



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Emprendimiento y desarrollo empresarial en la Asociación de
comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes,**

Lima - 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

Corredor Huamán, Ernesto (ORCID: 0000-0003-2047-5727)
Gonzales Vera, Astrid Carolina (ORCID: 0000-0003-3168-3177)

ASESORA:

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

Dedicamos esta tesis a nuestros padres por todo el apoyo que nos brindó en esta vida universitaria, estando con nosotros en los momentos más difíciles, con la finalidad de cumplir nuestros objetivos.

Agradecimiento

Agradecemos a la Dra. Fabiola Navarro Soto, quien tuvo la paciencia de asesorarnos cuidadosamente, con la finalidad de realizar un excelente trabajo de investigación.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	25
3.6. Método de análisis de datos	25
3.7. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	26
V. DISCUSIÓN	50
VI. CONCLUSIONES	54
VII. RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS	58
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Escala de Likert.....	20
Tabla 2 Validez Emprendimiento basada en el contenido a través de la V de Aiken	21
Tabla 3 Validez de Desarrollo Empresarial basada en el contenido a través de la V de Aiken	23
Tabla 4 Alfa de Cronbach del Emprendimiento	24
Tabla 5 Alfa de Cronbach de Desarrollo empresarial.....	24
Tabla 6 Prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov	26
Tabla 7 Correlación entre las variables emprendimiento y desarrollo empresarial.	27
Tabla 8 Correlación entre la dimensión innovación y la variable desarrollo empresarial.....	27
Tabla 9 Correlación entre la dimensión proactividad y la variable desarrollo empresarial.....	28
Tabla 10 Correlación entre la dimensión toma de riesgo y la variable desarrollo empresarial.....	29
Tabla 11 Correlación entre la dimensión cultura emprendedora y la variable desarrollo empresarial.....	30
Tabla 12 Correlación entre la dimensión ambiente del negocio y la variable desarrollo empresarial.....	31
Tabla 13 Correlación entre la dimensión control percibido y la variable desarrollo empresarial.....	31
Tabla 14 Tabla cruzada entre la variable emprendimiento y desarrollo empresarial.	32
Tabla 15 Tabla cruzada entre la dimensión innovación y desarrollo empresarial.	32
Tabla 16 Tabla cruzada entre la dimensión proactividad y desarrollo empresarial.	33
Tabla 17 Tabla cruzada entre la dimensión toma de riesgo y desarrollo empresarial.....	33
Tabla 18 Tabla cruzada entre la dimensión cultura emprendedora y desarrollo empresarial.....	34

Tabla 19 Tabla cruzada entre la dimensión ambiente de negocio y desarrollo empresarial.....	34
Tabla 20 Tabla cruzada entre la dimensión control percibido y desarrollo empresarial.....	35
Tabla 21 El emprendimiento en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	36
Tabla 22 El desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima -2018.....	37
Tabla 23 La innovación en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	38
Tabla 24 La proactividad en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	39
Tabla 25 La toma de riesgo en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	40
Tabla 26 La cultura emprendedora en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	41
Tabla 27 El ambiente del negocio en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	42
Tabla 28 El control percibido en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	43
Tabla 29 Porcentaje de hombres y mujeres en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	44
Tabla 30 Porcentaje de edades en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	45
Tabla 31 Porcentaje de los importadores en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	46
Tabla 32 Porcentaje de los países donde se importa en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	47
Tabla 33 Porcentaje de compras de productos terminados o de materia prima en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.....	48

Tabla 34 Porcentaje de los distribuidores nacionales o internacionales en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.	49
---	----

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Muestra de escala de barras de Emprendimiento.....	36
Figura 2 <i>Muestra de escala de barras de Desarrollo Empresarial.....</i>	37
Figura 3 <i>Muestra de escala de barras de Innovación.....</i>	38
Figura 4 <i>Muestra de escala de barras de Proactividad.</i>	39
Figura 5 <i>Muestra de escala de barras de Toma de riesgo.</i>	40
Figura 6 <i>Muestra de escala de barras de Cultura emprendedora</i>	41
Figura 7 <i>Muestra de escala de barras Ambiente del negocio.....</i>	42
Figura 8 <i>Muestra de escala de barras Control percibido.....</i>	43
Figura 9 <i>Muestra de escala de barras de cantidad de masculino y femenino.</i>	44
Figura 10 <i>Muestra de escala de barras de las edades de los encuestados.....</i>	45
Figura 11 <i>Muestra de escala de barras de empresas importan.</i>	46
Figura 12 <i>Muestra de escala de barras de los países donde importan los microempresarios.....</i>	47
Figura 13 <i>Muestra de escala de barras de los productos que importan los microempresarios.....</i>	48
Figura 14 <i>Muestra de escala de barras de los distribuidores nacional o internacional.....</i>	49

Resumen

La investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre el emprendimiento y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, Lima – 2018. Para su desarrollo se recurrió al autor Miller (1983) para sustentar la variable emprendimiento. Para fundamentar la variable desarrollo empresarial se aludió al autor Guizar (2008). La presente investigación, es de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. La población fue conformada por 604 microempresas de calzado, por lo consiguiente la muestra fue de 235 microempresarios. Se diseñaron dos cuestionarios para recopilar la información para cada variable, La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0,778 para el cuestionario de la variable emprendimiento y 0,724 para la variable desarrollo empresarial. Se empleó el estadígrafo Rho de Spearman para la prueba de hipótesis donde se obtuvo un grado de significancia de 0,001 y un valor de 0,208 en la prueba de hipótesis general, confirmando la relación que existe entre las variables de estudio.

Palabras Clave: Emprendimiento, desarrollo empresarial, calzado, microempresas.

Abstract

The main objective of the research was to determine the relationship between entrepreneurship and business development in the Association of Traders Owners Importers of the 5 Continents, Lima - 2018. For its development, the author Miller (1983) was used to support the variable entrepreneurship. The author Guizar (2008) was used to support the entrepreneurial development variable. This is a descriptive correlational research, with a non-experimental design and a quantitative approach. The population consisted of 604 footwear microenterprises, therefore the sample consisted of 235 microentrepreneurs. Two questionnaires were designed to collect information for each variable. The validity of the instrument was obtained through expert judgment and the reliability with Cronbach's Alpha coefficient, obtaining a result of 0.778 for the questionnaire of the entrepreneurship variable and 0.724 for the business development variable. Spearman's Rho statistic was used for the hypothesis test where a degree of significance of 0.001 was obtained and a value of 0.208 in the general hypothesis test, confirming the relationship that exists between the study variables.

Keywords: Entrepreneurship, business development, footwear, microenterprises.

I. INTRODUCCIÓN

La demanda internacional es exigente al adquirir un producto. El producto tendrá un impacto en el cliente dependiendo de su necesidad, presentación, uso o entre otras características. La apariencia física del producto, diseño de envase, costo del producto y entre otros aspectos más, puede ser fundamental para que las empresas obtengan mayor exportación y ventas.

Muchas empresas actualmente han surgido por un emprendimiento, el desarrollo de ello dependerá de la dedicación y la toma de decisión que tendrá para buscar el desarrollo empresarial. Si hablamos de emprendedores a nivel mundial podemos encontrar países con gran envergadura emprendedora.

Según Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), el país con más índice de espíritu emprendedor al nivel mundial está conformado por Arabia Saudita (p. 29). Ha tenido oportunidades de crecimiento económico gracias a ser uno de los principales exportadores de petróleo, ofreciendo grandes oportunidades en el área energética, colocándose en la lista de muchos países emprendedores. Según The Observatory of Economic Complexity (2017), logró exportar US\$96,1 miles de millones de petróleo crudo, US\$13 miles de millones de refinado de petróleo, \$10,1 miles de millones de los polímeros de etileno y US\$4,93 miles de millones de polímeros de propileno. El 3.6% de la población que está dentro de los 18 a 64 años de edad, actualmente son propietarios o gerentes de una empresa. Y un 69.66% de población que se encuentran en el mismo rango de edad, afirman que la mayoría de personas consideran que iniciar un negocio es deseable en su país (GEM, 2018).

Chile es el país donde más se fomenta el emprendimiento y sobre todo es apoyado por el estado. Siempre fue uno de los países Latinoamericanos con una política y economía aceptable para realizar un negocio. El gobierno chileno, creó una modalidad para impulsar el emprendimiento, llamado Start-Up Chile, que busca fomentar los nuevos negocios de su país. Ya que siempre se caracterizó por ser una nación que otorga nuevas oportunidades de negocio, reconociendo el emprendimiento como factor clave para el desarrollo del país.

Perú se encuentra en el quinto lugar entre los países más emprendedores del mundo y está posicionado en el primer lugar al nivel de América Latina (GEM, 2018, p.29). Son pocos los empresarios peruanos que cuentan con el conocimiento y la habilidad fundamental para emprender cualquier tipo de negocio. La mayoría de personas con ideas de negocio no logran plasmar o desarrollar correctamente su idea y es ahí donde surge un porcentaje de mortandad de empresas.

Según The Observatory of Economic Complexity (2017), el 65.3% de los peruanos tienen la capacidad para iniciar un negocio tanto por oportunidad como por necesidad. Consideran que el espíritu emprendedor es influenciado por el clima económico, las normas culturales y sociales. Por otra parte, lo que limita el espíritu emprendedor son las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y la capacitación (educación).

Perú se encuentra en primer lugar en toda América Latina como el país con mayor emprendimiento, pero hay factores que hacen que un emprendedor no sea un empresario. Según el diario Gestión (2018), hay tres puntos que impiden el desarrollo de un emprendimiento, las cuales son: (a) falta de capital humano (b) falta de financiamiento y (c) expansión regional (párr. 3).

Estos factores impiden que un emprendedor no logre ser un empresario y no pueda desarrollar su idea de negocio. La ayuda del gobierno o de empresas consultoras lograrían ser de gran ayuda para que los emprendedores tengan el conocimiento adecuado de cómo saber sobre llevar una empresa o cómo iniciar un negocio de manera correcta, ya que se busca reducir la tasa de mortandad de empresas por falta de conocimiento.

El líder de GEM Perú, Jaime Serida (2018), indicó que existe un porcentaje de mortalidad de emprendimiento del 6.2%, frente a 5.2% del promedio de la región y un bajo nivel de innovación en la gran parte de sus negocios.

Por otro lado, la mayoría de empresas buscan la internacionalización o la manera de hacerse conocidos en el mundo. En otros países, hay empresas sumamente desarrolladas que cuentan con una alta producción y comercialización que logran satisfacer la demanda internacional. Entre ellas tenemos como principal productor y exportador a China, siendo un país que cuenta con una alta productividad de calzado a nivel mundial debido a su tecnología, logrando que pueda satisfacer la demanda del mercado internacional (Revista del Calzado,

2017). En la exportación de calzados, 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% con solo ese país, a comparación de los 24% que sería el resto del mundo (Trademap, 2018).

Italia es el segundo país exportador de calzado, 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).

En Latinoamérica, la producción y comercialización de calzado está representado por Brasil, que cuenta con un valor exportado en 2016 de US\$ 472 millones. Destacan en su mayoría las empresas brasileras, ya que cuentan con mayor especialización en componentes y materiales de la industria de cuero, es así que, en el año 2016, la comercialización de calzado fue importante entre Brasil y Perú, sumando aproximadamente más de US\$ 5,2 millones (Trademap, 2018).

Brasil considera un aliado a Perú, ya que se encuentra en el cuarto lugar en producción de calzado en América del Sur. En el año 2017, hubo un proyecto llamado By Brasil Components and Chemicals, donde participaron empresas brasileras que producen y comercializan artículos elaborados en cuero e insumos para calzados. Invitaron a empresas peruanas de calzado para participar. Perú exporto a Brasil más de 50 millones de calzado en ese año (CITECCAL, 2017). Los empresarios brasileños consideran a Trujillo como “Capital del Calzado” debido a su importante producción del norte del Perú (Perú Retail, 2017).

Los empresarios trujillanos participaron por primera vez en la feria internacional Taconeras, realizado en Chile el mes de abril del 2018. Siete empresas viajaron a Santiago de Chile para ser parte de este evento que reúne lo mejor de la industria del calzado en América Latina. Estas empresas exportaron a Chile un valor aproximado de US\$ 250 mil y hacia Ecuador US\$ 350 mil (La República, 2018).

En el Perú, la Sociedad Nacional de Industria (SNI) indica que la producción de calzado durante el año 2016 se destinó principalmente al mercado nacional. Asimismo, las importaciones de calzados vienen principalmente de China, Brasil, Vietnam, India e Indonesia. Por otro lado, las exportaciones van destinadas en su mayoría a Chile, Estados Unidos, Ecuador, México y Colombia.

A nivel local, en el distrito de Cercado de Lima, se encuentra ubicado el Centro Comercial 5 Continentes, el cual se encarga de la producción, distribución, comercialización y venta de calzado nacional, también está conformado por socios importadores de calzado. Del 100 % de los empresarios, el 30% son fabricantes y distribuidores, por lo que el 70% restante se dedica a la comercialización de calzados provenientes de la ciudad de Trujillo. En el año 2000 se inauguró esta asociación integrando a 423 emprendedores que ingresaban en el rubro de producción de calzado de cuero. Pasando los años, cada integrante de la asociación fue capacitada para ayudar en el desarrollo de su empresa. La asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes cuenta ahora con 604 empresarios que producen y otorgan servicio en la elaboración de calzado.

Palomino (2018), presidente de la Asociación de Comerciantes Las Fronteras Unidas de Grau, mencionó que las galerías más grandes y comerciales, como Fronteras Unidas de Grau y 5 Continentes alcanzan una venta de S/. 1 millón y que las restantes galerías registran entre S/. 500,000 y S/. 700,000 diariamente (Diario Gestión, 2018).

Por los años de experiencia que ha tenido esta galería en el rubro del calzado, muchas empresas públicas y privadas requieren de sus servicios, 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 galería cuenta con todas comodidades para realizar sus trabajos, Según el reporte del Doing Business, world Bank (2018), el Perú ocupa el puesto 58 de 190 economías con el mejor ambiente de los negocios. Bajo esta información, se puede generalizar que lo empresarios peruanos cuentan con un ambiente de negocio agradable, además ayuda mucho para el bienestar del trabajador ya que cualquier factor interno de la empresa debe de ser la correcta para el buen funcionamiento. Además, la Cámara de Comercio de Lima (2017), nos dice que el Perú se encuentra en el tercer lugar de América Latina como el país con el mejor clima de negocios.

La presente investigación tiene la finalidad de encontrar la relación entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial, ya que se busca conocer que no sólo es importante ser emprendedor sino ser empresarios y así poder asegurar la sostenibilidad de las empresas, disminuyendo la tasa de mortandad empresarial y buscando el desarrollo de la empresa.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el problema debe expresar una relación entre conceptos o variables, formulada en base a una pregunta que se observe en la realidad. Para el presente trabajo de investigación, se cuenta con el siguiente problema general: ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y el desarrollo 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 la innovación y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (b) ¿Cuál es la relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (c) ¿Cuál es la relación entre la toma de riesgo y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (d) ¿Cuál es la relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?, (e) ¿Cuál es la relación entre el ambiente de negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018? y (f) ¿Cuál es la relación entre el control percibido y el desarrollo 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, da a entender que el estudio es importante. El presente trabajo de investigación es justificación práctica, de acuerdo con Blanco y Villalpando (2012), un trabajo de investigación tiene una justificación práctica cuando el proceso de su elaboración ayuda a solucionar un problema o brinda estrategias que al ponerse en práctica contribuiría en la solución. Siguiendo el mismo orden, según Méndez (1995) definió la justificación teórica como el estudio en revisar, negar, aportar otras teorías, contrastar conclusiones ayudando conocimientos ya existentes. Ayudaría a otros trabajos de investigación como una referencia.

Asimismo, la justificación metodológica, de acuerdo a Chavarría (2018) es metodológica cuando se elabora un nuevo método, teoría, solución, o estrategia que aporte al conocimiento. Desarrollando un instrumento que aporte en la recolección de información de las variables que se estudie. Por último, la justificación social, de acuerdo con Arias (2012), mencionó que toda investigación debe tener un destino social, llegando a ser un apoyo a cualquier problema en la sociedad o resolviendo un problema que afecte un grupo social.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el objetivo de una investigación es el punto a donde se quiere llegar, debe ser expresado con claridad, ser realista y específico. La investigación tiene como objetivo general: Determinar la relación entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018. Adicionalmente, se tiene como objetivos específicos: (a) Determinar la relación entre la innovación y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (b) Evaluar la relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (c) Analizar la relación entre la toma de riesgo y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (d) Determinar la relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (e) Analizar la relación entre el ambiente de negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (f) Evaluar la relación entre el control percibido y el desarrollo 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 el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018. Asimismo, como hipótesis específicos: (a) Existe relación entre la innovación y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores

de los 5 continentes, Lima – 2018, (b) Existe relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (c) Existe relación entre la toma de riesgo y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (d) Existe relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (e) Existe relación entre el ambiente de negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018, (f) Existe relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

II. MARCO TEÓRICO

Para la presente investigación se adjuntó diferentes trabajos previos, entre ellos tenemos, en el ámbito nacional: Según Pizan (2017) en su investigación: Determinantes de emprendimiento: un análisis desde el proceso emprendedor, enfocado en Mype nuevas y en crecimiento de la ciudad de Trujillo – Perú – 2017, tuvo como objetivo explicar los factores del emprendimiento en la creación de un nuevo proyecto. Utilizó una investigación de tipo explicativa de diseño experimental y con corte transversal; la población estuvo conformada por 60 000 emprendedores y 35 especialistas de la ciudad de Trujillo, el tamaño de muestra para los emprendedores fue de 382. Concluyó que los emprendedores con mayor potencial son los que lideran el mercado emprendedor. Los emprendedores que actúan por necesidad no logran sobresalir y los factores externos no son lo suficiente para tener un ecosistema emprendedor positivo.

Para Villacrés (2017) en su tesis: Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las pymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador, tuvo como objetivo ver la competitividad de las Mipymes de Bolívar del Ecuador, que es influenciado por la gestión del emprendimiento. Realizó una observación científica, inductivo – deductivo, análisis y síntesis, como métodos estadísticos para comprobar las hipótesis. Concluyó que la gestión del emprendimiento influye en la competitividad de las mipymes manufactureras en un 54%.

Según 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 determinar los puntos que ayudan el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo, año 2017. Es un estudio descriptivo de corte transversal. Esta investigación desarrolló un instrumento que es el cuestionario para cada persona que cuenta con un negocio. Concluyó que la falta de presencia de las autoridades del estado genera dudas en los emprendedores de la zona por mala difusión de los proyectos en emprendimiento, haciendo perder oportunidades de informarse de cómo desarrollarse empresarialmente.

Para Lambert (2016) en su tesis: Cultura intraemprendedora y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado, Trujillo. Año 2016, tuvo como objetivo relacionar la cultura intraemprendedora con la innovación de micros y pequeños empresarios de calzado. Teniendo un estudio descriptivo no experimental, transversal. Concluyó que el 76% de trabajadores son intraemprendedores. Por otro lado, el 71% son innovadores y por último aplicó la prueba de Rho de Spearman para buscar la relación de ambos aspectos, donde arrojó un valor de 0.408, valor positivo.

Según 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, su objetivo fue buscar la relación de la promoción del emprendimiento en el desarrollo de las Mypes del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, año 2016. Realizó una investigación científica inductivo – deductivo, dando información estadística gracias a la encuesta realizada. Concluyó que hay una relación significativa de la gestión de la promoción del emprendimiento y el desarrollo de las Mypes del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria.

En el ámbito internacional, según Bedoya, Toro y Arango (2016) en su artículo: Emprendimiento Corporativo e Innovación: Una Revisión y Futuras Líneas de Investigación, tuvo como objetivo en conocer el emprendimiento en las corporaciones y la innovación, por consiguiente, detectó que hay relación entre el comportamiento del emprendedor en una organización. Realizó un trabajo descriptivo correlacional, no experimental. Concluyó que los factores como la estrategia, estructura y cultura administrativa, dan a entender la relación del emprendimiento y la innovación, con la finalidad de dar oportunidad en competir en mercados altamente competitivos.

Padilla, Quispe, Nogueira y Hernández (2016) en su artículo: Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo, indicó que el crecimiento del desarrollo empresarial fue gracias a la evolución de los emprendedores exitosos. El análisis nos dice que para un crecimiento económico favorable se centra en evaluar el conocimiento del emprendedor. Es un estudio inductivo – deductivo. Concluyó que el apoyo del gobierno y una adecuada administración favorece el mejoramiento en un 54% de los encuestados de una

infraestructura del emprendimiento, entre los encuestados el 89% son personas con educación superior.

Mancheno y Villalba (2016) En su artículo: Habilidades directivas y el desarrollo empresarial en la industria de calzado a través de la modelización, tuvo que conocer las habilidades gerenciales para ver el factor que logra influenciar en la dirección competitiva de las empresas en el mercado. Siendo un estudio que aplica, estadística descriptiva. Concluyó que se logra establecer una relación entre la competitividad empresarial del sector y las habilidades gerenciales que lograron ayudar al desarrollo al máximo.

Pazmiño, Beltrán y Gallardo (2016) en su artículo: Los estilos de liderazgo y su influencia en el desarrollo empresarial: caso Pymes de la provincia de Tungurahua – Ecuador, su objetivo fue relacionar el tipo de liderazgo que emplean los gerentes de las pequeñas y medianas empresas en la provincia de Tungurahua. Tuvo un estudio explicativo correlacional. Su técnica fue la encuesta para la recolección de datos, fueron 1220 empresas que realizan distintas actividades industriales. Finalmente, se realizan varios métodos sobre los resultados entre el liderazgo en las Pymes de la provincia y su influencia en el desarrollo empresarial, el 40% de los encuestados son líderes y llegaron a un desarrollo empresarial.

También Glaser, Stam, Takeuchi (2016) en su artículo: Gestión de los riesgos de la proactividad, tuvo que buscar si había una dependencia entre la proactividad con la forma de gestionar el riesgo. Aplicó una metodología tipo descriptiva correlacional, buscó los resultados con ayuda de 383 trabajadores de 34 empresas para hallar la respuesta al problema. Concluyó que la gestión de riesgo debilita la relación entre la proactividad y el rendimiento en el trabajo, el 4.49% muestra un resultado que mientras la gestión de riesgo es menor también la proactividad del trabajador es menor.

Para Sánchez, 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 armar una tipología de la región sobre la habilidad o capacidad que tiene la innovación al relacionarse con el comportamiento emprendedor en el país de México. Aplicó una metodología análisis factorial, para determinar cómo influyen sus dimensiones en los estudios realizados para clasificar las regiones. Concluyó que las ciudades que tiene una mayor actividad emprendedora, cuentan con una

gran capacidad de innovación, entre ellas el 39,2% son las personas con motivación a emprender y solo el 9,4% logra innovar.

Para Drover, Wood y Tyge (2014) en su artículo: Los efectos del control percibido en las decisiones de inversión de capital de riesgo: una perspectiva configuracional, tuvo que examinar cómo se percibe el nivel del control de riesgo sobre el empresario y la influencia que tiene la toma de decisiones. Modelamos los efectos directos del control percibido y los efectos interactivos del control y prestigio neuronal y el atractivo de las oportunidades para determinar cómo las diversas combinaciones de factores que influyen en la voluntad de inversión de los capitalistas. Contó con una investigación explicativa con base a resultados de encuestas. Los resultados muestran que el control percibido es directamente relacionado con la probabilidad de inversión en un 14%, pero con diferentes configuraciones de control y el atractivo de las oportunidades se traduce en resultados diferentes. Nuestros hallazgos respaldan una perspectiva de configuración de la toma de decisiones del capital de riesgo.

Según Pizarro, Real, Dolores (2011) en su artículo: La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora de la innovación, tuvo como objetivo comparar el resultado que causa la noción del capital humano y la cultura emprendedora de la organización sobre el desarrollo de la innovación. Tuvo un estudio explicativo con un diseño experimental. Su conclusión fue que, existe gran relación entre el valor y el conocimiento del capital humano y el factor innovación, convirtiendo a la cultura emprendedora como variable moderadora de 0.21, de modo que el valor de la noción de conocimiento sobre la innovación sea de mayor relación de la misma.

Referente a la definición de la variable emprendimiento se tomó como autor base Miller (1983), indicó que está dividido en 6 dimensiones. La primera es: Innovación, para Dehghanpour (2013), nos dice que viene a ser un modelo de negocio, siendo parte fundamental en las tomas de decisiones y estrategias que ayuden a buscar la sostenibilidad de un grupo de trabajo. Por otra parte, Geissdoerfer, Vladimirova, Van Fossen y Evans (2018), es el centro de la forma de administrar o controlar las estrategias que hacen que sea un plus en la empresa, logrando un mejor procedimiento económico. La segunda dimensión es: Proactividad, según Setiawan, Erdogan y Ogunlana (2015), para lograr ser líder en lo empresarial, uno debe de ser proactivo para ir en la búsqueda de oportunidades.

La tercera dimensión es: Toma de riesgo, para ello Jain, Bearden y Filipowics (2013), nos dice la tendencia de asumir un riesgo es depende las decisiones que uno tome al querer realizar algo. Toda acción cuenta con un porcentaje de fallo, por consecuencia muchas personas tienen miedo a continuar un proyecto. La cuarta dimensión es: Cultura emprendedora, para Cruz, Hamilton y Jack (2012), la cultura emprendedora es un punto crucial que marca la diferencia entre empresas. Logra ser parte de un valor cultural que está integrado en una empresa, esto influye en toda actividad de cualquier organización. También, Discua, Hamilton y Jack (2012), dice que la cultura emprendedora se logra transmitir de generación en generación que buscan las oportunidades que les rodea. Como quinta dimensión está: Ambiente de negocio, para Arano, Cano y Olivera (2012), el entorno que rodea una organización es infinita, cada acción que uno tome debe ser influenciado por el entorno. Las empresas viven cambios con la demanda de la sociedad o las tendencias, es ahí donde sufre cambios por el bien de uno mismo. Por último, encontramos: Control percibido, para Urich (2011), es un control importante que indica el movimiento de la tendencia. Va junto al comportamiento del consumidor, de acuerdo como se comporta o reacciona, logra ser un punto a favor de una organización de acuerdo a como reaccione a dicha acción. Para Fell, Shipworth, Huebner y Elwell (2014), el control percibido es la habilidad, capacidad o destreza que tiene una persona para lograr sus objetivos. Además, para Lam (2014), nos dice que la toma de riesgo siempre está en una empresa, los riesgos son versátiles en el mundo empresarial y se debe de tratar un plan específico para evitar cualquier problema a futuro. Para Qiu, Bal y Lu (2018), nos dice que la toma de riesgo es la manera de saber llevar las riendas de un negocio, de acuerdo a las decisiones que tome serán reflejadas en el crecimiento empresarial.

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, promoviendo nuevas ideas, soluciones a las necesidades del mercado y nuevas formas de comercialización, recaudación de fondos e influencia sobre el gobierno. En segundo lugar: Proactividad, refleja la tendencia para explorar activamente el entorno, predecir inesperadamente cualquier cambio, y prepararse para la incertidumbre futura. En tercer lugar: Toma de riesgo, demuestra por el grado en que se inclinan los directivos en priorizar la

innovación, asumiendo los riesgos necesarios con el fin de poder obtener una ventaja competitiva para que la empresa pueda competir agresivamente. En cuarto lugar: La Cultura emprendedora, identifica las oportunidades de negocio mediante la búsqueda de recursos de tanto valor económico como social para tener como resultado la creación de una empresa. En el quinto lugar: Ambiente de negocio, está formado por un conjunto de fuerzas y condiciones que existen fuera y dentro de la organización y que potencialmente influye en su desempeño. Y, por último: Control percibido, controla los acontecimientos que suceden alrededor del sujeto como información que éste posee acerca de lo que va a suceder posteriormente. Dando una percepción de la habilidad propia para la interacción con el entorno. Así también, para Covin y Slevin (1988), el emprendedor tiene un modo de gestionar una empresa de forma asertiva, busca la innovación, sabe minimizar riesgos y el desarrollo. Por otro lado, Galindo, Méndez y Castaño (2016), nos dice que el emprendedor es ahora un elemento esencial para el desarrollo de una empresa, conoce por instinto todo movimiento administrativo que necesita una organización. Para Malinowski y Erwin (2011), es la forma de crear y hacer riquezas, reconociendo la necesidad que tiene el mercado, cree en sus ideales y que todo emprendimiento logre llegar a un mejor desarrollo organizacional.

Para definir la segunda variable: Desarrollo empresarial, se tomó como autor base a Guizar (2008), es una investigación científica que se encarga del amplio estudio de los factores que influyen en el éxito de una organización. El autor considera que tiene dos dimensiones. La primera dimensión es: Fuerzas externas del cambio (exógenas), estas son factores formación empresarial, necesidad del consumidor, posicionamiento, recursos, y economía, éstas son manifestadas en el exterior de la organización, en el cual puede afectarse de forma negativa y positiva. Como última dimensión está: Fuerzas internas del cambio (endógenas), es el desempeño que cumple un trabajador, son los objetivos que se plantean en la empresa y los valores con los que cuentan para realizar el cambio de la organización.

Otros autores secundarios que definen la variable desarrollo empresarial son: Goldmark (1996), indica que es un proceso que se enfoca en capacitar a los empresarios para poder desarrollar sus habilidades potenciales e iniciar una empresa. El segundo: Varela (2010), son las habilidades que adquieren los

empresarios junto con su personal para fortalecer la innovación y manejar eficientemente los recursos de la empresa. El tercero es: Porras y Robertson (1992), es un conjunto de técnicas, valores, estrategias y teorías que se basan en un cambio de la conducta en un escenario de trabajo para incrementar la mejora y desarrollo de una organización. En cuarto lugar: Burke (1994), es el cambio que tiene la empresa mediante la investigación y el uso de la tecnología para desarrollar conocimientos nuevos que hagan nuestra empresa competitiva. El quinto es: Bennis (1981), menciona que es proceso que conlleva al cambio de una empresa, basándose en cambiar las creencias, valores y estructuras de las organizaciones, adaptándose a los cambios tecnológicos. Como sexto lugar tenemos a: Beckhard (1973), se logra a base de las decisiones tomadas por el área administrativa que logra la mayor eficiencia en los procesos de la organización. Otro caso, Kantis (2004), dice que el desarrollo empresarial es sinónimo de mejor ambiente de negocio, mayor innovación, mayor productividad y genera más empleo. Adicionalmente, Narváez y Fernández (2015), que la producción y su calidad es parte primordial para el desarrollo de una empresa, tener un buen ambiente de negocio influye en el desempeño laboral, esto hace que cree una cultura innovadora que influya en el proceso de una empresa. Además, para Delfín y Acosta (2016), el desarrollo empresarial es fundamental para el país y su crecimiento monetario, esto se hará con estrategias de mercado con la finalidad de llegar al objetivo. Y por último tenemos a: French y Bell (1997), nos dice que la empresa logra generar un cambio eficaz a través de la administración con ayuda de la cultura organizacional.

Para la variable emprendimiento uno de sus dimensiones principales es cultura emprendedora: Según Pérez, Martín y Muñoz (2013), la cultura emprendedora ayuda a mejorar la eficiencia en las empresas ya existentes y a la vez es un motivo y una causa del crecimiento económico. También Briceño (2016), dice que toda persona tiene actitud emprendedora, que hace que su desenvolvimiento genere una cultura emprendedora. Por otro lado, encontramos a la dimensión de control percibido: Para Ajzen (1991), el control percibido juega un papel importante en las acciones e intenciones que tiene el empresario.

Entre otras definiciones de conceptos básicos tenemos: Importación, La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017) menciona que, es la acción de transportar mercancías del extranjero para

comercializarlos de forma legal en el territorio nacional. Mediante las importaciones el mercado nacional se abastece con una variedad de bienes o productos que son utilizados para el consumo.

Asociación: Vegas (2008), menciona que se entiende como asociación, a la cooperación que hay entre las Mypes 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.

Continuando con la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes: Para Condor (2018), presidente de la asociación menciona que el centro comercial 5 continentes está conformado por 604 asociados los cuales son: fabricantes y comercializadores por otro lado se encuentran socios que se dedican a la importación de calzados chinos y brasileiros.

Emprendedor: para Aguilar (2014), todo emprendedor es aquella persona que se siente motivada a seguir adelante asumiendo riesgos, abriendo nuevos caminos en el mundo de los negocios. También, para Silveira, Cabeza y Fernández (2016), todo emprendimiento tiene ideas innovadoras que se logre desenvolver en el mercado, además es parte importante en el desarrollo empresarial. A diferencia de Empresario: Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado y Amón (2011), nos comentaron que tiene como misión construir y renovar la generación del buen vivir a largo plazo, mejorando la calidad de vida con esfuerzo y tomando decisiones empresariales correctas para buscar el desarrollo de la organización. El sistema de desarrollo emprendedor: Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado y Amón (2011), todo emprendedor cuenta con valores determinantes que influyen en toda decisión del proceso emprendedor para el desarrollo de una empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) es una investigación será de carácter aplicada cuando ésta contribuye a solucionar un problema existente socialmente a través de técnicas que a la vez ayuden a posteriores investigaciones. El estudio es aplicado debido a que no se creará una nueva teoría, sino trabajemos con teorías existentes.

La investigación es de nivel descriptivo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. Busca obtener información sobre las variables.

La investigación es de nivel Correlacional.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), Indica que en ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. Busca la relación que tiene las variables entre sí.

Diseño de investigación

El diseño del trabajo es no experimental: Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), se podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en formas intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

El estudio es no experimental ya que no se manipulan variables en la investigación, asimismo, cuenta con un diseño no experimental transversal o transaccional: De acuerdo con, Hernández, Fernández y Baptista (2014), los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. El estudio es transversal debido a que, la investigación se hará en un año determinado que es el 2018.

3.2. Variables y operacionalización

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), la variable es una propiedad susceptible de medirse u observarse.

Variable: Emprendimiento

Definición conceptual

El estilo emprendedor es un concepto multidimensional que se aplica a las organizaciones, así como a individuos. La orientación emprendedora de una empresa se demuestra por la medida en que la parte superior los gerentes tienden a asumir riesgos relacionados con los negocios (la dimensión de asumir riesgos), favorecer el cambio y la innovación para obtener una ventaja competitiva para su empresa (la dimensión de innovación), y para competir agresivamente con otras empresas (la dimensión de proactividad). Miller (1983).

Definición operacional

Las dimensiones de la variable emprendimiento fueron 6. La primera: Innovación, la segunda: Proactividad, la tercera: Toma de riesgo, la cuarta: Cultura emprendedora, la quinta: Ambiente de negocio y la sexta: Control percibido.

Indicadores

El Emprendimiento se mide con los indicadores de mejora continua, creatividad, actitud, experimentación, autocontrol, lenguaje positivo, perseverancia, persuasión, propensión, control de procesos, nuevos negocios, acciones, familia, negocio, amigos, cultura local, financiamiento, inversionistas, estado, empresas consultoras, oportunidad de negocio, estudio de mercado y marketing con el cual se realizará encuestas a los microempresarios.

Escala de medición

Para esta variable, fue empleada 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.

Variable: Desarrollo empresarial

Definición conceptual

Es una mezcla de ciencia y arte, lo cual lo convierte en una disciplina apasionante. Es un área de acción social a la vez que de investigación científica.

Junto con el estudio del desarrollo organizacional, se analiza una amplia temática que incluye los efectos del cambio, los métodos del cambio organizacional y los factores que influyen sobre el éxito del desarrollo organizacional. Guizar (2008).

Definición operacional

Las dimensiones de la variable desarrollo empresarial fueron 2. La primera: Fuerzas exógenas y la segunda: Fuerzas endógenas.

Indicadores

El desarrollo empresarial se mide con los indicadores de formación, necesidad del consumidor, posicionamiento, recursos, economía, trabajador, objetivos, valores y tecnología con el cual se realizará encuestas a los microempresarios

Escala de medición

Para esta variable, fue empleada 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 señala que es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. La investigación tendrá como unidad de análisis a 604 mypes de la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

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 la muestra

$$n = 235.05$$

Donde:

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 estará conformada por 235 empresarios ubicados en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, los cuales aplicaremos un cuestionario para obtener una 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), es una de las técnicas de recolección de información más usada, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se basa en un cuestionario o conjuntos de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. La técnica empleada en la investigación es la encuesta, por ser de enfoque cuantitativo y de la misma permitirá la recolección de los datos obtenidos de la muestra.

Instrumento de recolección de datos

Para Bernal (2010), el cuestionario es un conjunto de preguntas, formuladas para adquirir información y datos necesarios. Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2014), no dice que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Es decir, se presentó cada afirmación y se solicitó al sujeto que extreme su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, por ello se emplearon preguntas que se respondieron bajo la escala de Likert.

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), la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Se validó el instrumento con el coeficiente validez V de Aiken. Para Aiken (1980), 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° Items			DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 2	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 3	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 4	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 5	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 6	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 7	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 8	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 9	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 10	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 11	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 12	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
Item 13	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 14	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 15	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 16	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 17	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 18	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 19	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 20	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 21	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 22	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 23	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 24	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 calificación buena.

Tabla 3 Validez de Desarrollo Empresarial basada en el contenido a través de la V de Aiken

.N° Items		□	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 2	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 3	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 4	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 5	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 6	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
tem 7	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 8	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 9	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	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 Desarrollo Empresarial, logró alcanzar un 0.93 de validez, obteniendo una calificación buena.

Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), 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
0.778	24

Nota: Software SPSS Versión 24.

Como se observa en la tabla 4, el nivel de confiabilidad para la variable de emprendimiento fue de valor 0,778; conformadas por 24 ítems, logrando obtener un nivel de confiabilidad muy buena.

Tabla 5 Alfa de Cronbach de Desarrollo empresarial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.724	9

Nota: Software SPSS Versión 24.

Como se observa en la tabla 5, el nivel de confiabilidad para la variable de desarrollo empresarial fue de valor 0,724; conformadas por 9 ítems, logrando obtener un nivel de confiabilidad muy buena.

3.5. Procedimientos

Para el trabajo de investigación, se validó primero el instrumento de recolección de datos con especialistas profesionales. Mediante esas encuestas validadas se recolectaron datos que posteriormente se procedió a digitar en el programa Excel, realizando un base de datos que se adjuntó en el programa del SPSS, con la finalidad de obtener los resultados de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Para analizar la variable se utilizará el paquete estadístico SPSS versión 24 (Statistical Product and Service Solutions), El programa Microsoft Excel nos permitirá realizar los gráficos y porcentajes en las tablas de frecuencia, sus figuras y distribución, además se obtendrá información y se organizará, lo cual nos permitirá obtener la base de datos que permitirá presentar los resultados en tablas y figuras.

3.7. Aspectos éticos

Se respetará la propiedad intelectual de aquellos autores que están expuestos en el trabajo, además se utilizará el Spss 24 para medir y analizar 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 que se observe si en la redacción de la investigación existió un alto porcentaje de plagio, 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 desarrollo empresarial no tienen una distribución normal

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

Tabla 6 Prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Emprendimiento	0.128	235	0.000
Desarrollo Empresarial	0.119	235	0.000

Nota: Software SPSS Versión 24.

Los datos de la muestra de las variables emprendimiento y desarrollo empresarial tienen un Sig. De $0.000 < 0.05$; por lo que se acepta la hipótesis nula ya que los datos de la muestra de ambas variables no tienen una distribución normal. Por lo tanto, se utilizará estadística no paramétrica, como el estadígrafo Rho de Spearman para medir la relación establecida en la hipótesis de investigación.

Prueba de hipótesis

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

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

Tabla 7 *Correlación entre las variables emprendimiento y desarrollo empresarial.*

		Emprendimiento	
Rho de	Desarrollo	Coeficiente de	,208**
Spearman	empresarial	correlación	
		Sig. (bilateral)	.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. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,208; por lo que se concluye que la correlación entre las variables emprendimiento y desarrollo empresarial es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Innovación y Desarrollo empresarial

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

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

Tabla 8 *Correlación entre la dimensión innovación y la variable desarrollo empresarial.*

		Innovación	
Rho de	Desarrollo	Coeficiente de	,149*
Spearman	empresarial	correlación	
		Sig. (bilateral)	.022
		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 $0,022 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (Hi), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,149; por lo que se concluye que la correlación entre la dimensión innovación y la variable desarrollo empresarial es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Proactividad y Desarrollo Empresarial

Hi: Existe relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H0: No existe relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 9 *Correlación entre la dimensión proactividad y la variable desarrollo empresarial.*

		Proactividad	
Rho de	Desarrollo	Coeficiente de	,152*
Spearman	empresarial	correlación	
		Sig. (bilateral)	.020
		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 $0,020 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (Hi), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,152; por lo que se concluye que la correlación entre la dimensión proactividad y la variable desarrollo empresarial es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Toma de riesgo y Desarrollo empresarial

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

H0: No existe relación entre la toma de riesgo y el desarrollo 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 desarrollo empresarial.*

		Toma de riesgo	
Rho de Spearman	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	,167*
		Sig. (bilateral)	.010
		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 $0,010 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (Hi), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,167; por lo que se concluye que la correlación entre la dimensión toma de riesgo y la variable desarrollo empresarial es muy baja.

Prueba de hipótesis específicas: Cultura emprendedora y Desarrollo empresarial

Hi: Existe relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H0: No existe relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 11 *Correlación entre la dimensión cultura emprendedora y la variable desarrollo empresarial.*

		Cultura emprendedora	
Rho de Spearman	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	,046
		Sig. (bilateral)	.481
		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 0,481 > 0,05 se acepta la hipótesis nula (H0), de que las variables no tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,046; por lo que se concluye que no hay correlación entre la dimensión cultura emprendedora y la variable desarrollo empresarial.

Prueba de hipótesis específicas: Ambiente del negocio y Desarrollo empresarial

Hi: Existe relación entre el ambiente del negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H0: No existe relación entre el ambiente del negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 12 *Correlación entre la dimensión ambiente del negocio y la variable desarrollo empresarial.*

		Ambiente del negocio	
Rho de	Desarrollo	Coefficiente de	,118
Spearman	empresarial	correlación	
		Sig. (bilateral)	.072
		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 $0,072 > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (H_0), de que las variables no tienen relación. Los análisis estadísticos evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,118; por lo que se concluye que no hay correlación entre ambiente del negocio y desarrollo empresarial.

Prueba de hipótesis específicas: Control percibido y Desarrollo empresarial

Hi: Existe relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

H0: No existe relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Tabla 13 *Correlación entre la dimensión control percibido y la variable desarrollo empresarial.*

		Control percibido	
Rho de	Desarrollo	Coefficiente de	,135*
Spearman	empresarial	correlación	
		Sig. (bilateral)	.039
		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 $0,039 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa (H_i), de que las variables tienen relación. Los análisis estadísticos

evidencian un coeficiente de correlación rho: 0,135; por lo que se concluye que la correlación entre la dimensión control percibido y la variable desarrollo empresarial es muy baja.

Tablas cruzadas

Tabla 14 *Tabla cruzada entre la variable emprendimiento y desarrollo empresarial.*

			Emprendimiento			
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	1	1	3	5
		% del total	0.4%	0.4%	1.3%	2.1%
	Bueno	Recuento	57	40	39	136
		% del total	24.3%	17.%	16.6%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	20	28	46	94
		% del total	8.5%	11.9%	19.6%	40.0%
Total		Recuento	78	69	88	235
		% del total	33.2%	29.4%	37.4%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24.

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que el emprendimiento es regular, consideran que el desarrollo empresarial es bueno en un 24.3%. Asimismo, consideran que el emprendimiento es bueno cuando el desarrollo empresarial también es bueno es un 17% y por último consideran que ambas variables son muy buenas en un 19.6%.

Tabla 15 *Tabla cruzada entre la dimensión innovación y desarrollo empresarial.*

			Innovación			
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	2	1	2	5
		% del total	0.9%	0.4%	0.9%	2.1%
	Bueno	Recuento	45	62	29	136
		% del total	19.1%	26.4%	12.3%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	18	47	29	94
		% del total	7.7%	20.0%	12.3%	40.0%
Total		Recuento	65	110	60	235
		% del total	27.7%	46.8%	25.5%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24.

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que la innovación es regular, consideran que el desarrollo empresarial es bueno en un 19.1%. Asimismo, consideran que la innovación es buena cuando el desarrollo empresarial también es bueno es un 26.4% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 12.3%.

Tabla 16 *Tabla cruzada entre la dimensión proactividad y desarrollo empresarial.*

			Proactividad			
			Regula	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	1	4	0	5
		% del total	0.4%	1.7%	0.0%	2.1%
	Bueno	Recuento	50	56	30	136
		% del total	21.3%	23.8%	12.8%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	22	42	30	94
		% del total	9.4%	17.9%	12.8%	40.0%
Total		Recuento	73	02	60	235
		% del total	31.1%	43.4%	25.5%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24.

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que la proactividad es regular, consideran que el desarrollo empresarial es bueno en un 21.3%, también consideran que la proactividad es buena cuando el desarrollo empresarial es bueno es un 23.8% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 12.8%.

Tabla 17 *Tabla cruzada entre la dimensión toma de riesgo y desarrollo empresarial.*

			Toma de riesgo			
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	0	2	3	5
		% del total	0.0%	0.9%	1.3%	2.1%
	Bueno	Recuento	23	53	60	136
		% del total	9.8%	22.6%	25.5%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	7	29	58	94
		% del total	3.0%	12.3%	24.7%	40.0%
Total		Recuento	30	84	121	235
		% del total	12.8%	35.7%	51.5%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24.

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que la toma de riesgo es regular, consideran que el desarrollo empresarial es bueno en un 9.8%, también consideran que la toma de riesgo es buena cuando el desarrollo empresarial es bueno es un 22.6% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 24.7%.

Tabla 18 *Tabla cruzada entre la dimensión cultura emprendedora y desarrollo empresarial.*

		Cultura emprendedora				
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	3	1	1	5
		% del total	1.3%	0.4%	0.4%	2.1%
	Bueno	Recuento	46	74	16	136
		% del total	19.6%	31.5%	6.8%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	31	48	15	94
		% del total	13.2%	20.4%	6.4%	40.0%
Total		Recuento	80	123	32	235
		% del total	34.0%	52.3%	13.6%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24.

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que la cultura emprendedora es regular, cuando el desarrollo empresarial es bueno en un 19,6%, también consideran que la cultura emprendedora es buena cuando el desarrollo empresarial es bueno es un 31,5% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 6,4%.

Tabla 19 *Tabla cruzada entre la dimensión ambiente de negocio y desarrollo empresarial.*

		Ambiente de negocio				
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	1	2	2	5
		% del total	0.4%	0.9%	0.9%	2.1%
	Bueno	Recuento	60	51	25	136
		% del total	25.5%	21.7%	10.6%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	27	44	23	94
		% del total	11.5%	18.7%	9.8%	40.0%
Total		Recuento	88	97	50	235
		% del total	37.4%	41.3%	21.3%	100.0%

Nota: Software SPSS Versión 24.

Dado los resultados obtenidos, cuando los encuestados consideran que el ambiente de negocio es regular, cuando el desarrollo empresarial es bueno en un 25,5%, también consideran que el ambiente de negocio es bueno cuando el desarrollo empresarial es bueno es un 21,7% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 9,8%.

Tabla 20 *Tabla cruzada entre la dimensión control percibido y desarrollo empresarial.*

			Control percibido			
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Desarrollo Empresarial	Regular	Recuento	1	1	3	5
		% del total	0.4%	0.4%	1.3%	2.1%
	Bueno	Recuento	25	79	32	136
		% del total	10.6%	33.6%	13.6%	57.9%
	Muy Bueno	Recuento	10	49	35	94
		% del total	4.3%	20.9%	14.9%	40.0%
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, cuando los encuestados consideran que el control percibido es regular, cuando el desarrollo empresarial es bueno en un 10,6%, también consideran que el control percibido es bueno cuando el desarrollo empresarial es bueno es un 33,6% y por último consideran que ambas son muy buenas en un 14,9%.

Descripción de las variables

Descripción de la variable emprendimiento

Tabla 21 El emprendimiento en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

		Emprendimiento	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	78	33,2
	Bueno	69	29,4
	Muy Bueno	88	37,4
	Bueno		
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

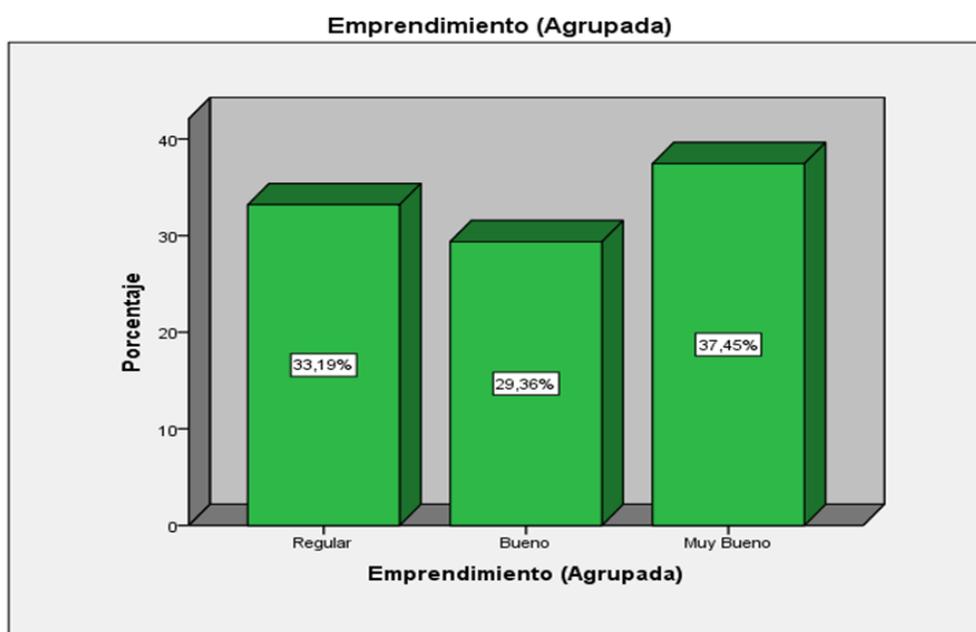


Figura 1 Muestra de escala de barras de Emprendimiento

Descripción de la variable desarrollo empresarial

Tabla 22 El desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima -2018.

		Desarrollo empresarial	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	5	2,1
	Bueno	136	57,9
	Muy Bueno	94	40,0
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

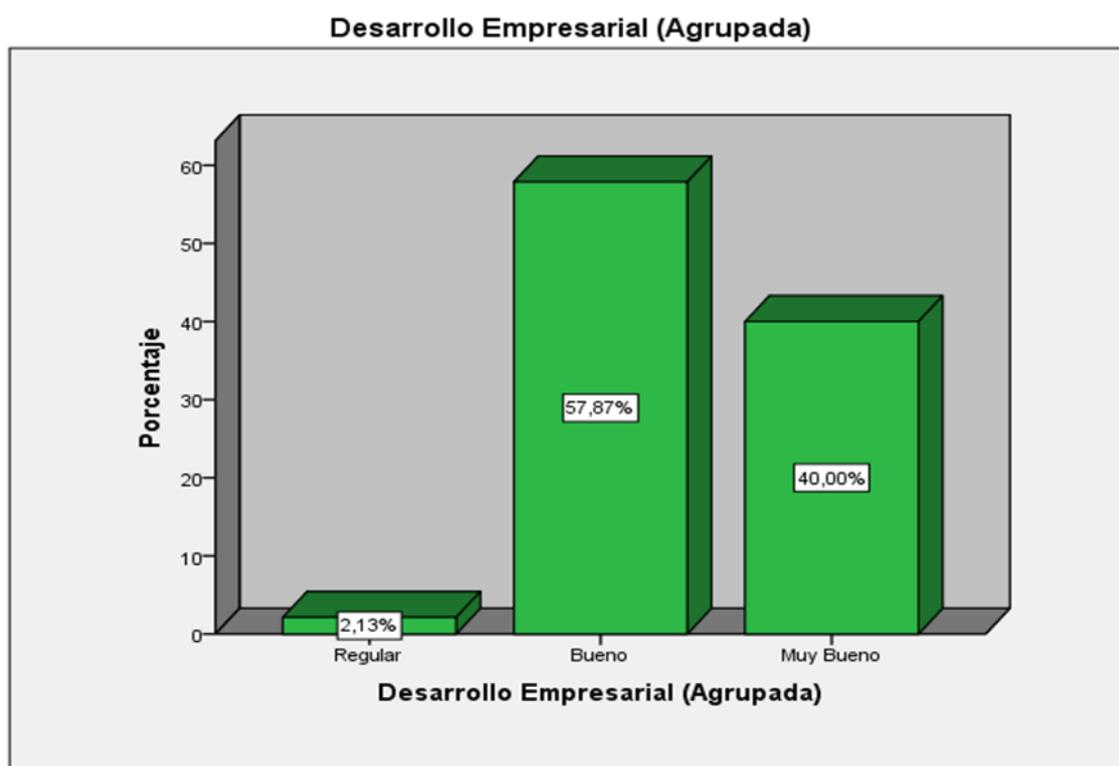


Figura 2 Muestra de escala de barras de Desarrollo Empresarial.

Descripción de la dimensión innovación

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

		Innovación	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	65	27,7
	Bueno	110	46,8
	Muy Bueno	60	25,5
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

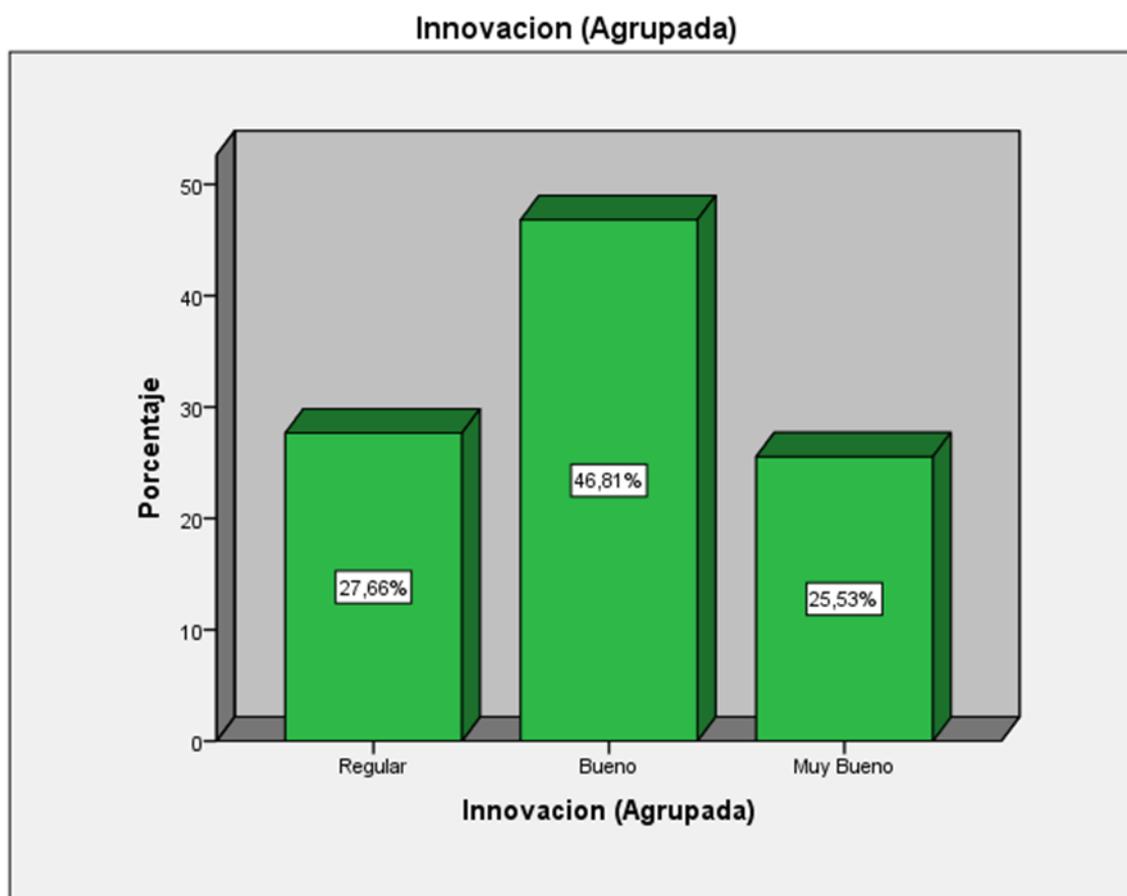


Figura 3 Muestra de escala de barras de Innovación.

Descripción de la dimensión proactividad

Tabla 24 La proactividad en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018

		Proactividad	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	73	31,1
	Bueno	102	43,4
	Muy Bueno	60	25,5
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

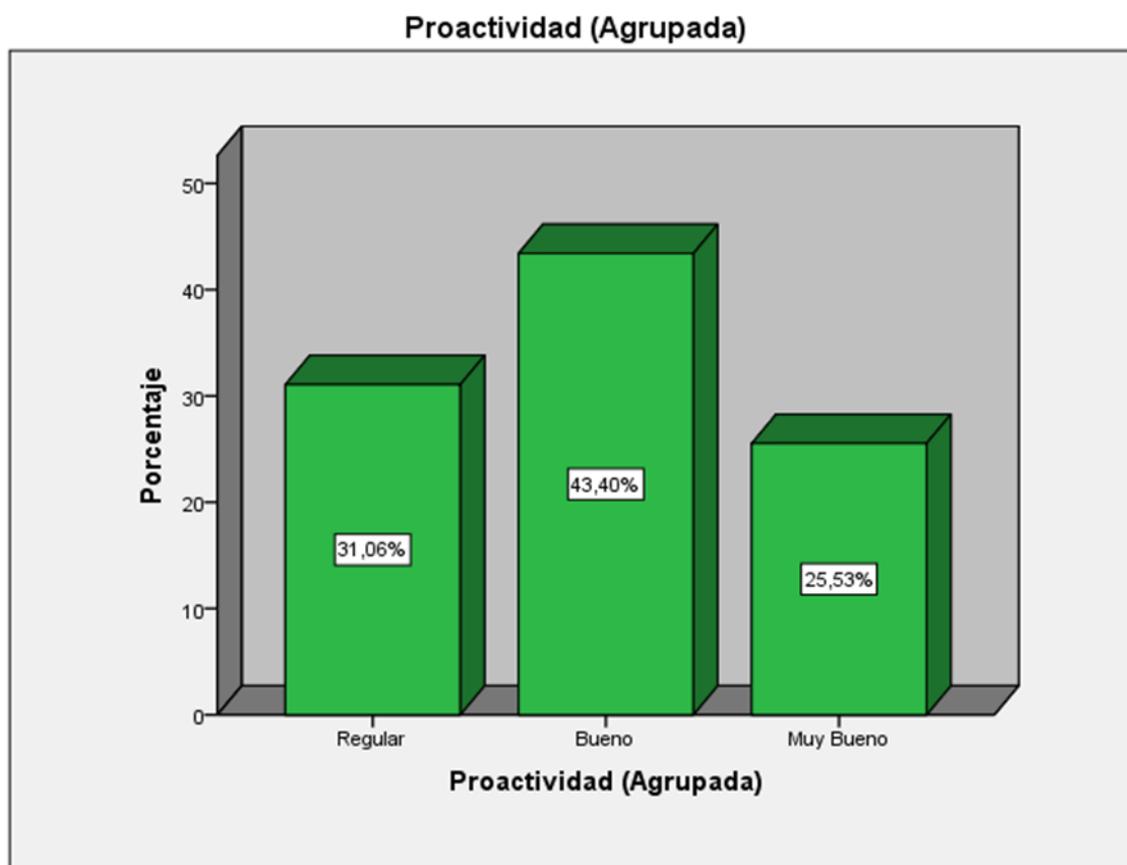


Figura 4 Muestra de escala de barras de Proactividad.

Descripción de la dimensión toma de riesgo

Tabla 25 La toma de riesgo en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

		Toma de Riesgo	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	30	12,8
	Bueno	84	35,7
	Muy Bueno	121	51,5
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

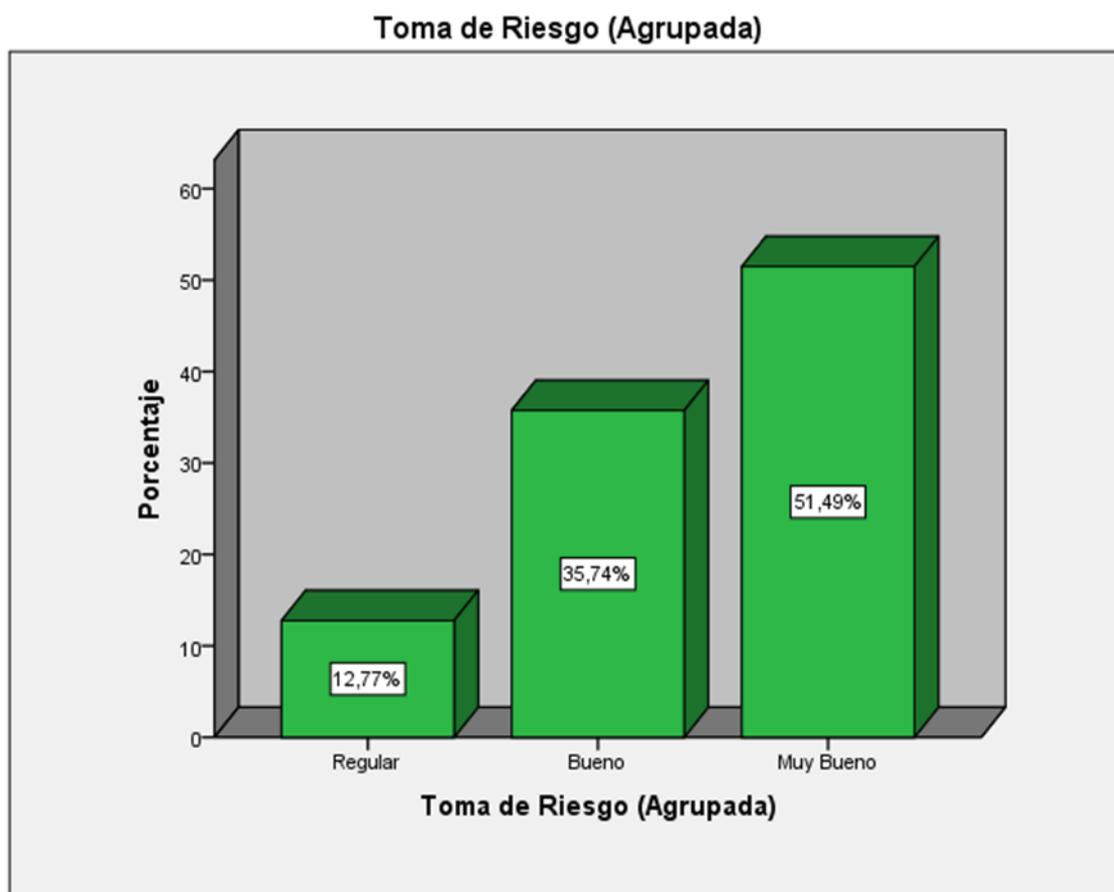


Figura 5 Muestra de escala de barras de Toma de riesgo.

Descripción de la dimensión cultura emprendedora

Tabla 26 La cultura emprendedora en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

		Cultura Emprendedora	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	80	34,0
	Bueno	123	52,3
	Muy Bueno	32	13,6
	Bueno		
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

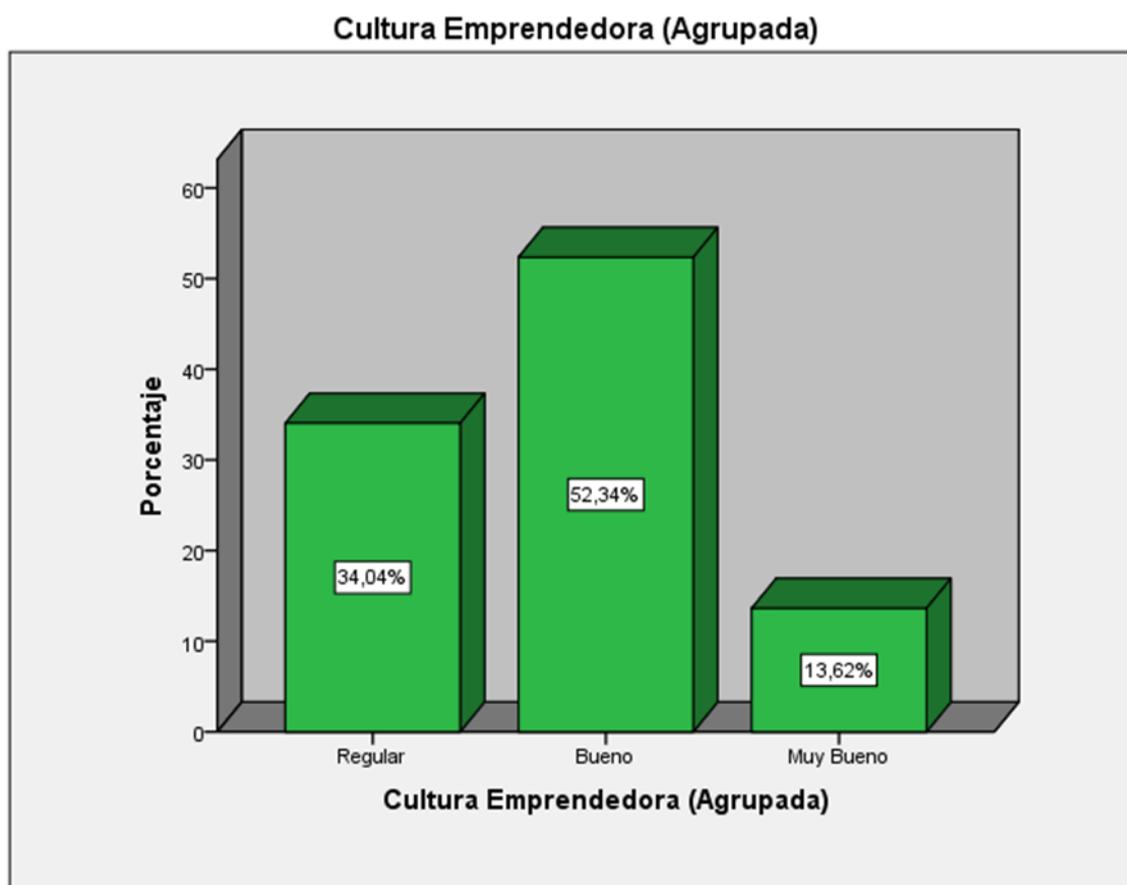


Figura 6 Muestra de escala de barras de Cultura emprendedora

Descripción de la dimensión ambiente del negocio

Tabla 27 El ambiente del negocio en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

		Ambiente del Negocio	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	88	37,4
	Bueno	97	41,3
	Muy Bueno	50	21,3
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

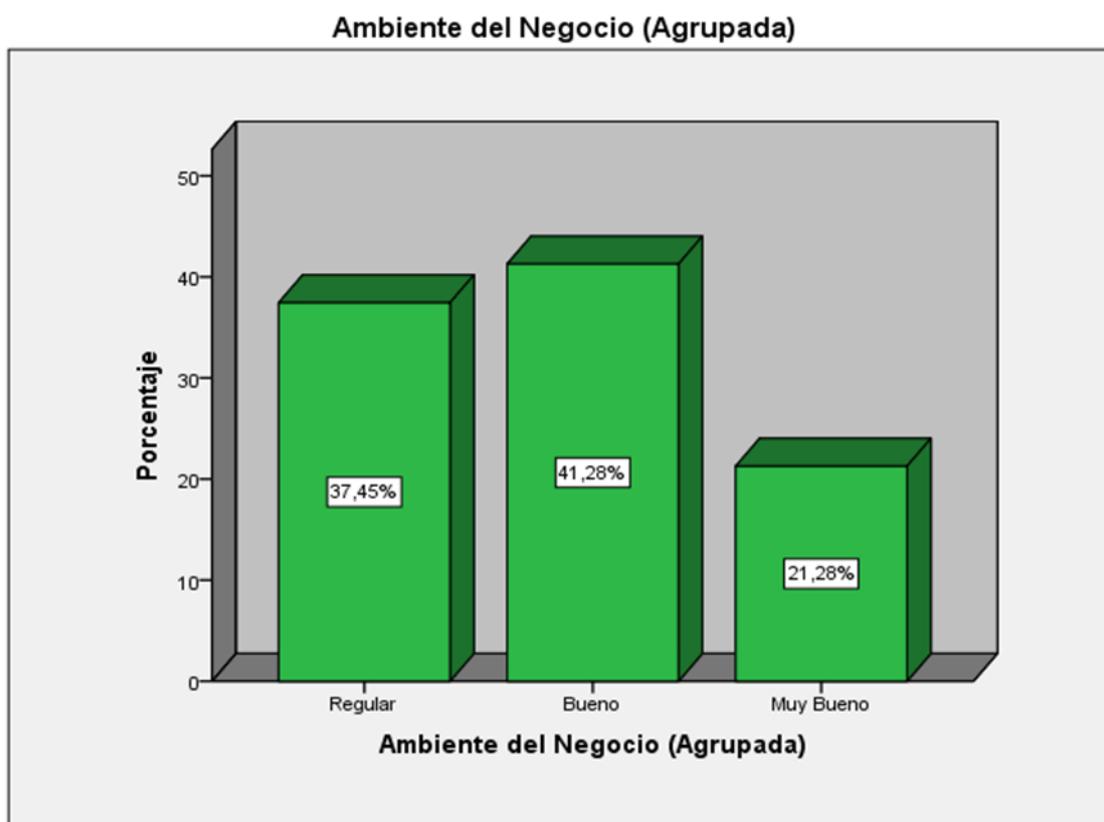


Figura 7 Muestra de escala de barras Ambiente del negocio.

Descripción de la dimensión control percibido

Tabla 28 El control percibido en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

		Control Percibido	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Regular	36	15,3
	Bueno	129	54,9
	Muy Bueno	70	29,8
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

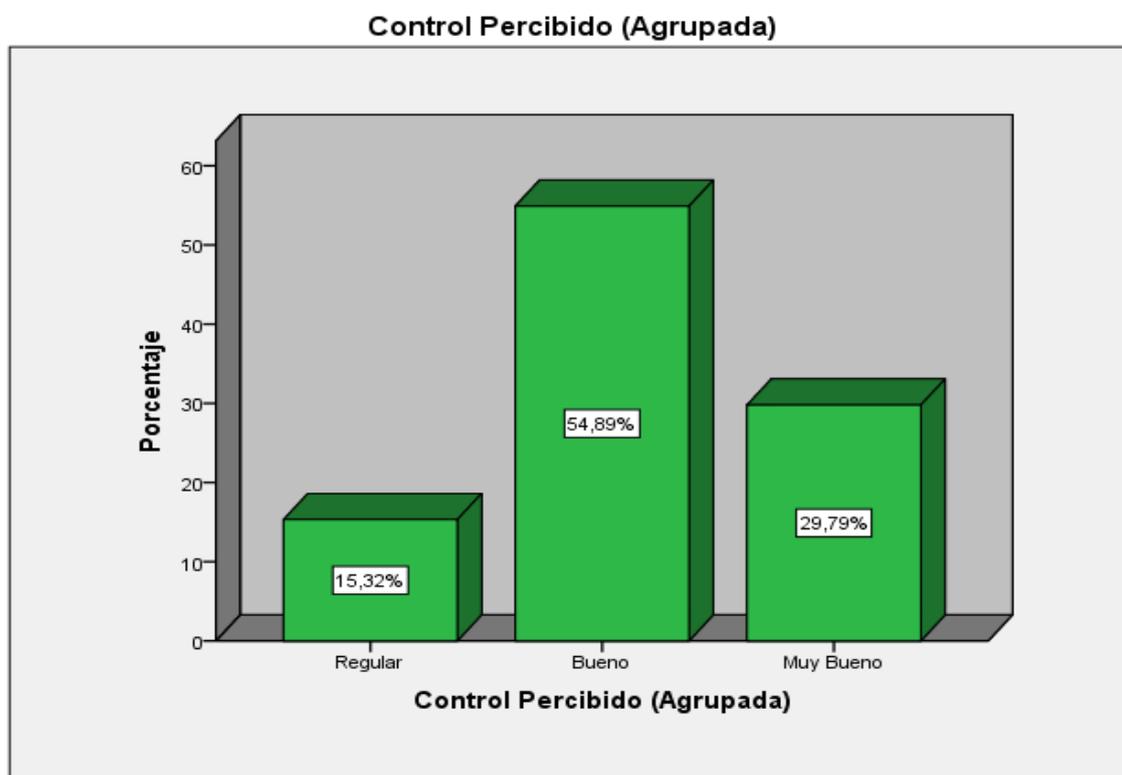


Figura 8 Muestra de escala de barras Control percibido.

Descripción sociodemográfica

Tabla 29 Porcentaje de hombres y mujeres en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.

		Sexo	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Masculino	191	81,3
	Femenino	44	18,7
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

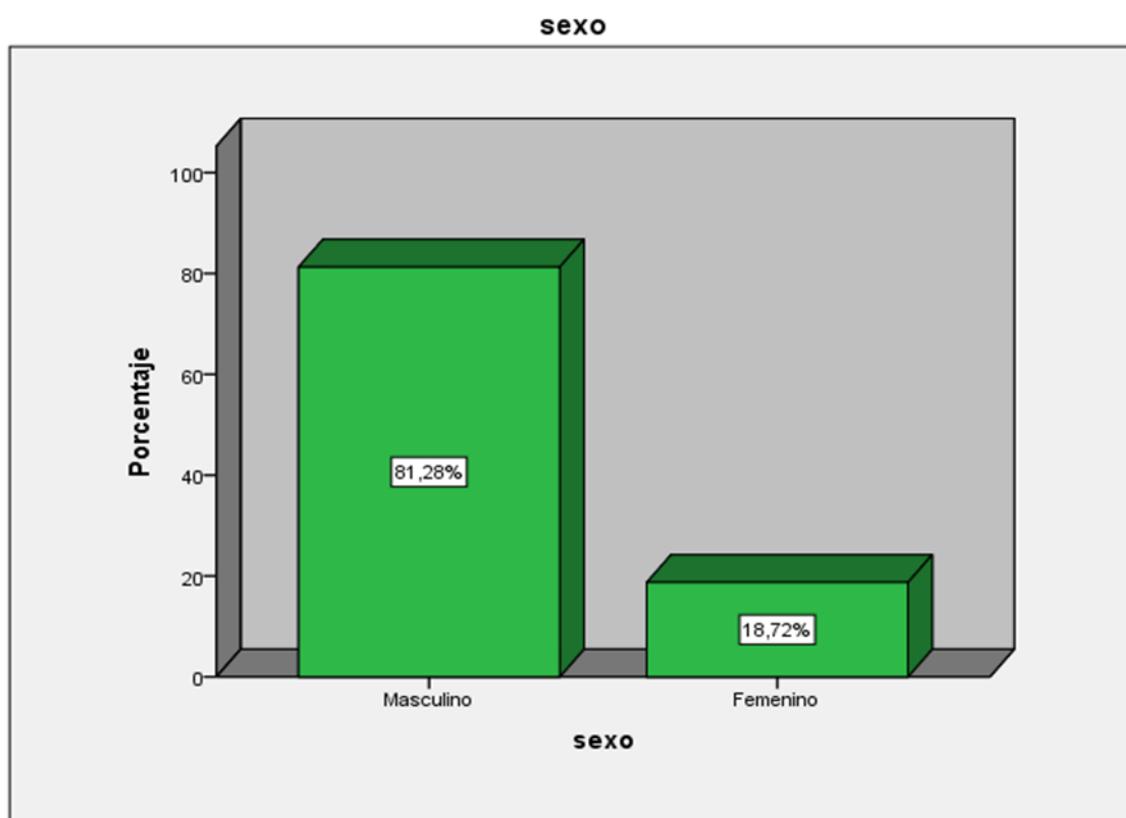


Figura 9 Muestra de escala de barras de cantidad de masculino y femenino.

Tabla 30 *Porcentaje de edades en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

		Edad	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	18 – 30	14	6,0
	31 – 45	151	64,3
	46 – 60	55	23,4
	61 a más	15	6,4
Total		235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

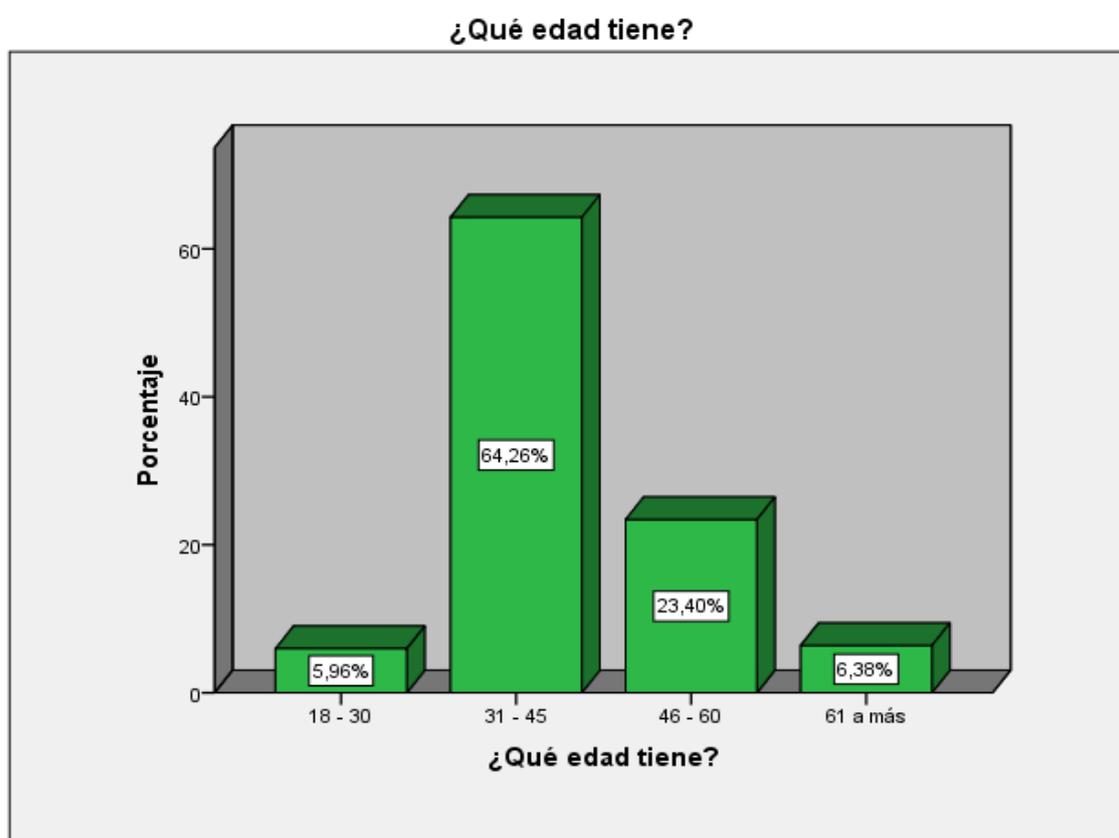


Figura 10 *Muestra de escala de barras de las edades de los encuestados*

Tabla 31 *Porcentaje de los importadores en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

		Importación	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	61	26,0
	No	174	74,0
Total		235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24

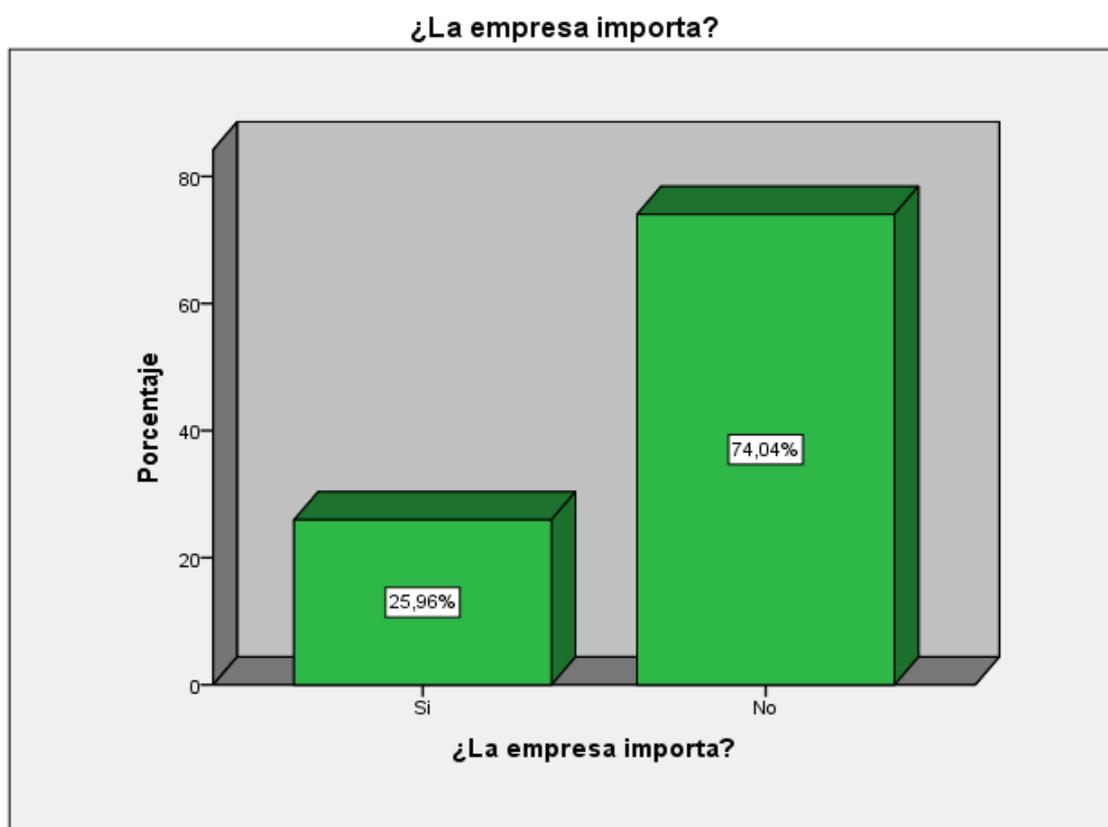


Figura 11 *Muestra de escala de barras de empresas importan.*

Tabla 32 *Porcentaje de los países donde se importa en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

		¿De qué país importa?	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	China	48	20,4
	Brasil	13	5,5
	Ninguno	174	74,0
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

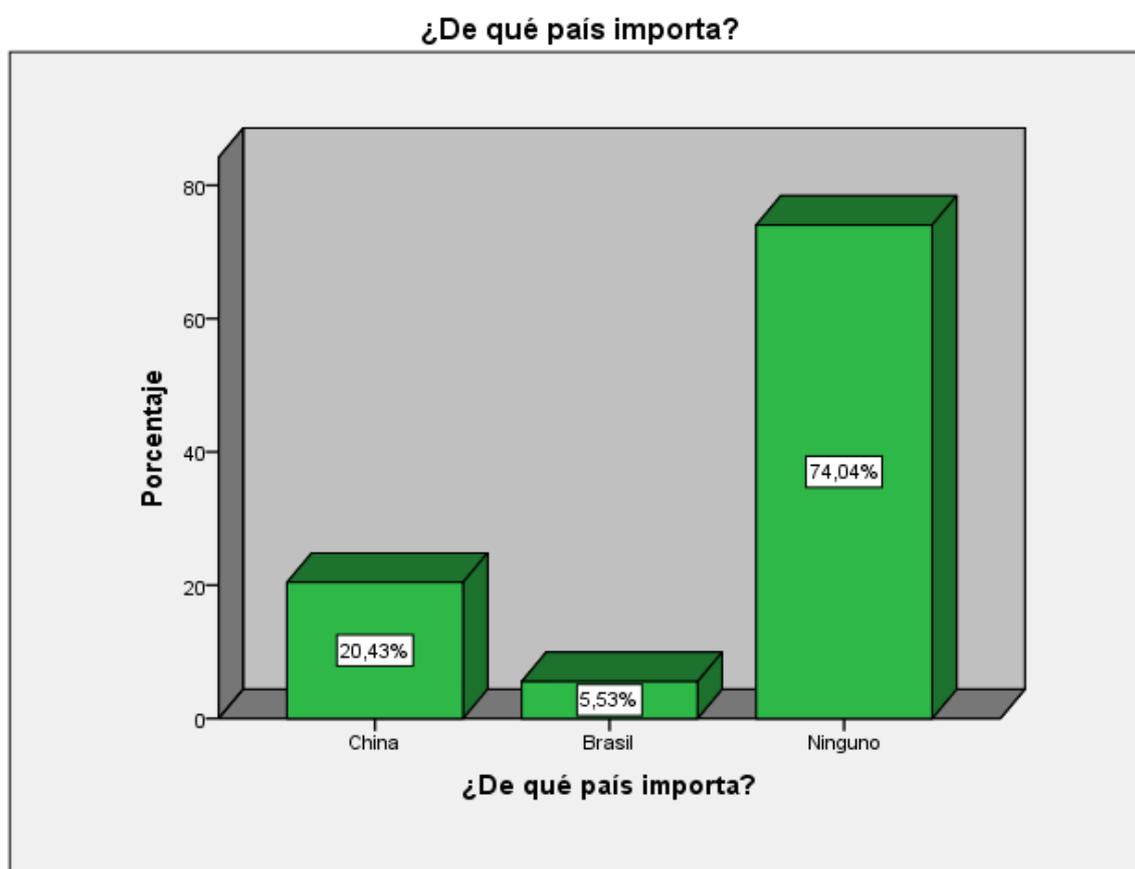


Figura 12 *Muestra de escala de barras de los países donde importan los microempresarios.*

Tabla 33 *Porcentaje de compras de productos terminados o de materia prima en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

		Producto terminado o Materia prima	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Producto terminado	22	9,4
	Materia prima	39	16,6
	Ninguno	174	74,0
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

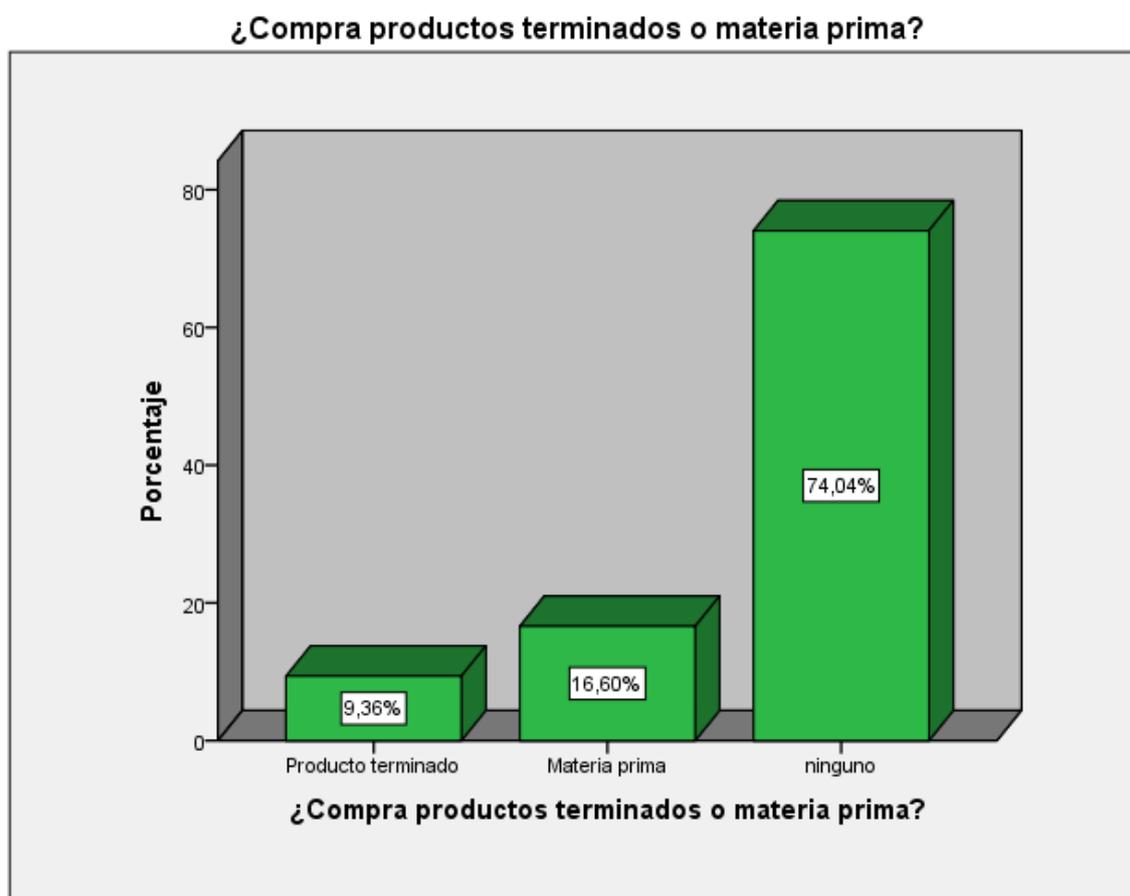


Figura 13 *Muestra de escala de barras de los productos que importan los microempresarios.*

Tabla 34 *Porcentaje de los distribuidores nacionales o internacionales en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018.*

		Distribuidor nacional o internacional	
Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Distribuidor nacional	15	6,4
	Distribuidor internacional	46	19,6
	Ninguno	174	74,0
	Total	235	100,0

Nota: Software SPSS Versión 24.

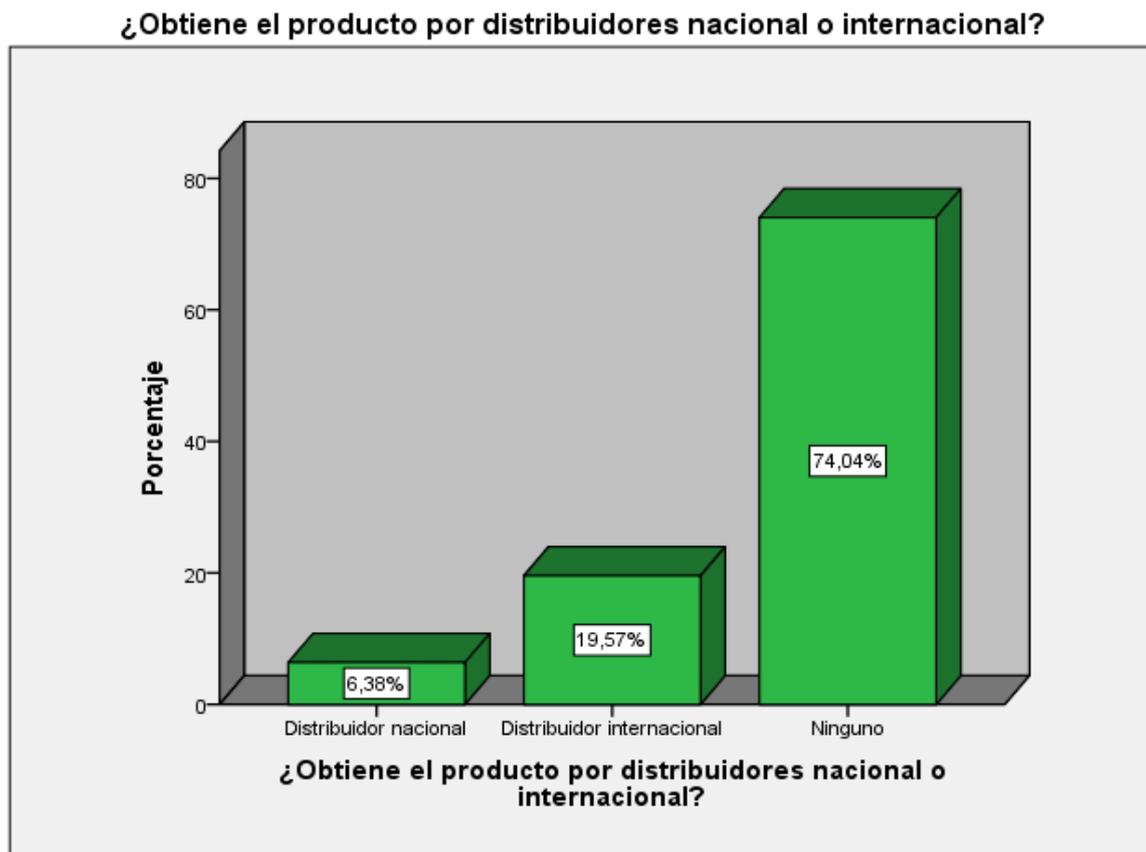


Figura 14 *Muestra de escala de barras de los distribuidores nacional o internacional*

V. DISCUSIÓN

En las microempresas de calzado en Perú se puede observar la falta de conocimiento en saber llevar una empresa a su desarrollo, lo cual estaría repercutiendo en la falta de emprendimiento, debido a la falta de innovación, proactividad, toma de riesgo, cultura emprendedora, ambiente del negocio y control percibido, así poder conocer o aprender más sobre el buen gerenciamiento de una empresa, con el fin de alcanzar su desarrollo.

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 Desarrollo Empresarial, una validez de 93%. También 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 0.778 y para la variable Desarrollo Empresarial fue de 0.724. Además, ocurrieron algunos inconvenientes al momento de realizar la encuesta ya que la mayoría de los stands no se encontraban los microempresarios y se tenía que esperarlos con la finalidad de poder realizar la encuesta.

En la validez externa, los resultados obtenidos en la investigación se podrían aplicar en las empresas que tengan la misma realidad problemática ya sea pública o privada. Pero en los resultados pueden ser diferentes debido al tamaño de la población que puede ser más grande y a la opinión y percepción de los microempresarios, ocasionando un contexto diferente entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial.

En los datos obtenidos se logró determinar: se acepta la hipótesis general, existe una relación baja según Rho Spearman con un valor de 0.208 entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, en el cual un 19.6% de los encuestados manifestó que el emprendimiento y el desarrollo empresarial son muy buenos para ellos. Esta información coincide con Pizan (2017), en su investigación concluyó que todo emprendedor debe de tener un buen manejo del entorno, emociones, pensamientos, etc, para así lograr mantener un buen desarrollo. Así también los resultados se concuerdan con Villacrés (2017) que tiene como

conclusión que toda gestión emprendedora influye en la competitividad de las mipymes es un 54%. Para Castañeda (2017) concluyó la falta de presencia de las autoridades, en una mala información de cualquier proyecto de emprendimiento, puede llegar a ser una pérdida de oportunidades para desarrollarse empresarialmente. Por otro lado, para Lambert (2016) tiene como conclusión que hay una relación entre la cultura intraemprendedor con la innovación con un valor de 0.408 según la prueba de Rho Spearman para los micro y pequeñas empresas, obteniendo que el 76% son emprendedores y el 71% lograron innovar entre sus negocios. Contamos 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.

En la primera hipótesis específica, que hablamos si es que existe una relación entre la innovación y el desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, según Rho de Spearman = 0.149, afirma que, sí hay una relación baja entre la innovación y el desarrollo empresarial, en el cual el 12.3% de los entrevistados dicen que la innovación es muy buena como el desarrollo empresarial. Los resultados se asimilan por Bedoya, Toro y Arango (2016) detectó que hay una relación entre el comportamiento del emprendedor y la innovación con la organización, logrando tener oportunidades para competir en otros mercados. También para Sánchez, García y Mendoza (2015) concluyó que los lugares que tienen mayor actividad emprendedora, cuentan con una gran capacidad de innovación para el proceso del desarrollo empresarial, el 39,2% de los encuestados son personas que tienen motivación a emprender y de ello sólo 9,4% logran innovar, teniendo un grado de influencia entre ambas partes.

En la segunda hipótesis específica se aprueba la relación que tiene la proactividad con el desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes con un resultado Rho Spearman de 0.152, se ve reflejado por que el 12.8% de los encuestados dicen que la proactividad es muy buena en el desarrollo empresarial. La conclusión se asemeja con Mancheno y Villalba (2016) en el cual su investigación logra establecer una relación entre la competitividad empresarial y las habilidades gerenciales, logrando

encontrar que la habilidad proactiva es importante en las decisiones competitivas de las empresas.

Por otro lado, se comprobó la tercera hipótesis específica, logrando encontrar una relación positiva entre toma de riesgo con desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes. Según Rho Spearman tiene un 0.167, debido que el 25.5% de los encuestados dice que es muy bueno la toma de riesgo con el desarrollo empresarial. Se pudo confirmar con el trabajo de investigación de Pazmiño, Beltrán y Gallardo (2016) que concluye que el 40% del liderazgo en las decisiones tomadas de las pymes si tiene una influencia en el desarrollo empresarial. Por otro lado, para Glaser, Stam y Takeuchi (2016) en su trabajo, concluyó que la proactividad aumentó cuando las órdenes de los altos mandos se centran en tomas de decisiones el 4.49 % del total de su muestra dice que la relación es baja entre la gestión de riesgos con la proactividad, quiere decir cuando la gestión de riesgo es menor, también el rendimiento del trabajador es mejor.

En la cuarta hipótesis específica se comprobó que no hay una relación entre la cultura emprendedora con el desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, según Rho Spearman tiene un 0.046, es por eso que, el 6.4% de encuestados indicaron que es muy buena la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial, un porcentaje pequeño del total de los encuestados. Para Pizarro, Real, Dolores (2011) llegó a la conclusión que la cultura emprendedora no influye directamente a la innovación, si no tiene un papel de moderador en un 0.21, mientras que la cultura emprendedora sea mayor, mayor será el conocimiento con la innovación

Continuando con la quinta hipótesis específica, habla si existe relación entre el ambiente de negocio con el desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, para ello según Rho Spearman = 0.118, confirmando que no hay una relación entre ambiente de negocio y el desarrollo empresarial., sólo el 9.8% del total de encuestados dicen que el ambiente de negocio es muy bueno como el desarrollo empresarial. En los resultados de Padilla, Quispe, Nogueira y Hernández (2016) concluyeron que un buen manejo administrativo con un apoyo del gobierno, logra el mejoramiento de una empresa, el 54% de sus encuestados lograron mejorar administrativamente por

ayuda de las identidades financieras y el 89% de sus trabajadores que estaban preparados con una educación superior. En ese trabajo de investigación el entorno influye mucho para desarrollarse como empresa.

Finalmente se logró comprobar la sexta hipótesis específica, que, si hay una relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, con un resultado de Rho Spearman = 0.118 afirmando que, sí hay una relación, además el 14.9% de los encuestados, dicen que el control percibido es muy bueno como el desarrollo empresarial. De igual manera, para Drover, Wood y Tyge (2014) concluyo que el control percibido es directamente relacionado con sociedad, que influye en su toma de decisiones de las empresas, el 14% de los encuestados dicen que mientras mayor será el control percibido mejor será sus inversiones en la empresa

VI. CONCLUSIONES

Dado los resultados de esta presente investigación, en base a las respuestas entregadas por los microempresarios de la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 Continentes, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Conclusión 1:

El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación muy baja ($Rho= 0.208$ Sig. (Bilateral)= 0.001) entre las variables emprendimiento y desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y sig., se determinó que no se rechaza la hipótesis general.

Conclusión 2:

El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación muy baja ($Rho= 0.149$ Sig. (Bilateral)= 0.022) entre la dimensión innovación y la variable desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y sig., se determinó que no se rechaza la hipótesis específica.

Conclusión 3:

El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación muy baja ($Rho= 0.152$ Sig. (Bilateral)= 0.020) entre la dimensión proactividad y la variable desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y sig., se determinó que no se rechaza la hipótesis específica.

Conclusión 4:

El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación muy baja ($Rho= 0.167$ Sig. (Bilateral)= 0.010) entre la dimensión toma de riesgo y la variable desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver 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 ($Rho= 0.046$ Sig. (Bilateral)= 0.481) entre la dimensión cultura emprendedora y la variable desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver 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 ($Rho= 0.118$ Sig. (Bilateral)= 0.072) entre la dimensión ambiente del

negocio y la variable desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y sig., se determinó que se rechaza la hipótesis específica.

Conclusión 7:

El estudio de investigación presente ha determinado que existe una correlación ($Rho = 0.135$ Sig. (Bilateral) = 0.039) entre la dimensión control percibido y la variable desarrollo empresarial. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y sig., se determinó que no se rechaza la hipótesis específica.

VII. RECOMENDACIONES

Se ha evidenciado una relación débil entre emprendimiento y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual se recomienda recibir asesorías de expertos para los microempresarios, con la finalidad de informarse de cómo emprender un negocio exitosamente, para así crear nuevas empresas o productos sin el miedo al fracaso. Ya que, un empresario capacitado ayuda a que el negocio se vuelva empresa sostenible y crezca.

Se ha evidenciado una relación débil entre la innovación y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual, se recomienda implementar un benchmarking, para acoplar las ideas o la forma de trabajar de las grandes empresas, con la finalidad de analizar y mejorar sus estrategias para el bien de las microempresas. Esto podrá incentivar a los trabajadores en adaptarse a cualquier cambio, hará que piensen en ideas o soluciones para las siguientes estrategias o metas de la empresa.

Se ha evidenciado una relación débil entre la proactividad y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual, se recomienda que los microempresarios tengan confianza de sus ideales y que se compartan con su equipo de trabajo, con la finalidad de alimentar el lazo laboral. Por consiguiente, se podrá mantener firmemente las ideas y se cumplirán las metas sin importar cualquier problema que se desarrolle en el camino.

Se ha evidenciado una relación débil entre la toma de riesgo y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual, se recomienda realizar planes alternativos en caso se de alguna problemática en el desarrollo de la empresa, con el fin de mantener el orden, dirección y control adecuado de las actividades de las microempresas.

Se ha identificado que no existe correlación entre cultura emprendedora y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Permitiendo recomendar a los microempresarios

que realicen una evaluación interna de la empresa, manteniendo un control riguroso de los costos, de los insumos, y de la economía en general de la empresa. Creando así una caja chica en dónde ese dinero extra lo podamos reinvertir en nuestros mismos productos. Sin necesidad de adquirir un financiamiento externo.

Se ha identificado que no existe correlación entre ambiente del negocio y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Se recomienda a los microempresarios que reciban charlas informativas y que participen en los eventos realizados por el estado para incrementar y reforzar lazos empresariales.

Se ha identificado una relación débil entre el control percibido y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima – 2018. Por lo cual, se recomienda la elaboración de páginas web para tener un mayor alcance con los clientes, mantener una cartera de clientes fidelizados para el envío de catálogos de los nuevos productos y a las promociones que podrían acceder. Con la finalidad de mantener un mejor vínculo de empresa a cliente y que futuros clientes puedan conocer más de lo que brinda las microempresas.

REFERENCIAS

- Acosta, T. (2015). La aplicación del aprendizaje orgnizacional en el clima organizacional en la facultad de ciencias empresariales de la UNE. (*tesis de doctorado*). Universidad Nacional de Edicación Enrique Guzman y Valle, Lima, Perú.
- Aguilar, J. (2014). *Diario Emprendedor* (Vol. 1). Aguilar.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Arano, R., Cano, M., & Olivera, D. (2018). La importancia del entorno general en las empresas. *Instituto de Investigacion*, 1, 10-14.
- Bank, W. (2018). *Doing Business 2018 : Reforming to Create Jobs*. Obtenido de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28608>
- Beckhard, R. (1973). *Desarrollo Organizacional: Estrategias y modelos* (Vol. 2). Mexico: Fondo Educativo Interamericano.
- Bedoya, M., Toro, I., & Arango, B. (2016). Emprendimiento corporativo e innovacion: Una revision y futuras lineas de investigación. *Espacios*, 38, 20.
- Bennis, W. (1973). *Desarrollo organizacional: Su naturaleza, sus origenes y perspectiva*. Mexico: Fondo Educativo Interamericano.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3 ed.). Colombia: Pearson.
- Briceño, L. (2016). Cultura intraemprededora y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado. Trujillo. Año 2016. (*teis de titulo*). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Peru.
- Castañeda, C. (2017). Cultura intraemprededora y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado. Trujillo. Año 2016. (*tesis de titulo*). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Chavarria, S. (2018). Justificacion de la Investigacion. *McGraw-Hill*, 15.
- Comercio, C. d. (2017). *Clima de negocio en el peru*. camara de comercio de lima. La Cámara.
- Competitividad, C. N. (2015). *Índice Global de Emprendimiento*. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2016/01/%C3%8Dndice-Global-de-Emprendimiento-2015.pdf>

- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 2.
- Covin, J., & Slevin, D. (1988). The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of Management Studies*, 25, 217-234.
- Dehghanpour, A. (2014). The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention. *Emerald Insight*, 55, 868-885.
- Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial.
- Discua, A., Hamilton, E., & Jack, S. (2012). Understanding entrepreneurial cultures in family businesses: A study of family entrepreneurial teams in Honduras. *Journal of Family Business Strategy*, 3(3), 147-161.
- Drover, W., Wood, M., & Tyge, G. (2014). The effects of perceived control on venture capitalist investment decisions: A configurational perspective.
- Dwivedi, A., & Weerawardena, J. (2018). Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Journal of Business Research*, 86, 32-40.
- Fell, M., Shipworth, D., Elwell, C., & Huebner, G. (2014). Exploring perceived control in domestic electricity demand-side response. *Technology Analysis & Strategic Management*, 26, 1118-1130.
- Fernández, M. (2009). Modelo de cambio basado en el aprendizaje. *Saberes*, 1, 75-85.
- Fernández, V. (2018). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65-76.
- Galindo, M., Méndez, M., & María, C. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1, 62-68.
- García, A., & Fernández, G. (2004). Motivación y obstáculos en la creación de empresas, efectos de la experiencia empresarial. *Boletín Económico*.
- García, A., Levitsky, J., & Hojmark, L. (2001). *La micro y pequeña empresa en Latinoamérica: la experiencia de los servicios de desarrollo empresarial* (1 ed.). Perú: Grafica Biblos.

- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., Van Fossen, K., & Evans, S. (2018). Product, service, and business model innovation: A discussion. *Procedia Manufacturing*, 21, 165-172.
- Glaser, L., Stam, W., & Takeuchi, R. (2016). Managing the risks of proactivity: A multilevel study of initiative and performance in the middle management context. *Academy of Management Journal*, 59, 1339-1360.
- Gomez, D. (2016). *Cada área de la empresa aporta un diferencial*. (Bien Pensado) Obtenido de <https://n9.cl/errl>
- Guizar, R. (2013). *Desarrollo Organización, principios y aplicaciones* (4 ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Jain, k., Bearden, N., & Filipowicz, A. (2013). Do maximizers predict better than satisficers? Journal of Behavioral Decision Making. *The Business School for the World*, 41-50.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional* (1 ed.). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Lam, j. (2014). *Enterprise risk management: from incentives to controls*. wiley.
- Lejariaga, G., Martin, S., & Muñoz, A. (2013). *40 años de historia de las empresas de participación*. Madrid, España: Verbum.
- Malinowski, & Erwin. (2011). *Integración del emprendimiento en la Gestión del Emprendimiento*. España: Lulu.com.
- Mancheno, M., & Villalba, R. (2016). Habilidades directivas y el desarrollo empresarial en la industria de calzado a través de la modelización. (tesis de Licenciado) . Universidad Técnica de Ambato.
- Miller, D., & Friesen, P. (1983). Strategy-Making and Environment:. *Strategic Management Journal*, 4, 221-235.
- Narváez, M., & Fernández, G. (2015). Factores condicionantes para el desarrollo empresarial competitivo: Estudio Empírico de la PYME en Venezuela. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, venezuela.
- Padilla, M., Quispe, A., Nogueira, D., & Hernández, A. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. *Ingeniería Industrial*, 37.

- Parra, A. (2016). Gestión de la promoción de Emprendimiento y su influencia en el desarrollo de las Mypes del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, año 2016. *(tesis para licenciado)*. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Pazmiño, G., Beltrán, M., & Gallardo, W. (2016). Los estilos de liderazgo y su influencia en el desarrollo empresarial: caso pymes de la provincia de tungurahua – ecuador. *Puce*. Obtenido de <http://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/45>
- Pizan, 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 licenciado)*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Pizarro, I., Real, J., & De la Rosa, D. (2011). La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14, 139-150.
- Qiu, T., Bal, Y., & Lu, J. (2018). Taking risks for the best: Maximizing and risk-taking tendencies. *judgment and Decision Making*, 15(4), 498- 507.
- Report, G. E.-G. (2018). *Global Entrepreneurship Research Association*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50012>
- Sánchez, Y., García, F., & Mendoza, J. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*, 31, 243-252.
- Setiawan, H., Erdogan, B., & Ogulana, S. (2015). Proactiveness of contractors: A study of Indonesia. *Procedia Engineering*(125), 60-67.
- Silveira, Y., Cabeza, D., & Fernández, V. (2016). Emprendimiento: Perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*, 22, 70-77.
- Uhrich, S. (2011). Explaining non-linear customer density effects on shoppers' emotions and behavioral intentions in a retail context: The mediating role of perceived control. *Journal of Retailing and consumer servies*, 18, 405-413.
- Varela, R. (2010). La Situación en Colombia de la Iniciativa Empresarial. *Entrepreneurial Educacion research*, 1, 1.
- Villacres, R. (2017). Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador.

(*tesis de doctorado*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS					
ESTIMADO (A):					
Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca del “Emprendimiento y Desarrollo Empresarial en la Asociación de Comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, Lima – 1028”. 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)
V)	¿Compra productos terminados o materia prima?	1.- (Producto terminado) 2.- (Materia prima) 3.- (ninguno)			
VI)	¿Obtiene el producto por distribuidores nacionales o internacionales?	1.- (Distribuidora nacional) 2.- (Distribuidora internacional) 3.- (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 importarles 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 EMPRENDEDORA	FAMILIA				
	13. Tiene apoyo familiar al emprender un nuevo negocio.				
	NEGOCIO				
	14. Ha emprendido un negocio por necesidad.				
	15. Ha emprendido un negocio por oportunidad.				
	AMIGOS				
	16. Las amistades ven el emprendimiento como un futuro exitoso sin miedo al fracaso.				
	CULTURA LOCAL				
17. El entorno local fomenta el emprendimiento.					
AMBIENTE DEL NEGOCIO	FINANCIAMIENTO				
	18. Obtiene préstamo bancario para iniciar un negocio.				
	INVERSIONISTAS				
	19. Tiene inversionistas que apoyen en la elaboración de un negocio.				
	ESTADO				
	20. Tiene apoyo del estado para crear nuevas empresas.				
	EMPRESAS CONSULTURAS				
21. Cuentan con empresas consultoras que ayuden en poner en marcha un negocio.					
CONTROL PERCIBIDO	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO				
	22. Reconoce las oportunidades de negocio que se le presenta.				
	ESTUDIO DE MERCADO				
	23. Realiza muestras antes de sacar el producto al mercado.				
	MARKETING				
24. Realiza campaña de marketing para los productos.					
VARIABLE DESARROLLO EMPRESARIAL					
FUERZAS EXOGENAS	FORMACIÓN				
	25. La experiencia laboral influye en el desarrollo de la empresa.				
	NECESIDAD DEL CONSUMIDOR				
	26. Cuenta con variedad de productos para satisfacer las necesidades del cliente.				
	POSICIONAMIENTO				
	27. Utiliza estrategias para ser reconocidas en el mercado.				
	RECURSOS				
	28. Cuenta con recursos económicos para poder competir en el mercado.				
ECONOMÍA					
29. La economía del país afecta a las actividades comerciales de la empresa.					
FUERZAS ENDOGENAS	TRABAJADOR				
	30. El desempeño del trabajador influye en el funcionamiento de la empresa.				
	OBJETIVOS				
	31. La empresa cuenta con objetivos alcanzables y realistas.				
	VALORES				
	32. Los trabajadores respetan los valores o normas de la empresa.				
	TECNOLOGÍA				
33. La empresa mejora los productos con nuevos equipos.					

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	D A	A M	M D	D A	A M	M D	D A	A M	
	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: 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



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el desarrollo empresarial

Inventario de desarrollo empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS EXOGENAS													
1	La formación profesional del personal influye en el desarrollo de la empresa.			/				/				/		
2	Cuenta con variedad de productos para satisfacer la necesidad de consumidor.			/				/				/		
3	La empresa se encuentra posicionada por la marca y el modelo.			/				/				/		
4	Cuenta con recursos para diferenciarse de los competidores (económicos, insumos y otros).			/				/				/		
5	La economía del país afecta en las actividades comerciales.			/				/				/		
	DIMENSIONES / ítems													
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS ENDOGENAS													
6	El desempeño del trabajador influye en el funcionamiento de la empresa.			/				/				/		
7	La empresa cuenta con objetivos alcanzables y realistas.			/				/				/		
8	Los trabajadores respetan los valores o normas de la empresa.			/				/				/		
9	La empresa mejora los productos con tecnología.			/				/				/		



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

.....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 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 ante incertidumbres de la empresa y del entorno. <i>Considera que adecuadamente 12</i>			/			/			/	
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 negocios de bajo riesgo. <i>los</i>			/			/			/	
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 FABIOZA DNI: 21010733

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 mide el desarrollo empresarial

Inventario de desarrollo empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS EXOGENAS	D		A	M	D	A	M	D	A	M	
1	La formación profesional del personal influye en el desarrollo de la empresa.			/			/				/	
2	Cuenta con variedad de productos para satisfacer la necesidad de consumidor.			/			/				/	
3	La empresa se encuentra posicionada por la marca y el modelo.			/			/				/	
4	Cuenta con recursos para diferenciarse de los competidores (económicos, insumos y otros).			/			/				/	
5	La economía del país afecta en las actividades comerciales. <i>de la empresa</i>			/			/				/	
	DIMENSIONES / ítems											
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS ENDOGENAS <i>crecimiento</i>			/			/				/	
6	El desempeño del trabajador influye en el funcionamiento de la empresa.			/			/				/	
7	La empresa cuenta con objetivos alcanzables y realistas.			/			/				/	
8	Los trabajadores respetan los valores y normas de la empresa.			/			/				/	
9	La empresa mejora los productos con tecnología.			/			/				/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg: NAVARRO SOTO FABIO LA DNI: 21010733

Especialidad del validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES

.....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 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	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										Sugerencias
	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



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el desarrollo empresarial
Inventario de desarrollo empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS EXOGENAS	D			A	D			A	D			A	
1	La formación profesional del personal influye en el desarrollo de la empresa.			/				/				/		
2	Cuenta con variedad de productos para satisfacer la necesidad de consumidor.			/				/				/		
3	La empresa se encuentra posicionada por la marca y el modelo.			/				/				/		
4	Cuenta con recursos para diferenciarse de los competidores (económicos, insumos y otros).			/				/				/		
5	La economía del país afecta en las actividades comerciales.			/				/				/		
	DIMENSIONES / ítems													
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS ENDOGENAS													
6	El desempeño del trabajador influye en el funcionamiento de la empresa.			/				/				/		
7	La empresa cuenta con objetivos alcanzables y realistas.			/				/				/		
8	Los trabajadores respetan los valores o normas de la empresa.			/				/				/		
9	La empresa mejora los productos con tecnología.			/				/				/		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Godofredo Ylla 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 4



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	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

...18...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

Hubert Ramos

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el desarrollo empresarial

Inventario de desarrollo empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³				Sugerencias	
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	M		
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS EXOGENAS												
1	La formación profesional del personal influye en el desarrollo de la empresa.			✓				✓				✓	
2	Cuenta con variedad de productos para satisfacer la necesidad de consumidor.			✓				✓				✓	
3	La empresa se encuentra posicionada por la marca y el modelo.			✓				✓				✓	
4	Cuenta con recursos para diferenciarse de los competidores (económicos, insumos y otros).			✓				✓				✓	
5	La economía del país afecta en las actividades comerciales.			✓				✓				✓	
N°	DIMENSIONES / ítems												
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS ENDOGENAS												
6	El desempeño del trabajador influye en el funcionamiento de la empresa.			✓				✓				✓	
7	La empresa cuenta con objetivos alcanzables y realistas.			✓				✓				✓	
8	Los trabajadores respetan los valores o normas de la empresa.			✓				✓				✓	
9	La empresa mejora los productos con tecnología.			✓				✓				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones:

Ninguna

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg:

Ramón Samano Shulky Hubert

DNI:

42711920

Especialidad del validador:

Especialista en administración

18 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

Hubert Ramon

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 6: Validación experto 5



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	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: _____

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

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

Especialidad del validador: Temático

.....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



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el desarrollo empresarial

Inventario de desarrollo empresarial

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS EXOGENAS	D			A	D			A	D			A	
1	La formación profesional del personal influye en el desarrollo de la empresa.				✓				✓				✓	
2	Cuenta con variedad de productos para satisfacer la necesidad de consumidor.				✓				✓				✓	
3	La empresa se encuentra posicionada por la marca y el modelo.				✓				✓				✓	
4	Cuenta con recursos para diferenciarse de los competidores (económicos, insumos y otros).				✓				✓				✓	
5	La economía del país afecta en las actividades comerciales.				✓				✓				✓	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	DIMENSIÓN 2: FUERZAS ENDOGENAS													
6	El desempeño del trabajador influye en el funcionamiento de la empresa.				✓				✓				✓	
7	La empresa cuenta con objetivos alcanzables y realistas.				✓				✓				✓	
8	Los trabajadores respetan los valores o normas de la empresa.				✓				✓				✓	
9	La empresa mejora los productos con tecnología.				✓				✓				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg): ENRIQUE TEVES ESPINOZA DNI: 0839346A

Especialidad del validador: temático

.....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 7

Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable 1: Emprendimiento					
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?	Determinar la relación entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.	Existe relación entre el emprendimiento y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.	El estilo emprendedor es un concepto multidimensional que se aplica a las organizaciones, así como a individuos. La orientación emprendedora de una empresa se demuestra por la medida en que la parte superior los gerentes tienden a asumir riesgos relacionados con los negocios (la dimensión de asumir riesgos), favorecer el cambio y la innovación para obtener una ventaja competitiva para su empresa (la dimensión de innovación), y para competir agresivamente con otras empresas (la dimensión de proactividad) (Miller, 1983).	El Emprendimiento se mide con los indicadores de mejora continua, creatividad, actitud, experimentación, autocontrol, lenguaje positivo, perseverancia, persuasión, propensión, control de procesos, nuevos negocios, acciones, familia, negocio, amigos, cultura local, financiamiento, inversionistas, estado, empresas consultoras, oportunidad de negocio, estudio de mercado y marketing con el cual se realizará encuestas a los microempresarios	Innovación	Mejora continua Creatividad Actitud	P1 P2 P3	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos			Proactividad	Autocontrol Lenguaje positivo Perseverancia Persuasión Propensión Control de procesos	P5 P6 P7 P8 P9 P10	
¿Cuál es la relación entre la innovación y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?	Determinar la relación entre la innovación y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.	Existe relación entre la innovación y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.			Toma de Riesgo	Nuevos Negocios Acciones	P11 P12	Likert
¿Cuál es la relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?	Evaluar la relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.	Existe relación entre la proactividad y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.			Cultura Emprendedora	Familia Negocio Amigos Cultura Local	P13 P14 - 15 P16 P17	
¿Cuál es la relación entre la toma de riesgo y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?	Analizar la relación entre la toma de riesgo y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.	Existe relación entre la toma de riesgo y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.			Ambiente del Negocio	Financiamiento Inversionistas Estado Empresas consultoras	P18 P19 P20 P21	

¿Cuál es la relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?

Determinar la relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Existe relación entre la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

¿Cuál es la relación entre el ambiente de negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?

Analizar la relación entre el ambiente de negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Existe relación entre el ambiente de negocio y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

¿Cuál es la relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018?

Evaluar la relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Existe relación entre el control percibido y el desarrollo empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes, Lima - 2018.

Es una mezcla de ciencia y arte, lo cual lo convierte en una disciplina apasionante. Es un área de acción social a la vez que de investigación científica. Junto con el estudio del desarrollo organizacional, se estudia una amplia temática que incluye los efectos del cambio, los métodos del cambio organizacional y los factores que influyen sobre el éxito del desarrollo organizacional. Guizar (2008, p. 6).

El desarrollo empresarial se mide con los indicadores de formación, necesidad del consumidor, posicionamiento, recursos, economía, Trabajador, objetivos, valores y tecnología con el cual se realizará encuestas a los microempresarios.

Variable 2: Desarrollo Empresarial

Control Percibido

Fuerzas Exógenas

Fuerzas Endógenas

Oportunidad de negocio
Estudio de mercado
Marketing

Formación
Necesidad del consumidor
Posicionamiento
Recursos
Economía
Trabajador
Objetivos
Valores

Tecnología

P22

P23

P24

P1

P2

P3

P4

P5

P6

P7

P8

P9

Likert

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
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

Anexo 9: Tabla específica de emprendimiento

Variable	Dimensiones	Porcentaje	Indicador	Item
Emprendimiento	Innovación	25%	Mejora Continua	P1
			Creatividad	P2
			Actitud	P3
			Experimentación	P4
			Auto Control	P5
	Proactividad	15%	Lenguaje	P6
			Positivo	P7
			Perseverancia	P8
			Persuasión	P9
			Propensión	P10
	Toma de Riesgo	20%	Control de	P10
			Procesos	P11
			Nuevos	P12
			Negocios	
			Acciones	
	Cultura Emprendedora	15%	Familia	P13
			Negocio	P14 –
			Amigos	P15
			Cultura Local	P16
				P17
	Ambiente de Negocio	15%	Financiamiento	P18
			Inversionistas	P19
			Estado	P20
			Empresas	P21
Consultoras				
Control Percibido	10%	Oportunidad de	P22	
		Negocio	P23	
		Estudio de	P24	
		Mercado		
			Marketing	

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

Empresas Desarrolladas	
Empresa	RUC
Monitos Shoes S.A.C.	20553439427
Vascolis E.I.R.L	20601911931

Anexo 11: Tabla específica de desarrollo empresarial

Variable	Dimensiones	Porcentaje	Indicador	Ítem		
Desarrollo empresarial	Fuerzas Exógenas	50%	Formación	P1		
			Necesidad del Consumidor	P2		
			Posicionamiento	P3		
			Recursos	P4		
			Economía	P5		
			Trabajador	P6		
			Fuerzas Endógenas	50%	Objetivos	P7
			Valores		P8	
			Tecnología		P9	

Anexo 12: 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	Benjamin Caldas Morales
Asistente social	Leonila Rodríguez Acosta
Secretaria de publicidad e imagen	Alcira Huacho León
Secretario de deportes, cultura y recreación	Nerio Ramón Pérez

Anexo 13: Tabla de países que exportan hacia Perú (partida arancelaria 64039900)

-	Perú	43	32 millones	-
Ranking de importación	País	Ranking de población	Población en millones	Importación
1	Viet Nam	14	93, 2 millones	\$ 16 millones
2	China	1	1 381 millones	\$ 13, 8 millones
3	Brasil	5	207 millones	\$ 6, 8 millones
4	Indonesia	4	260 millones	\$ 6, 5 millones
5	India	2	1 332 millones	\$ 3, 3 millones
10	Colombia	28	49 millones	\$ 587 mil
11	Chile	62	18 millones	\$ 562 mil

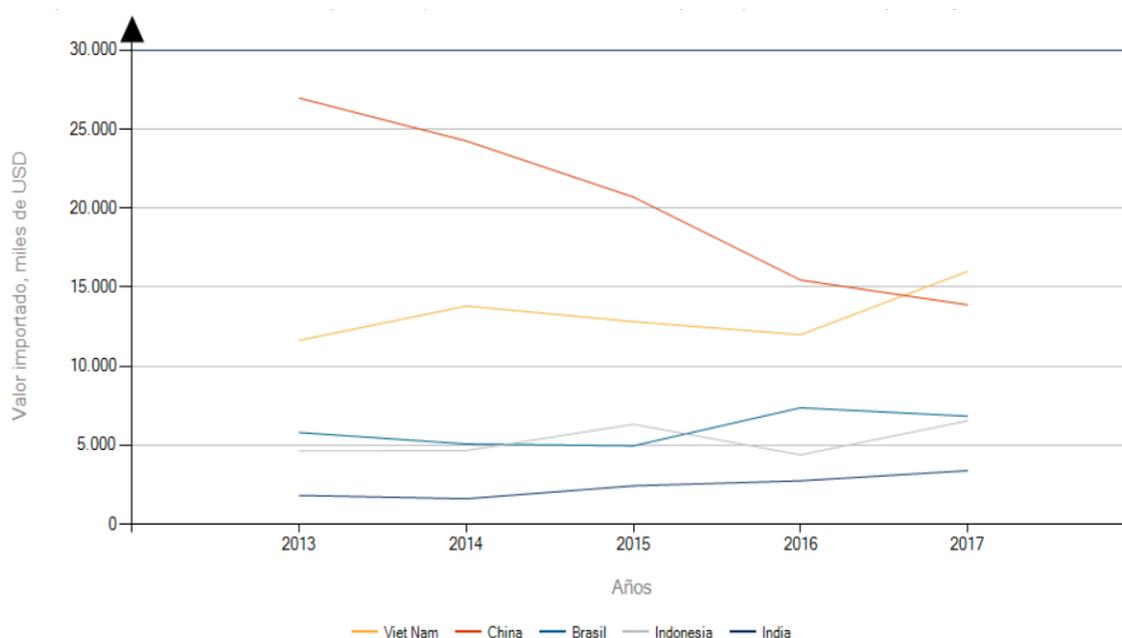


Gráfico Obtenido por TradeMap

Anexo 14: Cuadro de tasa de interés de las principales identidades bancarias de la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes

Tasas de interés del banco	Persona natural con negocio	Persona jurídica con negocio
Mi Banco	19%	12%
Banco BCP	21%	12%
Caja Piura	25%	20%
Caja Huancayo	23%	20%

Anexo 15: *Tabla de empresas muertas en la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes*

Empresas muertas en la asociación 5 continentes		
Empresa	Tiempo de duración	Motivos
De Gala	6 meses	Empresa familiar. Los gerentes no llegaban a un acuerdo al tomar decisiones.
Calzados Castro	2 años	Mal manejo de la administración (Deuda con proveedores trujillanos).
Creaciones Jireh	4 años	5 Stands. La pérdida de un familiar provocó la depresión en los gerentes de la empresa.
De Milagritos	5 años	Endeudamiento con los bancos financieros.
Morales Calzados	10 años	Fallecimiento del gerente.

Anexo 16: *Tabla de personas natural o jurídica dentro de la Asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 continentes*

Persona natural con negocio		Persona jurídica con negocio	
Empresas	Ruc	Empresas	Ruc
Calzados KAMPERS	10105621987	Industrias Reynor SAC	20492192458
Henry Prince	10400055624	Seducción S.R.L	20515059645
Corporaciones Jair	10090979332	Inversiones Joel Import SAC	20603286490
	10061941989	Industrias del Calzado Zhamyra	20560024216
Creaciones Vascos	10206582206	N.M. Dakota SAC	20510031289
		D´ Piero International SAC	20517702189
		Almendra Yamille S.R.L	20559806839
Creaciones Joel	10206566294	Jeshua Adonai SAC	20511131287

Anexo 17: 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), CORREDOR HUAMÁN ERNESTO Y GONZALES VERA ASTRID CAROLINA 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 DESARROLLO 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
CORREDOR HUAMÁN ERNESTO DNI: 73574640 ORCID: 0000-0003-2047-5727	
GONZALES VERA ASTRID CAROLINA DNI: 75455001 ORCID: 0000-0003-3168-3177	