupando el tercer lugar dentro de la serie GEM; no obstante, la participación femenina respecto de la masculina cae con relación al año anterior.

En 2009, el Perú, contó con un TEA que lo ubica como el sexto país en el mundo, y el segundo entre las economías basadas en eficiencia, con el mayor índice de actividad emprendedora en etapas iniciales. Esto significó que, uno de cada cinco peruanos adultos estuvo realizando algún tipo de emprendimiento. Comparado con años anteriores, hubo una tendencia decreciente. El ratio TEA oportunidad/TEA necesidad se incrementó; significando que en Perú, por cada dos emprendimientos de subsistencia existen cinco por oportunidad, esto principalmente por la posibilidad de mejorar sus ingresos y en menor proporción por el deseo de tener mayor independencia. Sobre la creación de nuevos puestos laborales, un considerable número de los emprendedores en etapas iniciales crean hasta 5 puestos de trabajo y tan sólo un mínimo de ellos empieza con más

de 20 empleados. La expectativa de alto crecimiento (más de 20 empleados) disminuyó respecto de 2008

Para el 2011 según un estudio realizado en el Perú por el Informe GEM 2011, se estima que uno de cada cinco peruanos está realizando actividad empresarial, que el miedo al fracaso es muy grande, que un gran porcentaje no se encuentran formalizados por la falta de apoyo y asesoría para estos emprendedores y que la razón es de cuatro a dos emprendedores que vienen realizando actividad empresarial por oportunidad que por necesidad. (La tierra es Plana, sf). En el informe GEM Perú (2013), se explica cuáles son los motivos que empujan al ser humano a optar por tener su propio negocio (necesidad vs. oportunidad):

Cuando no existe una buena remuneración o mejoría de oportunidades laborales, ya sean por bajos ingresos mensuales, por disconformidad en sus empleos o por no contar con óptimos beneficios laborales es que el individuo opta por generar sus propios ingresos haciéndose un emprendedor por necesidad mientras que si este individuo lo hace por tener satisfacción personal, cumplir con lo soñado o porque encontró una buena oportunidad de ofrecer productos o servicios en el mercado es cuando este individuo se convierte en emprendedor por oportunidad (p. 26)

Del 2007 al 2013, el porcentaje por necesidad va decreciendo, haciéndose inversamente proporcional al porcentaje de oportunidad que en los últimos siete años ha ido creciendo, lo cual es favorable para la innovación y desarrollo empresarial económico del país. En el reporte del Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2015, se evidencia un retroceso en la posición de Perú respecto de países del orbe y de la región, nuestro país se ubica a nivel mundial en la posición nueve en economías con mayor emprendimiento, y figura en cuarto lugar en el ranking a nivel regional. Para ese año, el reporte ubica en primer lugar de emprendimiento a Ecuador -segundo a nivel mundial-, seguido por Chile (sexto), Colombia (octavo) y Perú (noveno). En 2014, Perú figuró a nivel mundial en quinto lugar como país emprendedor.

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es un observatorio internacional que analiza, compara y evalúa cuantitativa y cualitativamente la evolución de la actividad emprendedora, su relación entre la creación de estas y su crecimiento económico dado a nivel mundial, regional y local en más de 50 países de todo el mundo en un periodo de un año. Para el 2013 el GEM emitió un informe acerca de la actividad emprendedora en nuestra realidad peruana y las condiciones en la que estos se desarrollan. Tomando como inicio en Perú, Global Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005, School (2005), menciona como influyentes del entorno, el acceso financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales de apoyo, educación y capacitación, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura legal y comercial, apertura del mercado interno, acceso a la infraestructura física y normas socioculturales.

Por lo tanto, al no conocer en el distrito de Comas cuales son las condiciones para el emprendimiento, si es que existe una adecuada gestión y/o apoyo de parte de las entidades o instituciones privadas o gubernamentales para su gestión y fortalecimiento, desarrollo y tecnología, suficientes accesos a lo que realmente los emprendedores necesitan, entre otras, es que se toma como referencia este informe GEM Perú 2013, para evaluar la realidad a nivel local, analizar las condiciones en las que el ser humano se encuentra influenciado para convertirse en un emprendedor en el distrito de Comas. Esta problemática identificada motiva la presente investigación, a fin de que se pueda contribuir en el direccionamiento de nuestra sociedad en la gestión y uso eficiente de los recursos que se destinan a este sector. Facilitando de alguna manera a la investigación concienzuda del tema. La información proveída por el reporte GEM, permite hoy que profesionales que se encargan de formular políticas públicas cuenten con valiosa información que les permita sustentar tanto iniciativas como programas de apoyo que estimulan la actividad emprendedora y el fortalecimiento de las empresas, afianzando con ello el crecimiento logrado en nuestro país.

Tabla 2

El emprendedor

Características	Factores	Barreras
-----------------	----------	----------

Creatividad e innovación,	Factores externos: La administración, la financiación, el ecosistema emprendedor, la cultura del emprendimiento, red de contactos.	El elevado costo de capital. La actitud de la sociedad hacia el trabajo independiente.
Confianza en el mismo,	Factores internos: Perseverancia, pasión y determinación.	La valoración social del empresario.
Perseverancia,		El proceso dispendioso para crear y mantener empresas.
Capacidad para manejar problemas,		
Aceptación del riesgo.		

Las condiciones marco para el emprendimiento son nueve, según fuente de GEM 2015:

Acceso financiero para los emprendedores: Este factor se refiere al acceso general a todas las clases de financiamiento y capital (cantidad y calidad) para la generación de negocios. Puede incluir desde empresas de capital de riesgo, pasando por bancos, hasta programas de generación de negocios del gobierno u organismos no gubernamentales (ONG), así como la coordinación que hubiera entre ellos. En algunos casos, este acceso al financiamiento tiene características especiales relacionadas con los tipos de empresas (pequeñas, micro o medianas), el fomento de actividades específicas en zonas rurales u otras áreas determinadas. Se pueden considerar características del mercado de capitales, como estabilidad y profundidad, y si está dirigido solo a algún grupo minoritario o específico de negocio. (Serida, Nakamatsu, Borda, & Morales, 2015, p 74).

Políticas gubernamentales para el emprendimiento: Este nivel se refiere a las políticas del Estado y la forma cómo afectan la actividad emprendedora en el país. Puede comprender desde políticas públicas, —como la dación de normas relacionadas con el fomento de las exportaciones, beneficios tributarios, regulaciones legales, políticas de fomento a la actividad emprendedora y de pymes, leyes de reestructuración— hasta el manejo inmigratorio y de tratamiento de empresarios extranjeros, y fomento de la inversión extranjera. (Serida, Nakamatsu, Borda, & Morales, 2015, p 74).

Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento: Este factor se refiere a los programas específicos desarrollados por el gobierno para apoyar la generación de emprendedores, y si están abiertos a todos o dirigidos a algún sector en especial. También se analiza su contenido, adaptabilidad a la realidad

peruana, practicidad en su aplicación, eficiencia y resultados, tiempos estimados, instituciones involucradas en los programas, calidad del manejo de los programas, entre otros elementos. (Serida, Nakamatsu, Borda, & Morales, 2015, p 74).

Educación y capacitación emprendedoras: Este factor se refiere a la estructura institucional en el sistema de educación y a los contenidos de los recursos dictados en las instituciones educativas del país. También se incluyen el análisis de la capacidad de los profesores e instructores en estos temas, su formación, experiencia y la metodología utilizada. El análisis debe incluir educación primaria, secundaria, educación superior y posgrado (MBA y otros). (Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales, 2015, p 74).

Transferencia de investigación y desarrollo: Este factor se refiere al desarrollo de una estructura legal y regulatoria que permita la generación de conocimiento y fomente la transferencia de investigación y desarrollo. Comprende leyes, instituciones, procesos de inscripción de patentes, protección de propiedad intelectual, la calidad de recursos humanos y fondos dedicados a las actividades científicas, incentivos tributarios u otros a la investigación, desarrollo o patrocinio de investigaciones por las universidades y centros de generación del conocimiento. (Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales, 2015, p 74).

Acceso a la infraestructura profesional y comercial: Este factor se refiere al nivel de infraestructura de soporte para los emprendedores, incluye a consultores, profesionales en diversas áreas, asistencia en áreas funcionales (legal, finanzas, marketing, operaciones, tecnología de la información), información disponible en librerías, bibliotecas, revistas especializadas de negocios, periódicos, semanarios de negocios, Internet y otros. Se analiza la cantidad y calidad de estos servicios de soporte. (Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales, 2015, p 74, 75).

Dinamismo y apertura del mercado: Este factor se refiere a los efectos de las estructuras de mercado en la accesibilidad, tanto de nacionales como de extranjeros, para participar en negocios en el Perú. Comprende también las relaciones entre los actores del mercado (monopolios, oligopolios, etcétera), barreras de entrada al mercado, aspectos geográficos que facilitan o dificultan el

acceso al mercado de productos foráneos, economías de escala y tamaños de mercados. (Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales, 2015, p 75).

Acceso a la infraestructura física: Este factor se refiere a la calidad de acceso a la infraestructura física que hace posible el desarrollo de los mercados en el Perú. Comprende carreteras, aeropuertos, puertos, servicio postal, telecomunicaciones, trenes, telefonía, servicios básicos (agua, electricidad, gas), localizaciones de los negocios y zonas industriales o espacios acondicionados con facilidades para la generación de negocios. También incluye costos relacionados con las rentas de espacios físicos y oficinas, y con el acceso a productos naturales y materias primas. (Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales, 2015, p 75).

Normas culturales y sociales, soporte social al emprendedor: Este factor se refiere a las actitudes y al reconocimiento social que se le da a los emprendedores, valorando su importancia. También comprende actitudes sociales frente a los fracasos de los emprendedores, su relevancia en la generación de nuevos intentos, la existencia de normas culturales nacionales, regionales u otras que fomenten el riesgo en la actividad emprendedora. Incluye el análisis de valores y aptitudes, así como el fomento de estos elementos culturales. Además, comprende la relación de conducta del mercado con los productos nacionales y extranjeros. (Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales, 2015, p 75).

1.5 Formulación del problema

1.5.1 Problema general:

¿Cómo se dan las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?

1.5.2 Problemas específicos:

¿Cómo es el entorno financiero relacionado con el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo son las Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo son los Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo es la educación emprendedora en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo es la transferencia de tecnología e I+D en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo es el acceso a la infraestructura profesional y comercial en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo es el dinamismo y apertura del mercado en el distrito de comas, 2017?

¿Cómo es el acceso a la infraestructura física en el distrito de Comas, 2017?

¿Cómo son las normas sociales y culturales y apoyo social al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivos Generales

Describir las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

1.6.2 Objetivos Específicos

Describir el entorno financiero de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir las Políticas gubernamentales de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir Programas gubernamentales de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir la educación emprendedora de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir la transferencia de tecnología e I+D(innovación y desarrollo) de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir el acceso a la infraestructura profesional y comercial de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir el dinamismo y apertura del mercado interno de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir el acceso a la infraestructura física de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

Describir las normas sociales y culturales y apoyo social al emprendimiento de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

II. Método

2.1 Diseño de investigación

El método que se utilizó en este trabajo de investigación es el método explicativo. De variable cualitativa, de enfoque cuantitativo y de nivel descriptiva.

El diseño es No experimental, transaccional, que para Kerlinger (2002):

No se manipula la variable, solo se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos, sin construcción de una situación, solo mediante su realidad, por lo tanto, no pueden influir ni tienen control directo sobre la variable ni mucho menos sobre su efecto. (p.420).

El tipo de estudio es la básica o sustantivo que para Maletta (2009) “su finalidad es ampliar el conocimiento de la realidad y comprender mejor los procesos que tienen lugar en ella.” (p 110). Escribir la realidad y comprender los sucesos.

Es decir, Maletta (2009) utiliza la teoría existente para describir situaciones o sucesos que para el caso de estudio describiera la situación sobre las condiciones en que se encontraron los sujetos antes de ser emprendedores. (p. 110, 111).

2.2 Variable

Definición conceptual: Condiciones marco para el emprendimiento juvenil.

El Informe GEM Perú 2013 menciona que las condiciones marco para el emprendimiento son aquellos que “podrían influir en las decisiones individuales de puesta en marcha de cualquier iniciativa emprendedora.” (Serida, Nakamatsu, Borda, & Morales, 2015, p 57).

“El entorno comprende un conjunto de variables que generan oportunidades y amenazas para las actividades de emprendimiento”. (Duarte, 2007, p. 46). Las condiciones marco para el emprendedor son las situaciones en las que se encuentra un individuo al momento de poner en practica su idea de negocio; estas

condiciones las llamre dimensiones y son nueve: (a) Acceso financiero para los emprendedores, (b) Políticas gubernamentales para el emprendimiento, (c) Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, (d) Educación y capacitación emprendedoras, (e) Transferencia de investigación y desarrollo, (f) Acceso a la infraestructura profesional y comercial, (g) Dinamismo y apertura del mercado, (h) Acceso a la infraestructura física, (i) Normas culturales y sociales, soporte social al emprendedor.

Definición Operacional: Condiciones marco para el emprendimiento juvenil

Para el recojo de información de esta variable se utilizó un cuestionario dirigido a los emprendedores, dicho instrumento consta de 52 ítems, que facilitará la obtención de resultados que permitan conocer las condiciones para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas-Perú, 2017, según la tabla 3.

Tabla 3

Operacionalización de la Variable Condiciones marco para el emprendimiento

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
1. Entorno financiero relacionado con el emprendimiento.	Disponibilidad de recursos propios. Apoyo de la empresa privada o del sector público.	Del 1 al 6		
2. Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.	Políticas públicas del gobierno estatal. Políticas públicas del gobierno local. Vialización administrativa.	Del 7 al 13		
3. Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.	Información y comunicación sobre trámites. Parques científicos. Programas del estado. Competencias profesionales. Ofertas pertinentes. Eficacia de los programa gubernamentales.	Del 14 al 19	1=completamente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni desacuerdo 4=De acuerdo	Baja 60 – 140 Regular 141 – 220
4. Educación emprendedora	Currículo de la educación básica regular. Currículo de la educación	Del 20 al 25	5=Completamente de acuerdo	Alta 221 - 300

	superior.	
5. Transferencia de tecnología e I+D.	Competencias en investigación tecnológica. Acceso a las investigaciones en tecnología. Subsidios del Estado para la adquisición de nuevas tecnologías. Publicación de tecnologías.	Del 26 al 31
6. Acceso a la infraestructura profesional y comercial.	Soporte profesional. Acceso a servicios bancarios de calidad.	Del 32 al 36
7. Dinamismo y apertura del mercado interno.	Variabilidad de los mercados. Acceso a nuevos mercados. Solvencia ética.	Del 37 al 42
8. Acceso a la infraestructura física.	Soporte de infraestructura. Soporte de sistemas de comunicación efectivos. Soporte de sistemas básicos.	Del 43 al 47
9. Normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendimiento.	Valores empresariales. Iniciativa empresarial.	Del 48 al 52

Fuente: Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales (2015)

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Según fuente del instituto nacional de estadística e informática INEI, para el 2014, Lima cuenta con 9 millones 752 mil habitantes, de ellos más de la mitad están concentrados en Lima Este y Lima Norte. En San Juan de Lurigancho (Lima Este) es el distrito con mayor población en Lima Metropolitana y del Perú y, Comas tiene 522 mil 760 habitantes en Lima Norte. (Informática, setiembre 2014, p.12)

Se incluyen a los trabajadores independientes, denominándose así a la

persona profesional o no profesional que desarrolla una actividad, oficio, arte o ciencia, que genera ingresos por la prestación de sus servicios, incluye a empleadores o patrones; en lima Metropolitana tiene más de un millón y medio de personas, y el 52,8% tienen entre 25 a 44 años. (Informática, setiembre 2014, p.56)

La inserción del trabajo dependiente es mayor al del independiente ya que los jóvenes buscan adquirir mayores capacidades, acumular capital, ganar experiencia para financiar e iniciar su proyecto, y en algunos casos obtener mayores calificaciones; por tanto, del total de pobladores entre los jóvenes, el 2% son patrones y el 20% son independientes. (Empleo, julio 2012, p.50)

Tabla 4

Número de emprendedores

	Comas	Trabajadores independientes	% patrones de 29 a 44 años
Porcentaje		52.8 %	2%
Cantidad	522,760 hab.	270,017 hab.	5520 hab.

2.3.2 Muestra

Bernal (2010), define la muestra como: “la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuará la medición y observación de las variables objeto de estudio”. (p. 161)

La presente investigación obtuvo el tamaño de la muestra luego de aplicar la siguiente formula estadística de población conocida:

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Población: 5520

Tamaño de muestra: 360

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Reemplazando y redondeando se obtiene $n = 360$

2.3.3 Muestreo

No probabilístico, no es un producto de un proceso de selección aleatoria. Los sujetos en una muestra no probabilística generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador.

Por conveniencia o intencionado: Este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Es muy frecuente su utilización en sondeos preelectorales de zonas que en anteriores votaciones han marcado tendencias de voto.

También puede ser que el investigador seleccione directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es el utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso como, por ejemplo, los profesores de universidad que emplean con mucha frecuencia a sus propios alumnos; en esta investigación son 360 sujetos que se escogieron de manera conveniente: (a) Tengan su propio negocio en marcha mayor o igual a 42 meses. (b) Tengan su negocio dentro del área del Distrito de Comas. (c) Tengan a su mando la misma administración de su negocio.

2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica de recolección de datos

Para recoger los datos de la variable “condiciones marco para el emprendimiento juvenil”, se utilizó la técnica de la encuesta y la de entrevista, para lo cual en la encuesta, se da mediante preguntas cerradas forzando al encuestado a escoger por una de ellas; que para nuestro caso tenemos la escala de Likert nivel 5, esta se dará a través de un cuestionario de 52 preguntas, se aprovecha la encuesta conversar con el encuestado y entrevistarlo, estas son encuentros cara a cara entre el investigador y el sujeto de estudio, donde se comprenderá situaciones, las perspectivas que tienen estos sujetos de la vida, sucesos, experiencias o vivencias. Mediante este el investigador podrá conocer de cerca la explicación de algunos comportamientos y la información a recoger puede ser brindada en un contexto individual. Las preguntas deberán ser abiertas, de manera personal y lograr llegar a profundizar el tema a investigar. Luego de realizar las encuestas a los 360 emprendedores de comas que vienen cumpliendo con el requisito de tener actividad empresarial en el distrito por lo menos con una antigüedad mayor a 42 meses, según GEM (2013) y se procedió a vaciar los datos al Excel para realizar en el SPSS las gráficas según diagrama de barras o estadística descriptiva

2.4.2 Instrumento de recolección de datos

En la encuesta el cuestionario se brinda para que el entrevistado la responda sin intervención del entrevistador.

2.4.3 Validez del instrumento.

Para Hernández (2010), “la validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que pretende medir” (p.201).

En razón a que la consistencia de los resultados de una investigación presenta un valor científico, los instrumentos de medición deben ser confiables y válidos, por ello, para determinar la validez de los instrumentos antes de aplicarlos fueron sometidos a un proceso de validación de contenido

En el presente estudio se ha realizado el proceso de validación de contenido, en donde se han tenido en cuenta tres aspectos: relevancia, pertinencia y claridad de cada uno de los ítems de los instrumentos.

Tabla 5

Validez de contenido por juicio de experto

N°	Grado académico	Nombres y apellidos del experto	Dictamen
1	Doctora	Isabel Menacho Vargas	Aplicable
2	Doctor	Leonidas Bravo Rojas	Aplicable
3	Doctor	Iván Tantaleán Tapia	Aplicable

2.4.4 Confiabilidad del instrumento

Los instrumentos de recolección de datos que se emplearon en el estudio tiene ítems con opciones en escala Likert, por lo cual se ha utilizado el coeficiente alfa de Cronbach para determinar la consistencia interna, analizando la correlación media de cada ítem con todas las demás que integran dicho instrumento.

Para determinar el coeficiente de confiabilidad, se aplicó la prueba piloto, después de análisis mediante el alfa de Cronbach con la ayuda del software estadístico SPSS versión 22. La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores (Hogan, 2004):

Alrededor de 0.9, es un nivel elevado de confiabilidad.

La confiabilidad de 0.8 o superior puede ser considerada como confiable

Alrededor de 0.7, se considera baja

Inferior a 0.6, indica una confiabilidad inaceptablemente baja.

Tabla 6

Confiabilidad de los instrumentos Alfa de Cronbach

Instrumento	Alfa de Cronbach	Nº Ítems
Condiciones marco para el emprendimiento juvenil	.815	52

En función de los resultados, teniendo en cuenta el índice de fiabilidad obtenido por el alfa de Cronbach igual a 0.815, se puede asumir que los instrumentos son confiables y procede su aplicación.

2.5 Método de análisis de datos

Los datos se analizaron a partir de una base de datos utilizando el software SPSS, con la cual se elaborarán cuadros, representaciones y números estadísticos, y en este caso se realizó la baremación para que las respuestas de una prueba que son de escala de Likert se conviertan en categóricas.

2.6 Aspectos éticos

Los datos indicados en esta investigación fueron recogidos del grupo de investigación y se procesaron de forma adecuada sin adulteraciones, pues estos datos están cimentados en el instrumento aplicado. Asimismo, se ha cumplido con respetar la autoría de la información bibliográfica, por ello se hace referencia de los autores con sus respectivos datos de editorial y la parte ética que éste conlleva. La investigación contó con la autorización correspondiente del propietario del negocio. Asimismo, se mantuvo: (a) el anonimato de los sujetos encuestados, (b) el respeto y consideración y (c) No hubo prejujuamiento.

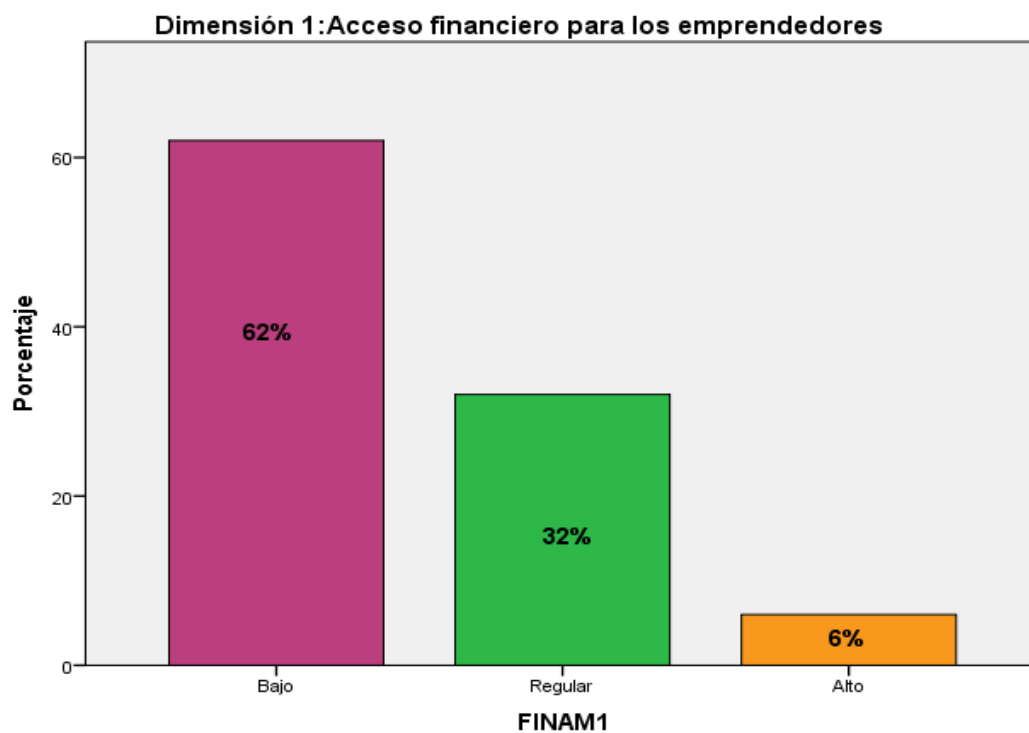
III. Resultados

Descripción de resultados

Tabla 7

Acceso financiero para los emprendedores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	223	62.0
Regular	115	32.0
Alto	22	6.0
Total	360	100.0

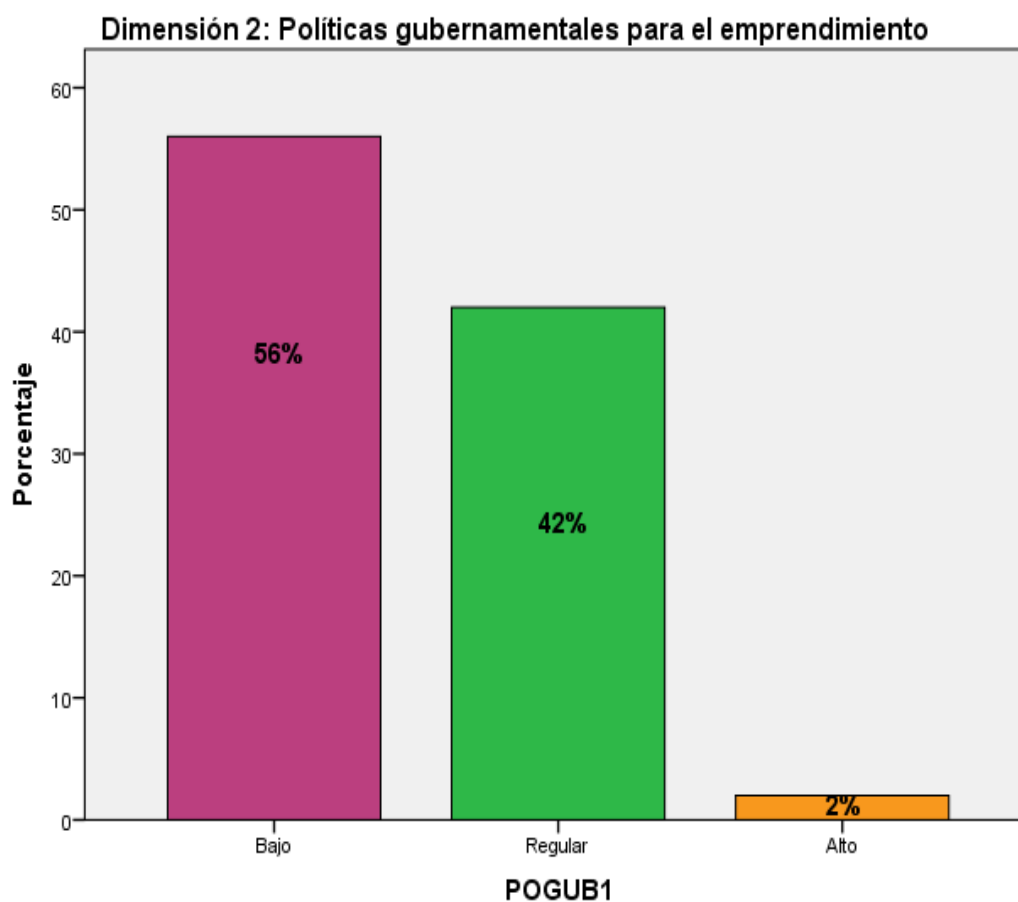
*Figura 1. Acceso financiero para los emprendedores*

De la tabla 7 y figura 1, a las personas encuestadas encontramos que un 62%, que manifiestan haber experimentado bajas condiciones en el ámbito financiero, luego encontramos un 32% que hacen 115 personas encuestadas que manifiestan regulares condiciones con el entorno financiero y por ultimo encontramos 6% que manifiestan que experimentaron altas condiciones en el entorno financiero.

Tabla 8

Políticas gubernamentales para el emprendimiento

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	202	56.0
Regular	151	42.0
Alto	7	2.0
Total	360	100.0

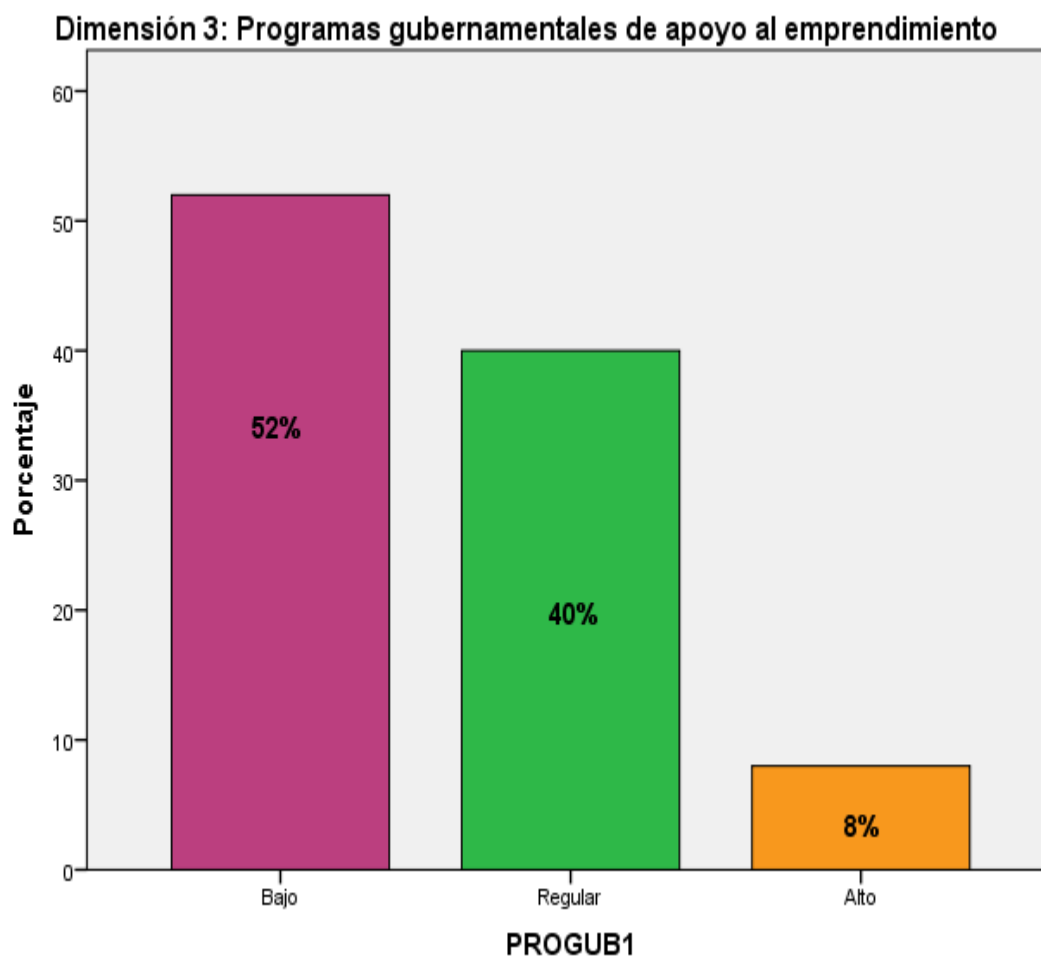
*Figura 2. Políticas gubernamentales para el emprendimiento*

De la tabla 8, figura 2, se muestra que las políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor no han sido las mejores, las llamaremos condiciones bajas que el emprendedor ha experimentado al momento de emprender y solo un 2% indicó que han tenido apoyo gubernamental.

Tabla 9

Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	187	52,0
Regular	144	40,0
Alto	29	8,0
Total	360	100,0

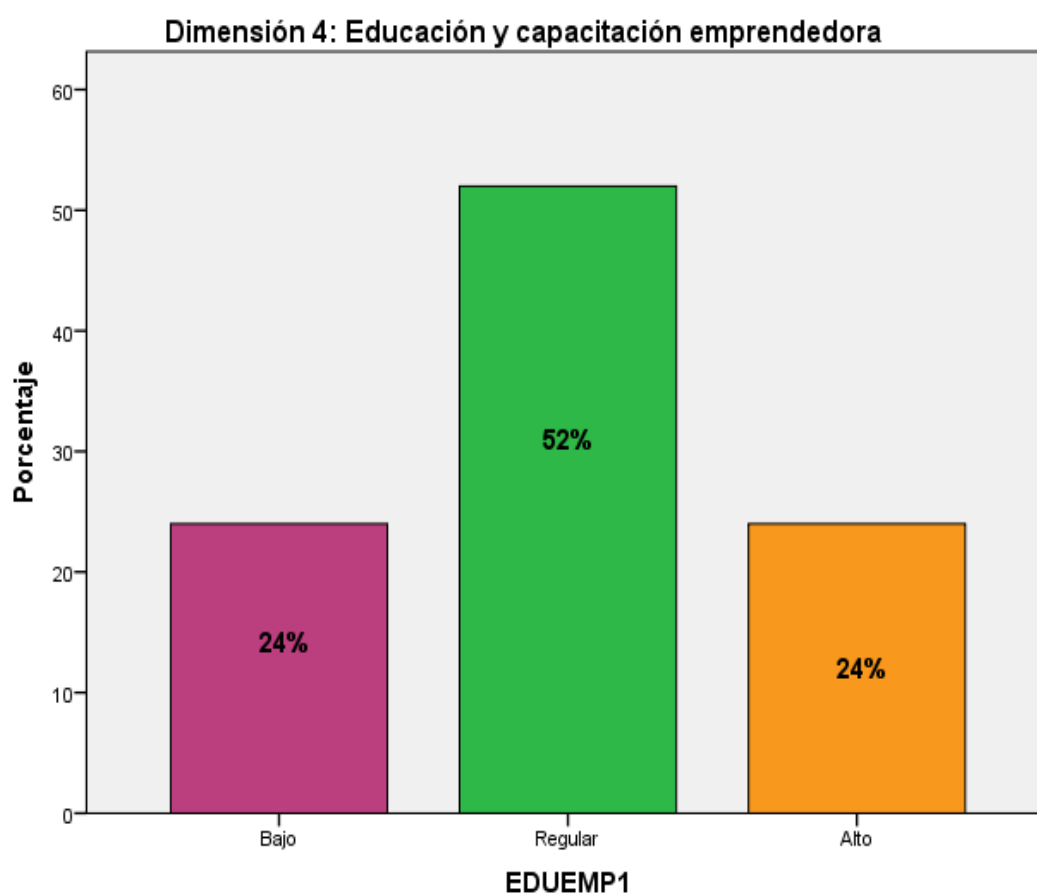
*Figura 3. Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento*

De la tabla 9 y figura 3 muestra que solo el 8% de emprendedores han experimentado un alto índice en cuanto al programa de apoyo gubernamental.

Tabla 10

Educación y capacitación emprendedora

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	86	24,0
Regular	188	52,0
Alto	86	24,0
Total	360	100,0

*Figura 4. Educación y capacitación emprendedora*

De la tabla 10 y figura 4 se observa que más de la mitad de emprendedores ha calificado como regular a la educación básica que han recibido durante sus años de estudio, es decir que, manifiestan que no la motivación de llegar a ser un emprendedor no ha sido suficiente.

Tabla 11

Transferencia de investigación y desarrollo

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	72	20,0
Regular	230	64,0
Alto	58	16,0
Total	360	100,0

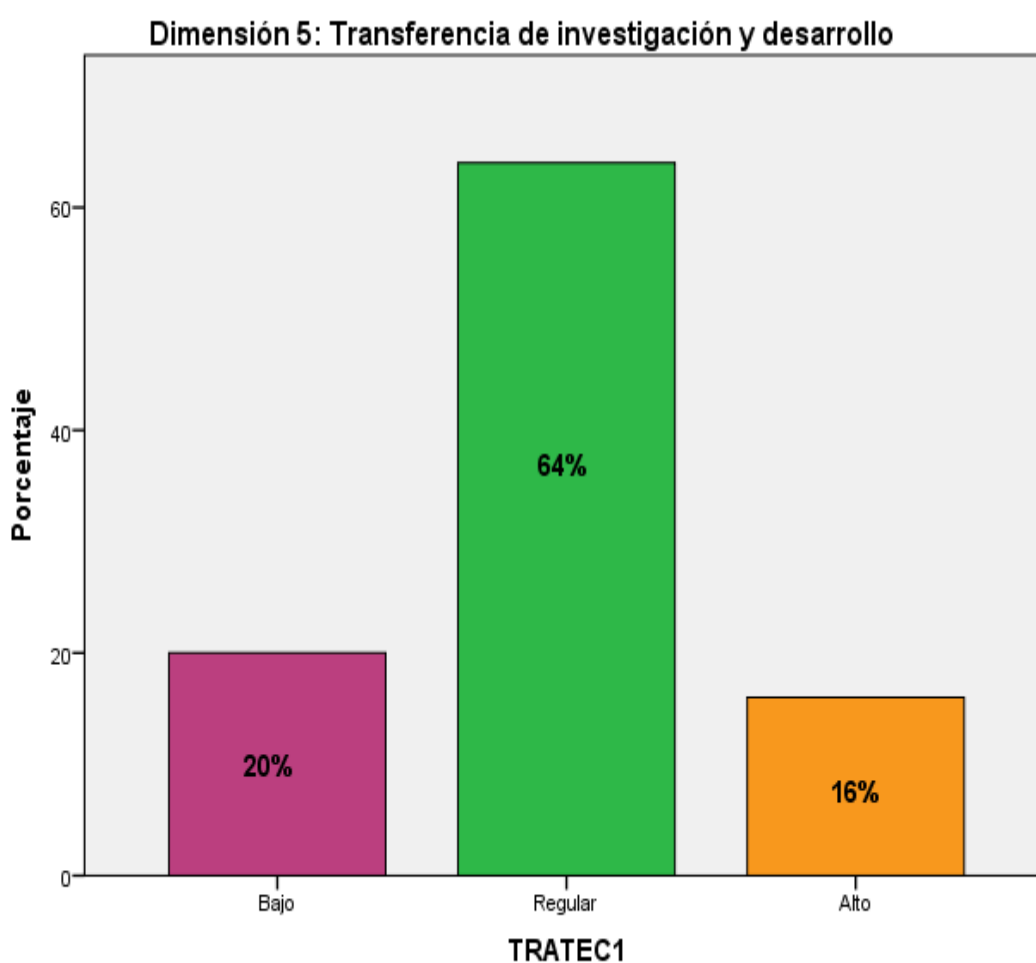


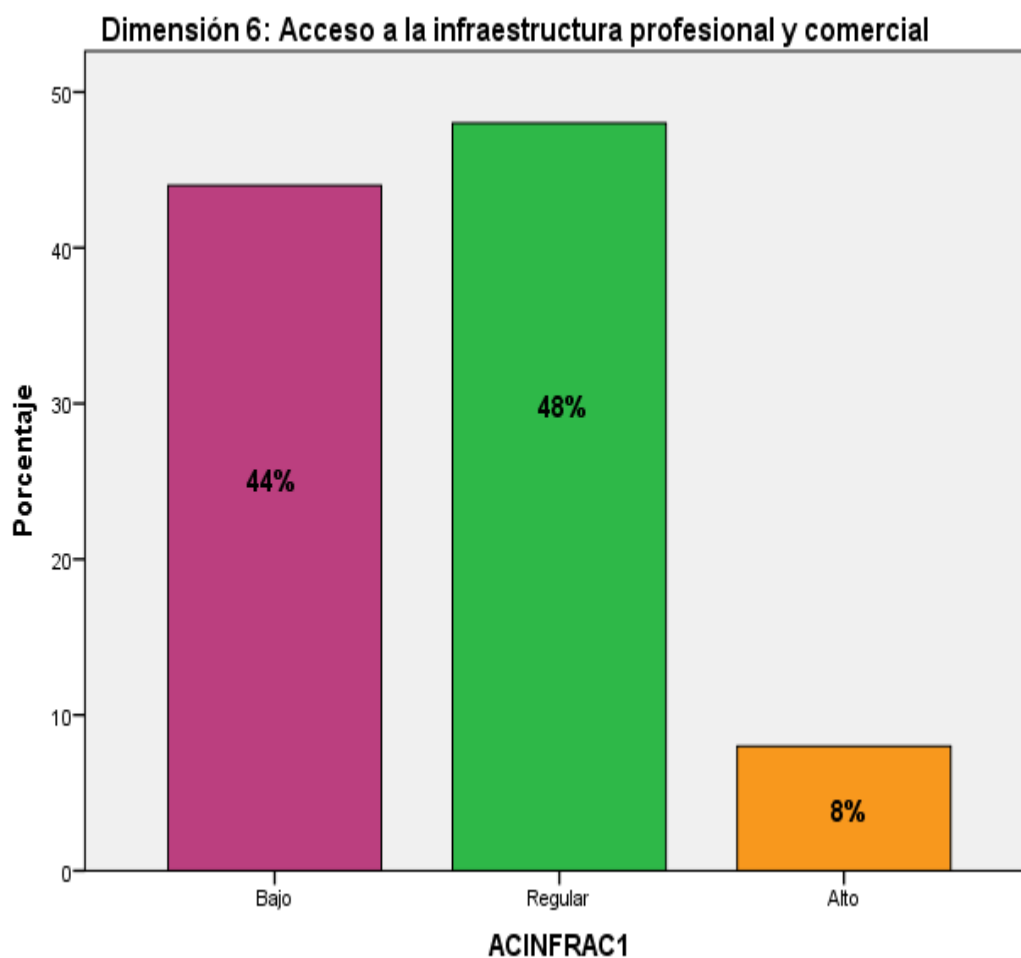
Figura 5. Transferencia de investigación y desarrollo

De la tabla 11 y figura 5, se observa que el 64% de emprendedores cree que el acceso a la información y adquisición de la tecnología se ha dado de manera regular en toda su trayectoria emprendedora.

Tabla 12

Acceso a la infraestructura profesional y comercial

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	158	44,0
Regular	173	48,0
Alto	29	8,0
Total	360	100,0

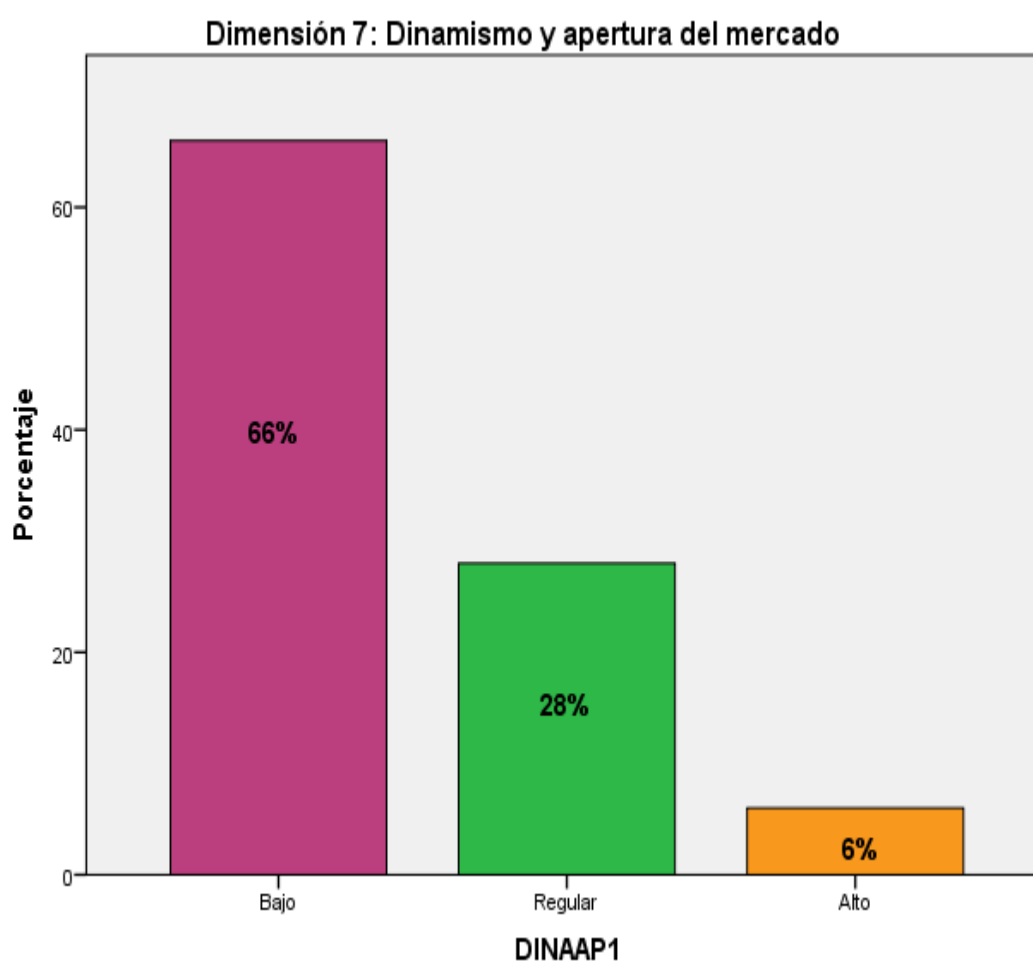
*Figura 6. Acceso a la infraestructura profesional y comercial*

De la tabla 12 y figura 6 se muestra que un 8% de emprendedores cree que se han dado altas condiciones con respecto al acceso a la infraestructura comercial y profesional.

Tabla 13

Dinamismo y apertura del mercado

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	237	66,0
Regular	101	28,0
Alto	22	6,0
Total	360	100,0

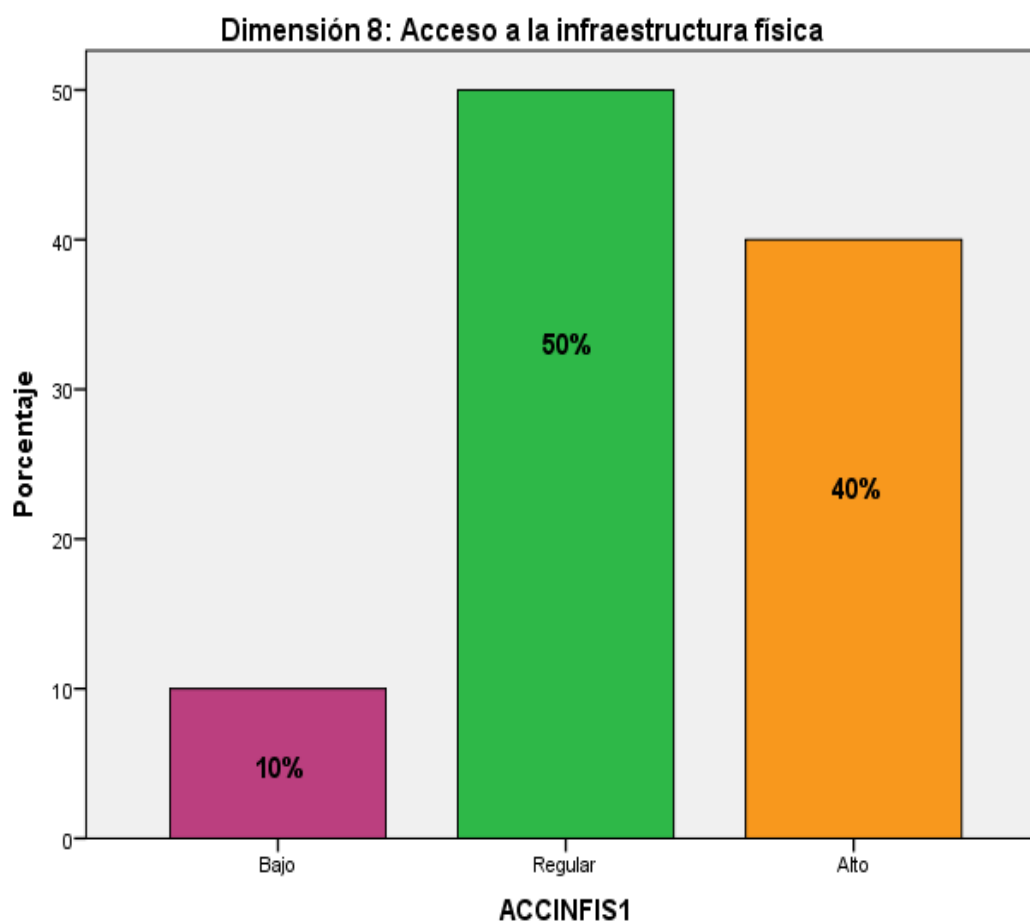
*Figura 7. Dinamismo y apertura del mercado*

De la tabla 13 y figura 7 se muestra que un 66% siente que el dinamismo al mercado ha sido desfavorable, es decir, que han experimentado bajas condiciones para que ellos puedan aprovechar el ingreso a nuevos mercados.

Tabla 14

Acceso a la infraestructura física

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	36	10,0
Regular	180	50,0
Alto	144	40,0
Total	360	100,0

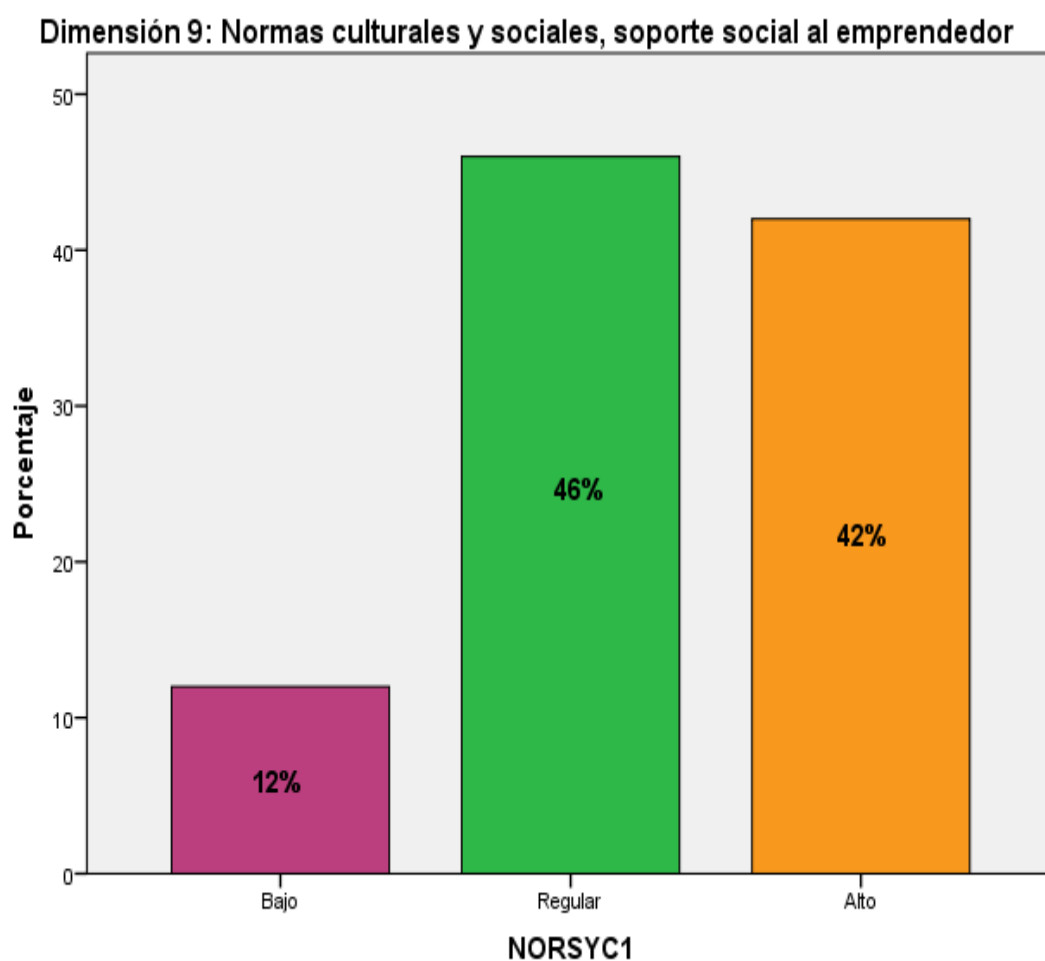
*Figura 8. Acceso a la infraestructura física*

De la tabla 14 y figura 8 se puede notar que un 50 % de emprendedores manifiesta que ha tenido regulares condiciones con respecto a la obtención de servicios básicos, medios de comunicación y de insumos durante su trayectoria como emprendedor.

Tabla 15

Normas sociales y culturales

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	43	12,0
Regular	166	46,0
Alto	151	42,0
Total	360	100,0

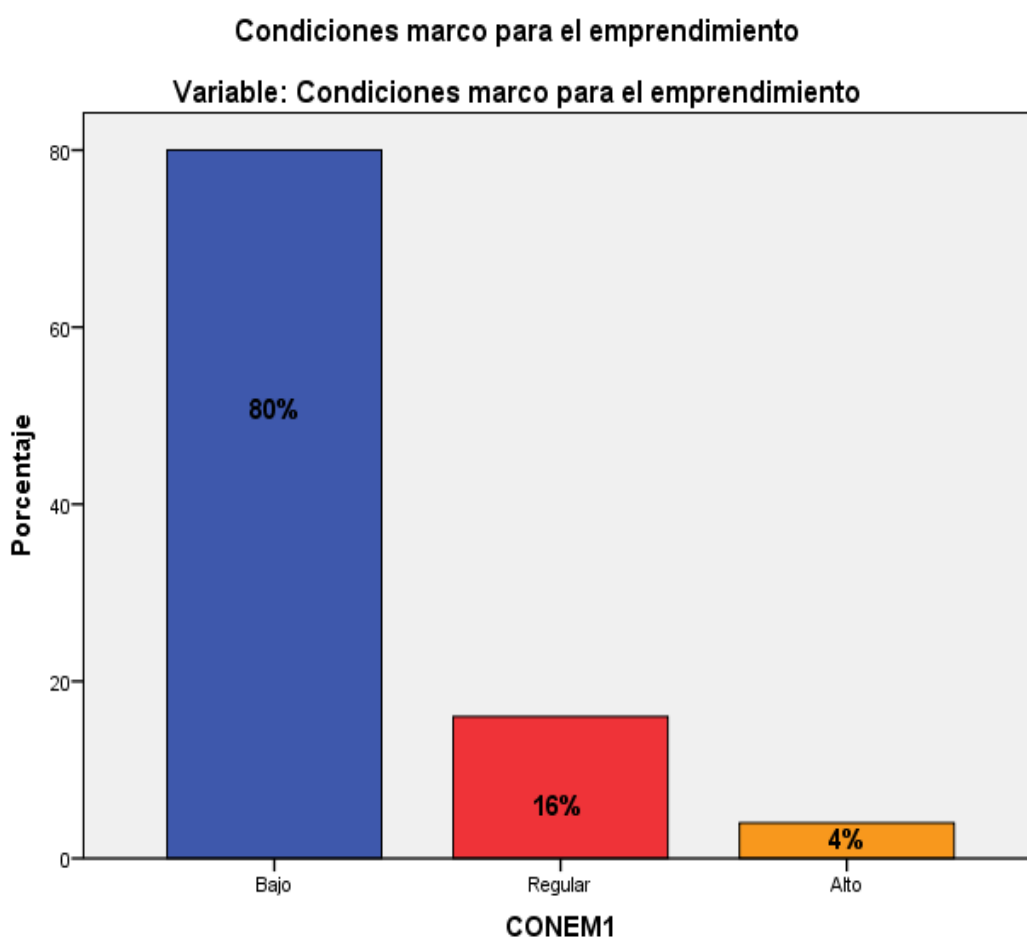
*Figura 9. Normas sociales y culturales*

De la tabla 15 y figura 9 se puede ver que un 42% de los encuestados manifiesta que la sociedad contribuye a la motivación y los impulsa a ser dueños de su propio negocio.

Tabla 16

Condiciones marco para el emprendimiento

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	288	80,0
Regular	58	16,0
Alto	14	4,0
Total	360	100,0

*Figura 10. Condiciones marco para el emprendimiento*

De la tabla 16 y figura 10 se muestra que solo el 80% de encuestados manifiesta que han experimentado durante su trayectoria como emprendedores bajas condiciones para emprender, que no han sido las mejores para iniciar y reforzar su actividad económica.

IV. Discusión

Condiciones marco para el emprendimiento: Gutiérrez (2013) concluye en su investigación, que en Colombia existen estímulos tanto académicos como económicos para la generación de condiciones favorables en la creación de microempresas innovadoras y exitosas, sin perjuicio de ello, aún faltan herramientas claras y precisas que permitan a los microempresarios una mejor identificación de su público objetivo. En el Perú, de cada 100 emprendimientos solo 23 logran consolidarse, esto hace pensar que las condiciones para el emprendedor son poco favorables, según lo detalla el informe GEM Perú para el año 2013, mientras que los resultados para el año 2017 en el distrito de Comas es 80% desfavorable, los factores considerados para este resultado son el entorno financiero, el apoyo de políticas y programas gubernamentales, la formación educativa, accesos a la infraestructura física, tecnológica, de mercado, comercial y profesional, desarrollo e innovación y las normas sociales y culturales; por lo tanto, concordamos con el informa que se mantiene la tendencia negativa sobre esta situación en la que muchos emprendedores se encuentran hasta el momento.

Acceso financiero para los emprendedores

El 58% de emprendedores ven al acceso de financiamiento como una barrera que les impide acceder a ellos más aún si están en una fase temprana, así como también los costos elevados, la escasez de instrumentos financieros que les impide hacer usos de ello para desarrollarse en su nuevo negocio, no es contradictorio lo que se ha presentado en el estudio aquí en el distrito de Comas ya que manifiestan la misma sensación y por ello dejan de tomar en cuenta al sistema financiero como un apoyo para su actividad económica, comparando con Bonilla y García (2014) esta investigación es de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo; en la tesis de Reyes (2011), manifiesta que las mujeres emprendedoras manifiestan como elementos claves el apoyo monetario; Cardozo (2010) manifiesta en su tesis que, solo los mejores sobreviven a esta selección natural según las condiciones que se le presenten.

Políticas gubernamentales para el emprendimiento

El 50% manifiesta que otro limitante es la falta de normativas por no existir apoyo explícitamente a las nuevas empresas y a su creación, que prefieren mantenerse informales, concordamos con el informe GEM ya que en este distrito se mantiene un alto índice de informalidad y que ello les resta competitividad con las empresas formalizadas; Cardozo (2010) manifiesta en sus conclusiones que, desde un punto de vista de políticas públicas se presentan diferentes tendencias para promover emprendimientos, la más asentada, aquella que considera que la creación de empresas es potenciada al hacer el ambiente nacional -entiéndase condiciones marco- más favorable a empresarios nacientes y que esto a su vez impactará en su desempeño.

Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento

Solo el 8% de emprendedores manifiesta haber experimentado altas condiciones sobre los programas gubernamentales; para Zorrilla (2014) propone un nuevo diseño de programas que apoyen a la sostenibilidad, de tal manera que los distintos sectores empresariales se dinamicen.

Educación y capacitación emprendedora

El 42% de emprendedores dentro de los 42 meses de actividad en marcha reconocieron estudios post secundarios pero no señala que si tuvo este relación con la actitud de emprender, según el GEM 2013 Perú; en este estudio sobre las condiciones del emprendimiento en el distrito de Comas notamos cierta insatisfacción sobre la capacidad de enseñanza mínima o casi nula sobre temas relacionados con economía, negocios, mercado o afines. Cabe resaltar que Cuesta (2011) concluye en su estudio que, el emprendimiento figura como una de las prioridades de la carrera y que ésta se encuentra postulando a un fondo Innova para la creación de la primera incubadora audiovisual chilena financiada por CORFO; esta propuesta medial sería parte importante del programa de trabajo de la incubadora; Reyes (2011) en su tesis menciona sobre las

narraciones de las mujeres emprendedoras que piensan que la clave del éxito se da mediante las varias capacitaciones sobre emprendimiento.

Transferencia de investigación y desarrollo

Para el informe GEM Perú 2013, una de las limitaciones es la falta de intercambio de experiencias entre incubadoras y la falta de transferencias de la tecnología, para este estudio muchos de los emprendedores actúan sin importarles la tecnología pues cubren esa necesidad con otros medios. Harman (2012) en su investigación, "Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto Ramp Perú", menciona en su primera conclusión, no sólo deben tener capacidades emprendedoras individuales o una fuerte vinculación entre su principal ocupación y su proyecto tecnológico, sino también debe evaluarse las condiciones de su entorno y cómo el individuo se relaciona con él, en tanto dificulta o facilita el desarrollo emprendedor. Esta investigación muestra un 64% de emprendedores que cree que el acceso a la información y adquisición de la tecnología se ha dado de manera regular en toda su trayectoria emprendedora.

Acceso a la infraestructura profesional y comercial

Esta investigación dio como resultado que solo el 8% de los emprendedores experimentó altas condiciones para encontrar apoyo profesional y soporte comercial; Osorio (2013) concluye que, los estilos de aprendizaje influyen en el desarrollo de capacidades de emprendimiento, con ello se prepara gente para poder asesorar a futuro a posibles emprendimientos.

Dinamismo y apertura del mercado

Esta investigación muestra como resultado un 66% que siente que el dinamismo al mercado ha sido desfavorable, es decir, que han experimentado bajas condiciones para que ellos puedan aprovechar el ingreso a nuevos mercados.

Para el GEM 2013, en el Perú el 4% de emprendedores se aventuran a emprender en nuevos mercados, a pesar que para ellos se les hace complicado lo realizan porque saben que es la única manera de crecer o ampliar sus horizontes. Gutiérrez (2013) en su investigación, tiene como problema general: “¿Cómo hacer posible que existan las herramientas necesarias para estructurar un plan de mercadeo, que permita conocer el mercado objetivo de los emprendedores de las microempresas de la ciudad de Medellín?”, concluye en su investigación, que existen estímulos tanto académicos como económicos para la generación de condiciones favorables en la creación de microempresas innovadoras y exitosas.

Acceso a la infraestructura física

El 50% de los emprendedores manifiesta que tuvo regulares condiciones para la obtención de servicios básicos, medios de comunicación y de insumos durante su trayectoria como emprendedor; los autores mencionados en los antecedentes no mencionan estudios sobre esta condición al igual que Bonilla y García (2014) la metodología de estudio es de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo.

Normas sociales y culturales

El 50% de los expertos menciona que existe un estimulante cultura empresarial, perciben como personas de valentía y coraje en todo momento, concordamos con el GEM ya que los comeños también manifiesta la misma sensación que le imparte la sociedad en todo momento desde que pensaron en iniciar un negocio y durante ello, con un 42% manifiestan que son muy pocas personas que se muestran con opiniones pesimistas muestra que un 66% siente que el dinamismo al mercado ha sido desfavorable, es decir, que han experimentado bajas condiciones para que ellos puedan aprovechar el ingreso a nuevos mercados.

Similar situación se evidenció en la investigación de Bonilla & García (2014) en la que se establecen las relaciones existentes entre el perfil emprendedor y variables sociodemográficas. Asimismo, Reyes (2011) concluye que, el emprendimiento femenino está asociado a desafíos, que requieren diversas

estrategias de conciliación de roles; a limitaciones de tiempo y que se erige fundamentalmente desde el ser madres, como una estrategia que implica el sacrificio de ellas mismas por una mejor calidad de vida para sus hijos

V. Conclusiones

Después de realizado el estudio se arribaron a las siguientes conclusiones:

- Primera:** Se concluye que las condiciones en general, para el emprendimiento no son nada favorables, que, a pesar de todo, el emprendedor hace todo lo posible para cumplir su plan y plasmar en realidad sus sueños de ser “dueño de su propio negocio”. El emprendedor es el iniciador de cambio y el generador de nuevas oportunidades.
- Segunda:** El entorno financiero no fue una opción válida en el momento en que los emprendedores lo necesitaron, en razón de las tasas elevadas al cual ellos no podían acceder, así como previa evaluación crediticia, asumir un riesgo mayor sobre el pago de posibles cuotas a pactar con los bancos o cajas y/o porque les requerían muchos requisitos para otorgarles dicho préstamo; muchos de los encuestados optaron por recurrir a otras actividades empresariales temporales o solicitar préstamos a familiares o amistades para financiar algún aumento o suplir algún déficit de capital.
- Tercera:** Las políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor son escuchadas de las autoridades cuando estas estuvieron en campaña electoral, pero más allá de ello, no se observa ninguna mejora en el ámbito empresarial para la nueva empresa ni para las que están en crecimiento. Los trámites para la formalización de emprendimientos en gobiernos locales, no son adecuadamente expeditivos, la mayoría se ha encontrado con funcionarios que no orientan sobre el tema, existiendo mucha pérdida de tiempo y burocracia que hace que no sea nada sencillo el iniciar y emprender lo planeado, generando desmotivación.
- Cuarta:** Se desconoce o no llega a conocerse oportunamente, las diversas propuestas sobre programas de apoyo al emprendedor, que pudiesen facilitar el nacimiento, evolución y consolidación de nuevos emprendimientos.

- Quinta:** La educación básica regular completa o incompleta de ciertos emprendedores, no tuvo información relevante para posibles emprendimientos, así como la instrucción superior técnica o universitaria completa o incompleta de algunos emprendedores no fue determinante en el momento de plantear sus ideas de negocio ni para ponerlas en práctica o fortalecer las ya iniciadas por falta de una adecuada motivación del espíritu emprendedor de los centros de estudio.
- Sexta:** No se cuenta con accesos a nuevas tecnologías que permitan competir en iguales condiciones con empresa ya establecidas, ya sea por costos, información o ayudas gubernamentales.
- Séptima:** Los encuestados concuerdan que no es difícil acceder a profesionales independientes que les puedan brindar asesoría o información para fortalecer y/o mantener el emprendimiento, que los costos de dicho servicio son variables y algunos se establecen de acuerdo a los ingresos del emprendimiento, por ello, muchos emprendedores optan por ser ellos mismos los que cubran esa necesidad para minimizar costos, originando omisiones y sanciones que a la postre merma sus utilidades y la estabilidad misma del negocio.
- Octava:** La mayoría de emprendedores coincide en que se les hace difícil ingresar a nuevos mercados, ya sea por la competencia formal e informal en costos y precios, calidad de productos, tecnología y capacidad de respuesta en servicios o simplemente por los accesos al área geográfica en la que se encuentran ellos.
- Novena:** Existen condiciones favorables de infraestructura tales como, acceso a vías de tránsito, transportes, servicios básicos, espacios en zonas comerciales, insumos o productos a comercializar, así como una oferta de costos accesibles a ellos.
- Decima:** La mayoría de los emprendedores han tenido apoyo moral de sus familiares y amigos, así como, del nuevo entorno social que se origina

a raíz del emprendimiento, que los valoran por manifestar ese ímpetu de seguir adelante ante las adversidades que han tenido y que se seguirán presentando en el futuro.

VI. Recomendaciones

Si se tiene una identificación clara del factor condicionante para los emprendedores juveniles en el Distrito de Comas, y se conoce la realidad económica, social y cultural de la población emprendedora, debiera poder facilitarse información a las instituciones y entidades que apoyan el “Emprendedurismo” a direccionar sus esfuerzos, sus técnicos y asesoría e inversiones, de manera eficiente. Se recomienda un posterior estudio con enfoque mixto, para reforzar la información cuantitativa junto con la información cualitativa, a través de entrevistas a profundidad.

Se mejoren los requisitos, procesos y procedimientos del sistema financiero, que sean adaptables a las condiciones reales de aquellas personas que necesitan apoyo económico para poner en práctica su idea de negocio.

Real puesta en marcha de las políticas gubernamentales de apoyo a los emprendedores, estas deben ejecutarse adecuadamente ya que se pierde confiabilidad ante la sociedad.

Los programas gubernamentales de apoyo emprendedor deben ser difundidas adecuadamente y comunicadas de manera clara, eficiente y masiva para que esta información llegue a todo el mercado objetivo.

La educación básica regular debe incluir la motivación y conocimientos necesarios básicos para que puedan ser complementadas a nivel de educación superior y así repotenciar las capacidades y habilidades de los sujetos potenciales emprendedores. Se recomienda también, mejorar el currículo escolar en lo referente al curso de educación para el trabajo.

Fomentar mayor acceso a la información tecnológica mediante publicidad, propuestas gubernamentales sobre subsidios para la adquisición de nuevas tecnologías que permitan llegar a ser competitivos en el mercado y fortalecerse para consolidarse en el menor tiempo posible con tecnologías

nuevas y no obsoletas o de “segunda mano” como han manifestado los encuestados.

Crear un entorno institucional más favorable a la actividad económica empresarial, reforzar la seguridad de esta actividad con asesorías oportunas y capacitaciones, simplificando los procedimientos administrativos, minimizar la burocracia asociados a la misma y mejorando el tratamiento tributario y fiscal, con un adecuado sistema de soporte profesional y de accesos a servicios bancarios de calidad, tomando en cuenta que, el costo de un profesional que instaure y controle todo esto, debe ser tomado como una inversión y no una carga económica.

Otorgar mayor eficiencia al funcionamiento de los mercados, para animar la entrada de más emprendedores a diferentes sectores, informándose adecuadamente y analizando las debilidades de la competencia transformándolas en oportunidades.

Desarrollar alianzas estratégicas, aprovechando las buenas condiciones de infraestructura.

Como sociedad alentar y motivar a las personas que pretenden iniciar o que ya están involucradas en una actividad empresarial, esto es positiva para el emprendedor que está pensando en qué y cómo hará para enfrentar las situaciones venideras, con los beneficios y riesgos propios de las mismas, ayudándolo a enfrentarlas con optimismo y perseverancia.

VII. Referencias

- Acevedo, M. H. (2011). Aportes de la teoría social de Alfred Schütz para pensar la política y la acción colectiva. *Trabajo y sociedad*, (17), 83-94. Recuperado de <http://www.goo.gl/fqDuTG>
- Acevedo, M. (2011). Aportes de la teoría social de Alfred Schütz para pensar la política y la acción colectiva. *Trabajo y sociedad*, 83-94. Obtenido de <http://www.goo.gl/fqDuTG>
- Alcaraz, R. (2011). *El Emprendedor de Éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Álvarez, A., & Valencia, P. (2008). Un análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco de la interculturalidad. *Revista de Economía Mundial*(18), 341-353.
- Amado, I. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers*, 81-103.
- Argote, M., & Parra, L. (2015). Factores asociados a las empresas con potencial de crecimiento en la universidad EAN. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*(23 (2)), 97-108.
- Armijo, J., & Atencia, D. (2016). *Factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Las Naves, provincia de Bolívar 2015-2016*. Recuperado el 1 de 10 de 2016, de <https://goo.gl/ZOzx4e>
- Becerra, L. (2016). *Diagnóstico de los factores que podrían contribuir a la sostenibilidad de los microemprendimientos del proyecto de generación de negocios de la ong socios en salud en la provincia de lima metropolitana y el callao*. Recuperado el 11 de 08 de 2016, de <http://goo.gl/gibhIW>
- Bolaños, R. (2006). *Detonantes de emprendimiento Comparar factores tanto internos como externos que influyen la intención del individuo de crear una empresa*. Mexico: Tecnológico de Monterrey.
- Bonilla, R., & Garcia, J. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un análisis empírico en la ciudad de manizales*. Recuperado el 14 de junio de 2016, de <https://goo.gl/iMy4eM>
- Bunge, M. (1971). *La ciencia. Su método y su filosofía*. España: Siglo veinte.
- Cardozo, A. (2012). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. Recuperado el 14 de junio de 2016, de <https://goo.gl/HSJ32m>
- Colectivo Integral de Desarrollo. (2005). *Emprendedores que hicieron realidad su negocio*. Lima: CID.

- Cuesta, D. (2012). *Diseño de una plataforma digital de trabajo colaborativo para fortalecer el emprendimiento de los estudiantes de la carrera de Comunicación audiovisual digital del Instituto Profesional Santo Tomás*. Recuperado el 14 de junio de 2016, de <https://goo.gl/61jmCq>
- Duarte, F. (2007). EMPRENDIMIENTO. Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 46-56.
- El Comercio. (2011). *elcomercio.pe*. Obtenido de <http://goo.gl/TS42xm>
- Empleo, M. d. (julio 2012). *Políticas Nacionales de Empleo*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Esparza, J., Monroy, S., & Granados, J. (2012). La supervivencia de las pequeñas empresas en el sur del estado de Quintana Roo: Una aproximación empírica. *Revista de economía*, 112-141.
- Gil, A., & Urrego, G. (2012). *Plan prospectivo para el desarrollo del espíritu empresarial 2012-2016*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de <https://goo.gl/KpwgD7>
- Gomez, L. (2016). *Teorías del emprendimiento*.
- Gutiérrez, J. (2013). *Guía de herramientas mercadológicas para el emprendimiento empresarial del tecnológico de Antioquia*. Recuperado el 14 de junio de 2016, de <https://goo.gl/7fFhUJ>
- Harman, Ú. (2012). *Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto ramp Perú*. Recuperado el 10 de 04 de 2016, de <https://goo.gl/P7Hpmc>
- Ibarra, S. (2013). *Emprendimiento*. Recuperado el Diciembre de 2016, de <https://goo.gl/Bsdedc>
- Informática, I. N. (setiembre 2014). *INEI Una Mirada a Lima Metropolitana*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Instituto de Empresa, Cátedra Najeti. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2015*. España: Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moorí, V. (2004). *Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo. Fundes Internacional.

- Kantis, H., Masahiko, I., & Masahiko, K. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kerlinger, F. (1979). *Investigación no experimental*.
- Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. Recuperado el 02 de Abril de 2016, de <https://goo.gl/JfRNCw>
- La tierra es Plana. (sf de sf de sf). *latierraesflat.wordpress.com*. Obtenido de <https://latierraesflat.wordpress.com/2012/06/01/emprendimiento-en-el-peru/>
- Likert. (1969).
- Maletta, H. (2009). *EPISTEMOLOGÍA APLICADA: Metodología y técnica de la producción científica*. Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación.
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de data mining. 30-40.
- MIT Technology Review. (2015). *Barómetro de emprendimiento de éxito en España*. España: Opinno.
- Moreno, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 53-66.
- Navarro, R. (2012). Factores condicionantes de la actividad emprendedora. *Revista de treball, economia i societat*, (64), 1-16.
- Osorio, C. (2013). *Estilos de aprendizaje en el desarrollo de capacidades de emprendimiento en estudiantes de secundaria*. Obtenido de <https://goo.gl/zVDYLL>
- Parra, L., & Argote, M. (2014). Diversificación productiva y empresarialidad informal: América Latina 2000 y 2010. *Perfil de coyuntura económica*(24), 109.
- Ramirez, I. (2012). Propuesta de un plan de negocios de empresa de servicios de eficiencia energética y comercialización de iluminación LED. *Gestión de las personas y la tecnología*, 106-112.
- República, D. L. (17 de enero de 2015). INEI: Lima cuenta con 9 millones 752 mil habitantes. *Sociedad-INEI*, pág. 1.

- Reyes, Y. (2012). *Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación*. Recuperado el 14 de junio de 2016, de <https://goo.gl/v4vgwh>
- Rodriguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Revista científica pensamiento y Gestión*, N° 26, 94-119.
- School, L. B. (2005). *Global entrepreneurship 2004-2005*. Lima: ESAN.
- Schütz, A. (2003). *Estudios sobre la teoría social. Escritos II*. Buenos Aires: Amorrurtu.
- Sereno, O. (2012). *Factores que intervienen en el proceso emprendedor de las microempresas en los municipios de Metlatónoc y Huamuxtlán, Guerrero*. Obtenido de <https://goo.gl/hPMRBs>
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2015). *Global entrepreneurship Monitor: Perú 2013*. Lima: Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor 2015.
- Shumpeter, J. (1944). *Ensayos sobre el ciclo económico* (Vol. XVII). México: Fondo de cultura económica.
- Silva, J. (2006). *¿Cómo iniciar su propio negocio?* Colombia: Universidad EAN.
- Vargas, J., & Ticlla, E. (2012). *Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho*. Recuperado el 01 de 11 de 2015, de <http://goo.gl/073uW>
- Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa. (2015). *Guatemala Emprende*. Guatemala: Ministerio de economía.
- Zorrilla, D. (2014). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los microemprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil del INPET (2007-2009)*. Recuperado el 12 de 04 de 2016, de <http://goo.gl/Q1ch7o>

VIII. Anexos

Anexo 1: Artículo científico

Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito Comas, 2017

Framework conditions for youth entrepreneurship in the Comas district,
2017

Bch. Angela Pereyra Salazar
apereyrasalazar@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017”, tuvo como objetivo general es Describir las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.

La relevancia de la presente investigación se da en tanto se puedan identificar claramente las condiciones y situaciones que el micro y macro entorno permitan al emprendedor a germinar y luego desarrollar su emprendimiento, entendiendo que el beneficio que se espera no es tan sólo de carácter social, sino académico y que debiera también, poder replicarse.

El método que se utilizó en este trabajo de investigación es el método explicativo. Tipo de investigación: básica, es decir, utiliza la teoría existente para describir situaciones o sucesos que para el caso de estudio describirá la situación sobre las condiciones en que se encontraron los sujetos antes de ser emprendedores; de nivel descriptiva, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental transversal, Kerlinger 2002 p. 420, porque no se manipula la variable, solo se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos, sin construcción de una situación, solo mediante su realidad, por lo tanto, no pueden influir ni tienen control directo sobre la variable ni mucho menos sobre su efecto.

Después de haber sido codificados y procesados estadísticamente las encuestas, se llega a la conclusión que, las condiciones marco para emprendimiento en el distrito no son favorables y que, a pesar de todo, el emprendedor hace todo lo posible para cumplir su plan también se aplicó una entrevista y después de interpretar llegaron a manifestar que el SUEÑO de ellos fue plasmar el ser “dueño de su propio negocio”. El emprendedor es el iniciador de cambio y el generador de nuevas oportunidades.

PALABRAS CLAVE Emprendedor, emprendedurismo, emprendimiento, condiciones marco.

ABSTRACT

This research entitled: "Framework conditions for youth entrepreneurship in the district of Comas, 2017", had as its general objective is to describe the framework conditions for youth entrepreneurship in the district of Comas, 2017.

The method used in this research work is the mixed method explicative. Type of research: basic, its purpose is to expand the knowledge of reality and better understand the processes that take place in it, That is, use the existing theory to describe situations or events that for the case study he will describe the situation about the conditions in which the subjects were found before becoming entrepreneurs; of a descriptive level, of a quantitative approach; of non-experimental transverse design, which for Kerlinger (2002, p.420) because the variable is not manipulated, only phenomena are observed as they occur in their natural context and then analyzed, without construction of a situation, only through their reality, therefore, they cannot influence or have direct.

After having been coded and processed statistically it is concluded that, the framework conditions for entrepreneurship in the district are not favorable and that despite everything, the entrepreneur does everything possible to fulfill his plan also applied an interview and later of interpreting came to manifest that the DREAM of them was to shape the being "owner of their own business". The entrepreneur is the initiator of change and the generator of new opportunities.

KEYWORDS Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneurship, framework conditions.

Introducción

La presente investigación presenta el estudio de caso de las condiciones marco del emprendedor en el distrito de Comas – 2017. La presente tesis tiene como objetivo describir las condiciones marco del emprendedor juvenil en el distrito de Comas – 2017, factores heredados, adquiridos, y del entorno que condicionan a formar un ecosistema emprendedor en el distrito de Comas en el año 2017. El informe de esta investigación se presentará en los siguientes capítulos:

El capítulo I está referido a los antecedentes de la investigación, problema de investigación mediante la descripción de la situación problemática, planteamiento de problema y la formulación del problema, los objetivos de la investigación; definidos en objetivo general y objetivos específicos; mientras que en el segundo capítulo se presenta el

marco metodológico; el tercer capítulo, presenta los resultados de la investigación de la variable categórica sobre las condiciones marco del emprendedor en el distrito de Comas – 2017; el capítulo IV presenta la discusión (resultados de la variable categórica); el capítulo V, presenta las conclusiones; en el último capítulo, el sexto, se presenta las recomendaciones que se derivaron de los resultados.

Se espera que el presente estudio motive con esta línea de investigación tan necesaria para que el gobierno local o central mediante la implementación y ejecución de programas de empuje para nuevos empresarios, cree, motive y mejore las condiciones internas y externas de las personas que buscan nuevas y mejores maneras de utilizar los medios adecuados y de realizar actividades empresariales que siempre estarán dirigidas en función de satisfacer sus necesidades y generar beneficios propio, de su entorno y del país; y con ello aportar al desarrollo económico del Perú.

A lo largo de este documento se destaca la importancia de la existencia de apoyo, así como el fomento al emprendimiento, para la generación de condiciones en la creación de nuevas empresas de base tecnológica que propicien el desarrollo económico y social sostenido del país, asimismo el desarrollo de estrategias de apoyo que le garanticen mejores resultados y por ende empresas sostenibles en el mediano y largo plazo.

El presente estudio ha permitido obtener recopilación de experiencias y opiniones de los pobladores del distrito de Comas sobre la contribución o no del entorno para el surgimiento del “Emprendedurismo” en el Distrito de Comas en nuestra sociedad, que muestra un crecimiento económico y como consecuencia, el desarrollo social.

La relevancia de la presente investigación se da en tanto se puedan identificar claramente las condiciones y situaciones que el micro y macro entorno permitan al

emprendedor a germinar y luego desarrollar su emprendimiento, entendiendo que el beneficio que se espera no es tan sólo de carácter social, sino académico y que debiera también, poder replicarse.

Esta investigación es de carácter social, puesto que como se ha dicho anteriormente, contribuirá a motivar entre sí a los emprendedores y/o se fortalecerán los programas de apoyo al emprendimiento que pueda desarrollar la comunidad, entidades sin fines de lucro, particulares o el gobierno en sus tres niveles y/o en conjunto a fin de articular transversalmente esfuerzos y recursos que permitan el fomento de capacitaciones, asesoramiento y demás que sean de suma utilidad.

También es de carácter académico, porque contribuirá a teorizar alrededor de las condiciones que favorecen o no el “Emprendedurismo” en el Distrito de Comas, permitiendo un mayor entendimiento de la influencia de la sociedad misma en un fenómeno que fomenta el crecimiento económico y social, asimismo lograr entender los diversos estudios sobre el particular de tal manera que propicien y contribuyan a la generación de emprendimientos por oportunidad y no por necesidad.

Los emprendedores son una solución esencial y no un problema para la economía de un país, los emprendedores peruanos reactivan la economía, creando más empleos y proyectos empresariales procurando la consecución del principio del bien común de la sociedad. Si se mejora las condiciones de los emprendedores, entonces la siguiente generación de potenciales empresarios será capaz de contribuir de manera significativa el progreso de su zona y por ende, del país.

1. Metodología

Población y muestra.

El escenario de estudio es el Distrito de Comas donde los ciudadanos desarrollan competencias laborales y capacidades emprendedoras para incorporarse a diversas actividades de trabajo, según las necesidades que observan en su entorno, 360 sujetos que se escogieron de manera conveniente (a) Tengan su propio negocio en marcha mayor o igual a 42 meses, (b) Tengan su negocio dentro del área del Distrito de Comas, (c) Tengan a su mando la misma administración de su negocio.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.

Técnica de recolección de datos

Para recoger los datos de la variable “condiciones marco para el emprendimiento”, se utilizó la técnica de la encuesta y la de entrevista.

Encuestas: Se da mediante preguntas cerradas forzando al encuestado a escoger por una de ellas; que para nuestro caso tenemos la escala de Likert nivel 5, esta se dará a través de un cuestionario de 52 preguntas.

Instrumento de recolección de datos.

El instrumento es el cuestionario.

Mediante este el investigador podrá conocer de cerca la explicación de algunos comportamientos y la información a recoger puede ser brindada en un contexto individual.

Las preguntas deberán ser abiertas, de manera personal y lograr llegar a profundizar el tema a investigar.

Procedimiento.

Luego de realizar las encuestas a los 360 emprendedores de comas que vienen cumpliendo con el requisito de tener actividad empresarial en el distrito por lo menos con una antigüedad mayor a 42 meses, según GEM (2013) y se procedió a vaciar los datos al Excel para realizar en el SPSS las gráficas según diagrama de barras o estadística descriptiva.

2. Resultados.

Solo el 4% de encuestados manifiesta que han experimentado durante su trayectoria como emprendedores bajas condiciones para emprender, que no han sido las mejores para iniciar y reforzar su actividad económica.

3. Discusión.

Gutiérrez (2013) concluye en su investigación, que en Colombia existen estímulos tanto académicos como económicos para la generación de condiciones favorables en la creación de microempresas innovadoras y exitosas, sin perjuicio de ello, aún faltan herramientas claras y precisas que permitan a los microempresarios una mejor identificación de su público objetivo. En el Perú, de cada 100 emprendimientos solo 23 logran consolidarse, esto hace pensar que las condiciones para el emprendedor son poco favorables, según lo detalla el informe GEM Perú para el año 2013, mientras que los resultados para el año 2017 en el distrito de Comas es 80% desfavorable, los factores considerados para este resultado son el entorno financiero, el apoyo de políticas y programas gubernamentales, la formación educativa, accesos a la infraestructura física,

tecnológica, de mercado, comercial y profesional, desarrollo e innovación y las normas sociales y culturales; por lo tanto, concordamos con él informa que se mantiene la tendencia negativa sobre esta situación en la que muchos emprendedores se encuentran hasta el momento.

11. Conclusiones.

Se concluye que las condiciones en general, para el emprendimiento no son nada favorables, que, a pesar de todo, el emprendedor hace todo lo posible para cumplir su plan y plasmar en realidad sus sueños de ser “dueño de su propio negocio”. El emprendedor es el iniciador de cambio y el generador de nuevas oportunidades.

12. Referencias.

- Gutiérrez, J. (2013). Guía de herramientas mercadológicas para el emprendimiento empresarial del tecnológico de Antioquia . Colombia: Universidad de Montemorelos. Obtenido de <https://goo.gl/7fFhUJ>
- Kerlinger, F. (2002). Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales México, D.F. .: McGraw-Hill,. c2002. xxix, 810 p. ; 25 cm. Edición ; 4a. ed ISBN: 97010307029789701030707 Obtenido de <https://goo.gl/JfRNCw>
- Maletta, H. (2009). EPISTEMOLOGÍA APLICADA: Metodología y técnica de la producción científica. Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación. Obtenido de <https://goo.gl/IfBKfp>

Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2015). Global entrepreneurship Monitor: Perú 2013. Lima: Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor 2015. Obtenido de <https://goo.gl/UpkOzW>

DECLARACIÓN JURADA
DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN
PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

Yo, **ANGELA ERIKA PEREYRA SALAZAR**, estudiante (X), egresado (), docente (), del Programa de post grado de Administración de Negocios de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI10743506 con el artículo titulado

“Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017”
declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría.
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de

información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lugar y fecha: 31 de enero de 2018

Nombres y apellidos: **Angela Erika Pereyra Salazar**

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas 2017							
Autor: Angela Erika Pereyra Salazar							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General ¿Cuáles son las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>1. ¿Cómo es el entorno financiero relacionado con el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?</p> <p>2. ¿Cómo son las Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?</p> <p>3. ¿Cómo son los Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?</p> <p>4. ¿Cómo es la educación emprendedora en el distrito de Comas, 2017?</p>	<p>Objetivo general: Describir las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>1. Describir el entorno financiero de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017</p> <p>2. Describir las Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017.</p> <p>3. Describir Programas gubernamentales de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017</p> <p>4. Describir la educación</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Hipótesis específicas:</p>	Variable 1: Condiciones marco para el emprendimiento				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala e índices	Niveles y rangos
			Entorno financiero relacionado con el emprendimiento.	Disponibilidad de recursos propios. Apoyo de la empresa privada o del sector público.	1,2,3,4,5,6		
Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.	Políticas públicas del gobierno estatal. Políticas públicas del gobierno local. Vialización administrativa.	7,8,9,10,11,12,13					
Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.	Información y comunicación sobre trámites. Parques científicos. Programas del estado. Competencias profesionales. Ofertas pertinentes. Eficacia de los programa gubernamentales.	14,15,16,17,18,19					

5. ¿Cómo es la transferencia de tecnología e I+D en el distrito de Comas, 2017?	empresaria de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017		Educación emprendedora.	Currículo de la educación básica regular. Currículo de la educación superior.	20,21,22,23,24,25		
6. ¿Cómo es el acceso a la infraestructura profesional y comercial en el distrito de Comas, 2017?	5.Describir la transferencia de tecnología e I+D (innovación y desarrollo) de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017		Transferencia de tecnología e I+D(innovación y desarrollo).	Competencias en investigación tecnológica. Acceso a las investigaciones en tecnología. Subsidios del Estado para la adquisición de nuevas tecnologías. Publicación de tecnologías.	26,27,28,29,30,31		
7. ¿Cómo es el dinamismo y apertura del mercado interno en el distrito de Comas, 2017?	6.Describir el acceso a la infraestructura profesional y comercial de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017		Acceso a la infraestructura profesional y comercial.	Soporte profesional. Acceso a servicios bancarios de calidad.	32,33,34,35,36		
8. ¿Cómo es el acceso a la infraestructura física en el distrito de Comas, 2017?	7.Describir el dinamismo y apertura del mercado interno de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017		Dinamismo y apertura del mercado interno.	Variabilidad de los mercados. Acceso a nuevos mercados. Solvencia ética.	37,38,39,40,41,42		
9. ¿Cómo son las normas sociales y culturales y apoyo social al emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017?	8.Describir el acceso a la infraestructura física de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017		Acceso a la infraestructura física.	Soporte de infraestructura. Soporte de sistemas de comunicación efectivos. Soporte de sistemas básicos.	43,44,45,46,47		
	9.Describir las normas sociales y culturales y						

	apoyo social al emprendimiento de apoyo de las condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito de Comas, 2017		Normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendimiento.	Valores empresariales. Iniciativa empresarial.	48,49,50,51,52		
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
Método: explicativo Enfoque: cuantitativo Tipo: básico Nivel: descriptivo Diseño: no experimental, transversal	Población: 522,760 habitantes en el distrito de Comas Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia o intencionado Tamaño de muestra: 360	Variable 1: Condiciones marco para el emprendimiento juvenil Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario		DESCRIPTIVA: Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales $n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$ n= Tamaño de la muestra Z= Nivel de confianza deseado p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito) q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) e= Nivel de error dispuesto a cometer N= Tamaño de la población			

Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos

ENTREVISTA SOBRE CONDICIONES MARCO DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL DEL DISTRITO DE COMAS 2017

Nombres y Apellidos			
RUC		Dirección	
Nombre del negocio		Rubro	

Tenga para bien saludarlo y expresarle que este balotario se da como instrumento de estudio de investigación del estudio de casos sobre condiciones marco para el emprendimiento juvenil del distrito de Comas 2017, como estudiante de pos grado - MBA de la Universidad Cesar Vallejo le agradezco su predisposición a colaborar con la investigación.

A continuación tiene usted 52 preguntas que deberá responder de tomando en cuenta que, por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, siendo:

- 1 completamente en desacuerdo,
- 2 en desacuerdo,
- 3 ni en acuerdo ni en desacuerdo,
- 4 en acuerdo y
- 5 completamente de acuerdo.

Ítems	1	2	3	4	5
1. ¿Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento?					
2. ¿Hay oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento?					
3. ¿Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento?					
4. ¿Hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento?					
5. ¿Hay suficiente financiamiento disponible proveniente de inversionistas individuales (que no son los propietarios) para las empresas nuevas y en crecimiento?					
6. ¿Hay suficiente financiamiento disponible mediante la salida a la bolsa de valores para las empresas nuevas y en crecimiento?					
7. ¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del Gobierno estatal?					
8. ¿Las políticas del Gobierno favorecen claramente a las empresas recién creadas (por ejemplo, en licitaciones o compras públicas)?					
9. ¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de los gobiernos locales (municipal, regional, etcétera)?					
10. ¿Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en casi una semana?					
11. ¿Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para impulsar a las empresas nuevas y en crecimiento?					
12. ¿Los impuestos, las tasas y otras regulaciones gubernamentales son aplicados a las empresas nuevas y en crecimiento de manera predecible y coherente?					
14. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre una amplia gama de ayuda gubernamental contactando con un solo organismo público (ventanilla única)?					


Ítems	1	2	3	4	5
15. ¿Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a las empresas nuevas y en crecimiento?					
16. ¿Existe un número adecuado de programas gubernamentales para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento?					
17. ¿Los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales son competentes y eficaces para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento?					
18. ¿Casi todos los que necesitan ayuda de un programa del Gobierno para crear o hacer crecer una empresa pueden encontrar algo que se ajuste a sus necesidades?					
19. ¿Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos?					
20. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal?					
21. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se brinda suficiente conocimiento sobre los principios de una economía de mercado?					
22. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu emprendedor y a la creación de empresas?					
23. ¿Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para crear y hacer crecer una empresa?					
24. ¿La formación en administración, dirección y gestión empresarial proporciona una preparación?					
25. ¿Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación y crecimiento de empresas?					
26. ¿La base científica y tecnológica permite la creación de empresas basadas en tecnología que pueden competir en el nivel global en, al menos, un área específica?					

Ítems	1	2	3	4	5
27. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas?					
28. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de adquirir las últimas tecnologías?					
29. ¿Existen suficientes y adecuados subsidios gubernamentales para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nuevas tecnologías?					
30. ¿Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento?					
31. ¿Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a partir de la creación de nuevas empresas?					
32. ¿Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento?					
33. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir con facilidad buenos proveedores, consultores y subcontratistas?					
34. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de tener subcontratistas, proveedores y consultores?					
35. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir fácilmente un buen asesoramiento contable y legal?					
36. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales en moneda extranjera, cartas de crédito y similares)?					
37. ¿Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro?					
38. ¿Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro?					

Ítems	1	2	3	4	5
39. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados?					
40. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada a un nuevo mercado?					
41. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas en forma desleal por las empresas establecidas?					
42. ¿La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir?					
43. ¿La infraestructura física (carreteras, servicios básicos, telecomunicaciones, etcétera) proporciona un buen soporte para las empresas nuevas y en crecimiento?					
44. ¿No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a buenos sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etcétera)?					
45. ¿Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones (teléfono, Internet, etcétera) en, aproximadamente, una semana?					
46. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etcétera)?					
47. ¿Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, gas, etcétera) en, aproximadamente, un mes?					
48. ¿Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a partir del esfuerzo personal?					
49. ¿Las normas sociales y culturales enfatizan la responsabilidad del individuo (más que de la comunidad) de gestionar su propia vida?					
50. ¿Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial?					

Ítems	1	2	3	4	5
51. ¿Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación?					
52. ¿Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal?					

Anexo 4: Certificados de validación de instrumentos


UNIVERSIDAD
CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Dra Israel Menacho Vargas

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle un cordial saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría en Administración de Negocios de la UCV, en la sede Lima, promoción 2015-01, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi proyecto de investigación y con la cual optaré el grado de Magister.

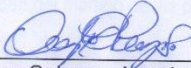
El título nombre de mi proyecto de investigación es: Condiciones marco para el emprendimiento en el distrito de Comas – 2016 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de negocios y economía.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Pereyra Salazar, Angela Erika
DNI 10743506

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable: Condiciones marco para el emprendimiento (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O.,p. 57)

Dimensiones de la variable

Dimensión 1

Acceso financiero para los emprendedores (EFC 1 (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O.,p. 74)

Este factor se refiere al acceso general a todas las clases de financiamiento y capital (cantidad y calidad) para la generación de negocios. Puede incluir desde empresas de capital de riesgo, pasando por bancos, hasta programas de generación de negocios del gobierno u organismos no gubernamentales (ONG), así como la coordinación que hubiera entre ellos. En algunos casos, este acceso al financiamiento tiene características especiales relacionadas con los tipos de empresas (pequeñas, micro o medianas), el fomento de actividades específicas en zonas rurales u otras áreas determinadas. Se pueden considerar características del mercado de capitales, como estabilidad y profundidad, y si está dirigido solo a algún grupo minoritario o específico de negocio.

Dimensión 2

Políticas gubernamentales para el emprendimiento (EFC 2) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O.,p. 74)

Este nivel se refiere a las políticas del Estado y la forma cómo afectan la actividad emprendedora en el país. Puede comprender desde políticas públicas, —como la dación de normas relacionadas con el fomento de las exportaciones, beneficios tributarios, regulaciones legales, políticas de fomento a la actividad emprendedora y de pymes, leyes de reestructuración— hasta el manejo migratorio y de tratamiento de empresarios extranjeros, y fomento de la inversión extranjera.

Dimensión 3

Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento (EFC 3) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O.,p. 74)

Este factor se refiere a los programas específicos desarrollados por el gobierno para apoyar la generación de emprendedores, y si están abiertos a todos o dirigidos a algún sector en especial. También se analiza su contenido, adaptabilidad a la realidad peruana, practicidad en su aplicación, eficiencia y resultados, tiempos estimados, instituciones involucradas en los programas, calidad del manejo de los programas, entre otros elementos.

Dimensión 4

Educación y capacitación emprendedoras (EFC 4) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O.,p. 74)

Este factor se refiere a la estructura institucional en el sistema de educación y a los contenidos de los recursos dictados en las instituciones educativas del país. También se incluyen el análisis de la capacidad de los profesores e instructores en estos temas, su formación, experiencia y la metodología utilizada. El análisis debe incluir educación primaria, secundaria, educación superior y posgrado (MBA y otros).

Dimensión 5

Dimensión 5

Transferencia de investigación y desarrollo (EFC 5) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O., p. 74)

Este factor se refiere al desarrollo de una estructura legal y regulatoria que permita la generación de conocimiento y fomenta la transferencia de investigación y desarrollo. Comprende leyes, instituciones, procesos de inscripción de patentes, protección de propiedad intelectual, la calidad de recursos humanos y fondos dedicados a las actividades científicas, incentivos tributarios u otros a la investigación, desarrollo o patrocinio de investigaciones por las universidades y centros de generación del conocimiento.

Dimensión 6

Acceso a la infraestructura profesional y comercial (EFC 6) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O., p. 74)

Este factor se refiere al nivel de infraestructura de soporte para los emprendedores, incluye a consultores, profesionales en diversas áreas, asistencia en áreas funcionales (legal, finanzas, marketing, operaciones, tecnología de la información), información disponible en librerías, bibliotecas, revistas especializadas de negocios, periódicos, semanarios de negocios, Internet y otros. Se analiza la cantidad y calidad de estos servicios de soporte.

Dimensión 7

Dinamismo y apertura del mercado (EFC 7) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O., pp. 74-75)

Este factor se refiere a los efectos de las estructuras de mercado en la accesibilidad, tanto de nacionales como de extranjeros, para participar en negocios en el Perú. Comprende también las relaciones entre los actores del mercado (monopolios, oligopolios, etcétera), barreras de entrada al mercado, aspectos geográficos que facilitan o dificultan el acceso al mercado de productos foráneos, economías de escala y tamaños de mercados.

Dimensión 8

Acceso a la infraestructura física (EFC 8) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O., p. 75)

Este factor se refiere a la calidad de acceso a la infraestructura física que hace posible el desarrollo de los mercados en el Perú. Comprende carreteras, aeropuertos, puertos, servicio postal, telecomunicaciones, trenes, telefonía, servicios básicos (agua, electricidad, gas), localizaciones de los negocios y zonas industriales o espacios acondicionados con facilidades para la generación de negocios. También incluye costos relacionados con las rentas de espacios físicos y oficinas, y con el acceso a productos naturales y materias primas.

Dimensión 9

Normas culturales y sociales, soporte social al emprendedor (EFC 9) (GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O., p. 75)

Este factor se refiere a las actitudes y al reconocimiento social que se le da a los emprendedores, valorando su importancia. También comprende actitudes sociales frente a los fracasos de los emprendedores, su relevancia en la generación de nuevos intentos, la existencia de normas culturales nacionales, regionales u otras que fomenten el riesgo en la actividad emprendedora. Incluye el análisis de valores y aptitudes, así como el fomento de estos elementos culturales. Además, comprende la relación de conducta del mercado con los productos nacionales y extranjeros.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: CONDICIONES MARCO PARA EL EMPRENDIMIENTO

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Entorno financiero relacionado con el emprendimiento	Disponibilidad de recursos propios	<p>1. ¿Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>2. ¿Hay oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>3. ¿Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento?</p>	<p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p>
	Apoyo de la empresa privada o del sector público	<p>4. ¿Hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>5. ¿Hay suficiente financiamiento disponible proveniente de inversionistas individuales (que no son los propietarios) para las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>6. ¿Hay suficiente financiamiento disponible mediante la salida a la bolsa de valores para las empresas nuevas y en crecimiento?</p>	
	Políticas públicas del gobierno estatal	<p>7. ¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del Gobierno estatal?</p> <p>8. ¿Las políticas del Gobierno favorecen claramente a las empresas recién creadas (por ejemplo, en licitaciones o compras públicas)?</p>	<p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en</p>
	Políticas públicas del	<p>9. ¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es</p>	

Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	gobierno local	una prioridad en la política de los gobiernos locales (municipal, regional, etcétera)?	desacuerdo, 2 en
	Vialización administrativa	<p>10. ¿Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en casi una semana?</p> <p>11. ¿Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para impulsar a las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>12. ¿Los impuestos, las tasas y otras regulaciones gubernamentales son aplicados a las empresas nuevas y en crecimiento de manera predecible y coherente?</p> <p>13. ¿Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley, no representa una especial dificultad para las empresas nuevas y en crecimiento?</p>	desacuerdo, 3 ni en acuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 completamente de acuerdo
Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	Información y comunicación sobre trámites	14. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre una amplia gama de ayuda gubernamental contactando con un solo organismo público (ventanilla única)?	Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en
	Parques científicos	15. ¿Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a las empresas nuevas y en crecimiento?	desacuerdo, 2 en
	Programas del estado	16. ¿Existe un número adecuado de programas gubernamentales para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento?	desacuerdo, 3 ni en acuerdo ni en acuerdo, 4
	Competencias del estado	17. ¿Los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales son competentes y eficaces para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento?	desacuerdo, 4 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo
	Ofertas pertinentes	18. ¿Casi todos los que necesitan ayuda de un programa del Gobierno para crear o hacer crecer una empresa pueden encontrar algo que se ajuste a sus necesidades?	
	Eficacia de los programas gubernamentales	19. ¿Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos?	
Círculo de la	20. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se	Por cada ítem	

Educación emprendedora	educación básica regular	<p>estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal?</p> <p>21. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se brinda suficiente conocimiento sobre los principios de una economía de mercado?</p> <p>22. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu emprendedor y a la creación de empresas?</p> <p>23. ¿Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para crear y hacer crecer una empresa?</p> <p>24. ¿La formación en administración, dirección y gestión empresarial proporciona una preparación?</p> <p>25. ¿Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación y crecimiento de empresas?</p>	<p>el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p>
Educación emprendedora	Círculo de la educación superior	<p>26. ¿La base científica y tecnológica permite la creación de empresas basadas en tecnología que pueden competir en el nivel global en, al menos, un área específica?</p> <p>27. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas?</p> <p>28. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de adquirir las últimas tecnologías?</p> <p>29. ¿Existen suficientes y adecuados subsidios gubernamentales para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nuevas tecnologías?</p> <p>30. ¿Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>31. ¿Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a partir de la creación de nuevas empresas?</p>	<p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p>
Transferencia de tecnología e I+D	Competencias de investigación tecnológica Acceso a las investigaciones en tecnología Subsidios del estado para la adquisición de nuevas tecnologías Publicación de tecnología	<p>26. ¿La base científica y tecnológica permite la creación de empresas basadas en tecnología que pueden competir en el nivel global en, al menos, un área específica?</p> <p>27. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas?</p> <p>28. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de adquirir las últimas tecnologías?</p> <p>29. ¿Existen suficientes y adecuados subsidios gubernamentales para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nuevas tecnologías?</p> <p>30. ¿Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>31. ¿Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a partir de la creación de nuevas empresas?</p>	<p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p>

Acceso a la infraestructura profesional y comercial	Soporte profesional	<p>32. ¿Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>33. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir con facilidad buenos proveedores, consultores y subcontratistas?</p> <p>34. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de tener subcontratistas, proveedores y consultores?</p> <p>35. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir fácilmente un buen asesoramiento contable y legal?</p> <p>36. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales en moneda extranjera, cartas de crédito y similares)?</p>	<p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p>
Dinamismo y apertura del mercado interno	<p>Acceso a servicios bancarios de calidad</p> <p>Variabilidad de los mercados</p> <p>Acceso a nuevos mercados</p> <p>Solvencia ética</p> <p>Soporte de infraestructura</p>	<p>37. ¿Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro?</p> <p>38. ¿Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro?</p> <p>39. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados?</p> <p>40. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada a un nuevo mercado?</p> <p>41. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas en forma desleal por las empresas establecidas?</p> <p>42. ¿La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir?</p> <p>43. ¿La infraestructura física (carreteras, servicios básicos, telecomunicaciones, etcétera) proporciona un buen soporte para las empresas nuevas y en crecimiento?</p> <p>44. ¿No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a buenos sistemas</p>	<p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p> <p>Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 desacuerdo, 5 en acuerdo y 5 completamente de acuerdo</p>

Acceso a la infraestructura física	Soporte de sistemas de comunicación efectivos	de comunicación (teléfono, Internet, etcétera)? 45. ¿Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones (teléfono, Internet, etcétera) en, aproximadamente, una semana? 46. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etcétera)? 47. ¿Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, gas, etcétera) en, aproximadamente, un mes?	desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4 en desacuerdo y 5 completamente de acuerdo
Normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendimiento	Valores empresariales	48. ¿Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a partir del esfuerzo personal? 49. ¿Las normas sociales y culturales enfatizan la responsabilidad del individuo (más que de la comunidad) de gestionar su propia vida? 50. ¿Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial? 51. ¿Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación? 52. ¿Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal?	Por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, Siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4 en desacuerdo y 5 completamente de acuerdo

Fuente: GEM PERU 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, Serida, J., Nakamatsu, K., Borda A., Morales, O., (2013) pp. 76-78.
Adaptado por Angela Pereyra Salazar, (2016)



ESCUELA DE POSTGRADO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CONDICIONES MARCO PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL DISTRITO DE COMAS 2016

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Entorno financiero relacionado con el emprendimiento							
1	¿Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
2	¿Hay oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
3	¿Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
4	¿Hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
5	¿Hay suficiente financiamiento disponible proveniente de inversionistas individuales (que no son los propietarios) para las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
6	¿Hay suficiente financiamiento disponible mediante la salida a la bolsa de valores para las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2 Políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del Gobierno estatal?	✓		✓		✓		
8	¿Las políticas del Gobierno favorecen claramente a las empresas recién creadas (por ejemplo, en licitaciones o compras públicas)?	✓		✓		✓		
9	¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de los gobiernos locales (municipal, regional, etcétera)?	✓		✓		✓		
10	¿Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en casi una semana?	✓		✓		✓		
11	¿Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para impulsar a las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
12	¿Los impuestos, las tasas y otras regulaciones gubernamentales son aplicados a las empresas nuevas y en crecimiento de manera predecible y coherente?	✓		✓		✓		
13	¿Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley, no representa una especial dificultad para las empresas nuevas y en crecimiento?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3 Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	Si	No	Si	No	Si	No	

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita):

Dr. Leonidas Bravo Rojas

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle un cordial saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría en Administración de Negocios de la UCV, en la sede Lima, promoción 2015-01, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi proyecto de investigación y con la cual optaré el grado de Magister.

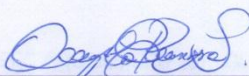
El título nombre de mi proyecto de investigación es: Condiciones marco para el emprendimiento en el distrito de Comas – 2016 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de negocios y economía.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Pereyra Salazar, Angela Erika
DNI 10743506

52	¿Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal?	1	1	1	1	1
----	--	---	---	---	---	---

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: GERARDO BASILIO PERAZ DNI: 08634386

Especialidad del validador: ING. INDUSTRIAL MBA, DR.

22 de Julio de 2016



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita):DR. IVAN TANTALEAN TAPIA.....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle un cordial saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría en Administración de Negocios de la UCV, en la sede Lima, promoción 2015-01, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi proyecto de investigación y con la cual optaré el grado de Magíster.

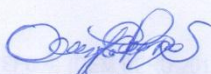
El título nombre de mi proyecto de investigación es: Condiciones marco para el emprendimiento en el distrito de Comas – 2016 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de negocios y economía.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Pereyra Salazar, Angela Erika
DNI 10743506

52	¿Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
----	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

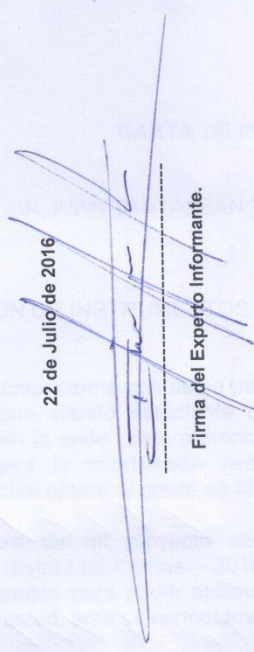
Observaciones (precisar si hay suficiencia): APROBADO.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:IVAN TANTALEÁN TAPIA..... DNI:.....20036332.....

Especialidad del validador:.....ADMINISTRACIÓN.....

22 de Julio de 2016



Firma del Experto Informante.


¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 7: Otras evidencias

Cuestionarios resueltos:

✓


ESCUELA DE POSTGRADO
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ENTREVISTA SOBRE CONDICIONES MARCO PARA EL EMPRENDEDOR DEL DISTRITO DE COMAS 2016

Nombres y Apellidos				Pamela Lissette Angeles Ortiz.			
RUC	10400933192	Dirección	Av. Universitaria 7462 Urb. Ritoslo - Comas.				
Nombre del negocio	Divas			Rubro	Salón de belleza		

f. l e m i : 01/10/2004

Agradezco su predisposición para contestar aquellas preguntas generales sobre su sentir y opinión, antes de convertirse en un emprendedor del distrito de Comas

1. ¿Habías emprendido antes?
2. Si tu respuesta fue SÍ, ¿cómo te fue o qué sucedió?
3. ¿Cómo surgió la idea?
4. ¿Cuál es tu modelo de negocio?
5. ¿Tuviste apoyo?, ¿de qué tipo?
6. ¿Qué has logrado hasta ahora, y qué falta por lograr?
7. ¿Qué tipo de dudas son las que más se presentaban antes de emprender?
8. ¿En qué idea de negocio estás trabajando ahora? ¿Cómo se te ocurrió?
9. ¿Cuál ha sido tu trayectoria profesional hasta ahora? ¿Qué estabas haciendo antes?
10. ¿Tienes empleados o profesionales que trabajan para ti? ¿Qué es lo que hacen?
11. ¿Cómo logras el equilibrio entre trabajo y relax?
12. Dos momentos de máximo miedo y máxima satisfacción que has vivido en tu aventura empresarial.
13. ¿Qué haces para mantener la moral y seguir perseverando en los momentos bajos?
14. ¿Otros tipos de negocios por los que sientes tentaciones con frecuencia?
15. ¿Qué sería el éxito para ti? ¿Dónde debería estar tu negocio dentro de cinco años?
16. ¿Qué cualidades le recomiendas a alguien que adquiera antes de emprender un negocio?

ENTREVISTA SOBRE CONDICIONES MARCO PARA EL EMPRENDEDOR DEL DISTRITO DE COMAS 2016

Nombres y Apellidos	Pamela Lissette Angeles Ortiz.		
RUC	10400933192	Dirección	DV. Universitaria 7462 El Retablo-Comas
Nombre del negocio	Salón Diva's	Rubro	Salón de belleza
Fecha: 01/10/2009			

Tenga para bien saludarlo y expresarle que este balotario se da como instrumento de estudio de investigación del estudio de casos sobre condiciones marco para el emprendedor del distrito de Comas 2016, como estudiante de pos grado - MBA de la Universidad Cesar Vallejo le agradezco su predisposición a colaborar con la investigación.

A continuación tiene usted 52 preguntas que deberá responder de tomando en cuenta que, por cada ítem el puntaje será del 1 al 5, siendo:

- 1 completamente en desacuerdo,
- 2 en desacuerdo,
- 3 ni en acuerdo ni en desacuerdo,
- 4 en acuerdo y
- 5 completamente de acuerdo

Ítems	Puntuación				
	1	2	3	4	5
1. ¿Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento?	1	X	3	4	5
2. ¿Hay oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	X	3	4	5
3. ¿Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	X	3	4	5
4. ¿Hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	X	3	4	5
5. ¿Hay suficiente financiamiento disponible proveniente de inversionistas individuales (que no son los propietarios) para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	X	3	4	5
6. ¿Hay suficiente financiamiento disponible mediante la salida a la bolsa de valores para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	X	3	4	5
7. ¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del Gobierno estatal?	1	X	3	4	5
8. ¿Las políticas del Gobierno favorecen claramente a las empresas recién creadas (por ejemplo, en licitaciones o compras públicas)?	1	X	3	4	5
9. ¿El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de los gobiernos locales (municipal, regional, etcétera)?	X	2	3	4	5
10. ¿Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en casi una semana?	1	X	3	4	5
11. ¿Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para impulsar a las empresas nuevas y en crecimiento?	1	2	3	4	X
12. ¿Los impuestos, las tasas y otras regulaciones gubernamentales son aplicados a las empresas nuevas y en crecimiento de manera predecible y coherente?	1	2	3	4	X

13. ¿Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley, no representa una especial dificultad para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
14. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre una amplia gama de ayuda gubernamental contactando con un solo organismo público (ventanilla única)?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
15. ¿Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a las empresas nuevas y en crecimiento?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
16. ¿Existe un número adecuado de programas gubernamentales para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
17. ¿Los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales son competentes y eficaces para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
18. ¿Casi todos los que necesitan ayuda de un programa del Gobierno para crear o hacer crecer una empresa pueden encontrar algo que se ajuste a sus necesidades?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
19. ¿Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
20. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
21. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se brinda suficiente conocimiento sobre los principios de una economía de mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
22. ¿En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu emprendedor y a la creación de empresas?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
23. ¿Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para crear y hacer crecer una empresa?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
24. ¿La formación en administración, dirección y gestión empresarial proporciona una preparación?	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
25. ¿Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación y crecimiento de empresas?	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
26. ¿La base científica y tecnológica permite la creación de empresas basadas en tecnología que pueden competir en el nivel global en, al menos, un área específica?	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
27. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
28. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de adquirir las últimas tecnologías?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
29. ¿Existen suficientes y adecuados subsidios gubernamentales para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nuevas tecnologías?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
30. ¿Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
31. ¿Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a partir de la creación de nuevas empresas?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
32. ¿Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
33. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir con facilidad buenos proveedores, consultores y subcontratistas?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
34. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de tener subcontratistas, proveedores y consultores?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
35. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir fácilmente un buen asesoramiento contable y legal?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
36. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales en moneda extranjera, cartas de crédito y similares)?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
37. ¿Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5

38. ¿Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
39. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
40. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada a un nuevo mercado?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
41. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas en forma desleal por las empresas establecidas?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
42. ¿La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
43. ¿La infraestructura física (carreteras, servicios básicos, telecomunicaciones, etcétera) proporciona un buen soporte para las empresas nuevas y en crecimiento?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
44. ¿No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a buenos sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etcétera)?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
45. ¿Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones (teléfono, Internet, etcétera) en, aproximadamente, una semana?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
46. ¿Las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etcétera)?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
47. ¿Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, gas, etcétera) en, aproximadamente, un mes?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
48. ¿Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a partir del esfuerzo personal?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
49. ¿Las normas sociales y culturales enfatizan la responsabilidad del individuo (más que de la comunidad) de gestionar su propia vida?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
50. ¿Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
51. ¿Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
52. ¿Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5



ENTREVISTA SOBRE CONDICIONES MARCO PARA EL EMPRENDEDOR DEL DISTRITO DE COMAS
2016

Nombres y Apellidos <i>Angelita Delgado Solano</i>			
RUC	<i>10081367740</i>	Dirección	<i>Av. Belaunde Ocho # 383 Ob. Ch. Lemo Comas</i>
Nombre del negocio	<i>Guacanes Thanela</i>		Rubro <i>Utx Menor.</i>
<i>lpy- 4821619</i>	<i>fini: 06/10/2005.</i>		<i>Seceria</i>

Agradezco su predisposición para contestar aquellas preguntas generales sobre su sentir y opinión, antes de convertirse en un emprendedor del distrito de Comas

1. ¿Habías emprendido antes?
2. Si tu respuesta fue Sí, ¿cómo te fue o qué sucedió?
3. ¿Cómo surgió la idea?
4. ¿Cuál es tu modelo de negocio?
5. ¿Tuviste apoyo?, ¿de qué tipo?
6. ¿Qué has logrado hasta ahora, y qué falta por lograr?
7. ¿Qué tipo de dudas son las que más se presentaban antes de emprender?
8. ¿En qué idea de negocio estás trabajando ahora? ¿Cómo se te ocurrió?
9. ¿Cuál ha sido tu trayectoria profesional hasta ahora? ¿Qué estabas haciendo antes?
10. ¿Tienes empleados o profesionales que trabajan para ti? ¿Qué es lo que hacen?
11. ¿Cómo logras el equilibrio entre trabajo y relax?
12. Dos momentos de máximo miedo y máxima satisfacción que has vivido en tu aventura empresarial.
13. ¿Qué haces para mantener la moral y seguir perseverando en los momentos bajos?
14. ¿Otros tipos de negocios por los que sientes tentaciones con frecuencia?
15. ¿Qué sería el éxito para ti? ¿Dónde debería estar tu negocio dentro de cinco años?
16. ¿Qué cualidades le recomiendas a alguien que adquiera antes de emprender un negocio?

