



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Emprendimiento y capacitación empresarial en la Asociación de
comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes,
LIMA-2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

Huaraca Ore, Edith (ORCID: 0000-0002-4057-6149)

ASESORAS:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (ORCID: 0000-0003-2123-8416)

Mgt. Erazo Romani, Stephanie Carolina (ORCID: 0000-0001-7601-1900)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

LIMA — PERÚ

2018

Dedicatoria

A Dios por permitirme llegar hasta esta etapa tan importante en mi vida, a mis padres por su apoyo incondicional para lograr mis sueños.

A mis padrinos que siempre me apoyaron en este camino profesional y demás familia en general por estar siempre conmigo.

Agradecimiento

A mi asesora Dr. Fabiola Navarro quien me guio en este proceso y apoyo orientándome con sus conocimientos y por conducirme hacia una investigación rigurosa.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5. Procedimientos	26
3.6. Método de análisis de datos	26
3.7. Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	47
VI. CONCLUSIONES	50
VII. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS	53
ANEXOS	1

Índice de tablas

Tabla 1: Escala de Likert	21
Tabla 2: Validez Emprendimiento basada en el contenido a través de la V de Aiken	22
Tabla 3: Validez del instrumento capacitación empresarial.	24
Tabla 4: Alfa de Cronbach del Emprendimiento	25
Tabla 5: Alfa de Cronbach de Capacitación empresarial.	25
Tabla 6: Prueba de Normalidad	27
Tabla 7: Correlación entre las variables emprendimiento y capacitación empresarial.....	28
Tabla 8: Correlación entre las variables capacitación empresarial e innovación	29
Tabla 9: Correlación entre la dimensión Proactividad y la variable capacitación empresarial.....	30
Tabla 10: Correlación entre la dimensión toma de riesgo y la variable capacitación empresarial.....	31
Tabla 11: Correlación entre la dimensión ambiente de negocio y la variable capacitación empresarial.....	32
Tabla 12: Correlación entre la dimensión control percibido y la variable capacitación empresarial.....	33
Tabla 13: Tabla cruzada entre la variable emprendimiento y capacitación empresarial.....	34
Tabla 14: Tabla cruzada entre la dimensión innovación y capacitación empresarial.	35
Tabla 15: Tabla cruzada entre la dimensión proactividad y capacitación empresarial.....	36
Tabla 16:	37
Tabla 17: Tabla cruzada entre la dimensión ambiente de negocios y la capacitación empresarial.....	38
Tabla 18: Tabla cruzada entre la dimensión control percibido y capacitación empresarial.....	39
Tabla 19: El emprendimiento en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.	40

Tabla 20: En capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima -2018.	41
Tabla 21: La innovación en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.	42
Tabla 22: <i>La proactividad en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.</i>	43
Tabla 23: <i>La toma de riesgo en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.</i>	44
Tabla 24: <i>El ambiente de negocio en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.</i>	45
Tabla 25: <i>El control percibido en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.</i>	46

Índice de gráficos y figuras

Figura 1: <i>Muestra de escala de barras de Emprendimiento</i>	40
Figura 2: Muestra de escala de barras de Capacitación empresarial.....	41
Figura 3: Muestra de escala de barras de Innovación.....	42
Figura 4: Muestra de escala de barras de Proactividad	43
Figura 5: Muestra de escala de barras de Toma de riesgo	44
Figura 6: Muestra de escala de barras de Ambiente de Negocios.....	45
Figura 7: Muestra de escala de barras Control percibido	46

Resumen

La presente investigación es de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal y de enfoque cuantitativo, donde el objetivo fue determinar la relación entre el Emprendimiento y la Capacitación empresarial. Se utilizó las teorías de Covín y Slevin para la variable emprendimiento y a Calderón para la variable capacitación. La población contaba con 604 microempresarios del centro comercial 5continentes, a quienes se les realizó una encuesta con 22 ítems para la variable emprendimiento y 15 ítems para la variable capacitación empresarial, para la cual se utilizó la técnica de la encuesta, siendo la muestra 235 microempresarios, a quienes se aplicó el cuestionario con 37 ítems. Luego se procesó la información recopilada en el software SPSS, donde se utilizó la estadística descriptiva, esto permitió obtener las tablas de frecuencia, gráficos y tablas cruzadas según lo requerido en esta investigación. Además, se contrastó la hipótesis mediante la prueba Rho de Spearman, obteniendo una correlación moderada de 0,218, con un Sig. (Bilateral) 0.010, lo cual demuestra que si existe relación entre Emprendimiento y Capacitación empresarial esto conlleva a que los micro empresarios de esta asociación pueden mejorar sus conocimientos en todas Las áreas.

Palabras Claves: Emprendimiento, capacitación empresarial e innovación.

Abstract

This is a descriptive correlational research, with a non-experimental cross-sectional design and a quantitative approach, where the objective was to determine the relationship between entrepreneurship and business training. The theories of Covín and Slevin were used for the entrepreneurship variable and Calderón for the training variable. The population consisted of 604 microentrepreneurs of the 5continentes shopping center, to whom a survey was conducted with 22 items for the entrepreneurship variable and 15 items for the business training variable, for which the survey technique was used. The sample consisted of 235 microentrepreneurs, to whom the questionnaire with 37 items was applied. Then the information collected was processed in the SPSS software, where descriptive statistics were used, this allowed to obtain frequency tables, graphs and cross tables as required in this research. In addition, the hypothesis was contrasted by means of Spearman's Rho test, obtaining a moderate correlation of 0.218, with a Sig. (Bilateral) 0.010, which shows that if there is a relationship between entrepreneurship and business training, this means that the micro-entrepreneurs of this association can improve their knowledge in all areas.

Keywords: Entrepreneurship, business training, innovation.

I. INTRODUCCIÓN

La demanda internacional es muy exigente cuando se trata de productos, cuando un producto cumple características fundamentales para un consumidor internacional, el producto será impactante siempre y cuando satisfaga la necesidad del consumidor internacional. La apariencia física del producto, diseño de envase, costo del producto y entre otros aspectos más, puede ser fundamental para que las empresas puedan exportar y vender más.

Uno de los países con mayor productividad es China, en el rubro del calzado es considerado uno de los mejores proveedores a nivel mundial, ya que cuenta con una tecnología avanzada y logra satisfacer las necesidades de muchas empresas, y sobre todo la demanda del mercado internacional. Otro punto muy importante es que lidero el mercado en producción por más de 5 años, ocupando un aproximado de 57% de producción. La India, Vietnam e Indonesia entre otros países asiáticos también cuentan con alta producción, siendo Asia un continente potencial en su producción de calzado hacia el mundo entero, con un aproximado de 86% de producción. (García, 2016).

En la exportación, China es el primer país, teniendo como principal mercado a Estados Unidos, con un valor exportado de US\$ 9,053 millones siendo un aproximado de 76% en ese país. Italia también cuenta con alta productividad de calzado al nivel mundial, gracias a sus marcas renombradas como, Button Boot de Enzo Bonafé y Oxford Shoes de Santoni. El principal factor de su éxito en la industria de calzado es el diseño y producción artesanal, gracias a sus diseñadores especializados en la innovación de su producción y sobre todo variedad de cueros con lo que trabajan. (Mayor Box, 2017).

Italia es el segundo país exportador, teniendo como primer mercado a Francia, con un valor exportado de US\$ 7,706 millones aproximadamente un 17% de su total de exportación a Francia, a comparación de un 83% que representa sus demás mercados (Trademap, 2018). Las principales empresas exportadoras que mantiene a Italia como el segundo país exportador de calzado, es: Calzaturificio Boccaccini SapA; Calzaturificio Silvano Sassetti S. R.L. y Fornari SpA (Trademap, 2018).

En Latinoamérica, la producción y comercialización de calzado está representado por Brasil, México y Panamá. Las empresas exportadoras de Brasil

son: Adidas Do Brasil Ltda, Art Design Brasil Ltda y Calçados Ita pua Sa Cisa con un valor exportado en 2016 de US\$ 472 millones. Asimismo, las empresas exportadoras de México son: Comercio S.A, Coscorza S.A. e Imágenes Digitales S.A; con un valor exportado en 2016 de US\$ 360 millones. Por otro lado, las empresas exportadoras de Panamá son: Abdala Internacional, S.A; American Services SA y Astrix Development, S.A con un valor exportado en 2016 de US\$ 289 millones. También destacan en su mayoría las empresas brasileras ya que cuentan con mayor especialización en componentes y materiales de la industria de cuero para calzado, es así que, en el año 2016, la comercialización de calzado fue importante entre Brasil y Perú, logrando aproximadamente más de US\$ 5,2 millones de dólares (Trademap, 2018)

Brasil considera a Perú como aliado estratégico, ya que se encuentra en el cuarto lugar de los países que producen calzado en América del Sur y cuenta con una cantidad de 50 millones al año, ya que la mayoría de su producción fue para el famoso proyecto llamado By Brasil Components and Chemicals, en donde participaron muchas empresas brasileras que producen y comercializan artículos elaborados en cuero e insumos para calzados (CITECCAL, 2017).

En la industria del calzado se ha visto un gran crecimiento económico, esto gracias al comercio entre países vecinos con la finalidad de establecer alianzas estratégicas con empresas peruanas. Los empresarios brasileros consideran a Trujillo como “La Capital del Calzado “ya que cuentan con una importante producción en el norte del Perú. Esto nos demuestra cómo estos emprendedores peruanos han ido mejorando en la calidad, diseño y producción del calzado (Perú Retail, 2017).

Los empresarios trujillanos participaron en una feria internacional llamada Taconeras, realizado en Chile el mes Abril del 2018. Siete empresas viajaron (Negocios América, Cuerito Kids, Calçados Yessica, Calzado Melissa S.A.C., Calçados Hungaro, Calçados América e Inversiones América) a Santiago de Chile para poder participar en este evento se reunió a los mejores de la industria del calzado en América Latina. Estas empresas exportaron a Chile un valor aproximado US\$ 250 mil y hacia Ecuador US\$ 350 mil (La República, 2018).

En el Perú, la Sociedad Nacional de Industria (SIN) indica que la producción de calzado durante el año 2016 tuvo mayor producción para el mercado nacional,

siendo ellos su principal cliente. En el Perú, la mayor producción de calzado de cuero y de otras calidades, se destinan mayormente al mercado interno, la demanda interna representa el 98,6% de producción en la industria del calzado y en el mercado externo tiene como producción general el 1,4% (SNI, 2018).

Otro episodio muy importante sucedió el 22 de marzo del 2018 donde se reunieron más de 500 micro pequeños y medianos empresarios de Tacna para participar en el programa de plataforma llamado “Emprendedor Peruano” y poder enseñar la variedad de producto que venían fabricando de manera artesanal dando un acabado más natural en el cuero nacional con el que cuentan. Marco Raymundo, director de “Mi Empresa” del Ministerio de la Producción, afirmó que el objetivo es fortalecer las capacidades de gestión empresarial y lograr que los emprendedores puedan desarrollar habilidades, con la finalidad de que obtengan mayores conocimientos y mejoren su aptitud empresarial.

El gobierno peruano, viene realizando capacitaciones a los emprendedores (Produce, Ministerio de trabajo, entre otros) debido a la alta mortalidad de empresas. Una de las causas por la cual las empresas están desapareciendo es por la falta de rentabilidad esto debido a factores como la falta de planificación y de recursos necesarios para realizar un emprendimiento. Por otro lado, PRODUCE está fomentando las iniciativas empresariales, por medio de una plataforma llamada Emprendedor Peruano para (Misterio de Producción,2018).

La página EmprendedorPeruano.Pe tiene como prioridad brindar servicios al desarrollo empresarial del Ministerio de la producción fundada con la finalidad de poder ayudar a las MIPYMES en la competitividad y en la ejecución de mecanismos e instrumentos para lograr un mejor desarrollo y así la empresa pueda mantenerse, con la finalidad de ayudar al emprendedor peruano y a su entorno.

La Municipalidad de Lima, también viene impulsando el surgimiento de micro y pequeñas empresas, brindando diferentes capacitaciones a los emprendedores y empresarios en temas de gestión empresarial y gerencial. Desde el año 2016 la municipalidad ha capacitado a 127 centros y galerías comerciales de los conglomerados de Lima como son Las Malvinas, Triángulo de Grau, Jirón Paruro, Mesa Redonda y Mercado Central, siendo beneficiados 10 mil 849 empresarios.

Los temas con más demanda son: Marketing y Ventas, Calidad en el Servicio al Cliente y Liderazgo Empresarial.

Las capacitaciones se desarrollan a través de conferencias, cursos, talleres, seminarios sobre temas de interés común, de acuerdo con las necesidades identificadas, previamente coordinadas con los representantes de los Centros Comerciales, de manera presencial y virtual con la finalidad de que tengan mayor capacitación ante una situación de riesgo (Municipalidad de Lima).

A nivel local, en el distrito de Cercado de Lima, se ubica el centro comercial cinco continentes que fue creado en el año 2020 por una asociación ya existente llamado "Fronteras Unidas de Grau" estos microempresarios se unieron para poder comprar ese local y empezar su funcionamiento , empezaron comprando a empresarios trujillanos ya que ellos le ofrecían precios más cómodos para que ellos puedan revender y fue de a pocos cuando ellos empezaron a fabricar logrando atraer una gran cantidad de público en Lima y Provincias. Hoy en día tienen convenios con empresas mineras y tiendas comerciales como Bata, Oeshle, Metro entre otros. Esto se dio gracias a las capacitaciones que venían recibiendo tanto de la asociación como a nivel personal muchos de estos microempresarios asistían a múltiples eventos que se realizaban para estar actualizados en la variedad de diseños y calidades de cuero que entraban a mercado.

Palomino (2018), presidente de la Asociación de Comerciantes Fronteras Unidas de Grau, menciona que las galerías más grandes y comerciales, como Fronteras Unidas de Grau y Cinco Continentes alcanzan una venta diaria de S/. 1 millón y que las restantes galerías registran entre S/. 500,000 y S/. 700,000. (Diario Gestión, 2018).

Por los años de experiencia que ha tenido esta galería en el rubro del calzado, ha llamado la atención de muchas empresas públicas y privadas requiriendo sus servicios y realizando pedidos de gran cantidad, lo cual no es abastecido por los microempresarios. A pesar de estar conformados por 604 empresarios, logran tener carencias en la producción de gran cantidad, la mayoría de empresarios optan por aceptar un trabajo con apoyo de otro socio de la galería.

La presente investigación tiene como propósito encontrar una relación entre el Emprendimiento y la capacitación empresarial, busca dar a conocer que no solo es importante ser emprendedor sino ser empresario, con la finalidad de que no incremente la mortalidad de empresas

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el problema debe expresar una relación entre las variables y conceptos, formulando preguntas en base a la realidad. Para el presente trabajo de investigación, se cuenta con el siguiente problema general: ¿Cuál es la relación entre emprendimiento y capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018? Asimismo, los problemas específicos son: (a), ¿Cuál es la relación entre Innovación y La capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (b) ¿Cuál es la relación entre Proactividad y Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018? , (c) ¿Cuál es la relación entre Toma de riesgos y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (d) ¿Cuál es la relación entre Ambiente de negocios y Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (e) ¿Cuál es la relación entre Control percibido y Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la justificación es el porqué de la investigación, y la importancia del estudio. El presente trabajo de investigación es justificación práctica, de acuerdo con Sampieri (2000), dice que ayudara a la solución de problemas, a nuevas propuestas de estrategias que puedan contribuir a una solución y acertar con buenas soluciones permite identificar, describir, analizar y explicar cómo el emprendimiento y capacitación empresarial son fundamentales para el empresario y lograr saber que busca el cliente o consumidor tanto nacional como internacional. Siguiendo el mismo orden, Según Chavarría (2012), definió la justificación teórica brinda un aporte al conocimiento ya existente, y ayudará a otros trabajos de investigación como una referencia de estudio al emprendimiento y capacitación empresarial. Así mismo la justificación metodológica de acuerdo con Méndez (1995), El trabajo de investigación, tiene una justificación metodológica, ya que podemos obtener nuevas maneras y formas de como determinar la relación de factores que afecten al microempresario actual, incisivamente en las capacitaciones empresariales, podremos saber cómo realizar más tipos de negociaciones en el sector del calzado. Por último, la justificación

social Según Arias (2012) y Cárdenas (2009). Este trabajo de investigación podemos justificarlo socialmente, ya que se utilizará de manera teórica y práctica sobre todo brindará consultorías y asesorías para un mejor desarrollo en los objetivos propuestos y saber solucionar las complicaciones que se encuentren en el camino. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el objetivo de una averiguación Es obtener una información clara y concreta, donde recogemos los datos más importantes que persigue nuestra investigación, es decir, lograr obtener lo que estamos buscando en nuestro proyecto. Tiene como objetivo general: Relación entre El emprendimiento y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, se tiene como objetivos específicos: (a) Determinar la relación entre Innovación y La capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. (b) Evaluar la relación entre Proactividad y La capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018,(c) Analizar la relación entre Toma de riesgos y La capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (d) Determinar la relación entre Ambiente de negocios y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (e) Analizar la relación entre relación entre Control percibido y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la hipótesis es aquello que se busca probar en una investigación, se pueden dar a conocer mediante afirmaciones o proposiciones. Se propone como hipótesis general: Existe relación entre, El emprendimiento y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018. (a) Existe relación entre la relación entre Innovación y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (b) Existe relación entre la Proactividad y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (c) Existe relación entre relación entre Toma de riesgos y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5

continentes, Lima – 2018 , (d) Existe relación entre la relación entre Ambiente de negocios y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (e) Existe relación entre Control percibido y la Capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

II. MARCO TEÓRICO

En la presente investigación se reunió diferentes trabajos previos, entre ellos tenemos, en el ámbito nacional a: Villacrés (2017) en su tesis titulada: Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las pymes manu factureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador, tuvo como objetivo ver el grado de competencia de las Mis pymes en el Bolívar del Ecuador, incide por la gestión del emprendimiento. Se contó con métodos de observación científica, inductivo – deductivo, análisis y síntesis, como métodos estadísticos para comprobar las hipótesis. Concluyó que la gestión del emprendimiento brinda un aporte muy bueno a las pymes manufactureras, en Ecuador. Se logró demostrar que la Planificación Estratégica, la capacitación individual y el conocer el mercado influye en la gestión de las mis pymes, logrando la competitividad en el mercado.

Castañeda (2017) en su tesis: Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo. Año 2017, tuvo como objetivo visualizar los causantes que ayudarían a los empresarios de este distrito. Este estudio es descriptivo de corte transversal. Esta ciudad tenía un total de 20 Mypes. La investigación realizo un cuestionario como instrumento para cada emprendedor que contaban con un negocio en dicha zona para precisar lo que favorecía al emprendedor, la investigación fue estadístico descriptivo, se dio a conocer mediante gráficos para analizar la variable factores de emprendimiento, se realizó el método baremo donde se logró obtener un mayor puntaje afirmando que estos factores logran ayudar a los emprendedores este grupo, dando a conocer la hipótesis planteada. Concluyendo que las autoridades no le dan el interés que se merece por ello esto ocasiona un quiebre en los emprendedores de este sector, y limita a aquellos que deseen construir una pequeña empresa.

Arrasco (2017) en su tesis: Reforma Tributaria Mype y Emprendimiento Comercial en las Empresas Importadoras del Centro Comercial Galería Mercado Central en el año 2017, tuvo como objetivo principal dar a conocer el vínculo de la Reforma Tributaria y del Emprendimiento Comercial. El estudio es No experimental, es de tipo Descriptivo y también es de tipo Correlacional. se concluyó que la Reforma Tributaria está vinculado con el emprendimiento, por ende, la

renovación tributaria va dirigida a los emprendedores que cuenten con una empresa formal, brindándoles ventajas y recursos para que puedan crecer empresarialmente y tener una facilidad en la gestión tributaria.

Corporativo y la innovación, brindando nuevas oportunidades de negocio a Llumbet y Padrón (2017). En su artículo: Capacitación, preparación y superación a dirigentes de empresas, tuvo como objetivo valorar la reflexión sobre la capacitación y dar a conocer como esta puede ayudar a lograr más avances, mayor crecimiento en la empresa y en su personal. El trabajo ayuda agrupar la importancia de criterios nacionales e internacionales relacionados con la temática, como fundamentos necesarios para las transformaciones educativas del siglo XXI. Por último, están las posiciones que dan a conocer una manera más factible para el estudio práctico y teórico que logran contribuciones, una visión de la capacitación como un método más efectivo en el ámbito empresarial.

Pizan (2017) en su tesis: Determinantes de emprendimiento: un análisis desde el proceso emprendedor, enfocado en Mype nuevas y en crecimiento de la ciudad de Trujillo – Perú – 2017, tuvo como objetivo dar a conocer las fases del emprendimiento que son: el emprendedor naciente y el emprendedor nuevo. El estudio es de tipo explicativo de diseño experimental y con corte transversal, esta investigación conto con 60 000 emprendedores y 35 especialistas en Trujillo, se trabajó con una muestra 382 personas. Concluyó que en esta investigación se realizó 3 dimensiones; la demografía, determinantes internos y externos, se pudo observar que tienen características y condiciones propias de los microempresarios, también cuentan con aptitudes y actitudes muy altas, en relación a las dimensiones externas están vinculadas con el macro entorno y las perspectivas del mercado al que se dirigen son muy altas, donde el microempresario no puede tener el control.

Para obtener los datos se llevó acabo como instrumento un cuestionario, en las dimensiones demográficas, están las externas e internas para esto se realizó un cuestionario con opciones múltiples, también para la dimensión externa se hizo una escala tipo Likert. En los resultados se pudo ver que la actividad emprendedora está dirigida por empresarios potenciales. Los emprendedores por necesidad tienen más complicaciones al continuar en su negocio. Ya que no es fácil afrontar el ecosistema emprendedor.

Parra (2016) en su tesis: Gestión de la promoción del emprendimiento y su influencia en el desarrollo de las MYPES del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, año 2016, tuvo como objetivo determinar la importancia del desarrollo de las Mypes. Conto con una población de 2500 micro y pequeñas empresas (Mypes), estos acontecimientos fueron encontrados mediante la técnica de la encuesta y se brindó un cuestionario tipo Likert, la información se obtuvo mediante el programa SPSS 22 dio como resultado principal que, si existe influencia en la gestión.

Villa, Jaramillo y Álzate (2017) en su artículo: Emprendimiento Corporativo e Innovación: Una Revisión y Futuras Líneas de Investigación, tuvo como objetivo comprender el emprendimiento en las corporaciones y la innovación, con la finalidad de comprobar el comportamiento del emprendedor en una organización. La estrategia, estructura y cultura organizacional son aquellos factores que relacionan el emprendimiento corporativo y la innovación, brindando nuevas oportunidades de negocio a los mercados que sean competitivos. Concluyo que se buscó llegar a un nivel de análisis en la discusión y sobre todo en los resultados.

Padilla, Quispe, Nogueira y Hernández (2016) en su artículo: Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo, se sabe que cada vez son más los emprendedores exitosos, esto se ve reflejado en la incrementación del desarrollo empresarial. Se plantea esta dinámica a través de un diagnóstico que ayuda a fomentar y buscar nuevos emprendimientos, El emprendedor de ahora se enfoca en el conocimiento que puede ir adquiriendo en el camino, los factores relevantes y aporte socioeconómico con la finalidad de que las provincias tengan una incrementación económicamente y potenciándose con variedad de productos y calidad dando los mejores bienes y servicios.

Paredes y Reátegui (2017) en su tesis: Capacitación Empresarial y su incidencia en la Gestión Administrativa de la empresa American Metal S.A.C. del distrito de Callería- Pucallpa, 2016, tuvo como objetivo determinar el acontecimiento de la capacitación empresarial en la gestión administrativa de la empresa American Metal S.A.C. del distrito de Callería-Pucallpa, 2016. El tipo de investigación es descriptivo correlacional con diseño no experimental. Se concluye que el inicio de la capacitación empresarial en la gestión administrativa del personal que laboran en esta empresa perjudica al desarrollo del fortalecimiento de las habilidades

gerenciales: manejo de liderazgo, manejo de dirección, manejo de personal, manejo interpersonal, buenas relaciones laborales: ayuda a estar más preparado para competencias profesionales, ayuda a tener un mejor ambiente de trabajo y es reduce un ambiente laboral tenso , menos faltas laboral, y satisfacción : obteniendo un buen trabajo por parte del personal y satisfaciendo las necesidades del consumidor .

Fernández y Rivera (2017) en su tesis: Capacitación empresarial para disminuir la informalidad de los comerciantes del mercado central de Ferreñafe, tuvo como objetivo realizar charlas informativas de capacitación empresarial con la finalidad de reducir la informalidad para estos comerciantes y así lograr que trabajen de manera organizada. La investigación fue de tipo Descriptivo-aplicativo, con enfoque cuantitativo, por ello se realizó técnicas de medición y conteo. Concluyen que, De los 386 comerciante, el 42.75% no se han formalizado aun, por ende, en estas zonas rurales de la ciudad de Chiclayo, aún falta organizarlos y capacitarlos para que puedan trabajar formalmente, muchos de ellos no cuentan con un buen nivel educativo para poder sobrellevar una microempresa.

En el ámbito internacional, Yesenia García y Mendoza (2015) en su artículo: La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México, tuvo como objetivo crear una tipología regional de la capacidad de innovación en su relación con la conducta del emprendedor en México. Para ello se desarrolló una metodología de análisis factorial de componentes con la finalidad de ver las dimensiones en que se encuentran en las regiones y un análisis de conglomerados para ver el orden de las regiones. Con los resultados se concluye que las zonas que cuenten con mayor información sobre capacitación de innovación son las que registran mayor emprendimiento.

Silveira, Cabeza y Fernández (2016) en su artículo: Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares, tuvo que analizar cada sector del emprendimiento, en el servicio de alojamiento turístico y también la valoración de los clientes internacionales. Se realizó un estudio descriptivo. Se concluyó que los propietarios no se consideran emprendedores, logrando ser considerados una competencia para el sector turístico. Tiene como propósito

emprendedor percepciones de sí mismo como profesional y emprendedor, que apoya en el momento de la fidelización de clientes.

Borges (2013) en su artículo: El aprendizaje empresarial en los emprendimientos sustentables del sector turístico brasileño, tuvo objetivo analizar cómo se viene realizando el aprendizaje empresarial en los microempresarios ubicados en las regiones. La metodología de investigación fue cualitativa. Se concluye que el aprendizaje ayuda en la formación personal y social se realiza por la variedad de experiencias realizadas por los emprendedores, el aprendizaje empresarial se da mediante charlas, videos, conferencias, entre otros. El emprendimiento se da a través de la inserción del individuo en las redes de relaciones externas.

Fernández (2009) en su artículo: Modelo de cambio basado en el aprendizaje, tuvo como objetivo en determinar que la sociedad del aprendizaje en que vivimos, tiene que ser capaces de recrearse para actuar de una manera más eficiente. Esto solo será posible con un cambio de cultura, aprendizaje transformador generativo, con el fin de ser empresas que aprendan. Siendo posible con el dialogo o modelos que permitan a las empresas, ver su realidad, como están actualmente, logrando un diseño que con el tiempo se pueda solucionar.

Referente a la variable emprendimiento se tomó como autor base a Miller (1983), nos indica que está dividido en 5 dimensiones. La primera es: Innovación, para Bonazzi (2014), nos dice que es un reflejo en la co-creación de valor estos se dan gracias a las alianzas estratégicas y enfoques al cliente. También se puede encontrar diferentes modelos de negocio. La segunda dimensión es: Proactividad, según: Basar (2017), es muy importante tener una personalidad proactiva ya que esto ayudara en el crecimiento de la empresa y el trabajador podrá beneficiarse ya sea económicamente y de crecimiento personal. La tercera dimensión es: Toma de riesgos, para ello Huang (2019), nos dice que es importante para las empresas y para el desarrollo económico ya sea competitiva o intensiva. Siempre deben asumir riesgos ya que esto ayudara a generar ganancias y tener más acogida con sus clientes. La cuarta dimensión es: Ambiente de negocio, Para Bradford (2016), nos dice que un ambiente productivo es aquel en que las empresas pueden realizar inversiones, crear empleos, crear encadenamientos productivos y realizar sus operaciones en constante innovación de productos para así llegar a nuevos

mercados. Como quinta dimensión esta: Control percibido, para Soroush (2018), dice que es conocido como la capacidad de un individuo de poder resolver contratiempos mientras se presentan dificultades en su entorno para esto están capacitados para poder resolver contra tiempos que se encuentren en la empresa.

Las citadas dimensiones se mantienen vigentes en la literatura científica (Dwivedi y Weerawardena, 2018): En primer lugar, Innovación: Refleja una tendencia hacia el desarrollo continuo y promoviendo nuevas ideas, soluciones a las necesidades del mercado y nuevas formas de comercialización, recaudación de fondos e influencia sobre el gobierno, mientras se marcha desde enfoques convencionales. En segundo lugar, está la Proactividad: Refleja la tendencia para explorar activamente el entorno externo, predecir inesperadamente choques, y prepararse para la incertidumbre futura. En tercer lugar, esta Toma de riesgo: Se dan a conocer por el cargo en que se inclinan los trabajadores en asumir riesgos vinculados en su lugar de trabajo, para lograr un cambio con el propósito que los trabajadores estén, más capacitados y logren llevar una ventaja a diferencia de otras empresas. En cuarto lugar, Ambiente de negocio: Está formado por una unión de fuerzas y condiciones que existen externamente e interiormente dentro de la organización y que potencialmente influye en su desempeño. En quinto lugar, Control percibido: Controla los acontecimientos que sucede alrededor del sujeto como información que éste posee acerca de lo que va a suceder posteriormente.

Para definir la segunda variable: Calderón (1982). Indica que la capacitación se desarrolla mediante un proceso sistematizado de actividades y ayuda a obtener mayores conocimientos, descubrir habilidades y mejorar el rendimiento laboral en la empresa para así crear un buen ambiente de trabajo.

Otros autores secundarios que definen la variable capacitación empresarial son: Pinto (1994), indica que se capacita de acuerdo a las necesidades que tenga la empresa , para así poder aumentar los conocimientos y poder desarrollar habilidades de los trabajadores también modificar las actitudes para un mejor desempeño laboral .El segundo Werther y Davis (2001) ,indican que la capacitación o también llamado entrenamiento auxiliar aporta a que los miembros de la organización tengan un buen desempeño en su lugar de trabajo , los beneficios que pueden tener es prolongar su vida laboral y mejorar el desarrollo del trabajador para así cumplir sus metas y responsabilidades. El tercero es Werther y Davis

(2001), indica que la capacitación necesita de una estrategia y estructuración donde se debe plasmar con claridad los resultados que se esperan alcanzar y los recursos que se utilizarán para ejecutarla. Los objetivos deben emplearse para medir el desempeño individual. En cuarto lugar, está Gómez (2018) indica que: El área de Logística es importante para lograr llevar una ventaja a la competencia, no solo en tiempos de reparto, calidad de atención o variedad de productos, incluso es brindar un apoyo a los clientes en la distribución y la disponibilidad de producto es una ventaja competitiva para ellos. Llevar puntual los pedidos, con la cantidad requerida y reponer es ahorrar tiempo y costo de inventario a los clientes. En quinto lugar, esta Gómez (2018), indica que: La Tecnología se encarga de apoyar en la venta de los productos ya que facilita la producción y pedidos en gran cantidad, con buena maquinaria o software generando ventajas competitivas en tener la información de tiempo real en la agilidad de los procesos impactando positivamente en la relación con los clientes. En sexto lugar esta Gómez (2018), Indica que permite que la empresa realice sus actividades sin ningún problema, respaldando la producción y dificultades que se presenten en la empresa desarrollando una gestión administrativa, fácil y cómoda para los clientes. También tenemos a Armento y Esteve (2018) mencionan que una buena atención a los clientes es muy importante para lograr una buena posición en el mercado y tener una mayor cartera de clientes, manteniendo así una relación comercial efectiva con ellos de forma personalizada. Y por último tenemos a Tschohl, (2008), dice que el servicio al cliente es un elemento fundamental, ya que da a conocer lo que desee el cliente, es decir que: tener en cuenta lo que la organización debe hacer para lograr la satisfacción y obtener el constante apoyo de los clientes, brindar los requerimientos y las necesidades de los consumidores.

Continuando ahora con los principales indicadores tenemos: a) Michel Nicolau (2016) Indica que el Marketing se encarga del incremento de una empresa, también es el principal responsable de obtener ambientes positivos como servicio, ambiente de trabajo, calidad de productos de la marca empresa. Se registra 2 tipos de marketing: la tradicional y digital. B) Cascardo (2014) indica que el servicio al cliente es muy importante ya que ayuda a tener a los consumidores más satisfechos y logrando cumplir las expectativas de los clientes. C) Li, Jing, Huang (2012), Indica que la tecnología es muy importante para el crecimiento de la empresa, sobre todo

ayuda a tener un mejor incremento económico y mayor producción, despachos, ventas y una organización adecuada. D) Fox, Brent I, PharmD, PhD (2011), Indica que el conocimiento ayuda a dejar de lado a la ignorancia y conocer un mundo lleno de dificultades en el cual se puede saber cómo actuar, saber tomar decisiones de acuerdo a la situación por la que esté pasando la empresa. E) Kennebec Journal; Augusta (2017), Indica que la experiencia en los negocios es muy importante ya que ayuda crear un líder en su entorno y tener más empatía con los trabajadores. F) Agarwal, Bhawna. (2011), indica que todo emprendedor debe tener muy bien trazado su fijación de objetivos, aquí encontramos 2 tipos de investigación entre ellas tenemos la investigación básica y la aplicada.

Entre otras definiciones de conceptos básicos tenemos: Importación La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017). Menciona que: Son productos que tienen un valor agregado al ser fabricados y requieren una gran inversión en investigación y desarrollo, se puede encontrar una gran variedad de insumos, productos y vienes que se utilizan para el consumo.

Asociación: Vegas (2008), Menciona que: Se entiende como asociación, a la cooperación que hay entre las pequeñas y medianas empresas que deciden formar parte de un objetivo en común, con el fin de desarrollar la gestión, la productividad y la competitividad manteniendo su autonomía jurídica y gerencial.

La Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes quien es dirigido por su presidente Condo (2018), dice que está conformado por 604 asociados los cuales son: fabricantes y comercializadores, estos microempresarios vienen elaborando calzados de acuerdo a la estación y al cliente, hoy en día vienen elaborando mayor producción esto gracias a las capacitaciones que están recibiendo. Por otro lado, tenemos una pequeña parte que ya está importando calzados brasileros y chinos mejorando así sus ventas y logrando a entrar a otro tipo de mercado.

Emprendedor: Para Patten, Tena (2016), todo emprendedor debe tener como ingrediente principal la creatividad y optimismo para poder surgir empresarialmente. También esta Mahto, Raj V; McDowell, William C. (2018), nos comentaron que el emprendedor debe estar motivado para poder realizar un crecimiento empresarial, en muchas oportunidades no dan capacitaciones de motivación lo cual es un gran error ya que esto los limita. Y por último tenemos a

Zelekha, Yaron; Yaakobi, Erez; Avnimelech, Gil (2018), todo emprendedor debe contar con orientación para poder crecer empresarialmente y asistir a charlas en las cuales puedan tener mejor visión a futuro.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), un estudio es de carácter aplicada cuando el estudio Ayude a solucionar las complicaciones que se encuentren en el camino, con técnicas que puedan colaborar a futuras investigaciones. El estudio es aplicado ya que no se formarán nuevas teorías, la investigación se elaborará con las teorías ya existentes.

La investigación es de nivel descriptivo.

La investigación es de nivel descriptivo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), Indica que se busca saber las diferentes propiedades que tengan, tales como sus características y el comportamiento de las personas, los grupos formados, procesos, o cualquier otro fenómeno que se presente en un análisis ya que busca obtener información sobre las variables.

La investigación es de nivel Correlacional.

La investigación es de nivel correlacional ya que se quiere saber si las variables tienen relación entre sí.

Diseño de investigación

El diseño del trabajo es no experimental según Hernández, Fernández y Baptista (2014), se define como un estudio en el cual no se pueden manipular las variables. Por ello son estudios que no podemos estar modificando ya que son variables independientes y no se pueden estar manipulando.

El estudio es no experimental ya que no se manipulan variables en la investigación, asimismo, es un diseño no experimental transversal o transaccional: según, Hernández, Fernández y Baptista (2014), Los diseños de investigación transaccional o transversal obtienen datos en el momento requerido, su finalidad es especificar las variables y examinar su incidencia e interrelación en un momento dado.

3.2. Variables y operacionalización

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), dice que la variable es una propiedad delicada que permite medirse y observarse.

Variable: Emprendimiento

Definición conceptual

El estilo emprendedor es un concepto multidimensional que se aplica a las organizaciones, así como a individuos. La guía emprendedora de la empresa se da a conocer por la medida en que la parte superior de los gerentes tienden a asumir riesgos conectado con los negocios (la dimensión de asumir riesgos), ayudan a obtener cambios y nuevas estrategias para lograr obtener ventajas competitivas (la dimensión de innovación), y para lograr una diferenciación ante otras empresas (la dimensión de pro actividad). Miller (1983).

Definición operacional

Las dimensiones de la variable emprendimiento fueron: 5 La primera: Innovación, la segunda: Proactividad, la tercera: Toma de riesgo, la cuarta: Ambiente de negocios, la quinta: Control percibido.

Indicadores

El Emprendimiento se mide con los indicadores de mejora continua, creatividad, actitud, experimentación, autocontrol, lenguaje positivo, perseverancia, persuasión, evaluación de estrategias, control de los procesos, comunicación uniforme y planificación de objetivos con el cual se realizará encuestas a los microempresarios.

Escala de medición

Para esta variable, se realizó la técnica de escala de Likert para hacer la medición. Por ello, se utilizó los siguientes valores: (a) Nunca, (b) casi nunca, (c) Casi siempre (d) siempre.

Variable: Capacitación Empresarial

Definición conceptual

La capacitación empresarial ayuda a los integrantes de una organización a realizar adecuadamente su trabajo, las ventajas que se obtendrán serán positivas ya que tendrán una mejor vida laboral, y mejores resultados en su producción, esto también ayudara a que ellos puedan trazarse nuevas metas y responsabilidades. Werther y Davis (2001).

Definición operacional

La capacitación empresarial se mide con los indicadores de logística, tecnología, finanzas, ventas, marketing, servicio al cliente, gestión administrativa, Necesidades, Conocimiento, Experiencia, Valores, Fijación de objetivos y Resultados con el cual se realizará encuestas a los microempresarios.

Indicadores

La capacitación empresarial se mide con los siguientes indicadores: Logística, tecnología, Finanzas, ventas, marketing, servicio al cliente, gestión administrativa, necesidades, conocimiento, experiencia, valores, fijación de objetivos, resultados

Escala de medición

Para esta variable, se realizó la técnica de escala de Likert para hacer la medición. Por lo tanto, se utilizó los siguientes valores: (a) Nunca, (b) casi nunca, (c) Casi siempre y (d) siempre.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), nos dice que es el conjunto de casos que tienen en común con una serie de determinaciones. La investigación cuenta con 604 microempresarios en este centro comercial.

Criterios de selección

Los empresarios de la asociación de comerciantes propietarios importadores De los 5 continentes, Lima – 2018.

Muestra y muestro

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), nos señala que la muestra es un subgrupo de la población, un subconjunto de elementos que pertenecen a ese grupo definido en sus características al que llamamos población.

Fórmula de cálculo

$$n = \frac{1.96^2 * 604 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (604 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

Tamaño de muestra:

$$n = 235.05$$

Dónde:

Z= nivel de confianza del 95% (correspondiente con tabla de valores de Z)

$$= 1.96.$$

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado= 1-p

Nota: Cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.

N=Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)

e= Error de estimación máximo aceptado = 5%

n= Tamaño de muestra

La muestra cuenta con 235 empresarios situados en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, a quienes se le aplicaran los cuestionarios para obtener la información estadística.

Unidad de análisis

La unidad de análisis fue aplicada a los empresarios de la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Según Bernal (2010). La técnica que se realizó en la investigación será de encuesta, por ser de enfoque cuantitativo y de la misma permitirá la recolección de los datos obtenidos de la muestra.

Es una de las técnicas más usada, a pesar de que presenta complicaciones por el riesgo de los microempresarios encuestados. Este cuestionario está basado en un conjunto de preguntas que se elaboran con la finalidad de obtener información de las microempresas y de los microempresarios.

Instrumento de recolección de datos

Para Bernal (2010). Nos dice que el cuestionario son preguntas formuladas que tienen como propósito encontrar datos reales y localizar información. Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que: trata de un grupo de interrogantes que tiene como finalidad medir las variables. Por ello, se presentará cada afirmación y se solicita al sujeto que extreme su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de las escalas. A cada punto se le asigna un valor numérico.

El formato de un típico elemento de Likert con 5 niveles de respuesta sería:

Tabla 1: *Escala de Likert*

1	2	3	4
Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre

Nota: Likert

Validez

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que "la validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable. Se validó el instrumento con el coeficiente validez V de Aiken.

Para Aiken (1980). Indica que: Es un coeficiente que se computa como la razón de un dato obtenido sobre la suma máxima de la diferencia de los valores posibles. Puede ser calculado sobre las valoraciones de un conjunto de jueces con relación a un ítem o como las valoraciones de un juez respecto a un grupo de ítem. Asimismo, las valoraciones asignadas pueden ser: Dicotómicas (recibir valores de 0 ó 1) ó politómicas (recibir valores de 0 a 5). Para la validez del proyecto de investigación se consideró valoraciones dicotómicas.

Tabla 2: Validez Emprendimiento basada en el contenido a través de la V de Aiken

N° Ítems			DE	V Aiken
Ítem 1	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 2	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 3	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 4	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 5	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 6	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 7	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 8	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 9	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 10	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 11	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
Ítem 12	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93

	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 13	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 14	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 15	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 16	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 17	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 18	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 19	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 20	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 21	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 22	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93

Nota: V de Aiken

El promedio de validación del instrumento que corresponde a la primera variable Emprendimiento, logró alcanzar un 0.93 de validez, obteniendo una buena calificación.

Tabla 3: Validez del instrumento capacitación empresarial.

Ítem 1	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 2	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 3	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 4	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 5	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 6	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 7	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 8	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 9	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 10	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 11	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 12	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Ítem 13	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93

	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 14	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Ítem 15	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93

Nota: V de Aiken

El promedio de validación del instrumento que corresponde a la segunda variable Capacitación Empresarial, logró alcanzar un 0.93 de validez, obteniendo una calificación buena.

Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que: La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto y objeto produce resultados iguales. Para esta investigación se buscó una confiabilidad mayor de 0.70 mediante el Alfa de Cronbach.

Tabla 4: Alfa de Cronbach del Emprendimiento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.798	22

Nota: Software SPSS Versión 24

Como se puede ver en la tabla 4, el nivel de confiabilidad para la variable de emprendimiento es de valor 0,798; conformadas por 22 ítems, logrando obtener un nivel de confiabilidad muy buena.

Tabla 5: Alfa de Cronbach de Capacitación empresarial.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.700	15

Nota: Software SPSS Versión 24

Como se puede ver en la tabla 5, el nivel de confiabilidad para la variable de capacitación empresarial es de valor 0,700; conformada por 15 ítems, logrando obtener un nivel de confiabilidad muy buena.

3.5. Procedimientos

Para el trabajo de investigación, primero se validó el instrumento y la recolección de datos con profesionales a cargo. Mediante unas encuestas validadas se recolectaron datos luego se digito en el Excel, realizando así una base de datos que se adjuntó en el programa del SPSS, con el propósito de adquirir los resultados de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Para evaluar las variables se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 24 (Estadística Product and Service Solutions), también se realizó El programa Microsoft Excel con el cual se realizó los gráficos y el porcentaje de las tablas de frecuencia, su distribución y figuras, también se obtuvo información, esto permitió que se pueda realizar una base de datos en el cual se presenten los resultados de tablas y figuras.

3.7. Aspectos éticos

Se respetará el derecho de autor de los autores que están siendo expuestos en el trabajo, además se utilizará el Spss 24 para analizar y medir las variables, dimensiones e ítems. Por otro lado, se respetará el formato y la metodología de los expertos de la Universidad Cesar Vallejo para elaborar una eficiente tesis. Todos los datos sobre los autores están ubicados en las últimas hojas donde dice Referencias Bibliográficas de acuerdo a la norma Apa.

La tesis fue revisada por el programa Turnitin para poder observar si en la redacción existe un porcentaje de copia, con la finalidad de que se haya respetado otros autores que figuran en las referencias.

IV. RESULTADOS

Prueba de normalidad

H₀: Las variables emprendimiento y capacitación empresarial no tienen una distribución normal

H₁: Las variables emprendimiento y capacitación empresarial tienen distribución normal.

Tabla 6: Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig.
Emprendimiento	0.138	235	0.000
Capacitación Empresarial	0.078	235	0.001

Nota: Base de datos de la investigación

Los datos de la muestra de las variables Emprendimiento y Capacitación Empresarial tienen un Sig. de 0,000 y 0,001 respectivamente; por lo que se acepta las hipótesis nulas de que los datos de la muestra de ambas variables no tienen una distribución normal. Por lo tanto, se utilizó estadística no paramétrica, como el estadígrafo Rho de Spearman para medir la relación establecida en las hipótesis de la investigación.

Prueba de hipótesis

H_i: Existe relación entre el emprendimiento y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H₀: No Existe relación entre el emprendimiento y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 7: *Correlación entre las variables emprendimiento y capacitación empresarial*

		Capacitación Empresarial	
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,218**
		Sig. (bilateral)	0.001
		N	235

Nota: Software SPSS Versión 24

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como el valor Sig. (Bilateral) es $0,001 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (H_i), de que las variables tienen relación significativa. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación de 0,218; por lo que se concluye que la correlación entre emprendimiento y capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018 es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Innovación y capacitación empresarial.

H_i : Existe relación entre la innovación y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H_0 : No existe relación entre la innovación y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 8: *Correlación entre las variables capacitación empresarial e innovación*

		Innovación	
Rho de	Capacitación	Coefficiente de correlación	,215*
Spearman	empresarial	Sig. (bilateral)	0.001
		N	235

Nota: Software SPSS Versión 24

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como el valor Sig. (Bilateral) es $0,001 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (H_i), de que las variables tienen relación débil. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación de 0,215; por lo que se concluye que la correlación entre innovación y capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018 es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Proactividad y capacitación empresarial

H_i : Existe relación entre Proactividad y La capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

H_o : No existe relación entre Proactividad y La capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

Tabla 9: *Correlación entre la dimensión Proactividad y la variable capacitación empresarial*

		Proactividad
Rho de Spearman	Desarrollo empresarial	
	Coeficiente de correlación	,143*
	Sig. (bilateral)	0.029
		N
		235

Nota: Software SPSS Versión 24

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como el valor Sig. (Bilateral) es $0,029 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (H_i), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación de 0,143; por lo que se concluye que la correlación entre pro actividad y capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018 es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Toma de riesgo y capacitación empresarial

H_i : Existe relación entre la toma de riesgo y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H_0 : No existe relación entre la toma de riesgo y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 10: *Correlación entre la dimensión toma de riesgo y la variable capacitación empresarial*

			Toma de riesgo
Rho de Spearman	Capacitación empresarial	Coeficiente de correlación	,157*
		Sig. (bilateral)	0.016
		N	235

Nota: Software SPSS Versión 24

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como el valor Sig. (Bilateral) es $0,016 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (H_i), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación de 0,157; por lo que se concluye que la correlación entre toma de riesgo y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018 es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Ambiente de negocios y capacitación empresarial.

H_i : Existe relación entre el ambiente de negocios y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H_0 : No existe relación entre el ambiente de negocios y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 11: *Correlación entre la dimensión ambiente de negocio y la variable capacitación empresarial*

		Ambiente de negocios	
Rho	capacitación	Coefficiente de correlación	,161
de Spearman	empresarial	Sig. (bilateral)	0.013
		N	235

Nota: Software SPSS Versión 24

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como el valor Sig. (Bilateral) es $0,013 > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (H_0), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación de 0,161; por lo que se concluye que la correlación entre ambiente de negocios y capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018 es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Control percibido y capacitación empresarial

Tabla 12: *Correlación entre la dimensión control percibido y la variable capacitación empresarial*

		Control percibido
Rho de	capacitación	0.097
Spearman	empresarial	.0138
		235

Nota: Software SPSS Versión 24

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Como el valor Sig. (Bilateral) es 0,138 > 0,05 se acepta la hipótesis nula (H0), de que las variables no tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación de 0,097; por lo que se concluye que no hay correlación entre control percibido y la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

Tablas cruzadas

Tabla 13: *Tabla cruzada entre la variable emprendimiento y capacitación empresarial.*

		Emprendimiento				
		Regular	Bueno	Muy Bueno	Total	
Capacitación Empresarial	Regular	Recuento	4	4	7	15
		% del total	0.7%	1.7%	3.0%	6.4%
	Bueno	Recuento	62	38	53	153
		% del total	26.4%	16.2%	22.6%	65.1%
	Muy Bueno	Recuento	12	12	43	67
		% del total	5.1%	5.1%	18.3%	28.5%
Total		Recuento	78	54	103	235
		% del total	33.2%	23.0%	43.8%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que el emprendimiento es regular, también consideran que la capacitación empresarial es bueno en un 26.4%. Asimismo, consideran que el emprendimiento es bueno cuando la capacitación empresarial también es bueno es un 16.2% y por último consideran que ambas variables son muy buenas en un 18.3%.

Tabla 14: *Tabla cruzada entre la dimensión innovación y capacitación empresarial.*

		Innovación			Total	
		Regular	Bueno	Muy Bueno		
capacitación Empresarial	Regular	Recuento	4	8	3	15
		% del total	1.7%	3.4%	1.3%	6.4%
	Bueno	Recuento	63	62	28	153
		% del total	26.8%	26.4%	11.9%	65.1%
	Muy	Recuento	10	34	23	67
	Bueno	% del total	4.3%	14.5%	9.8%	28.3%
Total		Recuento	77	104	54	235
		% del total	32.8%	44.3%	23.0%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que la innovación es regular, consideran que la capacitación empresarial es bueno en un 26.8%. Asimismo, consideran que la innovación es buena cuando la capacitación empresarial también es bueno es un 26.4% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 9.8%.

Tabla 15: *Tabla cruzada entre la dimensión proactividad y capacitación empresarial.*

		Proactividad				
		Regular	Bueno	Muy Bueno	Total	
capacitación Empresarial	Regular	Recuento	6	8	1	15
		% del total	2.6%	3.4%	0.4%	6.4%
	Bueno	Recuento	68	63	22	153
		% del total	28.9%	26.8%	9.4%	65.1%
	Muy Bueno	Recuento	22	26	19	67
		% del total	9.4%	11.1%	8.1%	28.5%
Total	Recuento	96	97	42	235	
	total	40.9%	41.3%	17.9%	100.0%	

Nota: Software SPSS Versión 24

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que la proactividad es regular, consideran que la capacitación empresarial es buena en un 28.9%, también consideran que la proactividad es buena cuando la capacitación empresarial es buena es un 26.8% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 8.1%.

Tabla 16:

Tabla cruzada entre la dimensión toma de riesgo y capacitación empresarial.

			Toma de riesgo			
			Regular	Bueno	Muy bueno	Total
Capacitación empresarial	Regular	Recuento	1	5	9	15
		% del total	0.4%	2.1%	3.8%	6.4%
	Bueno	Recuento	28	60	65	153
		% del total	11.9%	25.5%	27.7%	65.1%
	Muy bueno	Recuento	6	16	45	67
		% del total	2.6%	6.8%	19.1%	28.5%
Total		Recuento	35	81	119	235
		% del total	14.9%	34.5%	50.6%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24

Dado los resultados obtenidos, los encuestados consideran que cuando la toma de riesgo es regular, la capacitación empresarial es buena en un 11.9%. También consideran que cuando la toma de riesgo es buena, la capacitación empresarial es buena en un 25.5%. Asimismo, consideran que ambas variables son muy buenas en un 19.1%.

Tabla 17: *Tabla cruzada entre la dimensión ambiente de negocios y la capacitación empresarial.*

		Ambiente de negocio			Total	
		Regular	Bueno	Muy bueno		
Capacitación empresarial	Regular	Recuento	3	7	5	15
		% del total	1.3%	3.0%	2.1%	6.4%
	Bueno	Recuento	37	92	24	153
		% del total	15.7%	39.1%	10.2%	65.1%
	Muy bueno	Recuento	6	40	21	67
		% del total	2.6%	17.0%	8.9%	28.5%
Total		Recuento	46	139	50	235
		% del total	19.6%	59.1%	21.3%	100.0%

Nota: Base de datos de la investigación

Dado los resultados obtenidos, los encuestados consideran que cuando el ambiente de negocio es regular, la capacitación empresarial es buena en un 15.7%. También consideran que cuando el ambiente de negocio es bueno, la capacitación empresarial es buena en un 39.1%. Asimismo, consideran que ambas variables son muy buenas en un 8.9%.

Tabla 18: *Tabla cruzada entre la dimensión control percibido y capacitación empresarial.*

		Control percibido				
			Regular	Bueno	Muy bueno	Total
Capacitación Empresarial	Regular	Recuento	2	10	3	15
		% del total	0.9%	4.3%	1.3%	6.4%
	Bueno	Recuento	24	88	41	153
		% del total	10.2%	37.4%	17.4%	65.1%
	Muy bueno	Recuento	10	31	26	67
		% del total	4.3%	13.2%	11.1%	28.5%
Total	Recuento	36	129	70	235	
	% del total	15.3%	54.9%	29.8%	100.0%	

Nota: Software SPSS Versión 24

Dado los resultados obtenidos, los encuestados consideran que cuando el control percibido es regular, la capacitación empresarial es buena en un 10.2%. También consideran que cuando el control percibido es bueno, la capacitación empresarial es buena en un 37.4%. Asimismo, consideran que ambas variables son muy buenas en un 11.1%.

Descripción de las variables

Descripción de la variable emprendimiento

Tabla 19: *El emprendimiento en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

Emprendimiento		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	78
	Bueno	54
	Muy Bueno	103
	Bueno	
Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

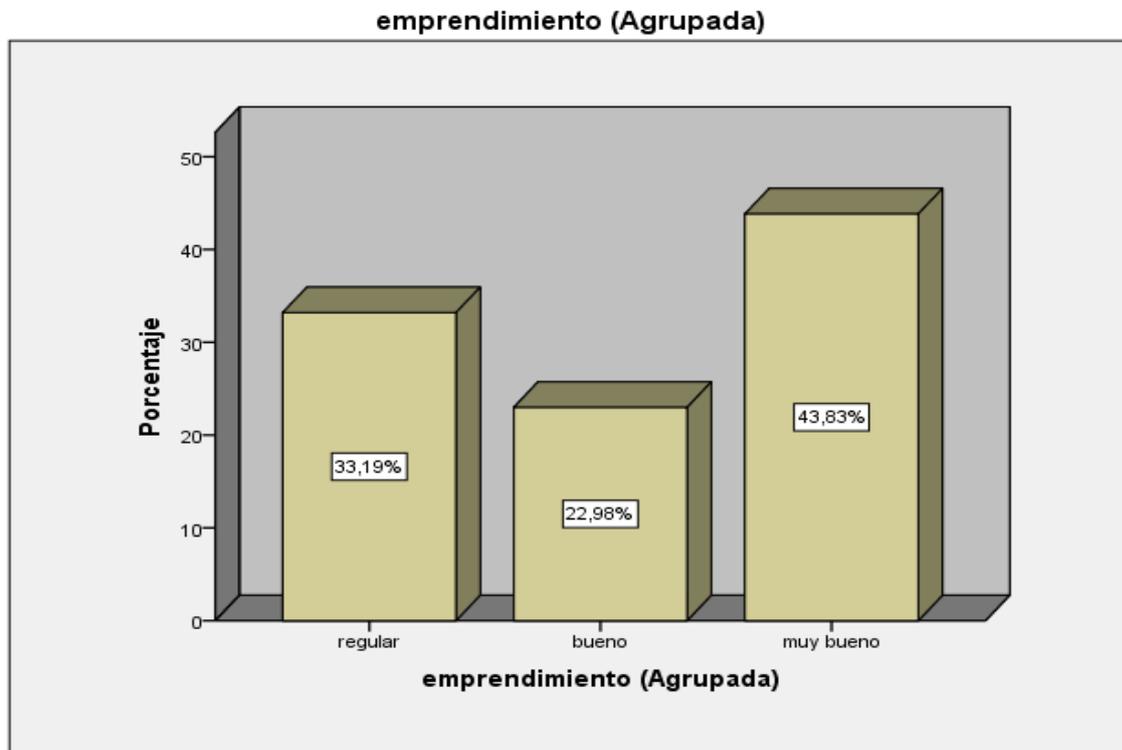


Figura 1: *Muestra de escala de barras de Emprendimiento*

Descripción de la variable capacitación empresarial.

Tabla 20: En capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima -2018.

Capacitación empresarial		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	15
	Bueno	53
	Muy	67
	Bueno	28,5
Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

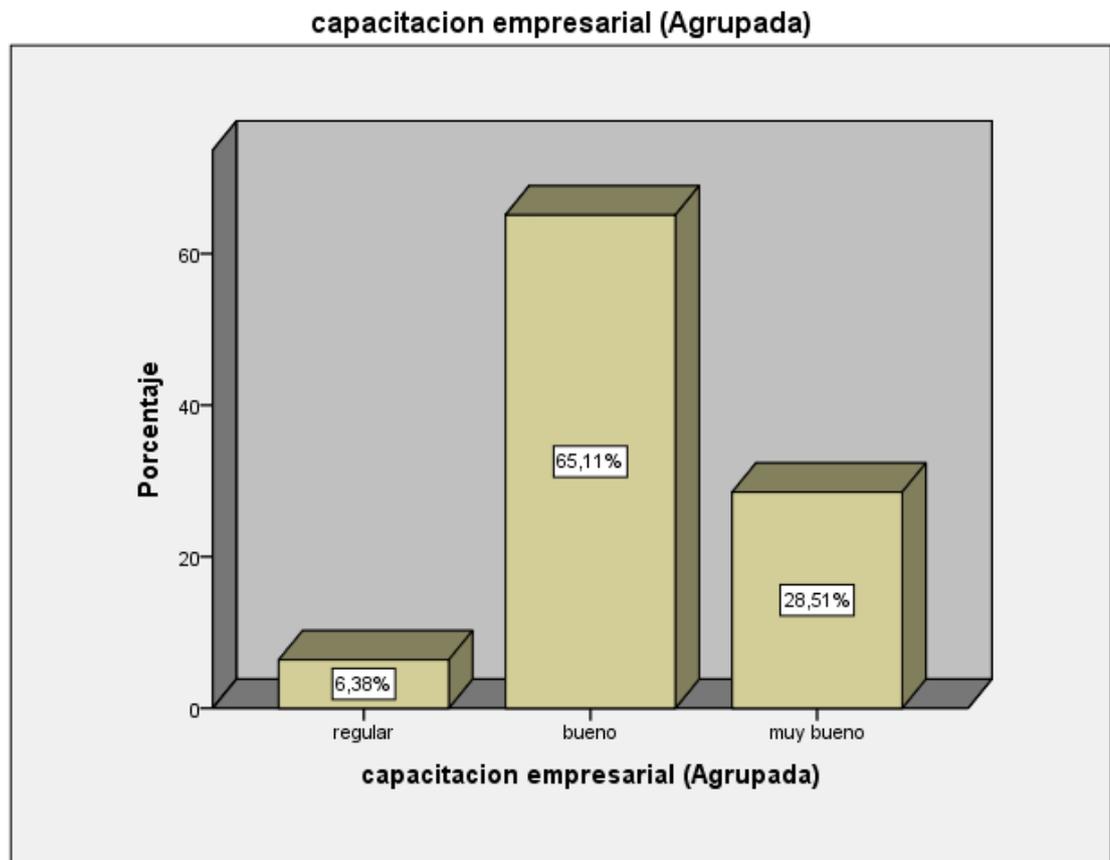


Figura 2: Muestra de **escala** de barras de Capacitación empresarial.

Descripción de la dimensión innovación.

Tabla 21: *La innovación en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

Innovación		
	Frecuencia	Porcentaje
Regular	77	32,8
Bueno	104	44,3
Válido Muy Bueno	54	23,0
Bueno		
Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

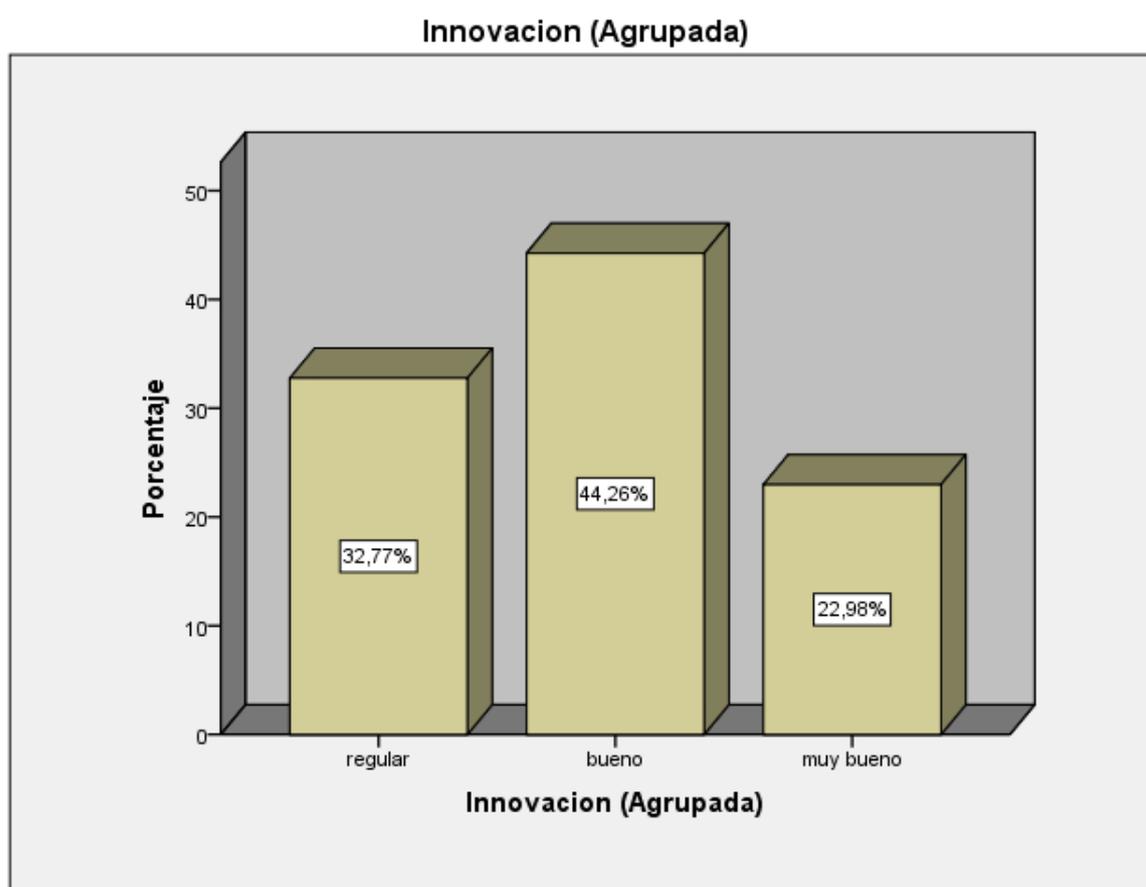
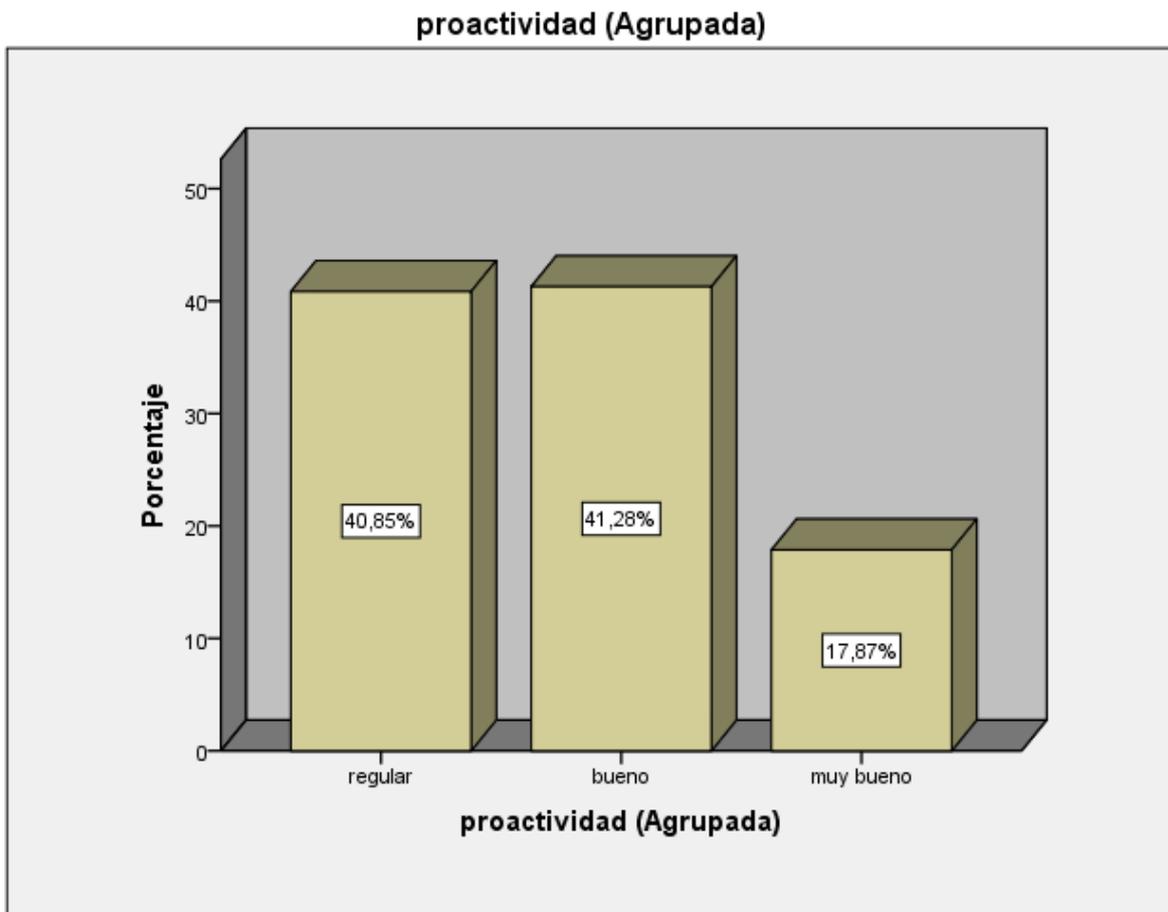


Figura 3: Muestra de escala de barras de Innovación.

Descripción de la dimensión proactividad.

Tabla 22: *La proactividad en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

Proactividad			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	96	40,9
	Bueno	97	41,3
	Muy	42	17,9
	Bueno		



Nota: Software SPSS Versión 24

Figura 4: Muestra de escala de barras de Proactividad

Descripción de la dimensión toma de riesgo

Tabla 23: La toma de riesgo en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

Toma de Riesgo			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	35	14,9
	Bueno	81	34,5
	Muy	119	50,6
	Bueno		
Total		235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

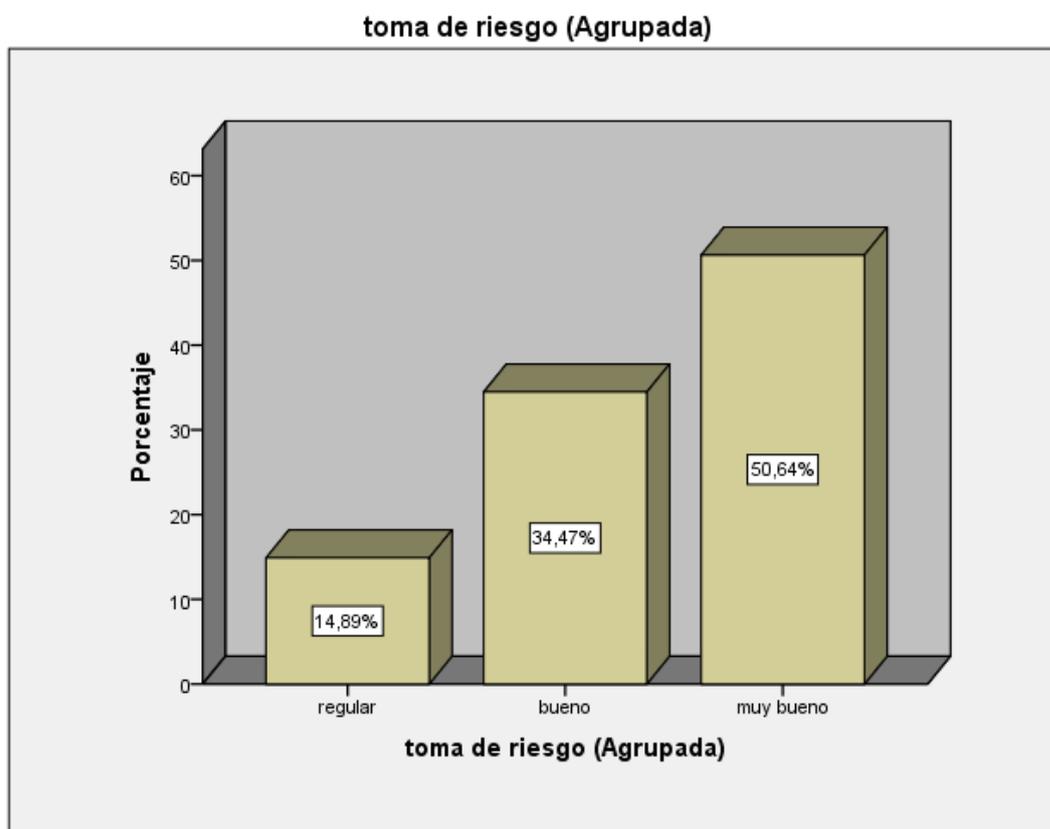


Figura 5: Muestra de escala de barras de Toma de riesgo

Descripción de la dimensión ambiente de negocio.

Tabla 24: *El ambiente de negocio en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

Ambiente de Negocio		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	46
	Bueno	139
	Muy Bueno	50
	Bueno	
Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

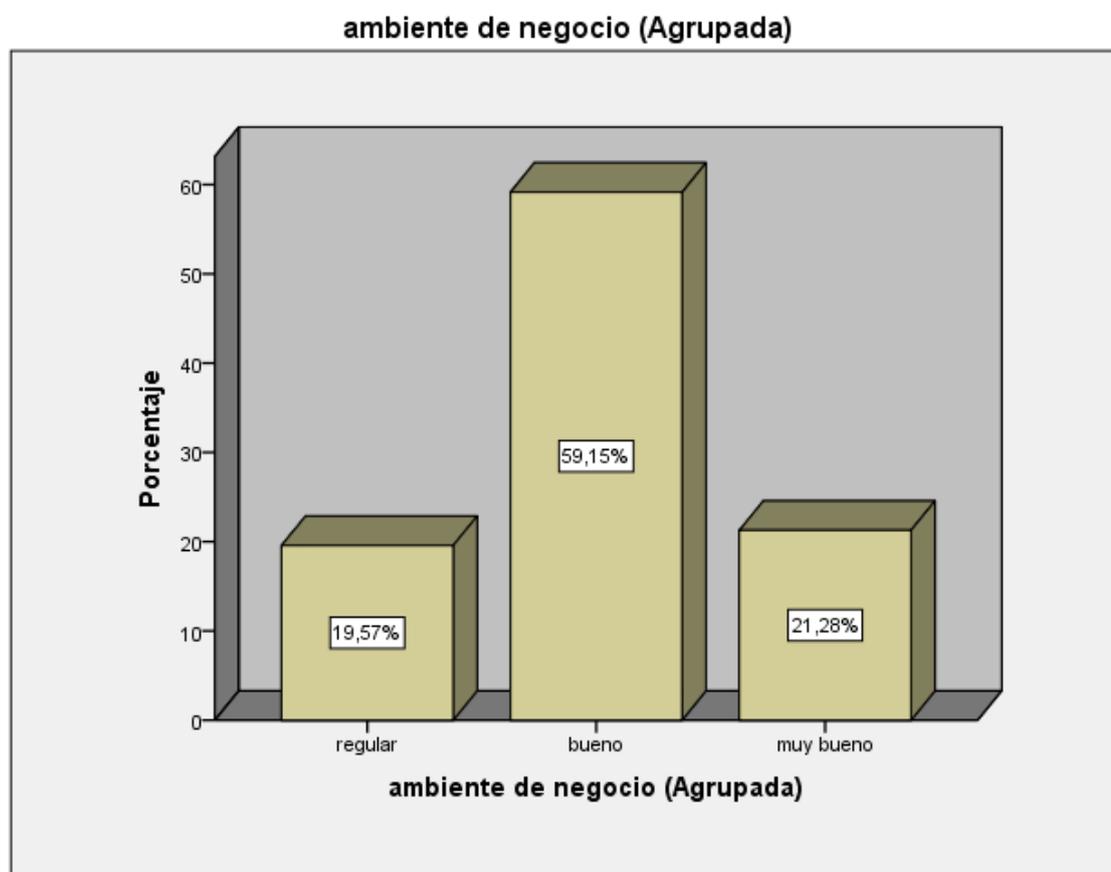


Figura 6: Muestra de escala de barras de Ambiente de Negocios.

Descripción de la dimensión control percibido.

Tabla 25: *El control percibido en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

Control Percibido		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	78	33,2
	Bueno	54	23,0
	Muy Bueno	103	43,8
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

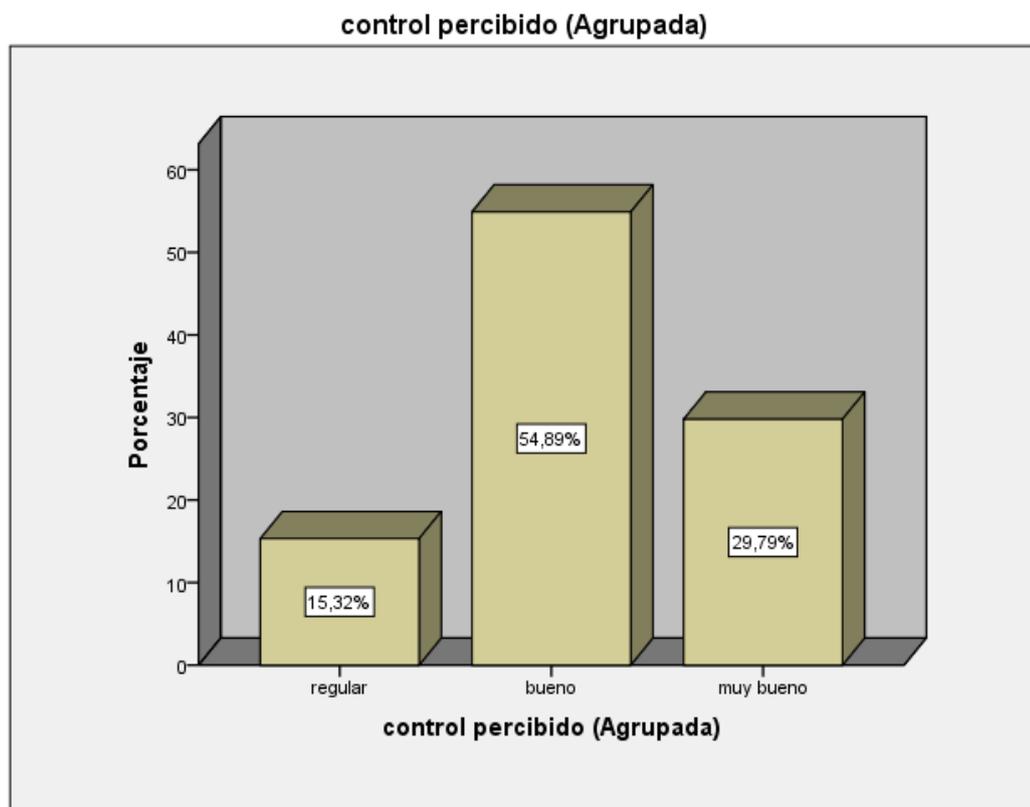


Figura 7: Muestra de escala de barras Control percibido

V. DISCUSIÓN

En las microempresas del sector calzado en Perú se puede notar la falta de conocimientos al momento de hacer crecer una empresa, lo cual afectaría en el emprendimiento, ya que existe falta de innovación, proactividad, toma de riesgos, cultura emprendedora y ambiente de negocio, para así poder tener un mejor conocimiento y saber llevar el desarrollo de una empresa con el fin de lograr las metas trazadas.

Los resultados obtenidos son válidos ya que los instrumentos fueron validados por juicio de expertos a través de la V de Aiken alcanzando la variable Emprendimiento, una validez de 93% y la variable Capacitación Empresarial, una validez de 93%. Se realizó una prueba piloto para verificar la confiabilidad de los instrumentos, con la información obtenida de 100 microempresarios, para la variable Emprendimiento, el Alfa de Cronbach fue de 0.798 y para la variable Capacitación Empresarial fue de 0.700. Además, ocurrieron algunos inconvenientes al momento de realizar la encuesta ya que gran parte de los microempresarios estaban ausentes debido a que estaban laborando en su taller viendo la producción, por ello se tuvo que esperar a que llegaran a sus tiendas con el propósito de que puedan realizar la encuesta.

En la validez externa, estos resultados obtenidos en el proyecto se podrían ejecutar en las MYPES que tengan la misma realidad problemática sea del sector público o privado. Pero en los resultados pueden variar ya que pueden ser de una población diferente sea mayor o menor, también varía en la opinión de cada microempresario. Esto ocasionando un contexto muy diferente entre el emprendimiento y la capacitación empresarial.

En los datos obtenidos se logró determinar: que se acepta la hipótesis general, existe una relación muy baja según Rho Spearman con un valor de 0.218 entre el emprendimiento y la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, en el cual un 18.3% de los encuestados manifestó que el emprendimiento y la capacitación empresarial son muy buenos para ellos. Esta información coincide con Pizan (2017), en su investigación concluyó que todo emprendedor debe tener como finalidad un buen entorno de trabajo, saber manejar emociones y pensamientos, entre otros. Para así lograr tener un buen desarrollo empresarial. Para Castañeda (2017) concluyó que

se encontró la ausencia de autoridades, esto perjudicó a muchos proyectos de emprendimiento, puede llegar a ser una pérdida de oportunidades para estos microempresarios y perjudico al desarrollarse empresarialmente. También con Parra (2016) que concluyó que hay una relación significativa entre la gestión de la promoción del emprendimiento con el desarrollo de las mypes. Para Bedoya, Toro y Arango (2016) concluyó que los factores individuales en las competencias y sus características tienen un 28% en referencia a la innovación de las empresas, otro punto muy importante también son los entornos económicos y el entorno empresarial que viene siendo en el emprendimiento e innovación con un aproximado del 14%. Por otro lado, Arrasco (2017) tiene como conclusión que hay una relación entre en la primera variable con un resultado en el Alfa de Cronbach de 0.844, también se encontró una correlación entre la variable Reforma Tributaria con la formalización de empresas con un valor de 0.491 según la prueba de Rho Spearman para mis micro y pequeñas empresas.

En la primera hipótesis específica, donde hablamos si existe una relación entre la innovación y la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, según Rho de Spearman = 0.215, afirmado que, la relación es muy baja entre la innovación y la capacitación empresarial, en el cual el 9.8% de los entrevistados dicen que la innovación es muy buena como la capacitación empresarial. Los resultados se asimilar por Bedoya, Toro y Arango (2016) detecto que hay una relación entre el comportamiento del emprendedor y la innovación con la organización, logrando tener oportunidades para competir en otros mercados. Los resultados se asimilar por Silveira, Cabeza y Fernández (2015) detecto que tienen como finalidad emprendedora marcar una diferencia con la competencia, también indico que para tener un público fiel se debe satisfacer las necesidades que requieren para así lograr la fidelización del cliente.

En la segunda hipótesis específica se aprueba la relación que tiene la proactividad con la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes con un resultado Rho Spearman de 0,143; por lo que se da a conocer que la correlación entre proactividad y capacitación es muy baja. Teniendo como Sig. (Bilateral) 0.029. La situación se asemeja con Padilla, Quispe, Nogueira y Hernández (2016) en el cual el

emprendedor puede guiarse para lograr tener un buen instrumento de desarrollo, cada vez son más los microempresarios exitosos.

Por otro lado, se comprobó la tercera hipótesis específica, logrando encontrar una relación positiva entre toma de riesgo con la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes. Según Rho Spearman tiene un 0.157 por lo que se concluyó que tienen una correlación muy baja. También tenemos el Sig. (Bilateral) con 0,016. Tenemos a Paredes y Reátegui (2016) concluye que su objetivo principal es obtener los acontecimientos en una gestión de la empresa American Metal que está ubicado en Pucallpa ,2016.

En la cuarta hipótesis específico se comprobó que no hay una relación entre el Ambiente de negocio con la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, según Rho Spearman tiene un 0.161, es por eso que el 8.9% de encuestados indico que es muy baja el ambiente de negocio y la capacitación empresarial, un porcentaje pequeño del total de los encuestados., Para Bradford (2016), nos dice que para un mejor desarrollo es importante un ambiente productivo para así realizar inversiones, dar nuevos puestos de trabajo, crear encadenamientos productivos y hacer nuevas inversiones.

Continuando con la quinta hipótesis específica, que se habla si existe relación entre el control percibido con la capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, para ello según Rho Spearman = 0,097, confirmando que no hay una relación entre el control percibido y la capacitación empresarial., solo el 11.1% del total de encuestados dicen que el ambiente de negocio es muy bueno como el desarrollo empresarial. . Para Soroush (2018), llego a la conclusión que es cuando el individuo tiene la capacidad de resolver los problemas que se encuentren en la empresa, saber cómo reaccionar ante una situación complicada.

VI. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, en base a las respuestas entregadas:

Conclusión 1: El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación de ($Rho=0.218$ Sig. (Bilateral)= 0.0001) entre las variables emprendimiento y capacitación empresarial. En él cual, al notar los datos de correlación y sig., se determinó que no se desaprobó la hipótesis general.

Conclusión 2: El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación ($Rho= 0.215$ Sig. (Bilateral)= 0.001) entre la dimensión innovación y la variable capacitación empresarial. Por ende, al notar los datos de correlación y sig., se determinó que no se desaprobó la hipótesis específica.

Conclusión 3: El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación muy baja ($Rho= 0.143$ Sig. (Bilateral)= 0.029) entre la dimensión proactividad y la variable capacitación empresarial. Por ende, al notar los datos de correlación y sig., se determinó que no se desaprueba la hipótesis específica.

Conclusión 4: El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación muy baja ($Rho= 0.157$ Sig. (Bilateral)= 0.016) entre la dimensión toma de riesgo y la variable capacitación empresarial. Por ende, al notar los datos de correlación y sig., se determinó que no se rechaza la hipótesis específica.

Conclusión 5: El estudio de investigación presente ha determinado que no existe una correlación ($Rho= 0.061$ Sig. (Bilateral)= 0.013) entre la dimensión ambiente de negocio y la variable capacitación empresarial. Por ende, al notar los datos de correlación y sig., se determinó que se rechaza la hipótesis específica.

Conclusión 6: El estudio de investigación presente ha determinado que no existe una correlación ($Rho= 0.138$ Sig. (Bilateral)= 0.097) entre la dimensión control percibido y la variable capacitación empresarial. Por ende, al ver los datos de correlación y sig., se determinó que se desaprueba la hipótesis específica.

VII. RECOMENDACIONES

Se ha evidenciado una relación débil entre emprendimiento y capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Es por ello que se recomienda que los microempresarios asistan a capacitaciones empresariales ya que se consiguen múltiples beneficios como incrementar la rentabilidad, ayuda a reducir costos, mejora el trato de jefe-trabajador también permite el logro de metas, sobre todo aumenta la confianza en sí mismo, eliminando temores que puedan sentir.

Se ha evidenciado una relación débil entre la innovación y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual se recomienda que sean más innovadores en sus empresas ya que esto permitiría que las organizaciones puedan conquistar nuevos mercados y aumenten su productividad para mejorar la competitividad.

Se ha evidenciado una relación débil entre la proactividad y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual se recomienda a los microempresarios tener confianza para poder lograr sus objetivos y poseer un personal formado en la empresa con mayor capacidad para puedan adaptarse a los nuevos tiempos y asumir ideas frescas a cualquier adversidad.

Se ha evidenciado una relación débil entre la toma de riesgo y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual se recomienda a los microempresarios realizar estrategias en caso tengan alguna problemática en su empresa con el fin de mantener el orden y ambiente adecuado.

Se ha identificado que no existe correlación entre el ambiente de negocios y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Permite recomendar a los microempresarios que asistan a capacitaciones para que tengan conocimiento de cómo gestionar, controlar y direccionar un negocio. Además, conocer todo el manejo de financiamiento para un negocio o un nuevo proyecto a futuro.

Se ha identificado una relación débil entre el control percibido y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual se recomienda la

elaboración de catálogos virtuales para tener una mayor accesibilidad a los clientes y que ellos puedan ver la variedad de productos con los que cuentan y también las promociones que podrían acceder. Con la finalidad de mantener un mejor vínculo de empresa a clientes.

REFERENCIAS

- Acosta, T. (2015). La aplicación del aprendizaje organizacional en el clima organizacional de la facultad de ciencias empresariales de la UNE. (*Tesis para titulado*). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.
- Agarwal, B. (2011). Diferentes Enfoques Científicos En Investigación Del Comportamiento. *ProQuest*, 4(13), 103-113.
- Arechavala Vargas, R. (2015). *Veinte años de cultura empresarial en el Occidente de México: ¿Hacia dónde vamos?* (Vol. 1). (Universitaria, Ed.) Mexico, Mexico: (1.a ed.).
- Arrasco Vela, C. (2017). Reforma Tributaria Mype y Emprendimiento Comercial en las Empresas Importadoras del Centro Comercial Galería Mercado Central en el año 2017. (*Tesis para titulado*). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Basar, P. (2017). La proactividad como antecedente de intención emprendedora. *ProQuest*, 11(4), 285-295.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3 ed.). (O. F. Palma, Ed.) Bogota, Colombia: Pearson.
- Bonazzi, F. L., & Zilber, M. A. (2014). Innovación y modelo de negocio: un estudio de caso sobre la integración de Innovation Funnel y Business Model Canvas. *ProQuest*, 16(53), 616-637.
- Borges, J., Freitag, M., Filho, A., & Borges, C. (2013). El Aprendizaje Empresarial En Los Emprendimientos Sustentables Del Sector Turístico Del Cerrado Brasileño. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 568-582.
- Borja, R. M. (2017). Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador. (*Tesis para Doctorado*). Universidad Nacional Mayor De San Marcos , Lima, Perú.
- Calderón, H. (1982). *Manual para la administración del Proceso de capacitación de personal* (1 ed.). Ceutec Los Próceres, Mexico: México limusa.

- Cascardo, D. (2014). Servicio al cliente con conocimientos financieros: integración del servicio al cliente con la transición de la ICD-10 para que los pacientes sigan regresando y optimizar los ingresos. *ProQuest*, 30(1), 3-20.
- Castañeda, C. (2017). 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 para titulado*). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Covin Jeffrey, S. D. (1988). La influencia de la estructura de la organización en la utilidad de un estilo de alta gestión empresarial. *Journal of management studies*, 25(3), 217-234.
- David, G. (22 de abril de 2016). *Cada área de la empresa aporta un diferencial*. Obtenido de Blog Bien pensado: <https://bienpensado.com/cada-area-de-la-empresa-aporta-un-diferencial/>
- Direction, S., & Bradford. (2016). Hacer que las redes de fabricación sean ágiles: cuando se necesita un cambio para adaptarse al entorno empresarial. *ProQuest*, 32(5), 7-9.
- Fernández, M., Rivera, M., & Rosas, C. (2017). Capacitación Empresarial Para Disminuir La Informalidad De Los Comerciantes Del Mercado Central De Ferreñafe – Perú. (*Tesis para titulado*). Universidad Señor de Sipan, Chiclayo, Perú.
- Fox, B. I., Flynn, A. J., Fortier, C. R., & Clauson, K. A. (2011). Conocimientos, habilidades y recursos para la educación en informática farmacéutica. *ProQuest*, 75(5), 1-93.
- Galindo Martín, M. Á., Méndez Picazo, M. T., & Castaño. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Econstor*, 1, 62-68.
- García, J. A. (28 de 11 de 2016). *Rd Calzado*. Obtenido de Debemos procurar savia nueva a las empresas de calzado: <http://revistadelcalzado.com/juan-antonio-garcia-ies-la-torreta/>
- Gómez, D. (22 de abril de 2016). *Bienpensado*. Obtenido de Cada área de la empresa aporta un diferencial: <https://bienpensado.com/cada-area-de-la-empresa-aporta-un-diferencial/>
- González, M. A., & Galindo, A. E. (2018). *Empresa en el aula* (Segunda ed., Vol. 2). Madrid, España: Editex, SA.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2015). *Metodología de la investigación* (6 ed.). (S. INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) Santa Fe, México: MC Graw Hill Education.
- Journal, K., & Augusta. (2017). La experiencia empresarial no significa necesariamente éxito económico: la perspicacia empresarial no siempre equivale al éxito político. *ProQuest*, 1. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/1878979072/DFC0FD998D594A0EPQ/3>
- Li, J., Huang, J., Li, T., & Wang, J. (2018). Nueva tecnología de defensa activa en el contexto de la seguridad de la red de información de energía. *ProQuest*, 1852(2), 1-7.
- Lira Segura, J. (23 de marzo de 2016). Produce: Más de 500 Mipyme de Tacna fueron capacitadas para mejorar sus negocios. *Gestión*, pág. 2.
- Llumbet, I., & Padrón, A. (2017). Capacitación, preparación y superación a dirigentes de empresas. *Yachana*, 6(3), 103-114.
- Mackinlay, M., & Sabbagh, A. (2011). *El método de la innovación creativa: Un sistema para generar ideas y transformarlas en proyectos sustentables*. Buenos Aires, Argentina: Granica SA.
- Malinowski, E. (2011). *Integración del Emprendimiento en la Gestión del Conocimiento*. Exeter, Reino Unido: Lulu.
- María, F. (2009). Modelo de cambio basado en el aprendizaje. (*Tesis para titulado*). Universidad Nacional de Rosario, Santa Fe, Argentina.
- Municipalidad. (20 de junio de 2017). *Municipalidad de Lima*. Obtenido de noticias: <https://www.munlima.gob.pe/noticias/item/36195-centros-comerciales-de-los-conglomerados-de-lima-reciben-capacitaci%C3%B3n-en-temas-empresariales>
- Netto, M. N. (2016). El Discurso Del Marketing De Lugares Y Grandes Eventos; El Discurso Del Marketing Local Y Principales Eventos. *ProQuest*, 29, 495-512.
- Padilla-Martínez, M. P., Quispe-Otacoma, A. L., Nogueira-Rivera, D., & Hernández-Nariño, A. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. *Scielo*, 37(1), 1. Obtenido

de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000100010

- Paredes, M., & Reátegui, M. (2017). Capacitación Empresarial Y Su Incidencia En La Gestión Administrativa De La Empresa American Metal S.A.C. Del Distrito De Calleria- Pucallpa, 2016. (*Tesis para titulado*). Universidad Privada de Pucallpa, Pucallpa, Perú.
- Parra, D. (2016). *Gestión de la promoción del emprendimiento y su influencia en el desarrollo de las MYPES del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, año 2016*. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Pérez, Y. S., Cabeza-Pullés, D., & Fernández-Pérez, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research*, 22, 70-77.
- Pizan Avila, B. (2017). Determinantes de emprendimiento: un análisis desde el proceso emprendedor, enfocado en Mype nuevas y en crecimiento de la ciudad de Trujillo – Perú - 2017. (*Tesis para titulado*). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Sánchez Tovar, Y., García Fernández, F., & Mendoza Flores, J. E. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Generales*, 31(136), 243-252.
- Soroush, A., Heydarpour, B., Komasi, S., Saeidi, M., & Ezzati, P. (2018). Barreras para la derivación a rehabilitación cardíaca ambulatoria: un modelo predictivo que incluye factores de riesgo reales y percibidos y control percibido. *ProQuest*, 21(3), 249-254.
- Villa, M. A., Jaramillo, I. D., & Alzate, B. A. (2017). Emprendimiento Corporativo e Innovación: Una Revisión y Futuras Líneas de Investigación. *Espacios*, 38, 4-18.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS					
ESTIMADO (A):					
Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca del "Emprendimiento y Capacitación Empresarial en la Asociación de Comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, Lima – 2018". Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo por responder las siguientes preguntas:					
INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales ustedes deberán de responder marcando con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente.					
CUESTIONARIO					
I)	Sexo	1.- (M)	2.- (F)		
II)	¿Qué edad tiene usted?	1.- Entre (18 – 30) 2.- (31 – 45) 3.- (46 – 60) 4.- (61 a más)			
III)	¿Usted importa?	1.- (Si) 2.- (No)			
IV)	¿De qué país importa?	1.- (China) 2.- (Viet Nam) 3.- (Brasil) 4.- (Otros) 5.- (Ninguno)			
VARIABLE: EMPRENDIMIENTO			VALORES DE ESCALA		
DIMENSIONES	INDICADORES	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4
INNOVACIÓN	MEJORA CONTINUA				
	1. La empresa mejora continuamente los productos.				
	CREATIVIDAD				
	2. Cuenta con personal creativo en la innovación de productos.				
	ACTITUD				
	3. Muestra una actitud emprendedora generando los cambios necesarios para su empresa.				
	EXPERIMENTACIÓN				
4. Experimenta con nuevos diseños y modelos.					
PROACTIVIDAD	AUTOCONTROL				
	5. Controla su actitud ante incertidumbres de la empresa y del entorno.				
	LENGUAJE POSITIVO				
	6. Busca mantener un lenguaje positivo al interior de la empresa.				
	PERSEVERANCIA				
	7. Es perseverante al momento de negociar.				
	PERSUASIÓN				
8. Considera que es persuasivo con las personas con las que realiza negocios.					
TOMA DE RIESGO	PROPENSIÓN				
	9. Invierte en negocios sin importarle mucho el riesgo.				
	CONTROL DE PROCESOS				

	10. Cuenta con el control adecuado de los procesos de la empresa (compra, venta, ingresos, inventario y otros).				
	NUEVOS NEGOCIOS				
	11. Realiza nuevos negocios teniendo en cuenta los costos adicionales.				
	ACCIONES				
	12. Evalúa cuidadosamente las acciones que se pondrán en marcha en la empresa.				
CULTURA EMPREDEDORA	FAMILIA				
	13. Tiene apoyo familiar al emprender un nuevo negocio.				
	AMIGOS				
	14. Las amistades ven el emprendimiento como un futuro exitoso sin miedo al fracaso.				
	CULTURA LOCAL				
	15. El entorno local fomenta el emprendimiento.				
AMBIENTE DEL NEGOCIO	FINANCIAMIENTO				
	16. Obtiene préstamo bancario para iniciar un negocio.				
	INVERSIONISTAS				
	17. Tiene inversionistas que apoyen en la elaboración de un negocio.				
	ESTADO				
	18. Tiene apoyo del estado para crear nuevas empresas.				
	EMPRESAS CONSULTURAS				
	19. Cuentan con empresas consultoras que ayuden en poner en marcha un negocio.				
CONTROL PERCIBIDO	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO				
	20. Reconoce las oportunidades de negocio que se le presenta.				
	ESTUDIO DE MERCADO				
	21. Realiza muestras antes de sacar el producto al mercado.				
	MARKETING				
	22. Realiza campaña de marketing para los productos.				
VARIABLE CAPACITACION EMPRESARIAL					
AREAS DE APOYO	LOGISTICA				
	23. La empresa capacita a los colaboradores en logística.				
	TECNOLOGIA				
	24. La empresa capacita a los colaboradores en logística.				
	FINANZAS				
	25. La empresa capacita a los colaboradores en finanzas.				
	VENTAS				
	26. La empresa capacita a los colaboradores en ventas.				

	MARKETING				
	27. La empresa capacita a los colaboradores en marketing				
AREAS DE APOYO	SERVICIO AL CLIENTE				
	28. La empresa capacita a los colaboradores en servicio al cliente				
	GESTION ADMINISTRATIVA				
	29. La empresa capacita a los colaboradores en gestión administrativa				
DESARROLLO DE COMPETENCIAS	NECESIDAD				
	30. La capacitación es continua para el desarrollo de la empresa.				
	CONOCIMIENTO				
	31. La empresa valora el conocimiento de los trabajadores				
	EXPERIENCIA				
	32. La empresa considera la experiencia de los trabajadores				
	33. El administrador se capacita continuamente en gestión empresarial.				
	VALORES				
	34. La empresa fortalece los valores de los trabajadores.				
	FIJACIÓN DE OBJETIVOS				
	35. La capacitación es importante en la toma de decisiones de la empresa.				
	RESULTADOS				
	36. Los trabajadores capacitados cooperan y trabajan en equipo.				
37. Los trabajadores capacitados permiten el logro de los objetivos de la empresa.					

Anexo 2: Validación experto 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el emprendimiento
Inventario de emprendimiento

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: INNOVACION										
		D		A	D		A	D		A	
1	La empresa mejora continuamente los productos.		/			/			/		
2	Cuenta con personal creativo en la innovación de productos.		/			/			/		
3	Muestra actitud emprendedora generando los cambios necesarios para la empresa.		/			/			/		
4	Experimenta con nuevos diseños y modelos.		/			/			/		
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 2: PROACTIVIDAD										
5	Maneja la actitud ante incertidumbres de la empresa y del entorno.		/			/			/		
6	Busca mantener un lenguaje positivo en el interior de la empresa.		/			/			/		
7	Es perseverante al momento de negociar.		/			/			/		
8	Considera que es persuasivo con las personas con las que realizan negocio.		/			/			/		
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 3: TOMA DE RIESGO										
9	Es propenso a negocios de bajo riesgo.		/			/			/		
10	Cuenta con el control adecuado de los procesos de la empresa (compra, venta, ingresos, inventario y otros).		/			/			/		
11	Realiza nuevos negocios teniendo en cuenta los costos adicionales.		/			/			/		
12	Evalúa las acciones que se pondrá en marcha en la empresa.		/			/			/		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: BARCO SOLARI, ESTEBAN AUGUSTO DNI: 02867613

Especialidad del validador:..... NEGOCIOS INTERNACIONALES.....

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

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

.....de Julio del 2018



Firma del Experto Informante.
Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Certificado de validez de contenido del instrumento que la capacitación empresarial

Inventario de capacitación empresarial

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A M	M D	D A	A M	M D	D A	A M	
	DIMENSIÓN 1: CAPACITACIÓN EMPRESARIAL										
1	La empresa capacita a los colaboradores en logística.		/			/			/		
2	La empresa capacita a los colaboradores en tecnología.		/			/			/		
3	La empresa capacita a los colaboradores en ventas.		/			/			/		
4	La empresa capacita a los colaboradores en marketing. (finanzas)		/			/			/		
5	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.		/			/			/		
6	La empresa capacita a los colaboradores en servicio al cliente.		/			/			/		
7	La empresa capacita a los colaboradores en gestión administrativa.		/			/			/		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: BARCO SOLARI, ESTEBAN AUGUSTO DNI: 02867613

Especialidad del validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

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

..... de Julio del 2018



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 3: Validación experto 2



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el emprendimiento
Inventario de emprendimiento**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A A	M D	D A	A A	M D	D A	A A	
	DIMENSIÓN 1: INNOVACION										
1	La empresa mejora continuamente los productos.			/			/			/	
2	Cuenta con personal creativo en la innovación de productos.			/			/			/	
3	Muestra actitud emprendedora generando los cambios necesarios para la empresa.			/			/			/	
4	Experimenta con nuevos diseños y modelos.			/			/			/	
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 2: PROACTIVIDAD										
5	Maneja la actitud <i>Considera que adecuada para</i> ante incertidumbres de la empresa y del entorno.			/			/			/	
6	Busca mantener un lenguaje positivo en el interior de la empresa.			/			/			/	
7	Es perseverante al momento de negociar.			/			/			/	
8	Considera que es persuasivo con las personas con las que realiza negocios			/			/			/	
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 3: TOMA DE RIESGO										
9	Es propenso a los negocios de bajo riesgo.			/			/			/	
10	Cuenta con el control adecuado de los procesos de la empresa (compra, venta, ingresos, inventario y otros).			/			/			/	
11	Realiza nuevos negocios teniendo en cuenta los costos adicionales.			/			/			/	
12	Evalúa las acciones que se pondrá en marcha en la empresa.			/			/			/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador (Dr./ Mg): Navarro Soto Fabiola DNI: 91010733

Especialidad del validador:

.....de Julio del 2018

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

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



Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que la capacitación empresarial

Inventario de capacitación empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: CAPACITACIÓN EMPRESARIAL	D		A	D		A	D		A	
1	La empresa capacita a los colaboradores en logística.			/			/			/	
2	La empresa capacita a los colaboradores en tecnología.			/			/			/	
3	La empresa capacita a los colaboradores en ventas.			/			/			/	
4	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.			/			/			/	
5	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.			/			/			/	
6	La empresa capacita a los colaboradores en servicio al cliente.			/			/			/	
7	La empresa capacita a los colaboradores en gestión administrativa.			/			/			/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador ^{Dr.} Mg: Navarro Soto Fabiola DNI: 21010733

Especialidad del validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES

..... de Julio del 2018

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

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


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 4: Validación experto 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el emprendimiento
Inventario de emprendimiento

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A A	M D	D A	A A	M D	D A	A A	
	DIMENSIÓN 1: INNOVACION										
1	La empresa mejora continuamente los productos.			/			/			/	
2	Cuenta con personal creativo en la innovación de productos.			/			/			/	
3	Muestra actitud emprendedora generando los cambios necesarios para la empresa.			/			/			/	
4	Experimenta con nuevos diseños y modelos.			/			/			/	
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 2: PROACTIVIDAD										
5	Maneja la actitud ante incertidumbres de la empresa y del entorno.			/			/			/	
6	Busca mantener un lenguaje positivo en el interior de la empresa.			/			/			/	
7	Es perseverante al momento de negociar.			/			/			/	
8	Considera que es persuasivo con las personas con las que realizan negocio.			/			/			/	
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 3: TOMA DE RIESGO										
9	Es propenso a negocios de bajo riesgo.			/			/			/	
10	Cuenta con el control adecuado de los procesos de la empresa (compra, venta, ingresos, inventario y otros).			/			/			/	
11	Realiza nuevos negocios teniendo en cuenta los costos adicionales.			/			/			/	
12	Evalúa las acciones que se pondrá en marcha en la empresa.			/			/			/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Godofredo Ila Sihuincha DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador

20
.....de Julio del 2018

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

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

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 5: Validación experto 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Certificado de validez de contenido del instrumento que la capacitación empresarial
Inventario de capacitación empresarial

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A M	M D	D A	A M	M D	D A	A M	
	DIMENSIÓN 1: CAPACITACIÓN EMPRESARIAL										
1	La empresa capacita a los colaboradores en logística.			/			/			/	
2	La empresa capacita a los colaboradores en tecnología.			/			/			/	
3	La empresa capacita a los colaboradores en ventas.			/			/			/	
4	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.			/			/			/	
5	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.			/			/			/	
6	La empresa capacita a los colaboradores en servicio al cliente.			/			/			/	
7	La empresa capacita a los colaboradores en gestión administrativa.			/			/			/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Godofredo Illa Silvincha. DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

20 de Julio del 2018

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 6: Validación experto 4



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el emprendimiento
inventario de emprendimiento**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: INNOVACION										
		D		A	M	D	A	M	D	A	
1	La empresa mejora continuamente los productos.			✓			✓			✓	
2	Cuenta con personal creativo en la innovación de productos.			✓			✓			✓	
3	Muestra actitud emprendedora generando los cambios necesarios para la empresa.			✓			✓			✓	
4	Experimenta con nuevos diseños y modelos.			✓			✓			✓	
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 2: PROACTIVIDAD										
5	Maneja la actitud ante incertidumbres de la empresa y del entorno.			✓			✓			✓	
6	Busca mantener un lenguaje positivo en el interior de la empresa.			✓			✓			✓	
7	Es perseverante al momento de negociar.			✓			✓			✓	
8	Considera que es persuasivo con las personas con las que realizan negocio.			✓			✓			✓	
	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 3: TOMA DE RIESGO										
9	Es propenso a negocios de bajo riesgo.			✓			✓			✓	
10	Cuenta con el control adecuado de los procesos de la empresa (compra, venta, ingresos, inventario y otros).			✓			✓			✓	
11	Realiza nuevos negocios teniendo en cuenta los costos adicionales.			✓			✓			✓	
12	Evalúa las acciones que se pondrá en marcha en la empresa.			✓			✓			✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: Ninguna

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Ramos Serrano Shelby Hubert DNI: 42711920

Especialidad del validador: Especialista en administración

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

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

....18...de Julio del 2018

Shelby Hubert Ramos
Firma del Experto Informante.
Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Certificado de validez de contenido del instrumento que la capacitación empresarial

Inventario de capacitación empresarial

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: CAPACITACIÓN EMPRESARIAL										
		D		A	D		A	D		A	
1	La empresa capacita a los colaboradores en logística.			✓			✓			✓	
2	La empresa capacita a los colaboradores en tecnología.			✓			✓			✓	
3	La empresa capacita a los colaboradores en ventas. <i>finanzas</i>			✓			✓			✓	
4	La empresa capacita a los colaboradores en marketing. <i>Ventas</i>			✓			✓			✓	
5	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.			✓			✓			✓	
6	La empresa capacita a los colaboradores en servicio al cliente.			✓			✓			✓	
7	La empresa capacita a los colaboradores en gestión administrativa.			✓			✓			✓	



Observaciones: Ninguna

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg. Ramon Serrano Shelby Hubert DNI: 42711920

Especialidad del validador: Especialista en administración

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

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

.....18 de Julio del 2018

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 7: Validación experto 5



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el emprendimiento
Inventario de emprendimiento**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: INNOVACION										
		D		A	D		A	D		A	
1	La empresa mejora continuamente los productos.			/			/			/	
2	Cuenta con personal creativo en la innovación de productos.			/			/			/	
3	Muestra actitud emprendedora generando los cambios necesarios para la empresa.			/			/			/	
4	Experimenta con nuevos diseños y modelos.			/			/			/	
Nº	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 2: PROACTIVIDAD										
5	Maneja la actitud ante incertidumbres de la empresa y del entorno.			/			/			/	
6	Busca mantener un lenguaje positivo en el interior de la empresa.			/			/			/	
7	Es perseverante al momento de negociar.			/			/			/	
8	Considera que es persuasivo con las personas con las que realizan negocio.			/			/			/	
Nº	DIMENSIONES / ítems										
	DIMENSIÓN 3: TOMA DE RIESGO										
9	Es propenso a negocios de bajo riesgo.			/			/			/	
10	Cuenta con el control adecuado de los procesos de la empresa (compra, venta, ingresos, inventario y otros).			/			/			/	
11	Realiza nuevos negocios teniendo en cuenta los costos adicionales.			/			/			/	
12	Evalúa las acciones que se pondrá en marcha en la empresa.			/			/			/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg. ENRIQUE TEVEJ ESPINOZA DNI: 08393468

Especialidad del validador: Temático

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

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

20 de Julio del 2018

Firma del Experto Informante.

Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg) ENRIQUE TEVEJ ESPINOZA DNI: 08393468

Especialidad del validador: Tomático

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

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

20 de Julio del 2018

Firma del Experto Informante.
Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Certificado de validez de contenido del instrumento que la capacitación empresarial

Inventario de capacitación empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: CAPACITACIÓN EMPRESARIAL	D		A	D		A	D		A	
1	La empresa capacita a los colaboradores en logística.			/			/			/	
2	La empresa capacita a los colaboradores en tecnología.			/			/			/	
3	La empresa capacita a los colaboradores en ventas.			/			/			/	
4	La empresa capacita a los colaboradores en marketing. (finanzas)			/			/			/	
5	La empresa capacita a los colaboradores en marketing.			/			/			/	
6	La empresa capacita a los colaboradores en servicio al cliente.			/			/			/	
7	La empresa capacita a los colaboradores en gestión administrativa.			/			/			/	

Anexo 8: Carta informativa



Fundado 30 - 04 02 Inscrito Reg. Ficha N° 11374287 RUC: 20504414826

CARTA INFORMATIVA

La **ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES PROPIETARIOS IMPORTADORES DE LOS 5 CONTINENTES** con RUC N° 20504414826, está debidamente representada por su presidente **Raul E. Condo Huarca**, identificado con DNI N° 10057399.

El Centro Comercial 5 Continentes está ubicado en la Av. Abancay N° 1099 cruce con Montevideo, cuenta con un total de 604 asociados y 800 Stand Comerciales.

El rubro del Centro Comercial es de venta al por mayor y menor de calzado, así como también de ropa para caballeros y damas.

Se expide la presente para los fines que requiera.

Asociación de Comerciantes, Propietarios, Importadores de los 5 Continentes
Lima, 21 de mayo de 2018

5 Continentes

La Nueva Fuerza Comercial



JR. MONTEVIDEO N° 665 - ABANCAY 1099 / JR. AYACUCHO CDRA. 10 CERCADO DE LIMA TEF. 426-5540
E-mail: cc.5continentes@hotmail.com

TABLA DE ESPECIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTO.

Anexo 9: *Tabla específica de emprendimiento*

VARIABLES	DIMENSIONES	PORCENTAJE	INDICADOR	ÍTEM
EMPRENDIMIENTO	Innovación	25%	Mejora Continua Creatividad Actitud Experimentación	P1 P2 P3 P4
	Proactivo	20%	Autocontrol Lenguaje Positivo Perseverancia Persuasión	P5 P6 P7 P8
	Toma de Riesgo	20%	Propensión Control de Procesos Nuevos Negocios Acciones	P9 P10 P11 P12
	Ambiente de Negocios	20%	Familia Amigos Cultura Local Financiamiento Inversionistas Estado Empresas Consultoras	P13 P14 P15 P16
	Control Percibido	15%	Oportunidad de Negocios Estudio de Mercado Marketing	P17 P18 P19

Anexo 10: *Tabla de las empresas posicionadas en la Asociación de comerciantes propietarios importadores 5 continentes*

TABLA DE ESPECIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL.

VARIABLES	DIMENSIONES	PROCENTAJE	INDICADOR	ÍTEM
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL	Áreas de Apoyo	50%	Logística Tecnología Finanzas Ventas Marketing Servicio al Cliente Gestión Administrativa	P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9
	Desarrollo de Competencias	50%	Necesidades Conocimiento Experiencia Valores Fijación de Objetivos Resultados	P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12

Anexo 11: *Tabla de representantes de la Asociación de comerciantes propietarios importadores 5 continentes*

CONSEJO DIRECTIVO 2018 - 2020	
PRESIDENTE	Juan A. Tacca Quispe
VICEPRESIDENTE	Nilo Vasco Soriano
SECRETARIA DE ECONOMÍA	Rossi E. Rafael Palacios
SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN	Elvis J. Cruz Hurtado
SECRETARIA DE ACTAS Y ARCHIVO	Viviana R. Doroteo Sosa
SECRETARIO DE DISCIPLINA	Benjamín Caldas Morales
ASISTENTA SOCIAL	Leonila Rodríguez Acosta
SECRETARIA DE PUBLICIDAD E IMAGEN	Alcira Huacho León
SECRETARIO DE DEPORTES, CULTURA Y RECREACIÓN	Nerio Ramón Pérez

Anexo 12: Fotos del día de las encuestas en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes





Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores

Yo (Nosotros), HUARACA ORE EDITH estudiante(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, declaro (declaramos) bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: "EMPRENDIMIENTO Y CAPACITACION EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES PROPIETARIOS IMPORTADORES DE LOS 5 CONTINENTES, LIMA - 2018", es de mi(nuestra) autoría, por lo tanto, declaro (declaramos) que el Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He (Hemos) mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo (asumimos) 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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

Apellidos y Nombres del Autor	Firma
HUARACA ORE EDITH DNI: 47818651 ORCID: (ORCID 0000-0002-4057-6149)	