



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector
venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto - 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Kandy Elizabeth Panduro Saavedra (ORCID: 0000-0003-2786-9331)

Álvaro Pérez García (ORCID: 0000-0002-3771-5531)

ASESOR:

MBA Jardiel Paredes del Águila (ORCID: 0000-0001-5461-0929)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

TARAPOTO - PERÚ

2019

Dedicatoria

A nuestros padres y hermanos, son las personas que nos brindan su apoyo, confianza y amor, gracias a ellos estamos aquí y seguiremos adelante.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestras familias por su apoyo incondicional que nos brindan en todo momento para lograr nuestras metas.

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) ALVARO PÉREZ GARCÍA cuyo título es: "Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto - 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *17 - DIECISIETE*

Tarapoto, 20 de Julio de 2019


 ----- Mg. Julio Alberto Escalante Torres Lic. N° 19171 PRESIDENTE	 ----- MSc. Mauro Tingoza Paredes LIC. EN ADMINISTRACIÓN RUC. CLAD. N° 07129 SECRETARIO
 ----- MBA. JARDIEL PAREDES DEL AGUILA Reg. CLAD N° 06472 VOCAL	
	

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) KANDY ELIZABETH PANDURO SAAVEDRA cuyo título es: "Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto - 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *17 - Diecisiete*

Tarapoto, 20 de Julio de 2019



Mg. Julio Alberto Escalante Torres
Lic. N° 19171

PRESIDENTE



MSc. Mauro Trigoza Paredes
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
RUC. CLAD N° 07129

SECRETARIO



MBA. JARDIEL PAREDES DEL AGUILA
Reg. CLAD N° 06472

VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------

Declaratoria de autenticidad

Yo **KANDY ELIZABETH PANDURO SAAVEDRA** identificada con DNI N° 42817321 y yo **ALVARO PÉREZ GARCÍA** identificado con DNI N° 46095235, estudiantes de la escuela académico profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada: **“Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto - 2018”**.

Declaramos bajo juramento que:

La Tesis es de nuestra autoría.

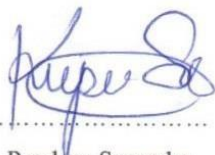
Hemos respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

La tesis no ha sido autoplagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

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 (presentar falsamente las ideas de otros), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestras acciones se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 20 de Julio de 2019



.....
Kandy E. Panduro Saavedra

DNI: 42817321



.....
Alvaro Pérez García

DNI: 46095235

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Acta de aprobación de tesis	iv
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	23
2.1. Diseño de investigación	23
2.2. Operacionalización de variables	24
2.3. Población y muestra	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.5. Procedimiento	29
2.6. Métodos de análisis de datos	29
2.7. Aspectos éticos	29
III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN	34
V. CONCLUSIONES	36
VI. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	38
ANEXOS	42
Validación de Instrumentos	46
Constancia de la Municipalidad Provincial de San Martín	49
Acta de aprobación de originalidad de tesis	52
Informe de similitud	53
Autorización final del trabajo de investigación	55

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización	24
Tabla 2. Criterios de Confiabilidad.....	28
Tabla 3. Prueba de correlación entre factores determinantes y emprendimiento	33

Índice de figuras

Figura 1. Factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3	31
Figura 2. Emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3	32

Resumen

La presente investigación ha tenido por objetivo: Identificar los factores determinantes que inciden en el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, para lo cual se trabajó bajo un diseño no experimental, descriptivo relacional, contando para ello con una muestra conformada por un total de 85 comerciantes del sector de venta de ropas del mercado N° 3 en la ciudad de Tarapoto, a quienes se les aplicó cuestionarios. Los resultados encontrados fueron: los factores internos como externos presentan una relación significativa con el emprendimiento a nivel de 0,000, sin embargo, son los factores internos que tienen mayor coeficiente de correlación con un 0,618 por encima de los factores externo con solo 0,521. Entre los 2, se relacionan a nivel de 0,608. De esta manera se infiere que el factor determinante para el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto fue el factor interno. De esta manera, se concluye que: Aun cuando factores internos y externos guardan relación con el emprendimiento (por tener una significancia menor a 0,05), son los factores internos los que con un coeficiente de correlación de 0,618 se relacionan en mayor proporción con el emprendimiento experimentado por los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto.

Palabras claves: Factores determinantes, emprendimiento, comerciantes, mercado

Abstract

The present investigation has had for objective: Identify the determining factors that affect the entrepreneurship of the merchants of the clothing sales sector of Market No. 3, Tarapoto 2018, for which they worked under a non-experimental, descriptive, relational design, counting for This was done with a sample consisting of a total of 85 merchants from the clothing sales sector of the No. 3 market in the city of Tarapoto, to whom questionnaires were applied. The results found were: internal and external factors have a significant relationship with the enterprise at the level of 0.000, however, it is the internal factors that have the highest correlation coefficient with 0.618 above the external factors with only 0.521. Among the 2, they are related at the level of 0.608. In this way it is inferred that the determining factor for the entrepreneurship of the retailers of the clothing sales sector of the No. 3 market in the city of Tarapoto was the internal factor. In this way, it is concluded that: Even when internal and external factors are related to entrepreneurship (because they have a significance less than 0.05), it is the internal factors that with a correlation coefficient of 0.618 are related in greater proportion to the entrepreneurship experienced by the merchants of the clothing sales sector of the market N ° 3, Tarapoto

Keywords: Determining factors, entrepreneurship, merchants, market

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación inicia por la contextualización del problema a partir de la realidad problemática, misma que indica lo siguiente: Dentro del mundo globalizado, las empresas orientan sus esfuerzos a ofrecer sus servicios con un valor agregado, la misma que es reflejado en la comercialización de sus productos a nuevos canales de distribución con el propósito de tener un mayor acceso a clientes, manteniendo el servicio, la calidad y por ende el nivel de los precios. En este contexto, algunas experiencias relacionadas a la venta de tipo minorista en el país de Bolivia, sufrieron una disminución notable de un 50%, resultado de que el país se ha visto atravesado por una creciente crisis en su economía, y otro factor como el alza en las importaciones de ropa usada que llegan al país. Asimismo, las personas dedicadas al negocio minorista en el mercado de ciudad de la Paz, mencionan que por causas como el declive en las ventas de textiles para invierno se vieron en la necesidad de vender diferentes categorías de productos y optar otras fuentes para generar ingresos. Estas actividades obligaron a que los comerciantes del mercado den por clausurados sus pequeños negocios principalmente por la disminución que sufrieron en sus ventas, trayendo consigo un retraso al crecimiento de la industria textil. De igual manera, esta situación se viene desarrollando desde un largo período de más de 20 años teniendo efectos negativos para las operaciones de venta al menudeo, la misma que tiene continuidad hasta el día de hoy, a pesar que el Decreto Supremo N° 28761, que prohíbe desde el 1 de abril del 2008, que se importe ropas usadas al país. (Valdivieso, 2018). Por otro lado, en México, existen poco más de cuatro millones de unidades económicas, de los cuales el 99.8% son consideradas como Pymes, la misma que es determinada como uno de los segmentos más importantes en términos económicos, pues llega a abordar un 78% de los empleos a nivel de país. Sin embargo, los pequeños empresarios presentan problemas, dando lugar el no contar con información necesaria sobre el mercado en donde se piensa desenvolver y el análisis que revele cual es el público objetivo. Adicional a ello, se menciona la falta de planeación, la cual es limitada por la propuesta de acciones de cómo, cuándo y con qué objetivo se llevará a cabo. De igual manera, se indica la falta de asesoría legal, ignorar la atracción de talentos y la búsqueda inadecuada de financiamiento (Beltrán, 2018). En el Perú, el Ministerio de la Producción destacó el resultado de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en realizar un apoyo y capacitación, debido a que el nivel de productividad

no fue el esperado al cierre del periodo. Asimismo, esta idea de capacitación busca generar mayor participación impulsando de esta manera el emprendimiento en el país (Córdova, 2018). Las pequeñas y medianas empresas (Mypes) desempeñan un rol relevante dentro del factor económico del país, dado que proporcionan de empleo a un 75% de la Población Económicamente Activa (PEA en siglas). La organización de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) conjuntamente con el titular del gremio empresarial, refirió, que estas unidades productivas afrontan desafíos cada vez más grandes, por el espíritu competitivo que tienen, y porque son responsables en que deben tener calidad en su producción y productos; asimismo, las MYPES tienen muy claro a dónde quieren llegar con sus objetivos y cuál es la manera de alcanzarlos, donde a partir de ello encuentran la base de una estabilidad financiera dentro de un corto y mediano plazo. En este contexto los factores que frenan el crecimiento de las MYPES, figuran la exagerada carga impositiva, la rigidez y las trabas burocráticas, a ello se suma el limitado acceso a la tecnología, dificultades para obtener financiamiento, el limitado acceso a las compras estatales, baja calidad de bienes y servicios, así como la escasa capacitación (Berrera, 2018). Ubicándonos en el Departamento de San Martín, distrito de Tarapoto, en la actualidad, es posible observar personas, que muchas veces, sin tener un mayor nivel educativo o instructivo, son capaces de emprender nuevas actividades económicas, esto a causa de la necesidad de enfrentar el día a día en sus negocios, con soluciones coyunturales que muchas veces están relacionados con las contingencias del momento, ocasionado por la presencia de otros factores, como pueden ser, las oportunidades que se recibe del estado, la sugerencia de un amigo, o, de la misma necesidad que se presenta en los potenciales clientes. En tal sentido, es nuestra intención, conocer qué factores impulsan a los micros y pequeños empresarios del sector venta de ropas a generar su propio negocio y emprendimiento. Por lo tanto, con lo planteado se espera identificar cuáles son los factores que predominan para el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto.

Luego de contextualizar el problema, es necesario delimitar los estudios previos respectivos, los cuales serán presentados en niveles correspondientes, asimismo, se tiene los siguientes trabajos internacionales: Altamirano, A (2016) en su presentación de su investigación: Caracterizar factores Socio Demográficos y Comerciales que inciden en las ventas de ropa y calzado en el mercado Mayales de la Ciudad de Juigalpa

en el II Semestre del año 2014 (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Managua, Nicaragua. Planteó como objetivo central de establecer los factores sociodemográficos, así como también de factores comerciales que genera efectos como variaciones en la venta de prendas de vestir, y calzado dentro del mercado MAYALES ubicado en la ciudad de Juigalpa –Chontales, en el período del segundo semestre del año 2014, para lo cual se ha utilizado una muestra conformada por 148 clientes que compran prendas de vestir y calzados en este mercado. La metodología que se aplicó en el presente estudio fue de tipo descriptivo, de diseño no experimental, en donde se estableció la técnica de la encuesta para realizar la recolección de la información. Asimismo, la presente no se planteó una hipótesis, en cambio los resultados permitieron llegar a las siguientes conclusiones: De los clientes que realizan compras en el mercado Mayales, la mayoría de ellos pertenecen al género femenino, resultado de una formación cultural en su historia. Además, se determinó que el 79% de los clientes que visitan el mercado comprenden edades que oscilan los 20 a 40 años, y son los que más compran las prendas y los zapatos, dado a que se encuentran laborando y perciben un salario, el restante 21% son clientes que poseen edades de 41 años a más. De los encuestados, la gran mayoría de ellos se encuentran en un estado civil de solteros, representando un 49.3% del total, por otro lado un 38.1% se encuentran casados y el restante 12.2% lo representan las personas viudos y acompañados. El 54.2% de los encuestados tiene uno a dos hijos, en cambio el 19.4% tiene de tres a más y el resto que viene a ser el 26.4% no tienen hijos. En el aspecto económicos de los clientes encuestados en el mercado, tienen un salario que puede ir desde los C\$ 1,000.00 a 4,000.00 córdobas de salario, y el 52.7% generan ingresos salariales de C\$5,000.00 a más, estos últimos vienen a representar el segmento que mayor capacidad de comprar poseen. En relación a la calidad, los clientes manifestaron que la calidad de las prendas de vestir y los zapatos que se comercializan en el mercado de Mayales, es bajo; por su parte, Gómez, J (2013) en su presentación de su investigación: Factores que inciden en el crecimiento de las microempresas de la ciudad de Quetzaltenango (Tesis de Pre grado). Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango, Guatemala. Planteó como objetivo general de reconocer y estudiar cuales son los factores importantes de carácter técnico, de gestión y financiero que de alguna u otra forma puedan intervenir en el crecimiento de las microempresas para que logren ejecutar una capacidad productiva y competitiva. La

muestra estuvo conformada por 56 microempresas. Dentro del marco metodológico se estableció que la investigación fue de tipo descriptivo, y basado en un diseño aplicado fue estadístico descriptivo. La investigación no cuenta con una hipótesis planteada y concluyó que: Para entidades de naturaleza micro o pequeña, en mayoría son aquellas que poseen más insuficiencias administrativas, ya que no fueron orientadas por individuos con bajo nivel de educación. El principio de una administración deficiente en la micro y pequeña empresa, en gran parte se debe al bajo nivel educativo formal de los empresarios, la carencia de conocimientos administrativos, de interés y motivación con una destacada resistencia a las modificaciones; por otro lado, Cordero, J (2011) en su presentación de su investigación: Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador (Artículo). Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador. Planteó como objetivo central de comprender el nivel de significancia de los patrones de comportamiento del emprendedor. La muestra estuvo conformada por 200 empresas. El tipo de estudio aplicado fue descriptivo transversal. Resultado: De las empresas estudiadas, un 62,5% de sus líderes manifestaron que el nivel educativo incidió dentro de su función emprendedora en un nivel superior, un 29,5% señaló que solo incidió en un nivel medio, en cambio el 5% manifestó que tuvo una incidencia de nivel bajo, y el 3% dijo que no tuvo ninguna influencia. De esta manera la investigación planteó la siguiente conclusión: Existen una gama de componentes que tienen incidencia ya sea de manera positiva o de manera negativa para llevar a cabo la formación de organizaciones y dentro de la sostenibilidad de estas mismas. Se ha logrado identificar además, qué comportamientos emprendedores tienen un efecto positivo en el emprendimiento, tales como la determinación de metas, el cumplimiento, la seguridad, la perseverancia, etc., y por otro lado la motivación es dependiente en buen grado de los atributos conductuales de las personas, y las oportunidades que el mercado le pueda ofrecer; además, Lorca, P (2013) en su presentación de su investigación: Modelo de factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina: Estudio Cualitativo (Tesis de Pre grado). Universidad de Chile. Santiago, Chile. Planteó como objetivo central de establecer los componentes que incurren en el éxito de los emprendimientos sociales en Chile y los países de América Latina. La muestra estuvo compuesta por 7 individuos. El tipo de investigación aplicada fue cualitativa no exploratoria y el diseño fue de tipo exploratorio. La investigación no cuenta con una

hipótesis planteada. Resultados: nos brinda las demostraciones de que los componentes que se encuentran internos a la solución relacionada al emprendimiento social, en donde la totalidad de participantes de la unidad social de manera fundamental, se convierten en factores que resultan ser clases para llegar al éxito, del mismo modo que los elementos atribuidos al equipo emprendedor. Concluyó que: Basados en la recolección que se llevó a cabo en el presente, las cuales fueron de tipo secundaria y de fuentes de información primarias obtenidos a través de ejecutar el instrumento de entrevista de profundidad al personal competente de la unidad de estudio, se ha llegado mediante la presente investigación de índole cualitativa, al desarrollo y ejecución de una metodología piloto en relación a los componentes que influyen dentro del nivel de logro de las propuestas de carácter social. Para realizar la comparación se tuvo que elegir un kit de emprendimientos sociales que han tenido éxito, obteniéndose de esa manera como referencia las premiadas por CEPAL y la exitosa Fundación W.K. Kellogs; asimismo, Arias, G y Muñoz, H (2018) en su presentación de su investigación: Análisis de los factores que inciden al cierre de las Mipymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil en el año 2016 (Tesis de Pre grado). Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. Planteó como objetivo central de estudiar los componentes que incurren al cierre de las MIPYMES del sector comercial de la ciudad de Guayaquil durante el 2016. La muestra estuvo conformada por 49 empresas comerciales localizadas en el centro de la ciudad de Guayaquil. El tipo de investigación utilizada fue de campo, explicativa, metodológica y su diseño empleado fue bibliográfico y descriptivo. La hipótesis planteada de la investigación fue: el estudio del cierre de las MIPYMES del sector comercial en la ciudad de Guayaquil facultará reconocer cuales son los componentes que desfavorecen a este tipo de compañías. Resultado: se reconoció los resultados que para la mayor parte de la MYPYMES resulta muy importante identificar y descubrir los componentes que logran influir en la salida del mercado, con el objetivo de establecer y estimar la situación en la que las organizaciones podrían estar, ya que están conscientes que el problema primordial es la carencia de implementar un adecuado proyecto para los negocios que los pueda ayudar a responder ante cualquier caso internamente o externamente que podría perjudicar el equilibrio del negocio en el área comercial. Concluyó que: A través del estudio que incurren en el cierre de las MIPYMES en la ciudad de Guayaquil, se estableció que una de las opciones para que reduzca la tasa de

índice de cierre, de estas organizaciones es la implementación de un plan estratégico que ayude a la optimización de los procedimientos y la metodología dentro de esta y no paren sus operaciones rápidamente. A un nivel nacional, se presentan autores como: Tacuri, K y Manguia, J (2014) en su presentación de su investigación: Factores determinantes del emprendimiento Pyme en el distrito de Tarma, periodo 2013 (Tesis de Pre grado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Tarma, Perú. Planteó como su principal finalidad u objetivo el de particularizar y describir qué componentes son aquellos que determinan el emprendimiento en una PYME, dentro del distrito de Tarma, en el período 2013. La muestra fue conformada por los diez mejores emprendimientos en Tarma. Se aplicó el tipo de investigación aplicada y haciendo uso de un diseño no experimental - transaccional. La hipótesis aplicada de la investigación fue: puesto que se aclara de innovación, proactividad, propensión al riesgo, de modo que los componentes que determinan al emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, durante el año 2013 son internamente. Asimismo, el estudio generó resultados, los cuales muestran que los componentes que determinan el éxito del emprendimiento en las pequeñas y medianas empresas, en el distrito de Tarma, en el período 2013, son justamente las dimensiones que han sido tomadas por el presente estudio, dicho de otra manera, se tiene como componentes clave a las normas subjetivas, locus de control, la auto eficiencia, contar con la capacidad de asumir riesgos y las costumbre de índole emprendedor, mismo que alcanzaron un R2 de 95.5 y un nivel de significancia inferior al 0.05 (95% de confiabilidad). Concluyó que: Los componentes internos establecen satisfactoriamente el emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, durante el 2013 ya que hallamos un R2 positivo, superior con un grado de significancia inferior al 0.05 correspondiente al F Fisher. No obstante, si se estima de forma personal cada dimensión incurridas en los componentes internos, se halla que solamente las normas subjetivas son importantes; por su parte, Pizan, B (2017) en su presentación de su investigación: Determinantes de emprendimiento: un análisis desde el proceso emprendedor, enfocado en Mype nuevas y en crecimiento de la ciudad de Trujillo – Perú - 2017 (Tesis de Pre grado). Universidad Cesar Vallejo. Trujillo, Perú. Cuyo trabajo de investigación se planteó como objetivo general la demostración de los factores que determinan el emprendimiento en las etapas del programa procedimiento emprendedor naciente y nuevo, para ello se contó con una muestra conformada por 382 emprendedores, los cuales fueron elegidos de manera aleatoria simple. La

metodología de la investigación que se planteó fue de tipo explicativa y con un diseño experimental, de corte transversal, empleando para la recolección de datos la técnica de la encuesta. La hipótesis que se llegó a plantear afirmaba que los determinantes para el progreso emprendedor en MYPEs nuevas, así como en el desarrollo de la ciudad de Trujillo, son aquellos emprendimientos que ven su origen en las oportunidades. La aplicación de los instrumentos, permitió llegar a los siguientes resultados: se encontró que los potenciales emprendedores llevan a cabo lo que se llama índice de funcionalidad emprendedora. Las personas que son emprendedoras solo por necesidad tienen más probabilidades de caer en el camino, y las condiciones en el medio externo no son las adecuadas, para que se promueva un ecosistema emprendedor. Concluyó que: En el contexto de la ciudad de Trujillo, los determinando externos o ecosistemas emprendedores presentan muchas deficiencias para lograr que se incentive el progreso del desarrollo del emprendimiento, dado que el ambiente financiero que se maneja en la ciudad es deficiente, otro factor como lo son las políticas gubernamentales son normales, así como los programas del gobierno. Además, hay otros factores como la carencia educación, la transferencia tecnológica e investigación y el progreso presentan deficiencias. Los que se encuentran en un nivel regular son la entrada a las infraestructuras profesionales y comerciales, así como el cambio y la iniciación de los mercados internos. La vista se transforma para la entrada hacia la infraestructura física, así como a la normativa social y cultural porque los dos, suelen ser de mucha utilidad; además, Castañeda, C. (2017) en su presentación de su investigación: Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo. Año 2017 (Tesis de Pre grado). Universidad Cesar Vallejo. Trujillo, Perú. Planteó como objetivo central de establecer los componentes que benefician el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el distrito de San Pedro de Lloc, provincia de Pacasmayo, año 2017. La muestra fue conformada por 20 MYPES. El tipo de investigación fue descriptiva no experimental. La hipótesis planteada fue: los componentes que benefician el emprendimiento empresarial del sector del cacique interno heredados. Concluyó que: Por lo que muestra los componentes de carácter interno, el perfil del emprendedor del sector “El cacique” tuvieron motivación para la creación de empresas con respecto a la remuneración mínima que recibían es por ello, no abastecía para poder cubrir sus requerimientos básicos, de otra manera, el poseer experiencia laboral anticipada en el

rubro que se llevan a cabo hoy en día a algunos emprendedores entrar al ambiente empresarial; por otro lado, Quispe, E (2010) en su presentación de su investigación: Los factores del emprendimiento en la sostenibilidad empresarial en el distrito de Abancay, año 2010 (Tesis de Pre grado). Universidad nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Apurímac, Perú. Planteó como objetivo central de impulsar el emprendimiento y el fortalecimiento de Microempresas, tanto asociaciones y cooperativas. La muestra estuvo conformada por 180 unidades empresariales. El tipo de investigación utilizada fue aplicada y operativa, el diseño de investigación fue no experimental. La hipótesis planteada fue: los componentes participantes en los emprendimientos empresariales influyen en un desarrollo grado de sostenibilidad en el distrito de Abancay, en el periodo del 2010. Concluyó que: En las decisiones empresariales con respecto al nivel de sostenibilidad, concierne de impulsar el fortalecimiento de la capacidad competitiva de estas y de aumentar su crecimiento, mediante la política de acrecentar la capacidad de filtración del empleo de calidad en el tejido empresarial MYPE; además, Bahamonde, M (2017) en su presentación de su investigación: La capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector Comercio – Rubro venta de ropa para niños -Huánuco, 2017 (Tesis de Pre grado). Universidad Católica de los Ángeles Chimbote. Huánuco, Perú. Planteó como objetivo central de establecer en qué porcentaje la capacitación incurre en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio en el rubro de la venta de ropa para niños-Huánuco 2017. La muestra estuvo conformada por 30 MYPES. El tipo de investigación utilizada fue aplicada. La hipótesis aplicada fue: La capacitación incurre notoriamente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio en el rubro venta de ropa para niños- Huánuco, 2017. Concluyó que: La vinculación es positiva baja entre lo que es capacitación y rentabilidad de las MYPES del sector comercio en el rubro venta de ropa para niños. En otras palabras, se dice que la rentabilidad de las MYPES es dañada por la capacitación que logran experimentar; asimismo, Solano, R (2015) en su presentación de su investigación: Caracterización del emprendimiento y el financiamiento de las Mypes del sector comercio-rubro compra/venta de ropa para damas-Trujillo, 2014 (Tesis de Pre grado). Universidad Católica de los Ángeles Chimbote. Trujillo, Perú. Planteó como objetivo central de explicar las características importantes del financiamiento y el emprendimiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio en el rubro Compra/Venta de ropa

para damas en la ciudad de Trujillo, periodo 2014. La muestra estuvo conformada por 14 microempresas. El tipo de investigación fue descriptiva y no experimental. La investigación no cuenta con una hipótesis planteada. Resultados: en tema a los empresarios y las Mype: se observó que los empresarios encuestados: que menor de los 2/3 (64%) son personas adultas él y más de los 2/3 (86%) es de género masculino y la mitad superior (64%) posee un nivel de formación superior no universitario incompleta. Asimismo, los atributos importantes de las Mype del entorno de la investigación son: 71% reconocen que poseen en promedio más de 3 años en la función empresarial y el 71% son formales. Concluyó que: en promedio el 2/3 de los directivos de las Mypes en estudio, poseen formación superior no universitaria sin culminar. Además, se estimó que el 1/3 de directivos de las MYPE evaluados son casados. Y, se estimó que el otro 1/3 (29%), de los directivos, las MYPE estudiadas son individuos solteros. A un nivel local, los trabajos previos encontrados cuentan con autores como: Dávila, P (2017) en su presentación de su investigación: Características propias, características de éxito del empresario y crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Tingo María (Tesis de Pre grado). Universidad Nacional Agraria de la Selva. Tingo María, Perú. Planteó como objetivo central de evaluar el efecto de las particularidades del microempresario y particularidades de éxito del microempresario en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Tingo María. La muestra estuvo conformada por 138 microempresarios de la ciudad de Tingo María. El tipo de investigación utilizada fue transversal. La hipótesis planteada fue: El crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Tingo María se debe primordialmente a las particularidades del microempresario y a las particularidades de éxito del microempresario. Concluye que: Las particularidades del microempresario tasado por el estado civil y las horas designadas al negocio poseen efectos positivos en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Tingo María; entretanto que la anterioridad a la que se dedicaba el microempresario es negativa, con respecto a las particularidades de éxito del microempresario tasado por las circunstancias directo a su competencia, el ingreso al crédito y el conocimiento de entidades que muestran apoyo hacia los microempresarios a nivel local poseen efectos positivos.

Con el término de la contextualización de estudios previos, se procede a formular las teorías relacionadas a la investigación, o fundamentos teóricos para las variables respectivas de la investigación. En este sentido, la variable Factores determinantes:

En la disciplina de la economía, el emprendimiento, determina el desarrollo tanto en aspectos económicos, de bienestar en contextos sociales de países y regiones. Además, la acción de emprendimiento faculta estimar el grado de desenvolvimiento empresarial a la hora de producir productos innovadores o proveer servicios adecuados. (Rivera, 2016, p.35).

Las características y rasgos de una persona establecen sus capacidades y destrezas, a continuación se da a conocer algunos: la independencia, el control, la necesidad de logro, en donde un emprendedor persigue su sueño sin darse por vencido, recibe las adversidades en cuales quiera sea la situación de dilema total y las medidas adoptadas suelen mostrarse en las inversiones, tácticas, mercancías novedosas, crecimiento empresarial, en liderar y posicionarse en los mercados. (Ma & Tan, 2006) citado por (Rivera, 2016, p.36).

Martín & Aragón (2011) menciona: Una organización asume de forma directa e indirectamente riesgos, la cual es identificada según sus resultados como conservado, proactiva y sobre todo como innovadora. Asimismo, esta determinar un espíritu que se ve reflejada en las actividades diarias a fin de obtener los objetivos propuestos en un determinado tiempo (p.35).

Uno de los caracteres más importantes de una organización, es la orientación que esta añade a sus trabajadores; siendo este un elemento que aporta directamente a su ámbito interno como externo, para la cual cada individuo debe asumir los retos como tal, mostrando su capacidad personal y otros aspectos que de uno u otra manera impulsaran a la empresa a mejores resultados al cierre de cada campaña. Sin embargo, es necesario tener en claro cuál es nuestra prioridad analizar las ventajas que pueden suscitar en el trascurso que dure está determinada actividad (Romero, Hernández, Gutiérrez & Portillo, 2017, p. 497).

Evaluación de la variable factores determinantes

Los factores determinantes se analizarán en base a su influencia en nivel interno y externo mediante las siguientes dimensiones (Rivera, 2016, p.99):

Factores internos

Los aspectos importantes que se puede considerar dentro de una actividad empresarial, es la existencia factores que pueden ayudar al crecimiento de la misma, la cual destacan ciertas competencias tales como psicológicas, colectivas y como último axiológicos, para ello se deberá analizar cada uno de estas para generar un aporte.

Competencias psicológicas individuales

Toma en cuenta al emprendedor como una persona con características únicas, con la capacidad de reconocer oportunidades empresariales, de manera que, este indicador comprende las características psicológicas personales que añade el apoyo de la literatura

esta investigación estudia los atributos mostrados a en el siguiente apartado, los cuales totalmente son nombrados competencias de carácter psicológico personal, fundamentándose en las totalmente especializadas, seleccionamos alguna de ellas las cuales están: tomar riesgos, compromiso, autonomía, innovación, control interno, incentivación al logro y orientación a las oportunidades (Rivera, 2016, p.105).

Competencias psicológicas colectivas

Burger & Helmchen (2012) citado por (Rivera, 2016) menciona: Dentro del ambiente, donde los emprendedores se desplazan, es obligatorio y primordial el compartir y demostrar sus destrezas que le proporcionen interactuar con otros individuos y generar competencias necesarias para los empresarios (p.123).

La interacción del emprendedor con los individuos de su ambiente y que después de su estudio se incluyen como factores: capacidades de negociación, capacidades para comunicar, liderazgo de por medio, ánimos de trabajo en equipos y planeación.

Competencias Cognitivas

El poseer conocimientos es una competencia esencial para una persona emprendedora, debiendo de ser el conocimiento táctico y explícito, se analizarán dentro de él características como los conocimientos dentro de las áreas específicas de los negocios, la formación educativa, la formación fuera de lo académico y las experiencias previas (Rivera, 2016, p.137):

Competencias axiológicas

Gallindo (2006) citado por (Rivera, 2016) menciona: Esta comprende de manera práctica los valores que puede verse reflejado en la actividad que el individuo puede desempeñar en un determinado tiempo. Asimismo, las buenas intenciones radican a partir de la filosofía empresarial, la cual comprende el nivel de compromiso, creencia y ética (p. 146).

Factores externos

Cualquiera sea la actividad, esta tiende a cooperar a fin de mejorar el crecimiento económico de una organización, por la cual considera varios aspectos, una de ellas es la adaptación de los cambios que puede presentarse; siendo un riesgo y una ventaja al mismo tiempo, sin embargo, en algunos casos suelen presentarse resultados muy favorables que se reconocen como oportunidades siendo un indicador satisfactorio (Rivera, 2016, p.149).

Factores económicos

El ingreso de los insumos necesarios para los emprendedores, son empleados en el desarrollo de sus negocios, y estos suelen delimitar lo que produce bienestar o intriga durante el desenvolvimiento de las organizaciones (p.151).

Políticos-legales

El regulativo alude a normas acordadas en los gobiernos. Dichas normas contextualizan la regulación de grupos delimitados. Finalmente, ciertas culturas ligadas a aspectos cognitivos, dan a conocer las creencias y valores de los individuos, formando estos la base moldear las conductas y construir las culturas generacionales. (p.152).

Puffer, McCarthy, & Boisot (2010) citado por Rivera (2016): Dan a conocer que las empresas y el empleador que las forman, son el sustento para el crecimiento de las economías. De modo que, las políticas y normativas de los países fomentarán la disciplina y el orden para cada emprendedor tanto el formal como también para el informal con el propósito de dirigirles a las metas de desarrollo económico de las economías. (p.152).

Tecnológicos

Tener bien definida lo que es la visión y estrategias de un emprendedor es parte de su éxito, así como también tener conocimiento de los mercados y las tecnologías ejecutadas para el desenvolvimiento de los proyectos empresariales, porque dichos factores sobresalen en la generación de aspectos innovadores en la organización. (p.153).

Culturales

Estando ya la actividad en procesos, el ambiente cultural es algo sobresaliente, de manera que el contexto actual puede alcanzar a perjudicar el ambiente empresarial. Pudiendo percibir este fenómeno en el quehacer diario de las comunidades, grupos o empresas, para esta situación de naturaleza corporativa y la facilidad o complejidad del manejo dando origen a realizar modificaciones, sobre todo su estos conllevan trastornar los tradicional y cediendo oportunidad a los aspectos innovadores (p.154)

Sociales

El entorno social forma parte del día a día de las sociedades las cuales se desplazan bajo marcos reglamentarios utilizados de forma personal o a nivel de sociedad y conformando la conducta o denominado también, como los valores de carácter social, además de recibir apoyo de terceros, siendo estos sus amigos, conocidos o alguien del entorno que desea brindar apoyo al crecimiento del emprendedor (p.155).

Teoría relacionada al Emprendimiento

Richard Cantillon, economista irlandés-francés alude al emprendimiento como aquel intermediario que adquiere todos los recursos productivos necesarios a determinados costos combinándolos de manera organizada para poseer en ellos un nuevo producto. Se dice que, los emprendedores, a comparación de otros intermediarios, no tiene una fuente segura que les retorne lo invertido. Por el cual se afirma, que ellos son quienes asumen y soportan las eventualidades presentes en la conducta de los mercados (Velazquez, 2016).

Schumpeter (1942) citado por (Velazquez, 2016) menciona:

Las funciones de cada emprendedor consisten en moldear o innovar en los patrones de los procesos productivos, logrado gracias a la exploración de invenciones, o de forma común, de las posibilidades técnicas no probadas, orientadas a generar nuevos productos o remodelar productos ya fabricados (p. 4).

Los emprendedores son aquellas personas que asumen las eventualidades y se enfrentan a los diversos casos de desacierto, con la finalidad del logro de objetivos. Por lo tanto, se denominan emprendedores, a aquellos quienes identifican las oportunidades y organizan los recursos indispensables para el desenvolvimiento en campos empresariales. En este sentido, un emprendedor comprende diversos atributos como: unos poseen competencia académica, otros no tuvieron estudios superiores, pero poseen experiencias en determinadas labores empresariales, además, un grupo de estos se quedaron sin empleos adecuados, e fueron influidos por las necesidades de mejora de bienestar, por ello desarrollaron propuestas para hacer negocio y pudieron alcanzar el éxito en lo empresarial (Bravo, 2013, p.42).

Asimismo, Hisrich, Peters & Dean (2005) plantea la definición del emprendedor, dicha es mostrada en diversos aspectos:

Desde la visión del comportamiento: sujeto que plantea y realiza una propuesta, para ello organiza y reorganiza tantos instrumentos de carácter social y de carácter económico con el fin de desarrollar los bienes y los casos en situaciones prácticas, sumado a la actitud de aceptar los riesgos al fracaso.

Desde la visión economista: Es quien convierte recursos, trabajo, materiales y otros insumos, en establecer mejoras para modificar y aumentar su valor económico, y en complemento a esto, introduce cambios, innovaciones y nuevas estructuras socio-económicas.

Desde la visión psicológica: son emprendedores, aquellos que se impulsan y toman fuerzas para el logro de ideales, en el camino experimentan, y tratan de alcanzar la autonomía económica (Moreno & Espíritu, 2010, p.104).

Desde una visión generalista: el emprendimiento comprende la creación de nuevas mercancías con valores, y empleando esfuerzos, como también los factores del tiempo indispensable, por ello asumen el riesgo tanto financiero, psicológico. Como también y social, con la finalidad de lograr nuevas compensaciones para satisfacerse e independizarse económicamente y personalmente.

En este contexto, lo mencionado representa los atributos básicos de los emprendedores: los estímulos para generar o cambiar procesos productivos o las mercancías, por ello se hace indispensable el exigirse de forma personal el desarrollo

de esfuerzos con el fin de ceder tiempos y actitudes de compromiso en la culminación de los ideales, es irrelevante el tomarse riesgos, pues se hace necesario asumir la independencia, generando la satisfacción propia (Moreno & Espíritu, 2010, p.105)

Además, es necesario proponer un esquema general, con el fin de explicar y dejar más claro el análisis de las diversas teorías empleadas para el estudio de mencionado tema, dicho esquema comprende dos grandes perspectivas, como lo son; Características individuales y Funciones (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014, p.91):

Características individuales

Para conceptualizar las características principales de los emprendedores, se tomarán en cuenta; las características de las personalidades, las demográficas, el valor, la capacidad y el nivel de competencia.

Rasgos de personalidad del emprendedor

Los atributos psicológicos internos que delimitan y exponen la manera en que los individuos responden ante su entorno. Dichas particularidades internas comprenden hábitos, factores, rasgos, cualidades y características, las cuales llegan a distinguir a las personas una de otras. Generalmente, existen 3 atributos presentes en las personalidades: reflejar divergencias particulares, consistencia y duración, pero aquello puede modificarse (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014, p.91).

Uno de los aspectos que destaca es la perseverancia, necesita y sobre todo el reconocimiento que puede surgir a partir de la capacidad de análisis que puede mostrar el individuo (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014, p.91).

Valores – Actitudes

Está comprendida a partir de las necesidades que dispone un individuo tanto biológicas, interacción, supervivencia y como último el bienestar (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014):

Dentro de este contexto se encuentra los valores tanto personas y como también colectivas que pueden verse reflejadas a través de sus resultados (p.92)

Esto se determina a partir de los tipos de valores, tomando en cuenta el hedonismo, la cual puede verse interpretado en base a autores que brindan la importancia de disfrutar lo que se hace a fin de realizar algo que realmente les agrada (p. 92).

El emprendedor se ve relacionado de forma positiva a través del poder, logro y como ultimo la estimulación. Sin embargo, en lo negativo se determina el valor colectivista y el universalismo (p.92).

Capacidades y competencias

Este indicador comprende el alcance de objetivos que puede tener una persona a partir de la creatividad que esta presenta. Asimismo, las competencias son detectadas a partir de las oportunidades la cual se va a ver reflejada en las decisiones (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014, p.93).

Asimismo, para Moriano, Trejo & Palací (2001) citado por (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014). menciona a continuación, las características individuales de cada emprendedor

Adaptación a las adversidades

Búsqueda de autonomía, y libertad de sus acciones

Capacidades con el fin de responder a los casos fortuitos, disposición a solucionarlos y responder ante la responsabilidad que acarrear.

Buen nivel de confianza personal, seguridad y valor propio.

Innovar, comodidad antes ideas innovadoras

Énfasis en los controles

Persistencia, y carácter para sacrificar.

Influir en los demás, y persuadirlos.

Buen nivel de iniciativa y actividad, con sentido de preparación.

Soportar las eventualidades, tensiones y desarrollarse a pesar de poseer delimitada inseguridad (p.93).

Demográficos

Las distinciones de carácter demográfico más empleadas con referente a las relaciones entre las figuras de los emprendedores son: las edades, la formación educativa, lugar de origen y la sexualidad.

Kirkwood y Brown (2001) desarrollaron cierto estudio para que se describa el perfil demográfico de todos los emprendedores tomando como base a una muestra que se representa por 306 fundadores de organizaciones, a lo largo de 9 ciudades del país de Nueva Zelanda. Se lograron descubrir que la mayoría de ellos tenían más de 30 años, se encontraban casados o contaban con una pareja y tenían progenitores, empleando sus ahorros mismos para poder financiar el origen y inicio de la organización, son pocos aquellos que emplean préstamos que ofrece el banco. Varios de sus padres también contaron con un negocio propio. En lo que respecta sus estudios, muchos de ellos tienen estudios hasta nivel secundario. En lo que se relaciona con las distinciones entre mujeres y también hombres emprendedores se halló que todos los negocios que pertenecían a las mujeres han sido de menor tamaño en lo que respecta a ventas, las utilidades y la cantidad de trabajadores que aquellos que poseían los hombres (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014, p. 94).

Funciones

La función del emprendedor nace desde el punto en que crea cierta empresa dentro la cual se colocan en vínculo todos los factores que son de tierra, capital y también labor para una producción eficaz y se encuentran manejados y controlados hasta cierto punto, lo que viene a constituirse en cierta labor para el modelo más alto de la labor humana. (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014, p.97).

Asimismo, se tienen aquellas funciones que aquel que es emprendedor desempeña durante el procedimiento de gerencia resaltando las que se mencionan a continuación:

Identificar y comprender un sector de actividad de interés

Reconocer alguna oportunidad para el negocio, expresar algún contexto de organización, diseñar una arquitectura para el negocio, planificar, acopiar, seleccionar y manejar todo el personal, realizar frente al personal para que de esa manera se realice visiones de complementación, comunicar, incentivar, guiar, hacer comparación de todas las predicciones y examinar las distinciones, revisar, ajustar, optimizar, determinar y redeterminar la visión principal y todas las visiones de complemento (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014, p.97).

La primacía de las ventas

Cómo cierto señalados de éxito dentro de la empresa se llegó a plantear como cierta función principal que posee el emprendedor, viene a ser la orientación dirigida al cliente siempre en busca de su satisfacción y también recibiendo todas sus quejas y requisitos, por lo que se necesita cautela y también experiencia, ya que un cliente que se siente satisfecho se volverá más fiel hacia la empresa (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014, p.97).

Por otro lado, Novales (2009) menciona que: El emprendimiento se encuentra básicamente en función del emprendedor, la toma de decisión de llegar a tomar la actitud de emprendimiento viene a ser el resultado de la intervención de diferentes factores. El mismo que llega a involucrar todos los aspectos individuales, el ambiente individual, el ambiente de negocio, el conjunto de metas que el individuo posea y evidencia de cierta IDEA que sea viable (p. 8).

Para la Universidad del Valle de Guatemala, el emprendimiento debe ser considerado como un “eje transversal” de sus egresados, por lo tanto, se ha empeñado en investigar teniendo como marco de referencia lo que reconocidos autores letrados en el tema concluyen en sus libros de texto y la opinión de expertos. El resultado de esta investigación aportó información valiosa sobre (Novales, 2009, p.8):

El esquema de los atributos del emprendedor y el comportamiento/características del mismo

El cual contiene los siguientes atributos; Confianza, Perseverancia, Energía, Ingenio, Toma riesgos calculados, Dinamicidad, Optimista, Necesidad de logro, Versatilidad, Conocimiento (Producto, Mercado, Tecnología), Iniciativa, Flexibilidad, Inteligencia, Orientación a objetivos, Independencia, Decisiones rápidas, Responsabilidad, Visión, Orientación hacia la utilidad, Aprende de errores, Coraje, Imaginación, Perceptivo, Tolerancia a la ambigüedad, Agresivo, Eficaz, Comprometido, sensibilidad, Honestidad, Integridad, Madurez y Personalidad amable (Novales, 2009, p.8).

Las Habilidades del emprendedor

Aquel que es el correspondiente emprendedor tiene que poseer una serie de diversas habilidades que son requeridas para conseguir éxito. Dicha investigación demostró que al igual que las habilidades de liderazgo como las de gerencia efectiva se pueden agrupar en cuatro categorías (Novales, 2009, p.9):

Habilidades Relacionales: De total requerimiento para llegar a construir vínculos interpersonales adecuadas y practicar a los demás.

Habilidades para el Cambio: De requerimiento para lograr administrar futuro, cambiar e incentivar la renovación (Solucionar todos los problemas de manera creativa, plantear una visión, conciencia automática, incentivar la modificación).

Habilidades de Mercado: Son de requerimiento para que así se pueda competir de manera definitiva y administrar todos los vínculos exteriores (Incentivar a los demás, conseguir poder y la incidencia, solucionar conflictos).

Habilidades de Control: Las cuáles son de requerimiento para lograr conservar el control y también la permanencia (Control del stress individual, control del tiempo, solución de modo racional de los problemas).

Los valores del emprendedor

Está constituido por los valores terminales e instrumentales, donde los primeros engloban; una vida cómoda o confortable, una vida activa y estimulante, sentido de logro o contribución, paz mundial, sin guerra o conflicto, mundo con belleza, natural y artística, igualdad, hermandad, igual oportunidad, seguridad familiar, cuidar a seres queridos, libertad, independencia, libre escogencia, felicidad, armonía interna, amor seguro, privacidad espiritual y también sexual, confianza nacional, resguardo de algún ataque, vida placentera, tiempo libre, vida eterna, salvación, autoestima, reconocimiento social, admiración, verdadera amistad (Novales, 2009, p.24):

Asimismo, entre los valores instrumentales que poseen los emprendedores se encuentra: Ambición, trabajo duro, mente abierta y tolerante, competencia, efectividad, alegre, limpio, nítido, ordenado, coraje, defender sus creencias, perdonar, solidario, ayudar a otros, honesto, sincero, imaginativo, creativo, autosuficiencia, inteligente, reflexión, lógico, consistente, afectuoso, cariñoso, obediente, respetuoso, cortés, buenas maneras, responsable, fiable (Novales, 2009, p.24):

El Decálogo del Emprendedor:

Se presentarán a continuación las diez características que describen a un emprendedor (Novales, 2009, p.10):

Autoconocimiento y autoconfianza.

Comportamiento ético, y de respeto hacia el medio ambiente y la multiculturalidad.

Necesidad de logro (proactividad).

Capacidad de crear o identificar oportunidades.

Innovación y creatividad.

Habilidades interpersonales (redes sociales, comunicación, etc...)

Tomar riesgos (análisis y gestión).

Liderazgo y adaptabilidad a nuevas situaciones.

Pasión y perseverancia.

Deseo y capacidad de analizar, aprender e investigar continuamente (mejora continua).

El estudio, formuló como problema principal: ¿Cuáles son los factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018? siendo los problemas específicos: ¿Cuáles son los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018? ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018? ¿Cuál es la incidencia de los factores determinantes de emprendimiento en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018?

Justificación Teórica

La investigación se justifica teóricamente, puesto que ha contribuido con confirmar y reforzar las teorías sobre los factores determinantes basados en el estudio de Rivera (2016) y teoría sobre el emprendimiento de Marulanda, Montoya & Vélez (2014), con el cual se tiene la información contundente para cumplir con el objetivo principal de esta investigación; el determinar el factor determinante que mayor incidencia tiene en el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto, y del mismo modo comprender, medir y evaluar estos factores determinantes del emprendimiento del sector de venta de ropa.

Justificación Práctica

La presente investigación, tiene justificación práctica, puesto que los resultados que se obtendrán del cumplimiento de los objetivos, permitirán determinar el factor determinante que tiene una mayor incidencia en el emprendimiento de los

comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto, de esta forma la población del mercado se verá beneficiado debido a que mediante este conocimiento puede impulsar a muchos pequeños empresarios a ser emprendedores.

Justificación por Conveniencia

Esta investigación aborda una interrogante latente, acerca del desconocimiento de los factores que en sí determinan que comerciantes tengan características distintas a las que en su mayoría se describe a un emprendedor, es por ello que se realizará un análisis de aquellos factores determinantes del emprendimiento que inciden, mediante esta investigación se podrá resolver aquella interrogante.

Justificación Social

La presente investigación se justifica de manera social, dado que la población de Tarapoto, y aquellos pequeños empresarios en el sector venta de ropa, tendrán un mayor conocimiento de cuáles son los factores más determinantes del emprendimiento, además que servirá como guía para aquellas familias que anhelan tener un negocio propio, y guiar a sus hijos a ser emprendedores.

Justificación Metodológica

La investigación se justifica de manera metodológica, debido a que se han elaborado instrumentos de recolección de datos, los cuales se han realizado de acuerdo a la operacionalización de cada una de las variables, tomando en cuenta dimensiones que permitan medir las variables, factores determinantes y emprendimiento, e indicadores que medirán aquellas dimensiones. Las cuales han sido validadas de forma que la estructura pueda servir como guía para futuras investigaciones.

El objetivo general de la investigación es: Determinar los factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, siendo sus objetivos específicos: Identificar los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018. Determinar el nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018. Establecer la incidencia de los factores determinantes del emprendimiento en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018.

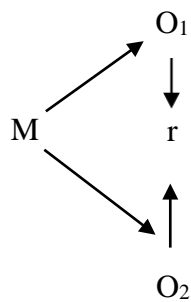
Por su parte, la hipótesis general trazada fue: Los factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, son los factores internos.

Las hipótesis específicas, (H1) Los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, son los factores económicos, políticos - legales y culturales. (H2) El nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, es alto. (H3) La incidencia de los factores determinantes del emprendimiento en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, es directa y significativa.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El diseño fue no experimental, esto debió prácticamente a que las variables no se manipularon, para ello se determinó la situación en la que se encuentra en un contexto natural. De igual manera el nivel de investigación fue descriptivo relacional, puesto que luego de analizar cada una de las variables se encontrará la relación existente entre ambas, y cuál es el factor determinante que tiene una mayor incidencia en el emprendimiento (Hernandez, Fernández & Baptista, 2014).



En donde:

M = Comerciantes del sector venta de ropa del mercado N° 03.

O₁ = Factores determinantes

O₂ = Emprendimiento

r = Relación (incidencia)

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Factores determinantes	Los rasgos y características que determinan de un individuo sus aptitudes y habilidades para perseguir un sueño sin rendirse, tomar riesgos en escenarios totalmente de incertidumbre y sus decisiones se reflejarán en la inversión, estrategias, liderazgo y crecimiento empresarial (Rivera, 2016, p.36).	Esta variable se operacionalizará en dos dimensiones; factores internos el mismo que se medirá con (competencias psicológicas individuales, competencias psicológicas colectivas, competencias cognitivas, competencias axiológicas), y factores externos, los cuales serán medidos con (Económicos, políticos legales, tecnológicos, culturales, sociales).	Factores internos	Competencias psicológicas individuales Competencias psicológicas colectivas Competencias cognitivas Competencias axiológicas	Ordinal
			Factores externos	Económicos Políticos legales Tecnológicos Culturales Sociales	
Emprendimiento	Es aquel agente que compra los medios de producción a ciertos precios y combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto (Velázquez, 2016).	Esta variable se operacionalizará en una dimensión; perfil del emprendedor, la cual se medirá con (características individuales y funciones).	Perfil del Emprendedor	Características individuales Identificar y comprender un	Ordinal
			Funciones	sector de actividad de interés La primacía de las ventas	

Fuente: Teorías relacionadas al tema

2.3. Población y muestra

Población

La población estará conformada por pequeños empresarios con negocios relacionados a la venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto, siendo un total de 115 comerciantes de este sector.

Muestra

Debido a que la cantidad de la población es elevada para el investigador se aplicara una formula probabilística con el fin de tener una muestra más representativa. Según lo dispuesto por Carrasco (2018), refiere que la muestra corresponde a un fragmento que representa la población, por lo cual esta debe contener las mismas características y propiedades que permitan generar resultados de manera objetiva, de la cuales estas serán identificadas de manera aleatoria para ello se describe la fórmula que se procedió a aplicada teniendo en cuenta el 95% de confianza.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

$z = 1.96$ (Valor de Z al 95% de confianza).

$p = 70\%$ (Probabilidad de obtener éxito).

$q = 30\%$ (Probabilidad de obtener fracaso).

$N = 115$ (Tamaño de la población).

$E = 5\%$ o $0,05$ (Error de muestreo).

95%

Z = 1.96
 E = 0.05
 p = 0.7
 q = 0.3
 N = 115

n =	$\frac{3.8416}{0.0025}$	*	$\frac{0.21}{114}$	*	$\frac{115}{0.80674}$
-----	-------------------------	---	--------------------	---	-----------------------

n =	$\frac{92.77464}{1.09}$	85
-----	-------------------------	-----------

En consecuencia, se tiene que después de emplear la fórmula de muestra probabilística al 95% de confianza, se obtiene que la muestra estará conformada por 85 comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto.

Criterios de selección

Criterios de inclusión: Aquellos comerciantes del sector venta de ropas, se considerarán a los comerciantes del mercado N° 3 de Tarapoto, que tengan dos años a más en el sector.

Criterios de exclusión: Se excluirá totalmente a aquellos comerciantes del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto que se dediquen a un sector distinto al de venta de ropas.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Con la finalidad de poder recopilar información se tomó en cuenta la técnica encuesta, para ello se elaboraron un listado de preguntas dirigido a la muestra de estudio. Por su parte, Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez (2014) menciona que la encuesta se caracteriza por poseer el uso de interrogantes, la misma que está dirigida a la muestra definida ella por los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de

Tarapoto, la cual tuvo como propósito obtener data pertinente sobre los factores determinantes y el emprendimiento.

Instrumentos

Es presentado a través de una serie de preguntas, que tienen una sola finalidad generar información acerca del comportamiento de las variables. De igual manera las preguntas se desarrollaron a partir de la Operacionalización de las variables según las dimensiones e indicadores. Para ello la primera variable factores determinantes presentó 10 preguntas, con 5 alternativas de respuesta Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5). Por otra parte, la segunda variable Emprendimiento fue de respuesta Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5)

Los Factores determinantes, no fueron valorados, por ende las respuestas fueron los mismos indicadores, es decir se contabilizaron aquellos indicadores con una respuesta mayor de 4.

La variable Emprendimiento fue valorada a partir de ítems (preguntas), con 3 puntajes la cual correspondió de 1 – 3; fue valorada de la siguiente manera; donde el puntaje 1 determinará un calificativo de bajo; puntaje 2 como medio, puntaje 3 alto.

Escala	Intervalo
Bajo	10 - 22
Medio	23 – 35
Alto	36 – 50

Dimensiones	Ítems	Valoración
Características individuales	1 – 6	Puntaje 1 calificativo Baja
Funciones	7 – 10	Puntaje 2 calificativo Medio Puntaje 3 calificativo Alta

Validez

Los instrumentos estarán validados mediante el juicio de expertos, el cual lo conforman tres docentes especialistas en el tema de investigación, quienes darán su aprobación de acuerdo a los ítems formulados según la teoría, dimensiones e indicadores. De esa forma, se garantizará la validez de los instrumentos, con la intención que los instrumentos permitan obtener información clara y precisa del tema abordado en la investigación.

Confiabilidad

Para garantizar la confiabilidad de los instrumentos elaborados, se empleará la prueba piloto, mediante la suma total, se obtendrá el índice que permita su aprobación. La consistencia de estos instrumentos se comprobará mediante el análisis de la relación existente de los ítems y la suma total, es decir mediante el alfa de Cronbach, tomando en cuenta los siguientes criterios:

Tabla 2
Criterios de Confiabilidad

Criterio de Confiabilidad	Valores
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Moderada confiabilidad	0.5 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Alta confiabilidad	0.9 a 1

2.5. Procedimiento

La investigación realizada tuvo un procedimiento desde el inicio del proyecto hasta la culminación del informe final. Es así que se partió por reconocer el problema que se había presentado por los comerciantes del sector venta de ropas, luego se elaboró todo el proyecto de investigación en la cual se precisaron las formas de evaluar las variables de estudio y el diseño de los instrumentos que posteriormente se aplicaron a la muestra seleccionada. Luego de la aprobación del proyecto de tesis se procedió a la ejecución del desarrollo con el uso de los cuestionarios para recopilar los datos previos, pero a la vez necesarios para cumplir con los objetivos específicos. Luego de ello se pasó a realizar la tabulación de datos con el fin de ordenar la información obtenida. Después se pasó a elaborar las tablas, figuras y su respectiva interpretación para la presentación de los resultados, Es preciso recalcar que con la tabulación de datos se realizó el cálculo de la prueba estadística de Rho Spearman para así determinar la relación entre las variables. Al término de la investigación se realizaron las discusiones, conclusiones o recomendaciones y los anexos.

2.6. Métodos de análisis de datos

La información obtenida, según los instrumentos elaborados, van a permitir que se realice un análisis de frecuencia, empleando el programa estadístico SPSS y el programa Microsoft Excel, para las tabulaciones de los instrumentos y con el fin de generar tablas y figuras de los resultados, respondiendo los objetivos planteados en esta investigación, y sumado a ello se hallará la relación existente entre las variables factores determinantes y emprendimiento.

2.7. Aspectos éticos

Se ajustan a todas las acciones de responsabilidad por parte del investigador por lo tanto se describe los siguientes aspectos:

Como primer punto es la discrecionalidad, la cual surge a partir de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, para ello se dio la libertad a la unidad de análisis en responder a las preguntas elaboradas a partir de las dimensiones indicadores. Como segundo punto fue la veracidad, misma que

implica el nivel de confianza tanto de las teorías relacionadas y la coherencia que estas presentan los instrumentos a aplicar. De igual manera se asume el uso de la neutralidad, la cual implica que no se manipularan la información para beneficio del investigador a fin de poder cumplirse los objetivos que se plantearon. Y como último fue la confiabilidad, la cual se vio reflejada en toda la información tanto en los instrumentos.

III. RESULTADOS

Identificar los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018.

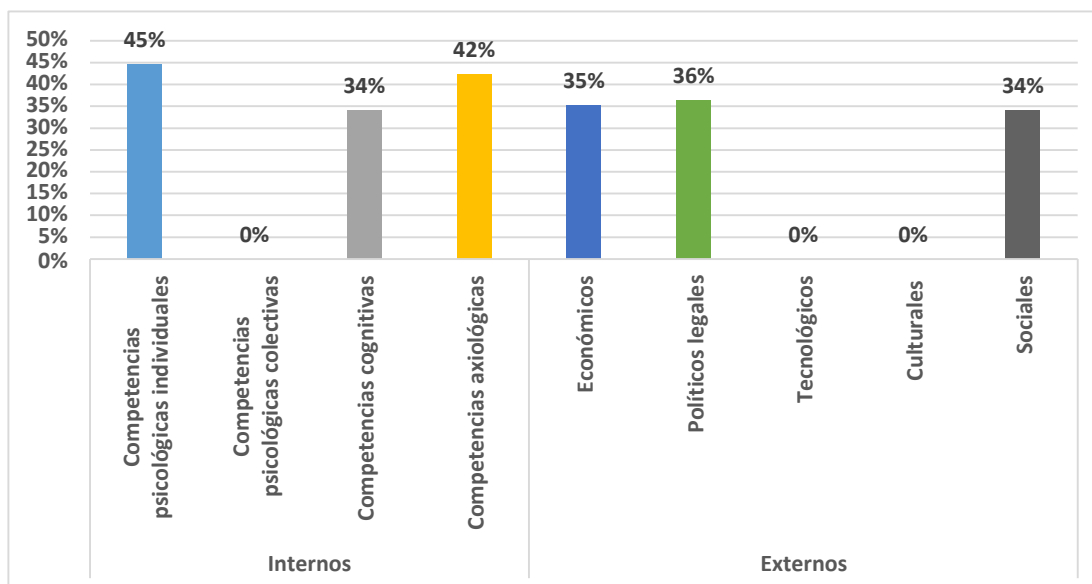


Figura 1. Factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3

Fuente. Resultados obtenidos de la Ficha encuesta

Interpretación

Según los resultados vertidos en la figura 1, se analizaron 2 factores determinantes (aquellas con respuestas de 4 a 5), siendo estos los factores internos y externos, de los cuales, las mayores puntuaciones se encuentran a nivel de factores internos, siendo las competencias psicológicas individuales y las competencias axiológicas, las que arrojaron una mayor puntuación con 45% y 42% respectivamente. En tanto que, de los factores externos, los que obtuvieron una mayor puntuación fueron los factores políticos legales y los económicos, en tercer lugar, los factores sociales, debido a que las respuestas con relación a este factor fueron entre a veces y casi siempre al hecho que la familia lo incentiva a crear un negocio nuevo, asimismo los negocios familiares son rentables y permiten crecer económicamente, sin embargo ningún encuestado respondió con 4 o 5 a los factores tecnológicos o culturales, pues, no fueron muy relevantes.

Determinar el nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018.

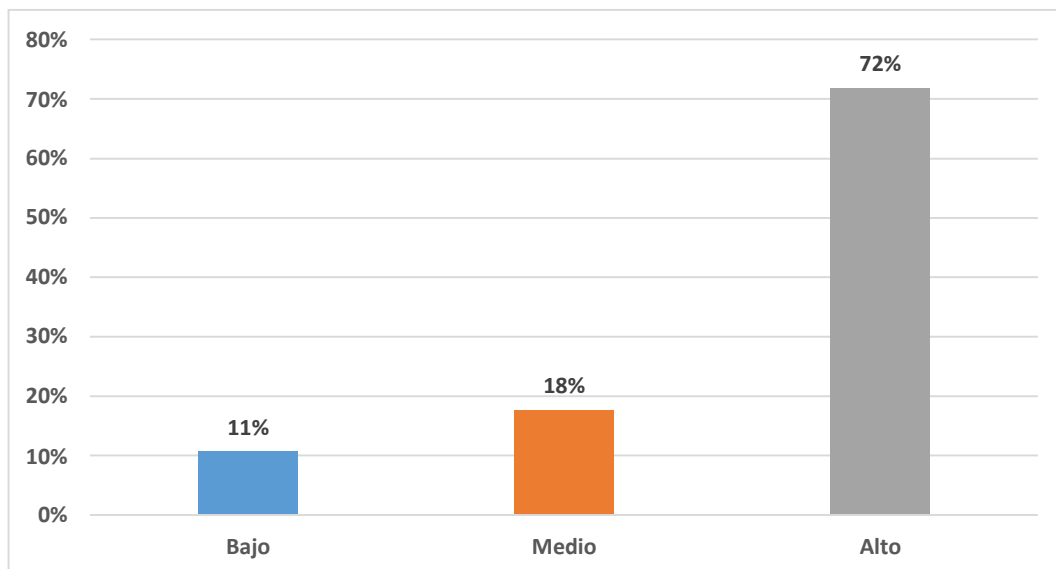


Figura 2. *Emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3*

Fuente. Resultados obtenidos de la ficha encuesta

Interpretación

Los resultados encontrados evidencian que el 72% de comerciantes encuestados, presentan un nivel de emprendimiento alto, lo cual indica que tienen la capacidad de desarrollar negocios en este sector empresarial, un 18% presentó un nivel medio, y solo un 11% presentó un nivel bajo. Los resultados se obtuvieron debido a que, en su mayoría, indicaron que casi siempre o siempre interactúan con diferentes personas, además de que se encuentran cómodos y buscan de forma continua la obtención de la información. Manifiestan además que casi siempre y siempre trabajan de forma calmada y con optimismo frente a situaciones de incertidumbre.

Determinar los factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018.

Tabla 3

Prueba de correlación entre factores determinantes y emprendimiento

		Factores internos	Factores externos	Factores determinantes	Emprendimiento	
Rho de Spearman	Factores internos	Coefficiente de correlación	1,000	,482**	,835**	,618**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000
		N	85	85	85	85
	Factores externos	Coefficiente de correlación	,482**	1,000	,832**	,521**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000
		N	85	85	85	85
	Factores determinantes	Coefficiente de correlación	,835**	,832**	1,000	,608**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000
		N	85	85	85	85
	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	,618**	,521**	,608**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.
		N	85	85	85	85

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

Interpretación

Al efectuar la prueba de Rho de Spearman, se obtuvo que tanto los factores internos como externos presentan una relación significativa con el emprendimiento a nivel de 0,000, sin embargo, son los factores internos que tienen mayor coeficiente de correlación con un 0,618 por encima de los factores externo con solo 0,521. Entre los 2, se relacionan a nivel de 0,608. De esta manera se infiere que el factor determinante para el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto fue el factor interno.

IV. DISCUSIÓN

Según Rivera (2016), los factores determinantes constituyen el conjunto de rasgos y características que determinan las aptitudes y habilidades de un individuo para alcanzar sus metas con perseverancia, tomando riesgos en situaciones de incertidumbre, confiando en las inversiones involucradas, estrategias y medidas que fueron establecidas mediante decisiones lideradas hacia el crecimiento empresarial (p. 36). Bajo esta definición, se estipularon 2 dimensiones (factores internos y factores externos) por los cuales, se pudo elaborar un cuestionario con el fin de responder al objetivo de identificar los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018. En base a la tabulación de los datos, fue posible encontrar que las mayores puntuaciones se encuentran a nivel de factores internos, siendo las competencias psicológicas individuales y las competencias axiológicas, las que arrojaron una mayor puntuación con 45% y 42% respectivamente. En tanto que, de los factores externos, los que obtuvieron una mayor puntuación fueron los factores políticos legales y los económicos, en tercer lugar, los factores sociales, debido a que las respuestas con relación a este factor fueron entre a veces y casi siempre la familia lo incentiva a crear un negocio nuevo, asimismo los negocios familiares son rentables y permiten crecer económicamente, sin embargo ningún encuestado respondió con 4 o 5 a los factores tecnológicos o culturales, pues, no fueron muy relevantes. Estos resultados difieren a lo encontrado por el autor Cordero, J (2011) quien establece factores tales como la determinación de metas, el cumplimiento, la seguridad, la perseverancia, etc., así como los elementos motivacionales que son determinados en gran medida a los rasgos actitudinales de los sujetos, y las oportunidades que el mercado le pueda ofrecer

El segundo objetivo del estudio, fue el de determinar el nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018. Los resultados obtenidos a partir de la generación de un cuestionario, demuestran que: en su mayoría, indicaron que casi siempre o siempre interactúan con diferentes personas, además de que se encuentran cómodos y buscan de forma continua la obtención de la información. Manifiestan además que casi siempre y siempre trabajan de forma calmada y con optimismo frente a situaciones de incertidumbre. Estos resultados difieren a lo encontrado por Lorca, P (2013) pues en su investigación la totalidad de participantes de la unidad social, se convierten en factores que resultan ser clases para

llegar al éxito, del mismo modo que los elementos atribuidos al equipo emprendedor, dicho de otra manera, todos son emprendedores.

Como objetivo general para la presente investigación, se buscó establecer la incidencia del factor determinante en el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, para ello, se correlacionaron los datos a través de la prueba de Rho de Spearman, gracias a los cuales se estableció que: tanto los factores internos como externos denotan una relación significativa con el emprendimiento a nivel de 0,000, sin embargo, son los factores internos que tienen mayor coeficiente de correlación con un 0,618 por encima de los factores externo con solo 0,521. Entre los 2, se relacionan a nivel de 0,608. De esta manera se infiere que el factor determinante para el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto fue el factor interno. Estos resultados presentan semejanza con lo encontrado por Tacuri, K y Manguia, J (2014) pues indica que aspectos como el locus de control, la auto eficiencia, contar con la capacidad de asumir riesgos y las costumbres de índole emprendedor, mismo que alcanzaron un R2 de 95.5, cuyo nivel de significancia inferior fue menor o igual a 0.05 (95% de confiabilidad). Concluyó que: Los componentes internos establecen satisfactoriamente el emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, durante el 2013, encontrándose un R2 positivo, superior con un grado de significancia inferior al 0.05 correspondiente al F Fisher. No obstante, si se estima de forma personal cada dimensión incurridas en los componentes internos, se halla que solamente las normas subjetivas son importantes.

V. CONCLUSIONES

- 5.1. Son las competencias psicológicas individuales correspondientes al factor interno las que son más determinantes e inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto, pues la respuesta del 45% de los encuestados así lo señalaron.
- 5.2. Un 72% de los comerciantes analizados presentan un alto nivel de emprendimiento, debido a que demostraron capacidades de socialización y superación por encima del resto de sujetos evaluados.
- 5.3. Aun cuando factores internos y externos guardan relación con el emprendimiento (por tener una significancia menor a 0,05), son los factores internos los que con un coeficiente de correlación de 0,618 se relacionan en mayor proporción con el emprendimiento experimentado por los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1.** A futuros investigadores, efectuar estudios experimentales y aplicativos que permitan identificar la evolución o cambios que sufren los factores internos de los comerciantes, permitiendo de esta manera desarrollar modelos de capacitación en favor de la población de comerciantes.

- 6.2.** A futuros investigadores, desarrollar investigaciones enfocadas al análisis de indicadores de gestión dentro de microempresarios considerados como emprendedores.

- 6.3.** A futuros investigadores, efectuar un estudio comparativo con diferentes muestras de diferentes lugares, a fin de encontrar si existe patrones de conducta similares entre diferentes muestras.

REFERENCIAS

- Anderson, R., Hair, J., & Bush, A. (2008). *Administración de ventas*. Mc Graw Hill. Obtenido de <https://utecno.files.wordpress.com/2013/06/anderson-rolph-et-al-administracion-de-ventas.pdf>
- Beltrán, P. (22 de Agosto de 2018). *10 errores que frenan el crecimiento de las Pymes en México*. *Imagen Radio*, pág. p.1. Recuperado el 21 de Septiembre de 2018, de <http://www.imagenradio.com.mx/10-errores-que-frenan-el-crecimiento-de-las-pymes-en-mexico#view-2>
- Berrera, C. (22 de Junio de 2018). *Pymes emplean 75% de la PEA y destacan en emprendimientos*. *El Peruano*, pág. p.2. Recuperado el 21 de Septiembre de 2018, de <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacan-emprendimientos-67499.aspx>
- Bravo, S. (2013). *Análisis de las características de un emprendedor en proceso de incubación y no incubados*. *Especial*, 40-48. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/281863404_Analisis_de_las_caracteristicas_de_un_emprendedor_en_proceso_de_incubacion_y_no_incubados
- Burger, H., & Helmchen, B. (2012). *El emprendimiento y la creación de empresas: etapas y factores clave de éxito*. madrid: universidad rey Juan Carlos. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqjFqVSYI%3D>
- Córdova, D. (21 de Septiembre de 2018). Comercio: Produce se reunió con emprendedores de Gamarra. *Andina*, pág. p. 2. Recuperado el 21 de Septiembre de 2018, de <https://andina.pe/Agencia/noticia-comercio-produce-se-reunio-emprendedores-gamarra-705735.aspx>
- Cruz, C.; Olivares, S. & Gonzáles, M. (2014). *Metodología de la investigación (1ª ed.)*. México: Editorial Patria. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=11013181>
- Gallindo, J. (2006). *El emprendimiento y la creación de empresas: etapas y factores clave de éxito*. madrid: universidad rey Juan Carlos. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqjFqVSYI%3D>

- Gartner, w., & Liao, J. (2012). *EL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS: ETAPAS Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO*. Madrid: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqpfFqVSYIg%3D>
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (Quinta Edición ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Hisrich, J., Peters, D., & Dean, D. (2005). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. 101-122. Obtenido de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiii/numero8/5.pdf>
- Ma, H., & Tan, J. (2006). *EL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS. ETAPAS Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqpfFqVSYIg%3D>
- Martín, R. G., & Aragón, J. (2011). *Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento innovador: El aprendizaje organizativo y tecnológico*. Madrid: Universidad de Granada. Obtenido de <http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/Rodrigo%20Mart%C3%ADn%20Rojas.pdf>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a10.pdf>
- Moreno, H., & Espíritu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *PORTES*, 4(8), 101-122. Obtenido de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiii/numero8/5.pdf>
- Moriano, M., Trejo, T., & Palací, P. (2001). Características personales de los emprendedores. *Cuadernos de administración*, 89-99. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a10.pdf>
- Mowday, R., Porter, L., & Steers, R. (2013). *EL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS: ETAPAS Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO*. Madrid: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS. Obtenido de

- <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqjFqVSYIg%3D>
- Novales, C. (2009). *Manuales de Buenas Prácticas*. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala y Fundación Soros Guatemala. Obtenido de http://www.altiplano.uvg.edu.gt/proyectos/cdr/practicas/2009/Caracteristicas-emprendedoras/EMPREDIMIENTO_estudiantesIMPRESA.pdf
- Ñaupás, H. (2014). *Metodología de la Investigación, Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de tesis*. Bogotá: Ediciones De La U.
- Ñaupás, H.; Mejía, E.; Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pitt, J. (1998). *EL EMPREDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS: ETAPAS Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO*. Madrid: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqjFqVSYIg%3D>
- Puffer, S., McCarthy, D., & Boisot, M. (2010). *El emprendimiento y la creación de empresas: Etapas y factores clave de éxito*. Madrid: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqjFqVSYIg%3D>
- Rivera, P. (2016). *El emprendimiento y la creación de empresas. Estapas y factores clave de éxito*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=AqjFqVSYIg%3D>
- Romero, J., Hernández, L., Gutiérrez, J., & Portillo, R. (2017). Factores contextuales que influyen en el emprendimiento de empresas familiares en Venezuela. *Biblioteca digital*, 33(83), 492-515. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31053772018.pdf>
- Schumpeter. (1942). *EL EMPREDIMIENTO EN LA TEORIA ECONOMICA: Una revisión bibliográfica*. Caracas: Universidad Metropolitana, Caracas Venezuela. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/297816205_EL_EMPREDIMIENTO_EN_LA_TEORIA_ECONOMICA

Valdivieso, V. (23 de Julio de 2018). Bolivia: Ventas minoristas de ropa de invierno caen en 50%. *Perú Retail*, pág. p. 1. Recuperado el 21 de Septiembre de 2018, de <https://www.peru-retail.com/bolivia-ventas-minoristas/>

Velazquez, J. (2016). *El emprendimiento en la teoría económica: Una revisión bibliográfica*. Caracas: Universidad Metropolitana, Caracas Venezuela. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/297816205_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_LA_TEORIA_ECONOMICA

ANEXOS

Matriz de Consistencia

Título: Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N°3, Tarapoto 2018

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis		Técnica e Instrumentos								
<p>Problema general ¿Cuáles son los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018? ¿Cuál es la incidencia de los factores determinantes de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018?</p>	<p>Objetivo general Identificar los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018.</p> <p>Objetivos específicos Determinar el nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018. Establecer la incidencia del factor determinante en el emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018.</p>	<p>Hipótesis general Los factores determinantes que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, son los factores económicos, políticos legales y culturales.</p> <p>Hipótesis específicas H₁: El nivel de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, es alto. H₂: La incidencia de los factores determinantes de emprendimiento de los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto 2018, es directa y significativa.</p>		<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos</p>								
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones										
<p>Diseño No experimental. Nivel descriptiva cuantitativa</p>	<p>Población Conformada por los 115 comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 de la ciudad de Tarapoto.</p> <p>Muestra Conformada por 85 comerciantes del sector de venta de ropas del mercado N° 3 en la ciudad de Tarapoto.</p>	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th data-bbox="1238 946 1496 981">Variables</th> <th data-bbox="1496 946 1762 981">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1238 981 1496 1059">Factores determinantes</td> <td data-bbox="1496 981 1762 1059">Factores internos Factores externos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1238 1059 1496 1137">Emprendimiento</td> <td data-bbox="1496 1059 1762 1137">Características individuales</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1238 1137 1496 1216"></td> <td data-bbox="1496 1137 1762 1216">Funciones</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Factores determinantes	Factores internos Factores externos	Emprendimiento	Características individuales		Funciones		<p>Cuestionario</p>
Variables	Dimensiones											
Factores determinantes	Factores internos Factores externos											
Emprendimiento	Características individuales											
	Funciones											

Instrumentos de recolección de datos

Encuesta dirigida a la variable factores determinantes

Este instrumento está dirigido a los pequeños empresarios en el sector venta de ropa de la ciudad de Tarapoto, con la finalidad de obtener información sobre los factores determinantes que inciden en el emprendimiento. Para el correcto llenado del cuestionario se deberá tomar en cuenta la siguiente escala valorativa:

1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre y 5. Siempre.

Género: Masculino Femenino

Edad:

Nivel de estudios:

Factores determinantes		ESCALA				
Dimensión Factores internos		1	2	3	4	5
1.	¿Asume riesgos frente a entornos de incertidumbre con el fin de aspirar crecimiento económico?					
2.	¿Prefiere trabajar de manera autónoma, controlando su tiempo y estableciendo su propia alternativa?					
3.	¿Siente implicación total con objetivos y valores de su negocio y satisfacción personal?					
4.	¿La innovación es el activo intangible más importante para su negocio?					
5.	¿La comunicación y el trabajo en equipo lideran en su negocio y es catalogado con alto nivel de importancia?					
Dimensión Factores externos						
6.	¿Con qué frecuencia el acceso a los recursos económicos ha contribuido al crecimiento de su negocio?					
7.	¿Con qué frecuencia ha notado preocupación por parte del Estado para apoyarlos a emprender?					
8.	¿La tecnología ha intervenido en el crecimiento de su negocio?					
9.	¿Con que frecuencia la familia lo incentiva a crear un negocio nuevo?					
10.	¿Considera que los negocios familiares son rentables y permiten crecer económicamente?					

Encuesta dirigida a la variable Emprendimiento

Este instrumento está dirigido a los pequeños empresarios en el sector venta de ropade la ciudad de Tarapoto, con la finalidad de obtener información de la variable Emprendimiento. Para completar el cuestionario se deberá tomar en cuenta la siguiente escala valorativa:

1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre y 5. Siempre.

Emprendimiento		ESCALA				
Dimensión Características individuales		1	2	3	4	5
1.	¿Con qué frecuencia permanece interactuando socialmente con otros individuos?					
2.	¿Con qué frecuencia se adapta a los cambios, para asumir nuevos retos?					
3.	¿Con qué frecuencia se siente cómodo al momento de aprender nuevas ideas?					
4.	¿El tener una mentalidad abierta y estar presto a nuevos conocimientos es importante?					
5.	¿En momento de incertidumbres, considera que es mejor tener dominio de la situación con calma y optimismo?					
6.	¿Con qué frecuencia actúa anticipándose a los problemas que se puedan presentar en el futuro?					
Dimensión Funciones						
7.	¿Con qué frecuencia considera que es importante motivar a sus colaboradores para una buena ejecución de sus labores?					
8.	¿Con qué frecuencia cree que es importante buscar soluciones frente a los problemas que se puedan presentar?					
9.	¿Con qué continuidad se muestra preocupado por el incremento de las ventas de su negocio?					
10.	¿Con qué frecuencia orienta a sus clientes con el fin de buscar la satisfacción de sus necesidades?					

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Carranza Esteban Renzo Felipe
 Institución donde labora : Universidad Peruma Unioi - Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Metodología
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de la Variable: Factores Determinantes
 Autores del instrumento : Kandy Elizabeth Panduro Saavedra
 Álvaro Pérez García

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Factores Determinantes en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Factores Determinantes .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Factores Determinantes de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Factores Determinantes .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						46

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

Tarapoto, 14 de Diciembre de 2018

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

46


 Mg. Investigación y Docencia Universitaria
 Ps. Renzo Carranza Esteban
 C.Ps.P. 17119

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Pinedo Flores Carmen Rosa
 Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Magister en Gestión del talento Humano
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de la Variable: Factores Determinantes
 Autores del instrumento : Kandy Elizabeth Panduro Saavedra
 Álvaro Pérez García

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Factores Determinantes en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Factores Determinantes .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Factores Determinantes de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Factores Determinantes .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

Tarapoto, 12 de Diciembre de 2018

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

42

Mg. Lic. Adm. Carmen R. Pinedo Flores
 CLAD - 10016

Constancia de la Municipalidad Provincial de San Martín

AÑO DEL DIALOGO Y RECONCILIACIÓN NACIONAL

Tarapoto, 13 de Noviembre del 2018

SEÑOR:

MANUEL NIEVES PINCHI
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN

PRESENTE


ASUNTO: SOLICITAMOS RELACION DE COMERCIANTES DE VENTAS DE ROPA DEL MERCADO N° 03 – TARAPOTO PARA DESARROLLO DE TESIS.

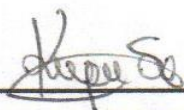
Nosotros: Álvaro Pérez García identificado con DNI N° 46095235 y Kandy Elizabeth Panduro Saavedra identificado con DNI N° 42817321, estudiantes del IX ciclo de la carrera profesional de Administración del programa SUBE de la Universidad César Vallejo- Filial Tarapoto; nos es grato dirigirnos a usted para saludarle cordialmente y al mismo tiempo manifestarle lo siguiente:


Que, siendo dentro de nuestras metas profesionales y cumpliendo con nuestro proyecto para la elaboración del desarrollo de tesis denominado "FACTORES DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO QUE INCIDEN EN LOS COMERCIANTES DEL SECTOR VENTA DE ROPAS DEL MERCADO N° 03, TARAPOTO 2018", recurrimos a usted para solicitarle dicha relación de comerciantes para que de esta manera podamos elaborar el proyecto antes mencionado.

Sin otro particular nos suscribimos de Ud.,

Atentamente;


ALVARO PEREZ GARCIA
DNI: 46095235


KANDY E. PANDURO SAAVEDRA
DNI: 42817321

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTIN		
Unidad de Trámite Documentario - Sede Central		
RECIBIDO		
Cargo. N°:	Fecha:	Hora:
	13 NOV. 2018	12:32
Folios:	Firma:	
2		
GGomes		

**RELACION DE ARRENDATARIOS DE LA VENTA DE CONFECCIONES
MERCADO MUNICIPAL N° 03**

ITEM	NOMBRE Y APELLIDOS	DNI	PABELLON	FILA	N DE PUESTO	GIRO
1	AURELIO CORRALES LAZO	45070590	"A"	"B"	03	CONFECCIONES
2	TEONILA QUINTEROS GARCIA	01060194	"A"	"B"	04	CONFECCIONES
3	MAVILA RISCO CARRASCO	01144118	"A"	"B"	11	CONFECCIONES
4	RUTH NOEMI ALBERCA ROJAS	01070189	"A"	"B"	13	CONFECCIONES
5	BELINDA LOHIDA ARROYO BARZOLA	01121861	"C"	"A"	01	CONFECCIONES
6	JULIO TAPULLIMA PEZO	01158837	"C"	"A"	02	CONFECCIONES
7	SANDRA EUGENIA LECCA GOMEZ	41290098	"C"	"A"	16	CONFECCIONES
8	JOSE MIGUEL BURGA CAMPOS	16802572	"C"	"C"	13	CONFECCIONES
9	BEDITH GARCIA GARCIA	00954590	"C"	"D"	01	CONFECCIONES
10	ALFREDO ALTAMIRANO GONZALES	27296183	"C"	"D"	02	CONFECCIONES
11	ANGELA ROSARIO PANAIPO SHAPIAMA	40276430	"C"	"D"	04	CONFECCIONES
12	SILVIA GARCIA GARCIA	42614665	"C"	"D"	05	CONFECCIONES
13	MARIA NORA NUNEZ NEYRA	27677199	"C"	"D"	06	CONFECCIONES
14	MAURO MARCELO BURGA CAMPOS	17533922	"C"	"D"	07	CONFECCIONES
15	BELINDA ROSA ROSALES RIVERA	20726198	"D"	"A"	01	CONFECCIONES
16	HILARIO PINEDO PINA	40615522	"D"	"A"	02	CONFECCIONES
17	ABEL CORDOVA FLORES	01143617	"D"	"A"	03	CONFECCIONES
18	ELVIS ELSON ARROYO BARZOLA	01117636	"D"	"A"	07	CONFECCIONES
19	TEONILA NUNEZ DE VASQUEZ	00874518	"D"	"B"	01	CONFECCIONES
20	NANCI ISABEL CHAVEZ PEREZ	27081457	"D"	"B"	04	CONFECCIONES
21	EDITH VASQUEZ NUNEZ	40807933	"D"	"C"	01	CONFECCIONES
22	NOHEMI CHISTAMA ROJAS	01069188	"D"	"C"	05	CONFECCIONES
23	MARIA SUSY ROSALES ESTEBAN	44041757	"D"	"C"	06	CONFECCIONES
24	JAIR AGAPITO AREVALO	71109216	"D"	"C"	07	CONFECCIONES
25	GINA ARMINDA OJANAMA FACHIN	46673294	"F"	"A"	05	CONFECCIONES
26	GRISelda GONZALES HEREDIA	47779268	"F"	"A"	06	CONFECCIONES
27	DEISY CLARIBEL VEGA ALTAMIRANO	47829478	"F"	"A"	07	CONFECCIONES
28	AUDIAS VEGA VASQUEZ	27282019	"F"	"A"	08	CONFECCIONES
29	AVELINDA ALTAMIRANO GONZALES	80169966	"F"	"A"	09	CONFECCIONES
30	JORGE LUIS SEGURA RAMOS	05613572	"F"	"A"	10	CONFECCIONES
31	NATHALY CRISTINA FLORES RIOS	46864624	"F"	"A"	11	CONFECCIONES
32	MANUEL FRANCISCO ALBERCA ALBERCA	00934149	"F"	"A"	12	CONFECCIONES
33	FROILAN FLORENTINO ALBERCA ALBERCA	40744231	"F"	"A"	13	CONFECCIONES
34	CELINA MORE HUACHES	44226044	"F"	"A"	14	CONFECCIONES
35	LUZMILA MORE HUACHEZ	77296453	"F"	"A"	17	CONFECCIONES
36	DILCIA TROYA CASTILLO	46673441	"F"	"B"	04	CONFECCIONES
37	ADELA MACAHUACHI MARICHI	41156746	"F"	"B"	07	CONFECCIONES
38	YOVANA RIVERA LIZANA	01130803	"F"	"B"	08	CONFECCIONES
39	CLAUDIA SANCHEZ PORTOCARRERO	46261454	"F"	"B"	09	CONFECCIONES
40	MARITZA BEATRIZ RINZA HUAMAN	44058023	"F"	"B"	12	CONFECCIONES
41	DARLING STALIM RINZA LUCERO	77202100	"F"	"B"	13	CONFECCIONES
42	RUTH TORRES VALDEZ	74318958	"F"	"B"	14	CONFECCIONES
43	NILTON TORRES VALDEZ	46940677	"F"	"B"	15	CONFECCIONES
44	OLGA HUANCAS HUANCAS	47679979	"F"	"B"	16	CONFECCIONES
45	MARCELINO CRUZ SANCHEZ	76955756	"F"	"B"	17	CONFECCIONES
46	GEOVITA SAAVEDRA DE RUIZ	01077526	"H"	"A"	03	CONFECCIONES
47	SARITA CINTIA SANCHEZ RAMIREZ	45794985	"H"	"A"	06	CONFECCIONES
48	THESLEJNI BECERRA TARRILLO	71088870	"H"	"A"	10	CONFECCIONES
49	MIKE ROJAS RODRIGUEZ	41905022	"H"	"A"	12	CONFECCIONES
50	MAYELA JOVANA ARROYO LLANOS	01131117	"H"	"A"	13	CONFECCIONES
51	PERCY CABALLERO TENAZOA	01137849	"H"	"A"	14	CONFECCIONES
52	MARIA ELITA TORRES VALDEZ	45134625	"H"	"A"	15	CONFECCIONES
53	MARINO CORONEL FLORES	41373871	"H"	"A"	16	CONFECCIONES
54	LIZBEYDI DIAZ TORO	75995092	"H"	"A"	17	CONFECCIONES
55	JUAN CARLOS CRUZ SALDIVAR	46012043	"H"	"B"	04	CONFECCIONES
56	NORY CARMITA MALIMBA MEJIA	48116100	"H"	"B"	05	CONFECCIONES
57	DEYSSY RUIZ SILVA	45738060	"H"	"B"	09	CONFECCIONES
58	ROSALIA TARRILLO DIAZ	46323667	"H"	"B"	10	CONFECCIONES
59	ENMA ROSA MAURIOLA MEGO	33664874	"H"	"B"	11	CONFECCIONES
60	YOLANDA SANGAMA GUERRA	01131371	"H"	"B"	13	CONFECCIONES
61	EDIN MONTENEGRO RODRIGUEZ	43178549	"H"	"B"	14	CONFECCIONES
62	LUCELINA FERNANDEZ ESTELA	48919177	"H"	"B"	15	CONFECCIONES
63	NANCY MILAGROS CARRANZA ISUIZA	47289923	"H"	"B"	16	CONFECCIONES
64	ESMILDA ISUIZA PEREZ	01131763	"H"	"B"	17	CONFECCIONES
65	STARKY SGARDO SACHUN MEGO	45501223	"H"	"B"	19	CONFECCIONES
66	OTILIA MEGO ALVARADO	01078089	"H"	"B"	20	CONFECCIONES
67	BRENDA LLORLY SACHUN MEGO	47561850	"H"	"B"	21	CONFECCIONES
68	YUDITH EVELIN TICLIAHUANCA ROJAS	47194755	"H"	"B"	24	CONFECCIONES
69	JUAN OCHOA VEGA	16543329	"H"	"C"	04	CONFECCIONES
70	JOAQUIN DIAZ MOZOMBITE	45150403	"H"	"C"	06	CONFECCIONES
71	LLERY MURRIETA AMASIFEN	01123444	"H"	"C"	08	CONFECCIONES
72	CADITH TERRONES MACEDO	01072225	"H"	"C"	09	CONFECCIONES
73	LITA GARCIA DE SILVA	01060161	"H"	"C"	12	CONFECCIONES
74	ABEL PIZANGO USHINAHUA	00877763	"H"	"C"	13	CONFECCIONES
75	NELIDA MORE HUACHES	42630545	"H"	"C"	14	CONFECCIONES
76	LUCINDA MOZOMBITE DE VALDERRAMA	01089965	"H"	"C"	15	CONFECCIONES
77	MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ SANGAMA	45748196	"H"	"C"	16	CONFECCIONES
78	INOBELDA HUACHEZ LLOCYA	80425523	"H"	"C"	17	CONFECCIONES





79	MARIA JOVA TANTALEÁN BALCAZAR	33589908	"H"	"C"	18	CONFECIONES
80	ISAÍAS SALAZAR VENTURA	33578965	"H"	"C"	19	CONFECIONES
81	JESSICA LLATAS GUERRERO	48540417	"H"	"C"	20	CONFECIONES
82	YOLANDA AMACIFUEN DE DIAZ	25601393	"H"	"C"	21	CONFECIONES
83	DARWIN GONZAGA SEGURA	41804445	"H"	"D"	05	CONFECIONES
84	MARIA GLORIA SEGURA RAMOS	01033418	"H"	"D"	06	CONFECIONES
85	CORINA YNUMA SANGAMA	05596978	"H"	"D"	07	CONFECIONES
86	ZELAITA NOHEMI TANANTA SANCHEZ	00974461	"H"	"D"	09	CONFECIONES
87	YADIRA NATALIA MISCHELENE PAIMA TANANTA	47995822	"H"	"D"	10	CONFECIONES
88	JORGE LUIS SILVESTRE ROJAS	18114338	"H"	"D"	11	CONFECIONES
89	XIOMMY XIBELLY SILVESTRE AYALA	71109223	"H"	"D"	12	CONFECIONES
90	CADITH ALVA HUAZANGA	01100402	"H"	"D"	13	CONFECIONES
91	PATRICIA TAFUR ALVA	46243959	"H"	"D"	14	CONFECIONES
92	SANDRA SANCHEZ RUIZ	47561747	"H"	"D"	15	CONFECIONES
93	ORLAN ROVER GUEVARA CONTRERAS	48491859	"H"	"D"	21	CONFECIONES
94	JULIA PALMIRA REYES PUMACHAICO	18161585	"H"	"D"	22	CONFECIONES
95	ZULMITH LOZANO MORI	01149584	"H"	"A"	05	CONFECIONES
96	ALBERTO GONZAGA INGA	05388116	"H"	"A"	07	CONFECIONES
97	SARIANA SORIA VILLEGAS	43850030	"H"	"A"	08	CONFECIONES
98	DEYSI PINEDO SANANCINA	06784705	"H"	"A"	10	CONFECIONES
99	LEOBIGILDO PAIMA VASQUEZ	00847822	"H"	"A"	11	CONFECIONES
100	VANIA ALEXANDRA SILVESTRE AYALA	71109203	"H"	"A"	12	CONFECIONES
101	ROBLER LOPEZ YOPLAC	74616882	"H"	"A"	13	CONFECIONES
102	JULIO PROSPERO ZAMBRANO GUTIERREZ	01111695	"H"	"A"	14	CONFECIONES
103	MARIA LINARES VELA	01110705	"H"	"A"	15	CONFECIONES
104	LILIANA NATALIE ROJAS ADRIANZEN	42598784	"H"	"A"	19	CONFECIONES
105	JOSE ALBERTO REQUEJO CABANILLAS	44101210	"H"	"A"	20	CONFECIONES
106	RUBEN RIOS CORDOVA	01067463	"H"	"A"	21	CONFECIONES
107	DEISSY ALARCON GONZALES	43832068	"H"	"A"	22	CONFECIONES
108	JOISER JEOVANY ROJAS ADRIANZEN	44080803	"H"	"B"	20	CONFECIONES
109	BEATRIZ PAREDES GONZALES	01135874	"H"	"B"	24	CONFECIONES
110	HECTOR ESTALIN CABALLERO TENAZOA	00061262	"H"	"C"	49	CONFECIONES
111	ERCILA ZAMORA LOZANO	45353536	PLANTA FISICA	"A"	11	CONFECIONES
112	RUTT ELIANA OROCHE APAGUENO	00952407	PLANTA FISICA	"A"	14	CONFECIONES
113	LUIS UCEDA NICOLAS	16555472	PLANTA FISICA	"A"	15	CONFECIONES
114	LADY REATEGUI HIDALGO	01159112	PLANTA FISICA	"B"	07	CONFECIONES
115	LUCILA GUEVARA GOMEZ	27719032	PLANTA FISICA	"B"	13	CONFECIONES



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE
TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, MBA Jardiel Paredes del Águila, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, filial Tarapoto, revisor (a) de la tesis titulada

"Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3 , Tarapoto -2018 ", de los estudiantes

Kandy Elizabeth Panduro Saavedra y Álvaro Pérez García, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 17 de Julio de 2019



MBA. JARDIEL PAREDES DEL AGUILA
Reg. CLAD N° 06472

MBA Jardiel Paredes del Águila

DNI: 01090536

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector
venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto - 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Kandy Elizabeth Panduro Saavedra (ORCID: 0000-0003-2786-9331)

Resumen de coincidencias

21 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	11 %
2	repositorio.uladech.ed... Fuente de Internet	2 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	1 %
6	elperuano.pe Fuente de Internet	1 %
7	docplayer.es Fuente de Internet	1 %
8	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	1 %
9	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
10	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
11	marketingesvidaestod... Fuente de Internet	<1 %

Nosotros Kandy Elizabeth Panduro Saavedra, identificado con DNI N° 42817321, Alvaro Pérez García, identificado con DNI N° 46095235 egresados de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado

"Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3, Tarapoto - 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 Kandy Elizabeth Panduro Saavedra
 DNI: 42817321



 Alvaro Pérez García
 DNI: 46095235

FECHA: 29 de noviembre del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Mg. Julio Escalante Torres

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTAN:

Kandy Elizabeth Panduro Saavedra

Alvaro Pérez García

INFORME TITULADO:

“Factores determinantes del emprendimiento que inciden en los comerciantes del sector venta de ropas del mercado N° 3”, Tarapoto - 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 20 de julio de 2019

NOTA O MENCIÓN: 17

17

