



# FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

## ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial  
Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016

### **TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

#### AUTOR

Pereyra Reyna, Marvin Joseth

#### ASESORAS:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

Mg. Aguilar Aragón, Nancy Deifilia

#### LINEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión del Talento Humano

TRUJILLO-PERÚ

2016

## **Jurado**

---

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

Presidenta

---

Mg. Baltodano Nontol, Luz Alicia

Secretaria

---

Mg.Aguilar Aragón, Nancy Deifilia

Vocal

## **Dedicatoria**

El siguiente trabajo académico está dedicado a Keily Chávez Reyes, mi amada esposa, a Elsa Marleni Reyna Sánchez, mi madre desde el cielo y a mi maravillosa familia que me apoyaron incondicionalmente en todo momento brindándome su entusiasmo, seguridad y palabras de aliento en los momentos donde más lo necesitaba y durante toda mi etapa universitaria, con el único fin de culminar satisfactoriamente mi tesis la cual fue llevado a cabo con mucho esfuerzo y dedicación.

## **Agradecimiento**

A la Universidad César Vallejo por abrirme las puertas al conocimiento y cobijarme en sus aulas durante los años de estudio.

A la Dra. Calvinapón Alva quien me asesoró durante la elaboración de mi tesis, por su dedicación, paciencia y apoyo.

A mis excelentes profesores, cuyas enseñanzas han permitido desarrollarme profesionalmente y culminar mi carrera.

Y de manera especial, el eterno agradecimiento a mi padre Dios, quien me dio las fuerzas cuando mas lo necesitaba.

## Declaración De Autenticidad

Yo Marvin Joseth Pereyra Reyna con DNI N°46577091, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en la presente tesis son auténticos y veraces

Autorizo a la universidad publicar mi investigación si así lo cree conveniente.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Diciembre del 2016.



---

Marvin Joseth Pereyra Reyna

DNI 46577091

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado, expongo ante ustedes la Tesis denominada Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016 con la finalidad de analizar el nivel de la capacidad emprendedora de los emprendedores de dicho centro comercial en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para conseguir el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

El Autor

## Indice

Tabla de contenido	
Jurado .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación .....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
INTRODUCCION	
Realidad problemática.....	1
Trabajos previos.....	2
Teorías relacionada al tema.....	5
Formulación del problema.....	11
Justificación del estudio .....	11
Hipótesis.....	12
Objetivos.....	13
MÉTODO	
Tipo de investigación.....	15
Diseño de investigación.....	15
Variables, Operacionalización.....	16
Población y muestra.....	17

Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	19
Métodos de análisis de datos.....	20
Aspectos éticos.....	20
RESULTADOS.....	21
DISCUSIÓN.....	30
CONCLUSIÓN.....	35
RECOMENDACIÓN.....	37
PROPUESTA.....	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFIAS.....	46

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el Centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016, se utilizó un tipo de estudio descriptivo, no experimental y de corte transversal, la población fueron todos los emprendedores del centro comercial con un total de 450 personas y la muestra fue de 269 emprendedores, se aplicó una encuesta y el instrumento fue un cuestionario, las encuestas se procesaron en Excel, y se representan los resultados mediante tablas los cuales se contraponen a la hipótesis planteada concluyendo que la capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el Centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016 es de nivel regular.

Palabras clave:

Capacidad Emprendedora, comercio minorista, emprendedurismo.

## **Abstract**

This research study has the general objective determine entrepreneurship retail sector in the Zona Franca Shopping Center in the city of Trujillo 2016, a type of descriptive study was used, no experimental and cross-sectional population were all entrepreneurs of the shopping center with a total of 450 people and the sample was 269 entrepreneurs, a survey was applied and the instrument was a questionnaire, surveys were processed in Excel, and the results are represented by tables which are opposed to the hypothesis silver concluding that entrepreneurship retail sector in the Zona Franca shopping Center Trujillo 2016 regular level.

Keywords:

Enterprising capacity, retail, entrepreneurialism.

# INTRODUCCIÓN

## Introducción

### 1.1. Realidad problemática

En la actualidad las pequeñas empresas en nuestro país cumplen un papel fundamental en el desarrollo económico, ya que son promotoras de fuente de empleo y de fortaleza productiva para el Perú.

En el Perú existe gran cantidad de microempresas. La gran mayoría son informales y no cumple con las normas laborales básicas. Las microempresas que existen en la actualidad en su gran mayoría constituyen solo un medio de subsistencia, sin proyección empresarial sostenible, es decir las empresas solo sirven para generar medios de subsistencia familiar para el momento y para el corto plazo. En realidad, no se debería llamar empresas a estas unidades productivas, porque la mayoría está constituida como persona natural y no como persona jurídica, y únicamente dan empleo al emprendedor y uno o dos allegados, evadiendo así pagos tributarios, contratos con sus empleados, evitando pago de salarios básicos, cts., seguro, etc.

En la ciudad de Trujillo existe un amplio número de comercios en el sector minorista tanto formal como informal, en el centro comercial Zona Franca existen puntos de venta de productos tecnológicos, moda, decoración en una gran cantidad, entre otros, pero existen también una serie de problemática en dentro de este centro comercial aquí podríamos hablare en cuanto al desconocimiento de los clientes de estos puntos de venta, no existe un plan de marketing para aumentar sus ventas, el precio de venta generalmente es un poco más alto que en otros lugares, no brindan confianza y garantía en los productos que comercializan, desconocimiento de mecanismo en importaciones para conseguir productos con costos más baratos a los que obtienen comprando en Lima a grandes importadores, no cuentan con los últimos productos en tecnología.

La Zona Franca es un centro comercial en donde el primer piso se comercializa generalmente ropa de moda y accesorios, tan solo es necesario

observar el entorno un momento para darse cuenta de la gran demanda con la que cuenta, pero el margen de clientes para el segundo, tercer y cuarto piso es mucho más pequeño, debido a muchas falencias por parte de los comerciantes de dicho centro comercial los cuales no tienen claro formas de mejora ni estrategias para generar mejores utilidades, falta de importancia a las capacitaciones que brinda la empresa o la cámara de comercio , una pésima gestión de la junta directiva, escaleras eléctricas malogradas , asesor inactivo y por supuesto a la incorporación en el mercado de los grandes centros comerciales que predominan en ventas y preferencia de los consumidores.

## **1.2. Trabajos previos**

*(Maza, Rodríguez & Tovío, 2015). “capacidad de fomento del espíritu emprendedor en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena-Colombia”. Esta investigación, de tipo descriptiva y obtuvo como objetivo principal la identificación de la capacidad de fomento del espíritu emprendedor en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, institución situada en el departamento de Bolívar, y que se constituye como la primordial universidad del Caribe colombiano. Para efectuar este propósito, se aplicó una encuesta estructurada a una muestra definida de 182 universitarios adscritos a los programas de grado presenciales de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, a saber: Administración de Empresas, Administración Industrial, Contaduría y Economía*

La investigación concluyó lo sucesivo:

*Los resultados nos indican que como la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena tiene un área que apoya el emprendimiento, el 53% de los universitarios cree que hay poca publicidad, lo que dificulta la instauración de una cultura emprendedora.*

*Basándose en la encuesta aplicada a los universitarios de los diversos programas de la facultad, se manifestó que estos suponen que falta publicidad, apoyo y/o énfasis. Esta temática es trascendental para desarrollar las competencias para establecer empresas. Al igual, el director del Consultorio Empresarial considera que falta divulgación de los beneficios que ofrece este órgano y que unos de las razones a la falta de estrategias de información puede ser insuficiencia de recursos financieros y humanos.*

La Facultad de Ciencias Económicas no tiene políticas de emprendimiento, pero la entidad a través del Consultorio Empresarial, instituido para poder generar la proyección social de la Facultad de Ciencias económicas, a través de la interacción, Universidad - Comunidad, muestra opciones de solución a la problemática empresarial y social de la Región Caribe. Este órgano de también se preocupa por incluir un núcleo especial, para que los educandos se relacionen de forma positiva con el medio empresarial.

Lo programas que contienen la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena toman la cátedra de fundamentos de Administración, en primer semestre, es en donde se exponen conocimientos elementales sobre la terminología que se relaciona con el emprendimiento. El programa Administración de Empresa tiene mayor fuerza en esta temática, es necesario remarcar que el programa de Administración Industrial cuenta solamente con una asignatura de carácter inevitable relacionada con el emprendimiento y posee una asignatura electiva denominada Plan de Negocios.

Según Torres (2013). “capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de lima”. Se realizó para revista IIPSI facultal Psicología UNMSM. La cual utilizó una investigación descriptiva con un diseño correlacional, la población la constituye las facultas de administración de la Universidad Privada de Lima y muestra fue 155 alumnos

La investigación se ultimó lo siguiente:

Los estudios estadísticos ejecutados expresan que la personalidad eficaz se halla relacionada significativamente con las capacidades emprendedoras ( $r = 0,68$ ).

Las conclusiones de los estudios estadísticos efectuados demuestran que los diferentes componentes de la personalidad eficaz se encuentran relacionados a las diversas capacidades emprendedoras en los estudiantes de la Facultad de Administración de una Universidad privada de Lima.

Los análisis estadísticos demuestran que no existen diferencias estadísticas significativas en caso alguno, por lo que se debe señalar que tanto los hombres como las mujeres presentan valores similares en cada una de las sub escalas de la personalidad eficaz.

Los resultados del análisis de varianza de las áreas de la Personalidad eficaz por ciclo de estudio indican que existen diferencias estadísticas significativas en los casos de Atribuciones Académicas, Expectativas de éxito, Afrontamiento de Problemas y en el Total de la Personalidad Eficaz.

Peralta (2011). “el programa la compañía y el logro de competencias emprendedoras en estudiantes de cuarto de secundaria de ventanilla”, la población es de 114 estudiantes entre 14 y 15 años, la cual utilizo el tipo de investigación y de diseño cuasi experimental, para efectos de contraste se utilizó el estadístico de Mannwhitney con un nivel de significación de 0.05

La investigación se concluyó lo siguiente:

Para instituir el promedio de las competencias emprendedoras no exponen desigualdades significativas en los alumnos de cuarto de secundaria entre el grupo experimental y el grupo control antes de la aplicación del programa.

Se tiene base estadística basta para instituir que el promedio de las competencias emprendedoras no representan diferencias relevantes en los educandos de cuarto grado de educación secundaria del grupo control anteriormente de la ejecución del programa “La Compañía”.

Podemos manifestar que tenemos diferencias relevantes en el aumento de las competencias emprendedoras en los colegiales de cuarto grado de educación secundaria que participaron del programa “la Compañía” en el grupo experimental respecto al grupo control.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Conceptualización de Emprendedor.**

Según The Free Dictionay (2003) nos dice: “Se aplica a la persona que tiene decisión e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o entrañan algún riesgo”. (¶ 2).

Castillo (1999) afirma: “El vocablo entrepreneur fue encajado a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon”.(p.10).

Otro trascendental autor relevante en el argumento quién difundió el vocablo entrepreneur en su obra Intrapreneuring. “los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan. Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultado” (Gifford, 1985, ¶16).

Drucker (citado por Formichella, 2004) afirma que: el entrepreneur como aquel empresario que es innovador, y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Drucker (citado por Formichella, 2004) nos dice que : El emprendedor (entrepreneur) es un “erum novarum cupides” que siempre está buscando el cambio, lo que el entrepreneur explora siempre como si se tratase de una oportunidad. Crea valores nuevos y diferentes, y satisfacciones nuevas y diferentes, convirtiendo un material en un recurso, o combinando recursos existentes en una nueva y más productiva configuración, aunque para eso deba violar las reglas elementales y bien conocidas.

Nueno, (1994) afirma: “Hoy se aplica el término emprendedor a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos para explotar esas oportunidades”. (p.35).

### **1.3.2. Las capacidades.**

WordReference (2003) nos dice que es: Aptitud o potencialidad innata poseída por un individuo para mejorar una función, habilidad, comprensión o cualquier otro ejercicio, en el campo de la enseñanza, el término indica la aptitud potencial del individuo para adquirir conocimientos o habilidades o para aprender a hacer ciertas cosas. (¶ 2).

Definición ABC (2007). Se nombra capacidad al conjunto de recursos y aptitudes que tiene un individuo para desempeñar una determinada tarea. En este sentido, esta noción se vincula con la de educación, siendo esta última un proceso de incorporación de nuevas herramientas para desenvolverse en el mundo. El término capacidad también puede hacer referencia a posibilidades positivas de cualquier elemento. (¶ 1).

### **1.3.3. Capacidades emprendedoras.**

Para definir capacidad emprendedora nos basamos en una autor que es la Directora del Área Académica Administración y Negocios de INACAP según Majmud (2012) que nos indica:

La capacidad emprendedora se define como la capacidad de actuar con iniciativa y perseverancia de modo de poder modificar la realidad siendo un agente de cambio, junto a los que lo rodean, aportando soluciones innovadoras a organizaciones productivas y sociales desde su profesión. Esto no necesariamente se refiere a la generación de un nuevo negocio sino que a la capacidad de aportar desde su quehacer profesional, o desde la propia familia o desde un trabajo en otra organización o a través de un propio emprendimiento. (¶ 8)

Para algunos importantes autores “la concepción de capacidad emprendedora hace referencia a la posibilidad que el sujeto emprendedor tiene para gestionar una serie de recursos (tanto propios como ajenos) y enfrentarse a determinadas situaciones con resultados favorables” (Orti, García y Villarejo 2004, p.13).

Esto puede manifestarse en determinados comportamientos. “A través de la integración de una “función” (hecho pasado) con una “actitud” (predisposición hacia el futuro), se pueden orientar estos

comportamientos hacia manifestaciones que pueden tener una repercusión importante en el entorno del individuo. Ello lo consideramos como “comportamientos emprendedores” (Orti, García y Villarejo 2004, p.13).

Gilder (1984) afirma: “Describe a los empresarios como personas que son capaces de aprender, que persiguen sus objetivos a pesar de fracasos y frustraciones y, finalmente, obtienen el éxito a través de romper viejos patrones y crear su propio nuevo orden”. (pp. 15-27).

Según la Fundación Romero (2015) menciona que:

La capacidad emprendedora es considerada como un elemento importante para el desarrollo y para las interacciones entre las personas. Las personas deben estar más preparadas para aprovechar oportunidades que generen nuevos procesos productivos que les permitan crear su propio empleo, riqueza y mejorar su calidad de vida proyectándose a futuro.(pp.15-27)

#### **1.3.3.1. Autoconfianza.**

Es confiar en uno mismo y tener una buena autoestima. Es la base de las otras capacidades emprendedoras.

La autoconfianza es el convencimiento que tiene una persona de realizar con éxito lo que se proponga, y provee de una actitud positiva hacia la vida. Es como una poderosa fuerza que da seguridad.

La autoestima es definida como la noción y el sentimiento de valor basado en el autoconocimiento y en la retroalimentación que recibimos de nuestras experiencias y de las relaciones que establecemos con los otros. Se tiene una buena autoestima cuando se reconocen y valoran las cualidades y fortalezas con las que uno cuenta, aceptando también aquellos aspectos por mejorar. (Fundación Romero, 2015, pp.15-27)

### **1.3.3.2. Creatividad.**

Es el paso que transforma la realidad en algo nuevo. Este paso de evolución constructiva empieza en la forma como se observa la realidad, y finalmente termina en la manera que se modifica, obteniendo algo fuera de lo común e innovador.

Así mismo una situación relevante es en la creatividad es fundamental un pensamiento manejable que se sitúa hacia la multiplicidad de opiniones, quiere decir mostrarse de acuerdo que no hay una sola contestación viable. Por lo tanto se dice que la creatividad es una capacidad múltiple, y que demanda de los siguientes componentes: Cognitivos y emocionales. (Fundación Romero, 2015, pp.15-27)

### **1.3.3.3. Iniciativa.**

Es la independencia para proceder sin necesidad que te obliguen o estén detrás.

De la misma manera depende de la autonomía e independencia. Es quien da el primer paso para solucionar situaciones problemáticas u obtener lucros, para atreverse en una tarea productiva. Así mismo es aquel que tiene la cualidad y habilidad propia para participar, sembrar, ampliar ideas e iniciar actividades.

El sujeto emprendedor tomará riesgos, pero serán deducidos ya que el profesionalismo y emprendimiento de una compañía no se lleva de una manera improvisado. (Fundación Romero, 2015, pp.15-27)

#### **1.3.3.4. Perseverancia.**

Se llama a la persona perseverante al que se esfuerza repetitivamente para obtener un logro a pesar de las limitaciones que se le presente.

La perseverancia así mismo es la voluntad continua para obtener metas que uno mismo se ha planteado, como también conservarlos con el tiempo. De la misma forma requiere de voluntad y motivación para no renunciar la labor cuando se le presentan problemas. (Fundación Romero, 2015, pp.15-27)

#### **1.3.3.5. Trabajo en equipo.**

Sujeto emprendedor no va a trabajar solo, tiene el conocimiento que sabe que todo trabajo se realiza en conjunto, por lo tanto, necesitará de otros sujetos que ejecutarán distintos trabajos dentro del equipo, es decir el emprendedor inquirirá crear un grupo que tenga un propósito común.

Podemos decir que el contenido de trabajo en equipo está entrelazado con la particularidad de las relaciones que tenemos con los demás. Si queremos positivas conclusiones se requiere de destrezas sociales y de buena comunicación.

Quiere decir no requiere solo de estar juntos porque el grupo vale más que eso. Por ello, una situación imprescindible es el establecimiento de objetivos y proyectos cooperados que deben ser tomados por todo el equipo. No quiere decir que todos aporten de la misma manera, cada uno tiene su particularidad aportando cada uno de diferente manera pero a la vez asumiendo responsabilidad como equipo. (Fundación Romero, 2015, pp.15-27)

#### **1.3.4. Comercio minorista.**

“El distribuidor minorista, minorista, venta en menudeo o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado”.

(Henrik, 1994, ¶ 1).

“El comercio minorista compra productos en medianas cantidades a fabricantes o importadores, bien directamente o a través de un mayorista. Sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado tienda”  
(Henrik, 1994, ¶ 3).

#### **1.4. Formulación del problema**

¿Cuál es la capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el Centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016?

#### **1.5. Justificación del estudio**

Teniendo presente los juicios de (Hernández, Fernández & Baptista 2010, pp. 40-41). Consideramos:

**Conveniencia:** la investigación sirve para medir el nivel de capacidad emprendedora de los comerciantes minoristas del centro comercial Zona Franca.

**Relevancia Social:** este trabajo de investigación servirá como base para ser aplicado en posteriores empresas y así beneficie a los pequeños emprendedores para que se logre medir su capacidad emprendedora.

**Implicaciones Prácticas:** el interés principal es empezar a desarrollar al comerciante el ánimo emprendedor apoyando en sus capacidades emprendedoras más débiles y fortalecer sus capacidades más fuertes, así también brindar algunas herramientas teóricas y prácticas para beneficio del emprendedor minorista del centro comercial Zona Franca.

**Valor teórico: teniendo** en cuenta el desarrollo de la investigación y las conclusiones se podrá extender los conocimientos sobre el estudio de la capacidad emprendedora en futuras investigaciones que guarden relación con mi variable. Así también brindar con apoyo un modelo de capacitación denominado “PEOPLE BUSSISNES” para el sector comercio minorista.

**Utilidad metodológica:** en la investigación se tomó una encuesta ya pre establecido anteriormente, no se brinda un aporte nuevo para recolectar datos.

## 1.6. Hipótesis

El nivel de capacidad emprendedora del sector comercio minorista del Centro comercial Zona Franca es bajo en la ciudad de Trujillo 2016.

## **1.7. Objetivos**

### **Objetivo General.**

Determinar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista tecnológico en el Centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016.

### **Objetivos Específicos:**

Identificar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca a través de una encuesta.

Evaluar las capacidades de creatividad, iniciativa, trabajo en equipo, perseverancia y autoconfianza de los comerciantes minoristas del centro comercial Zona Franca.

Identificar los indicadores más relevantes que intervienen en la capacidad emprendedora de sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca.

Diseñar el modelo de capacitación "People Business" para el sector comercio minorista de la ciudad de Trujillo en el año 2016.

# MÉTODO

## **II. Método**

### **2.1. Tipo de investigación**

La investigación es de tipo descriptiva ya que los hechos fueron relatados de acuerdo a lo observado e investigado, no se manipuló ningún hecho y se trató de señalar hasta los detalles de la encuesta o entrevista realizada según sea el caso.

### **2.2. Diseño de investigación**

La investigación es no experimental puesto que los datos a recolectar fueron realizados mediante una encuesta y además los estudios analizados provienen de una observación de hechos sin ser manipulados para objeto de estudio.

Transversal porque se ha medido en un determinado momento

### **2.3. Variables , Operacionalización**

#### **2.3.1. Variables**

Variable única : capacidad emprendedora

### 2.3.2. Operacionalización

Tabla 2.1

*Operacionalización de Variables – Capacidad Emprendedora*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Capacidad emprendedora	La capacidad emprendedora hace referencia a la posibilidad que el sujeto emprendedor tiene para gestionar una serie de recursos (tanto propios como ajenos) y enfrentarse a determinadas situaciones con resultados favorables.  (Orti, García y Villarejo, 2004, p.13)	Se aplicó una encuesta que permitió medir si el nivel de capacidad emprendedora del sector comercio minorista es alto, ,medio o bajo, en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016	<i>Capacidad de iniciativa</i>	<i>Flexibilidad</i> <i>autonomía</i>	Ordinal
			<i>Capacidad de perseverancia</i>	<i>voluntad</i> <i>disciplina</i>	
			<i>Capacidad autoconfianza</i>	<i>autoestima</i> <i>optimismo</i>	
			<i>Capacidad de creatividad</i>	<i>innovación</i> <i>imaginación</i>	
			<i>Capacidad trabajo en equipo</i>	<i>comunicación</i> <i>cooperación</i>	

*Nota: se considera la teoría de Orti, García y Villarejo (2004) capacidad emprendedora y (Fundación Romero, proyecto “Jóvenes empresarios”, 2015, pp. 15-27)*

## 2.4. Población y muestra

### 2.4.1. Población:

Para medir la capacidad emprendedora se tomó la población conformada por el sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016, la cual está conformada por 450 emprendedores.

### 2.4.2. Muestra:

Para la Variable capacidad emprendedora se ha definido la población en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

$$n = 269$$

Dónde:

N = Total de la Población

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza = 2.575 (T-student = 99%)

p = Proporción de Éxito, se considera el valor p = 0.5 q = Proporción de Fracaso, q = 1- p

e = Margen de error (5%)

Z = valor de la tabla asociado al nivel de confianza.

**2.4.3. Unidad de análisis.**

Comerciante.

**2.4.4. Criterios de Inclusión.**

Comerciantes minoristas de productos en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016.

**2.4.5. Criterios de exclusión:**

Comerciantes no minoristas, personas sin negocio, personas sin actitud emprendedor.

## 2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Tabla 2.2.

### *Técnica e Instrumento*

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario

*Nota: el presente cuestionario fue utilizado del proyecto equal himilce (2005).*

### 2.5.1. Validez.

La encuesta fue validada por Mg. Aguilar Aragón, Nancy Deifilia.

### 2.5.2. Confiabilidad.

Se aplicó Alfa de Cronbach donde un 0.8 representa el resultado obtenido, encontrándose dentro del rango aceptado.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_{\text{suma}}^2} \right)$$

DONDE:

K = N° de ítems                      40

$\sum V_i$  = Sumatoria de Varianza de cada uno de los ítems

Vt = La varianza de la suma total

$$\alpha = 0.87442161 = 87.4 \%$$

## **2.6. Método de análisis.**

Para el procesamiento de los datos se ha utilizado especialmente el programa Excel. Se ha empleado la estadística descriptiva ya que permite utilizar métodos numéricos y gráficos, con la finalidad de interpretar la capacidad emprendedora además resumir y presentar la información contenida en un conjunto de datos.

## **2.7. Aspectos Éticos.**

Este trabajo de investigación se realizó con transparencia, teniendo en cuenta los principios, normas y valores morales al igual que el uso de medios permitidos, para la ejecución de la misma.

# **RESULTADOS**

## RESULTADOS

### 3.1. Identificar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca a través de una encuesta.

*Tabla 3.1.1*

Nivel de capacidad emprendedora de los comerciantes minoristas del centro comercial Zona Franca en la ciudad de Trujillo

Nivel	Rango	Fi	Hi %
Excelente	190 – 200	0	0%
Alta	140 – 189	131	49%
Media	91- 139	138	51%
Baja	80 – 90	0	0%
Total		269	100%

*Nota: podemos observar que el 51% del total de los encuestados es decir más de la mitad tienen un nivel regular de capacidad emprendedora y el 49% de los encuestados tienen un nivel de capacidad emprendedora bueno. Ningún emprendedor encuestado obtuvo nivel excelente ni bajo ambos representan 0% del total.*

**3.2. Evaluar las capacidades e iniciativa, trabajo en equipo, creatividad, perseverancia y autoconfianza de los comerciantes minoristas del centro comercial Zona Franca.**

Tabla 3.2.1

Cantidad de ítems por indicadores para la valoración de dimensiones

Dimensión	Indicador	Nºde ítems	Cantidad total ítems por dimensión
Iniciativa	autonomía	2	5
	flexibilidad	3	
Trabajo en equipo	comunicación	4	7
	cooperación	3	
Creatividad	innovación	2	4
	imaginación	2	
Perseverancia	voluntad	6	12
	disciplina	6	
Autoconfianza	autoestima	4	12
	optimismo	8	
TOTAL		40	40

Tabla 3.2.2

*Valoración de datos para las dimensiones*

Nivel	Dimensión iniciativa	Dimensión trabajo en equipo	Dimensión creatividad	Dimensión perseverancia	Dimensión autoconfianza	Valoración total
Excelente	24 - 25	33 - 35	19 - 20	57 - 60	57 - 60	190 - 200
Alta	18 - 23	25 - 32	15 - 18	44 - 56	43 - 56	145 - 185
Media	12 - 17	17 - 24	10 - 16	28 - 45	28 - 42	95 - 140
Bajo	10 - 11	14 - 16	8 - 9	24 - 29	24 - 27	80 - 90

*Nota: la tabla de valoración fue utilizada para poder brindarle el rango menor y mayor de puntuación por dimensión, se utilizó la tabla 3.2.1 para obtener el porcentaje exacto que representa la encuesta por cada dimensión.*

Tabla 3.2.3

Evaluación de la capacidad de iniciativa

Nivel	Rango	Fi	Hi%
Excelente	24 - 25	2	1%
Alta	18- 23	140	52%
Media	12 - 17	126	47%
Bajo	10 - 11	1	0 %
Total		269	100%

*Nota: en el cuadro presente podemos observamos que el 47% del total de los encuestados poseen un nivel regular en la capacidad de iniciativa y el 52% de los encuestados tienen un nivel bueno en la capacidad de iniciativa. Los puntajes en el nivel excelente y bajo del 1% y 0.4% respectivamente.*

Tabla 3.2.4.

Evaluación de la capacidad de trabajo en equipo

Nivel	Rango	Fi	Hi%
Excelente	33 - 35	0	0%
Alta	25 -32	50	19%
Media	17 - 24	218	81%
Bajo	14 - 16	1	0%
TOTAL		269	100%

*Nota: en el cuadro presente podemos observamos que existe un gran mayor porcentaje exactamente 81% del total de los encuestados poseen un nivel regular en la capacidad de trabajo en equipo y el 19% de los encuestados tienen un nivel bueno en la capacidad de trabajo en equipo. Obtuvieron resultados casi nulos en el nivel excelente y bajo.*

Tabla 3.2.5

Evaluación de la capacidad de creatividad

Nivel	Rango	Fi	Hi%
Excelente	19 -20	4	1%
Alta	15 - 18	110	41%
Media	10 - 14	153	57%
Bajo	8 - 9	2	1%
Total		269	100%

*A*

*Nota: en el cuadro presente podemos observamos que un 57% del total de los encuestados poseen un nivel regular en la capacidad de creatividad y el 47% de los encuestados tienen un nivel bueno en la capacidad de creatividad. Obtuvieron resultados del 1% en el nivel excelente y bajo.*

Tabla 3.2.6

Evaluación de la capacidad de perseverancia.

Nivel	Rango	Fi	Hi%
Excelente	57 - 60	1	0%
Alta	44 - 56	97	36%
Media	28 - 43	171	64%
Bajo	24 - 27	0	0%
Total		269	100%

*Nota: observamos que existe un mayor porcentaje en el nivel regular de la capacidad emprendedora de perseverancia que representa un 64% del total de los encuestados y un 36% de los encuestados tienen un nivel bueno de capacidad de perseverancia.*

Tabla 3.2.7

*Evaluación de la capacidad de autoconfianza*

Nivel	Rango	Fi	Hi%
Excelente	57 - 60	0	0%
Alta	44 - 56	95	35%
Media	28 - 43	174	65%
Bajo	24 - 27	0	0%
Total		269	100%

*Nota: en el cuadro presente podemos observamos que el 65% del total de los poseen un nivel regular en la capacidad autoconfianza y el 35% de los encuestados tienen un nivel bueno en dicha capacidad. El nivel excelente y bajo se calculan en 0% respecto a la encuesta para dicha capacidad.*

**3.3. Identificar los indicadores más relevantes que intervienen en la capacidad emprendedora de sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca.**

Tabla 3.3.1

Comparación de todos los indicadores que intervienen en la capacidad emprendedora de la Zona Franca

Niveles	Flexibilidad	Autonomía	Comunicación	Cooperación	Imaginación	Espontaneidad	Voluntad	Disciplina	Autoestima	Optimista
<i>Excelente</i>	5%	0%	0%	1%	5%	5%	0%	0%	3%	0%
<i>Alta</i>	34%	48%	32%	22%	31%	29%	45%	41%	59%	58%
<i>Media</i>	48%	51%	66%	75%	61%	64%	55%	58%	38%	41%
<i>Bajo</i>	13%	0%	1%	1%	3%	2%	0%	0%	0%	0%

*Nota: Esta tabla fue diseñada basándose en el porcentaje individual de cada indicador para poder compararlos y hallar los más relevantes en el comercio minorista de la Zona Franca.*

### 3.3.1. Dimensión Capacidad de trabajo en equipo

Tabla 3.3.1

Análisis de la de los indicadores comunicación y cooperación

Nivel	Comunicación		Cooperación	
	Fi	Hi %	Fi	Hi %
Excelente	0	0%	0	0%
Alta	50	19%	87	32%
Media	218	81%	178	66%
Bajo	1	0%	4	1%
totales	269	100%	269	100%

*Nota: en el cuadro presente podemos observamos que ambos indicadores tienen un porcentaje mayor del promedio de los demás en las capacidades regular tanto de comunicación y cooperación con un 81% y 66% respectivamente y n 19% y 32 % son de nivel alto respectivamente, lo cual nos demuestra que la capacidad de trabajo en equipo es la capacidad con mayor promedio del nivel regular.*

### 3.3.2. Dimensión Capacidad perseverancia

Tabla 3.3.2.

Análisis de la de los indicadores imaginación y espontaneidad

Nivel	Imaginación		Espontaneidad	
	Fi	Hi %	Fi	Hi %
Excelente	13	5%	10	4%
Alta	85	32%	94	35%
Media	163	61%	159	59%
Bajo	8	3%	6	2%
Totales	269	100%	269	100%

*Nota: podemos observamos que el que ambos indicadores tienen un mayor porcentaje en las capacidades regulares tanto de imaginación y espontaneidad con un 61% y 59% capacidad de creatividad tiene los indicadores en segundo mayor porcentaje en el nivel regular. y 32% y 35 % son de nivel bueno.*

### 3.3.3. Dimensión Capacidad de autoconfianza

Tabla 3.3.3.

Análisis de la de los indicadores autoestima y optimista de los comerciantes minoristas del centro comercial Zona Franca.

Nivel	Autoestima		Optimista	
	Fi	Hi %	Fi	Hi %
Excelente	8	3%	1	0%
Alta	159	59%	157	58%
Media	102	38%	110	41%
Bajo	0	0%	1	0%
Totales	269	100%	269	100%

*Nota: en el cuadro presente podemos observamos que el 59% y 58% del total de los encuestados poseen un nivel bueno en su indicador de autoestima y optimismo respectivamente y el 38% y 41% de los encuestados tienen un nivel regular, los demás niveles tiene 0%. Lo cual demuestra que los emprendedores de la Zona Franca tienen un buen nivel de capacidad de autoconfianza.*

### 3.4. Contrastación de hipótesis.

Se identificó en la tabla 3.1.1 que el objetivo general la capacidad emprendedora del sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca tiene una capacidad para emprender de nivel regular, de esta manera, se rechaza la hipótesis general propuesta, la cual distingue que a capacidad emprendedora del sector comercio minorista del Centro comercial Zona franca es bajo en la ciudad de Trujillo 2016, ya que los resultados obtenidos evidencian, que la capacidad emprendedora en un nivel bajo se presenta en un 0% de la muestra, ubicándose en el 51% en una categoría Media y en el 49% para Alta, distinguiendo en tal sentido el desarrollo de la capacidad emprendedora de forma paulatina.

# **DISCUSSION**

## DISCUSION

A continuación se presentan y analizan los resultados obtenidos en la investigación titulada, Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016:

Considerando como línea de investigación la Gestión del Talento Humano, se logró el objetivo general, al Determinar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista tecnológico en el Centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016, en una población de 450 sujetos emprendedores de dicho sector, de los cuales se obtuvo una muestra aleatoria de 269 personas, utilizando la técnica de la encuesta se administró el cuestionario de Capacidad Emprendedora, variable que hace referencia a “la posibilidad que el sujeto emprendedor tiene para gestionar una serie de recursos (tanto propios como ajenos) y enfrentarse a determinadas situaciones con resultados favorables” (Orti, García & Villarejo, 2004, p.13), la cual para su comprensión y evaluación consta de 5 dimensiones, la Capacidad de iniciativa compuesta por los indicadores de Flexibilidad y Autonomía, asimismo la Capacidad de perseverancia constituida por la Voluntad y Disciplina, además la Capacidad autoconfianza que consta por la Autoestima y el Optimismo, también la Capacidad de creatividad conformada por la Innovación e Imaginación, y la Capacidad trabajo en equipo formada por la Comunicación y Cooperación.

Lo cual, se refleja en la consecución de los objetivos específicos, para el primero, se identificó la capacidad emprendedora del sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca a través de una encuesta, arrojando como resultados que el 51% de la muestra de 269 personas tiene una capacidad para emprender Media, es decir de forma moderadamente habitual toman decisiones con iniciativa propia para conllevar actividades que tienen cierto grado de dificultad o riesgo que le traerán resultados positivos (The Free Dictionay, 2003), mientras que para el restante 49% denota un nivel Alta para el mismo constructo, la cual también se considera

como la capacidad de poder movilizar los recursos pertinentes ante la evidencia de oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Estos resultados, se contrastan con los obtenidos en la investigación realizada por Peralta (2011), en cuanto a las competencias emprendedoras con una población de estudiantes, obtiene que para las competencias que se relacionan a con la capacidad emprendedora, en Iniciativa evidencia que el 95% de su población alcanza un nivel regular, con un 5% alto, también para búsqueda de oportunidades el 90% se ubica en un nivel regular y el 10% alto, resultados que distingues un superior desarrollo de la capacidad emprendedora, lo mismo de evidencia en el estudio de Maza, et al. (2015) El cual arroja que el 98% de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de pregrado de la Universidad de Cartagena, tienen un conocimiento objetivo sobre el emprendimiento y por tal sentido lo aplican a su propia vida, al igual que Valladares y Torres (2013) en una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima obtuvo que “existe una relación significativa entre la personalidad eficaz y las capacidades emprendedoras” (p.56) denotando de igual manera resultados positivos y significativos.

Lo antes mencionado, según Alarcón (2013) se debe posiblemente a las particularidades de las poblaciones de estudio, ya que se caracterizan estos antecedentes por haberse desarrollado en muestras de características sociodemográficas distintas, en la zona geográfica, asimismo al ser estudiantes de secundaria y universitarios, su edad cronológica también es menor, por ende tendría mayores aspiraciones así como metas de vida, al estar en una etapa del ciclo humano de la adolescencia la cual se caracteriza por las altas aspiraciones e ímpetu por la obtención de logros vitales (Papalia, Wendkos, & Duskin, 2010).

En cuanto al segundo objetivo específico, se logró Evaluar las capacidades de creatividad, iniciativa, trabajo en equipo, perseverancia y autoconfianza de los comerciantes minoristas del centro comercial Zona Franca, para la capacidad creativa se obtuvo que el 57% se ubica en un nivel Media, lo cual distingue que de

forma moderada los sujetos evaluados presentan la capacidad múltiple para su desempeño cognitivo y emocional, al tener un pensamiento con apertura a la creación y mejoramiento de su entorno (Fundación Romero, 2015), asimismo el 41% obtuvo un rango Alta, el 1% en Excelente y del mismo porcentaje Bajo, para el mismo constructo; mientras que en iniciativa el 52% se ubica en un rango de Bueno, lo cual indica según la Fundación Romero (2015) que de forma pertinente las personas están tomando ciertos riesgos considerando los beneficios a largo plazo, que les conlleva aun profesionalismo y emprendimiento, entre tanto el 47% obtiene una categorización regular y el 1% en Excelente.

Continuando con el trabajo en equipo el 81% se ubica en un nivel Media, de tal manera son capaces de poder integrar de forma cohesionada para el logro de sus objetivos individuales y en común, mejorando el desempeño en conjunto (Fundación Romero, 2015), mientras que el 19% se ubica en un rango Bueno; además para la capacidad de perseverancia el 64% se ubica en Media, lo cual refiere la Fundación Romero (2015) que presentan de forma moderada voluntad y motivación para continuar con los objetivos planeados a pesar de las posibles dificultades que puedan encontrarse en el camino, manteniendo la búsqueda continua de sus objetivos, entre tanto el 36% alcanza una categoría de bueno; ultimando con la autoconfianza con un 65% en la categoría de regular, la cual refiere que presenta un autoconocimiento de las propias capacidad y habilidades para obtener resultados favorables, en tal sentido confía en sí mismo para este propósito, mientras que el 35% se ubica en un nivel de Bueno.

Prosiguiendo con el tercer objetivo específico se consiguió identificar los indicadores más relevantes que intervienen en la capacidad emprendedora de sector comercio minorista trujillano en el centro comercial Zona Franca, entre los indicadores más frecuente para la capacidad indicadora se puede destacar a, la Voluntad, la cual hace referencia a la disposición de forma motivada y con propósito para la realización de las metas planteadas (Fundación Romero, 2015) la cual está presente en una categoría de Bueno en un 45% de los sujetos; asimismo la autoestima al

presentarse en un 59%, evidenciando la autovaloración y apreciación de las propias capacidades para el desarrollo de las metas (Fundación Romero, 2015); además ser optimista, lo cual según la Fundación Romero (2015) significa que el sujeto se mantiene en un estado mental positivo a pesar que tenga pérdidas, sabiendo que podrá salir delante de dicha situación, concepto que se presenta en un rango Bueno en el 58% de las personas encuestadas; resaltando también la autonomía conformando el 48% de la muestra total en el rango de Bueno, evidenciando la capacidad de contar con las destrezas necesarias para la realización de las actividades orientadas hacia un objetivo (Fundación Romero, 2015).

De esta manera, se rechaza la hipótesis general propuesta, la cual distingue que a capacidad emprendedora del sector comercio minorista del Centro comercial Zona franca es bajo en la ciudad de Trujillo 2016, ya que los resultados obtenidos evidencian, que la capacidad emprendedora en un nivel bajo se presenta en un 0% de la muestra, ubicándose en el 51% en una categoría Regular, y en el 49% para Alta, distinguiendo en tal sentido el desarrollo de la capacidad emprendedora de forma paulatina.

Finalmente, se resalta que la presente investigación de tipo descriptivo y diseño no experimental Transversal, alcanzo los objetivos propuestos, contribuyendo a la medición de la Capacidad Emprendedora, favoreciendo como base científica para posteriores investigaciones u organizaciones interesadas en conllevar actividades en la línea de Gestión del Talento Humano, asimismo permite organizar las actividades pertinentes para impulsar el ánimo emprendedor de los comerciantes a partir de la identificación de los indicadores que evidencien una categoría baja, teniendo como propuesta el modelo de capacitación “People Business” como opción tentativa, constituyendo una investigación viable y de contribución para la Administración como Ciencia Empresarial.

# CONCLUSIÓN

## CONCLUSIÓN

1. La capacidad del comercio minorista en el centro comercial Zona Franca principalmente de nivel Media, tan solo varia en uno por ciento con el nivel bueno de los emprendedores (ambos niveles representan el total) , lo cual demuestra que los problemas existentes en dicho centro comercial no son por contar con baja capacidad emprendedora sino definitivamente por otros factores.
2. La mejor dimensión es la de iniciativa la cual demuestra que los emprendedores de zona franca realizan sus actividades por si solos de una manera eficiente, pero se observa en las demás dimensiones que tienden a ser bajas y de manera más enfocada en la dimensión trabajo en equipo y perseverancia.
3. El indicador con mayor porcentaje en el nivel bueno son autoestima y optimista que están dentro de la dimensión iniciativa, los cuales representan un 59 y 58 por ciento del total analizado por dimensión, los demás indicadores están por debajo del 50 por ciento , siendo los más bajos imaginación, espontaneidad, comunicación y cooperación.

# **RECOMENDACIÓN**

## RECOMENDACIONES

Los resultados alcanzados en este trabajo deben ser socializados por las autoridades del centro comercial Zona Franca y dueños o trabajadores de dicho lugar.

Se recomienda hacer otras investigaciones que ayuden a encontrar objetivamente cuales son las principales problemas que tiene dicho centro comercial ya sea por factores de carácter interno o externo.

La junta directiva del centro comercial Zona Franca debería de implementar estrategia para motivar a los emprendedores para que pueden asistir a programas de capacitación que brindan muchas empresas e inclusive la Cámara de Comercio.

Asistir al programa de capacitación People Bussisnes el cual no tendrá ningún costo y será expuesto por el investigador y autor de la tesis, realizado principalmente para los emprendedores del centro comercial Zona Franca y personas afines, en el cual se desarrollará la propuesta planteada posteriormente.

# **PROPUESTA**

## **PROPUESTA**

### **Programa de Capacitación “People Bussisnes”**

**Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016**

#### **I. Denominación y Justificación:**

##### **1. DATOS DE REFERENCIA:**

- AUTOR: Pereyra Reyna, Marvin Joseth
- ASESORA. Dra. Calvanapón Alva Flor Alicia
- LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Gestión de talento humano

##### **2. FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA:**

En el presente Programa “People Business” pretende desarrollar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo.

Este proyecto incluye las cinco principales capacidades emprendedoras (Autoconfianza, creatividad, iniciativa, perseverancia y trabajo en equipo), en la cual se desarrollara a través de talleres.

El programa será costado por el investigador empleando los materiales tecnológicos y necesarios, así mismo cuenta con información extraídas de bibliotecas de la ciudad y bibliotecas virtuales que fundamenta el programa.

### **3. PRINCIPIOS:**

Según Rocha (2014):

#### **Principio No. 1: Conocimiento de uno MISMO.**

Este principio es Fundamental ya que te permite saber quién eres, a donde vas e identificar que conocimientos y habilidades tienes.

Esto te ayudará a decidir el negocio apropiado para tu emprendimiento, tomando en cuenta tus capacidades e intereses.

Tomate todo el tiempo del mundo para decidir qué es lo que realmente quieres.

Este es el primer GRAN PASO en la vida del emprendedor. (Rocha, 2014, ¶4-20)

#### **Principio No. 2: Sentir Pasión por tu negocio**

La Pasión es el motor de nuestro desarrollo como emprendedor. Sin interés, ni pasión no puede haber objetivos cumplidos.

Como todo en la vida, debes ser un apasionado del negocio al que te estas dedicando. Esto hará que la llama de tu interés en tu emprendimiento siga viva.

(Rocha, 2014, ¶4-20)

#### **Principio No. 3: Cultura de Trabajo Incansable**

Si no trabajas no hay ingresos ¡Así de sencillo!

Debes tomar acción masiva para convertir tus sueños en realidad, y comprometerte al máximo.

Si haces algo con pasión, sentirás que lo realizado no representa ningún trabajo.

(Rocha, 2014, ¶4-20)

#### **Principio No. 4: Esfuerzo.**

Tienes que dar un extra en todo lo que hagas. Si eso implica sacrificar tiempo libre con tus amistades, dejar de ver partidos de futbol ó erradicar actividades improductivas ¡Déjame decirte que lo tendrás que hacer! Nada en la vida es fácil.

Decide pagar el precio del éxito, y con el tiempo veras la recompensa de tu esfuerzo. (Rocha, 2014, ¶4-20)

**Principio No. 5: Saber Identificar necesidades, deseos y problemas no Atendidos de las personas.**

Gran número de oportunidades de negocio surgen de las necesidades o inquietudes de las personas.

Debes tener claro que las grandes oportunidades de negocio siempre están presentes de alguna u otra forma, por lo que un emprendedor debe saber identificarlas y sacar el mejor provecho de las mismas. (Rocha, 2014, ¶4-20)

**Principio No. 6: Nunca dejar de aprender.**

Por nada del mundo dejes de adquirir nuevos conocimientos. Lee todos los libros que puedas, asiste a todos los seminarios de tu especialidad.

Te recomiendo desarrolles el mayor número de habilidades como: Liderazgo, Hablar en Público, Negociación, entre otras.

Recuerda que hasta de la gente que menos piensas, puedes aprender muchísimo. (Rocha, 2014, ¶4-20)

**Principio No. 7: Trabajo En Equipo.**

Este principio me costó trabajo asimilarlo y aplicarlo en mis emprendimientos, pero te puedo decir que es uno de los pilares más importantes.

*¡Si quieres triunfar, debes saber trabajar en equipo!*

Los Emprendedores Exitosos saben de la importancia de crear asociaciones ó equipos de trabajo; esto con el propósito de adquirir nuevas ideas para el desarrollo de algún producto ó servicio.

Aun cuando se tiene la idea falsa de que los emprendedores son personas aisladas e independientes, estos son abiertos a la constante información proporcionada por socios, amigos y clientes. (Rocha, 2014, ¶4-20)

### **Principio No. 8: Capacidad de Adaptación.**

En este mundo globalizado en el que vivimos, es importante estar al pendiente de los cambios reflejados en el nicho de mercado donde nos estamos desempeñando.

Todo avanza rápidamente. Lo que está de moda hoy, mañana tal vez no lo estará.

¡No te quedes abajo del tren!.

(Rocha, 2014, ¶4-20)

### **Principio No. 9: Dar para recibir (Ley de la Reciprocidad).**

Este principio lo debes tener muy presente. Si quieres vender tu producto ó servicio, sin previamente dar algo gratuito y de valor a tu prospecto, te puedo decir que estas fuera de la jugada.

Por Ejemplo:

Imagina que eres un Fisicoculturista experimentado y deseas vender por internet un video curso online relacionado con dicha temática. Una persona no te comprará en su primera visita a tu sitio web, ya que desconoce tu trayectoria, tu experiencia, tus logros etc.

Pero qué tal si a esa persona la invitas a una video conferencia en línea, en la cual proporcionarás información confidencial y gratuita sobre las “8 Rutinas Efectivas Para Aumentar Su Masa Muscular en 3 Días”.

Te pregunto..

¿Crees que ese prospecto te comprará en un futuro, si logra resultados con la información gratuita y de valor que le proporcionaste?

¡¡CLARO QUE SI!!

Espero hayas asimilado bien este principio, te ahorraras muchos dolores de cabeza. (Rocha, 2014, ¶4-20)

### **Principio No. 10: Paciencia.**

Si hay una palabra que el emprendedor debe tener siempre en mente es esta. Ten en cuenta que la PACIENCIA te ayudará a sobrellevar los tiempos malos de tu negocio.

Si careces de ella, mejor renuncia a realizar algún emprendimiento.

La falta de PACIENCIA en emprendedores novatos es la principal causa de abandono a sus anhelos de libertad financiera. Esto sucede en personas que no están mentalizadas a tener EXITO a mediano ó largo plazo. Recuerda “ROMA no se hizo en un día”

Como conclusión, te reitero que los Emprendedores Exitosos dan crédito a sus PRINCIPIOS DE ORO como parte fundamental de sus grandes triunfos, mismos que los han llevado a lo más alto del escalafón de los negocios.

El carecer de PRINCIPIOS es como construir los cimientos de un gran edificio, sin los materiales adecuados.

En tu desarrollo como Emprendedor es importante que te apegues a PRINCIPIOS, y que estos sean tu directriz. (Rocha, 2014, ¶4-20)

## **II. DISEÑO DE LA PROPUESTA:**

### **1. OBJETIVO GENERAL:**

Determinar la capacidad emprendedora del sector comercio minorista tecnológico en el Centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016.

## 2. CONTENIDOS Y ACTIVIDADES:

Nuestro programa lo desarrollaremos en 3 talleres:

Según (Fundación Romero, 2015, pp.15-27):

Contenido	Actividad
Tema 1: Que es un emprendedor, primera capacidad autoconfianza.	Aprendizaje esperado: Definir, junto con los participantes, qué significa ser emprendedor y qué tiene que hacer un emprendedor para llevar adelante un proyecto o empresa. Asimismo, comprender la primera capacidad emprendedora: la autoconfianza. (Fundación Romero, 2015, pp.15-27)
Tema 2: Creatividad, iniciativa, trabajo en equipo, perseverancia y sentido de responsabilidad	Según Fundación Romero, (2015): “Aprendizaje esperado: Conocer las principales características de las capacidades emprendedoras planteadas para ser un buen emprendedor”. (pp.15-27)
Tema 3: desarrollando un recurso para el emprendedor “importación de productos para el comercio minorista”	Según Fundación Romero, (2015): “Aprendizaje esperado: aprender los pasos, métodos, requisitos, y todos los detalles para poder importar todo tipo de productos de una manera sencilla y con bajos costos”. (pp.15-27)