

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**FACTORES DE ÉXITO PARA LA CREACIÓN DE MYPES:
CASO COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO EN LA
REGIÓN APURÍMAC, 2014 - 2016**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Empresas

Presentada por

Br. NORRY QUISPE ALTAMIRANO

Andahuaylas, Perú

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**FACTORES DE ÉXITO PARA LA CREACIÓN DE MYPES:
CASO COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO EN LA
REGIÓN APURÍMAC, 2014 - 2016**

NORY QUISPE ALTAMIRANO

Asesor:

Lic. Adm. Edwin Mescco Cáceres

Coasesor: Mgtr. Lic. Adm. Henry Wilfredo Ágreda Cerna

Andahuaylas, Perú

2017



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el local de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional José María Arguedas, en la ciudad de Ancashuaylas, siendo las 15 horas del día 05 de diciembre del año 2017, se reunieron el prof. John Peter Spurre Lande, Julio César Pacheco Mamani y el Prof. Edwin D. Félix Benítez, integrantes del Jurado Evaluador del Informe Final de Tesis Titulado: Factores de éxito para la creación de Mypes, caso colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac 2014 - 2016, cuyo autor es el Bachiller en Administración de Empresas Mary Jose Altamirano y su Asesor Lic. Adm. Edwin Mesco Córdova con el propósito de proceder a la sustentación y defensa de dicha tesis.

Luego de la sustentación y defensa del tesista, el Jurado Evaluador ACORDÓ: aprobar por unanimidad al Bachiller en Administración de Empresas Mary Jose Altamirano, obteniendo la siguiente calificación y mención:

Nota en escala vigesimal		Mención
Números	Letras	
<u>14</u>	<u>catorce</u>	<u>Bueno</u>

En señal de conformidad, se procede a la firma de la presente acta en tres (03) ejemplares.

[Signature]
John Peter Spurre Lande

[Signature]
Julio César Pacheco Mamani
Secretario

[Signature]
Edwin Félix Benítez

DEDICATORIA

A Dios, gracias por guiar cada etapa de mi vida y darme las fuerzas para hacer mis labores y cumplir mis objetivos.

A mis queridos padres Julián y Vidalina, por su labor sacrificado y su apoyo incondicional durante mi formación profesional.

A mis 5 hermanos, por su constante motivación y ser buen ejemplos a seguir en la familia.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional José María Arguedas por brindarme los servicios básicos y, sobre todo, la educación dentro de sus aulas durante los cinco años de mi formación profesional.

A todos los docentes de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Nacional José María Arguedas, en especial a aquellos docentes que me transmitieron sus buenos conocimientos y experiencias durante mi educación superior.

A mi coasesor de tesis por su apoyo incondicional en la elaboración de este trabajo. A los jurados por sus acertadas observaciones y sugerencias en el trabajo de investigación.

A todo los microempresarios de la región Apurímac que colaboraron en el desarrollo del trabajo.

PRESENTACIÓN

La tesis desarrollada “*Factores de Éxito para la Creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016*”, es una investigación básica ante los altos índices de mortalidad de los micros y pequeñas empresas en la región Apurímac; lo cual valdrá para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

El presente trabajo de investigación consiste en describir los factores de éxito para la creación de MYPES en los beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac. La investigación desarrollada vislumbra la justificación metodológica con sus debidas normas, procedimientos y técnicas que exige la investigación científica.

Los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta fueron procesados en programa estadístico, diseñado acorde a la investigación; el resultado de la investigación nos permite conocer de cómo se presentan los factores de éxito en los beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo. En suma, con esta investigación se espera tener un referente teórico de los factores de éxito de las MYPES en la región Apurímac, generando conocimiento para todo los microempresarios, contribuyendo con el crecimiento y desarrollo de las MYPES en Apurímac.

Esta investigación servirá de insumo para los emprendedores de MYPES de la región Apurímac, así también como antecedente para futuros investigadores.

Señores miembros de jurado, presento este trabajo de investigación realizado con mucho ahínco, que cumple con los parámetros y exigencias que establecen los reglamentos y pautas para la elaboración de la tesis.

ÍNDICE GENERAL

pág.

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xviii
CAPÍTULO I	19
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.1. Planteamiento del problema	19
1.2. Formulación del problema	21
1.2.1. Problema general	21
1.2.2. Problemas específicos.....	21
1.3. Delimitación de la investigación.....	21
1.3.1. Delimitación espacial	21
1.3.2. Delimitación social	21
1.3.3. Delimitación temporal	22
1.3.4. Delimitación conceptual.....	22
1.4. Justificación.....	22
1.4.1. Justificación metodológica.....	22
1.4.2. Justificación teórica	22
1.4.3. Justificación operativa	22
1.5. Objetivos	23

1.5.1. Objetivo general	23
1.5.2. Objetivos específicos.....	23
CAPÍTULO II	24
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.1. Antecedentes.....	24
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	24
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	25
2.1.3. Antecedentes locales.....	27
2.2. Marco teórico.....	29
2.2.1. La empresa	29
2.2.1.1. Clasificación de las empresas	30
2.2.1.2. Principios y objetivos de la actividad empresarial	31
2.2.1.3. Creación de empresa	31
2.2.2. El micro y pequeña empresa	32
2.2.2.1. Factores de éxito para crear empresas que duren y crezcan.....	35
2.2.2.1.1. Otros factores para la creación de MYPES	39
2.2.3. El emprendedor	40
2.2.3.1. Capacidades, cualidades y atributos del emprendedor.....	41
2.2.3.1.1. Capacidad emprendedora.....	43
2.2.3.1.1.1. Formación académica	43
2.2.3.1.1.2. Experiencias en negocios.....	44
2.2.3.1.1.3. Creativo y original.....	45
2.2.3.1.2. Actitud emprendedora	46
2.2.3.1.2.1. Iniciativa	47
2.2.3.1.2.2. Asume riesgo	48
2.2.3.1.2.3. Autoconfianza.....	50
2.2.3.1.3. Contribución del proyecto.....	51
2.2.3.1.3.1. Metodología de la intervención	51

2.2.3.1.3.2. Comunicación.....	52
2.2.3.1.3.3. Financiamiento / facilita recursos necesarios.....	53
2.2.4. Colectivo Integral de Desarrollo	54
2.3. Marco conceptual	57
CAPÍTULO III	60
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	60
3.1. Hipótesis.....	60
3.2. Variable	60
3.3. Operacionalización de variable.....	61
Tabla 01 <i>Variable operacionalizado</i>	61
3.4. Metodología.....	62
3.4.1. Enfoque.....	62
3.4.2. Tipo de estudio	62
3.4.3. Diseño de la investigación	62
3.5. Población y muestra	63
3.5.1. Población.....	63
3.5.2. Muestra	64
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	65
3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	65
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	65
3.7. Método de análisis de datos	66
CAPÍTULO IV	68
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	68
4.1. Confiabilidad de instrumento	68
4.2. Resultado de la investigación	69
4.2.1. Datos generales	69
4.2.2. Análisis descriptivo de los resultados obtenidos en la encuesta por pregunta. 71	

4.2.3. Análisis descriptivo de los resultados obtenidos por dimensiones agrupadas y por variable	107
CAPÍTULO V	111
5.1. Discusión	111
Conclusiones	114
Recomendaciones	116
Referencias bibliográficas	118
ANEXOS.....	120
Anexo 01: Matriz de consistencia de la Investigación	121
Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables.....	123
Anexo 03: Matriz de Instrumento de Recojo de Datos	124
Anexo 4: Ficha de validación por criterios de jueces o expertos	127
Anexo 5: Fotografías de la Investigación	130
Anexo 6: Instrumentos de recolección de datos.....	131
Anexo 7: Constancia de aplicación de instrumentos	134

ÍNDICE DE TABLAS

pág.

Tabla 1. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 01	71
Tabla 2. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 02	72
Tabla 3. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 03	73
Tabla 4. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 04	74
Tabla 5. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 05	75
Tabla 6. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 06	76
Tabla 7. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 07	77
Tabla 8. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 08	78
Tabla 9. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 09	79
Tabla 10. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 10	80
Tabla 11. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 11	81
Tabla 12. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 12	82
Tabla 13. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 13	83
Tabla 14. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 14	84
Tabla 15. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 15	85
Tabla 16. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 16	86
Tabla 17. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 17	87
Tabla 18. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 18	88
Tabla 19. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 19	89
Tabla 20. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 20	90
Tabla 21. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 21	91
Tabla 22. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 22	92
Tabla 23. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 23	93
Tabla 24. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 24	94
Tabla 25. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 25	95
Tabla 26. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 26	96
Tabla 27. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 27	97
Tabla 28. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 28	98
Tabla 29. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 29	99
Tabla 30. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 30	100
Tabla 31. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 31	101
Tabla 32. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 32	102
Tabla 33. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 33	103

Tabla 34. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 34	104
Tabla 35. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 35	105
Tabla 36. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 36	106
Tabla 37. Frecuencias según alternativas respondidas para la dimensión capacidad emprendedora	107
Tabla 38. Frecuencias según alternativas respondidas para la dimensión actitud emprendedora	108
Tabla 39. Frecuencias según alternativas respondidas para la dimensión contribución del proyecto.....	109
Tabla 40. Frecuencias según alternativas respondidas para la variable factores de éxito	110

ÍNDICE DE GRÁFICAS

pág.

Gráfica 1: Género de los beneficiarios del programa promovido por el colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac.	69
Gráfica 2: Nivel de educación alcanzado por los beneficiarios del programa promovido por el colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac.	69
Gráfica 3: Tiempo de funcionamiento del negocio de los beneficiarios del programa promovido por el colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac.	70
Gráfica 4: Actividad económica que realizan los beneficiarios del programa promovido por el colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac.	70
Gráfica 5: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 01	71
Gráfica 6: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 02	72
Gráfica 7: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 03	73
Gráfica 8: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 04	74
Gráfica 9: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 05	75
Gráfica 10: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 06	76
Gráfica 11: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 07	77
Gráfica 12: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 08	78
Gráfica 13: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 09	79
Gráfica 14: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 10	80
Gráfica 15: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 11	81
Gráfica 16: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 12	82
Gráfica 17: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 13	83
Gráfica 18: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 01	84
Gráfica 19: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 15	85
Gráfica 20: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 16	86
Gráfica 21: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 17	87
Gráfica 22: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 18	88
Gráfica 23: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 19	89
Gráfica 24: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 20	90
Gráfica 25: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 21	91
Gráfica 26: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 22	92
Gráfica 27: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 23	93
Gráfica 28: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 24	94

Gráfica 29: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 25	95
Gráfica 30: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 26	96
Gráfica 31: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 27	97
Gráfica 32: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 28	98
Gráfica 33: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 29	99
Gráfica 34: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 30	100
Gráfica 35: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 31	101
Gráfica 36: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 32	102
Gráfica 37: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 33	103
Gráfica 38: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 34	104
Gráfica 39: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 35	105
Gráfica 40: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 36	106
Gráfica 41: Porcentajes según alternativas respondidas para la dimensión capacidad emprendedora	107
Gráfica 42: Porcentajes según alternativas respondidas para la dimensión actitud emprendedora	108
Gráfica 43: Porcentajes según alternativas respondidas para la dimensión contribución del proyecto	109
Gráfica 44: Porcentajes según alternativas respondidas para la variable factores de éxito	110

ÍNDICE DE ANEXOS

pág.

Anexo 01: Matriz de consistencia de la Investigación	121
Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables	123
Anexo 03: Matriz de instrumento de recojo de datos	124
Anexo 4: Ficha de validación por criterios de jueces o expertos	127
Anexo 5: Fotografías de la investigación	130
Anexo 6: Instrumentos de recolección de datos.....	131
Anexo 7: Constancia de aplicación de instrumentos.....	134

RESUMEN

Hoy en un mundo competitivo que vivimos, las oportunidades laborales son muy escasas y con mucha exigencia en tema de selección del personal, también existen necesidades de la sociedad que aún no fueron satisfechas y estas se resumen en una oportunidad de emprendimiento; por estos y otros motivos, las MYPES van adquiriendo cada vez más importancia; y en muchas ocasiones es la única alternativa de solución para mitigar la situación paupérrima en términos económicos, con el fin de mejorar la calidad de nuestra vida por ende de la familia; basándose en la estadística del fracaso de MYPES en el Perú, surge la necesidad de estudiar los factores de éxito dando importancia al generador o creador de la nueva empresa “el individuo” sumado con sus cualidades y capacidades que le caracteriza.

Por esta razón surge la presente investigación, teniendo como objeto de estudio a los jóvenes beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 - 2016, un organismo no gubernamental que está ejecutando un proyecto de formación y acompañamiento a jóvenes emprendedores del Perú, con su sede principal en Andahuaylas y también un sub sede en la provincia de Abancay.

Para el recojo de datos se ha aplicado el cuestionario a los 361 jóvenes seleccionados de manera intencional, basándose en ciertas características, estos jóvenes con negocio en funcionamiento no menor de 2 años, inscritos en el base de datos que maneja Colectivo Integral de Desarrollo (CID) y fueron partícipes en los talleres de capacitación en más de tres ocasiones.

En efecto, los resultados a la encuesta se ha llegado que, los factores de éxito para la creación de MYPES caso: Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014-2016. La capacidad y la actitud emprendedora están en un nivel de regular, del mismo modo sucede con la contribución de proyecto.

Por lo tanto en los beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo, se tiene que formar la capacidad emprendedora y fortalecer su actitud emprendedora y en cuanto a la contribución del proyecto, este debe adaptar su metodología de intervención basándose a la necesidad latente de joven empresario.

Palabras claves: capacidad, actitud y contribución.

ABSTRACT

Today in a competitive world that we live, the job opportunities are very scarce and with a lot of demands on staff selection, there are also needs of society that have not yet been met and these are summarized in an entrepreneurship opportunity and by these and others motives are becoming more and more important and in many cases is the only alternative solution to mitigate the financially poor situation in order to improve the quality of life of the family, based on the statistics of the failure of mypes in Peru, there arises the need to study the factors of success giving importance to the generator or creator of the new company "the individual" added with his qualities and capabilities that characterizes him.

For this reason the present research arises, having as object of study the Young beneficiaries of Integrated Collective Development in the Apurímac Region, 2014-2016, a non-governmental organization that is executing a project of formation and accompaniment to young entrepreneurs of Peru, with its main headquarters in Andahuaylas and also a sub-headquarters in the province of Abancay.

In order to collect data, 361 young people have been intentionally selected based on certain characteristics, these youngsters with a business that is not less than 2 years of age are enrolled in the database that manages the integral development group (CID) and were involved in the training workshops on more than three occasions.

Indeed, the results of the survey have been reached, the success factors for the creation of mypes case: Comprehensive Development Collective in the Apurímac region, 2014-2016. Capacity and Entrepreneurial Attitude are at a Regular level, just as with the project contribution.

Therefore, in the beneficiaries of an integral development group, entrepreneurship must be formed and their entrepreneurial attitude must be strengthened. As for the contribution of the project, the project must adapt its intervention methodology based on the latent need of a young entrepreneur.

Keywords: Capacity, Attitude and Contribution

INTRODUCCIÓN

Las microempresas constituyen en la actualidad uno de los segmentos más dinámicos y diversos en América Latina y una parte fundamental de la economía en términos de generación de empleo y desarrollo económico y social del país como también de las regiones.

La presente investigación titulada: *Factores de éxito para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016*, surge frente a las estadísticas que muestran los altos índices de fracaso de los micros y pequeñas empresas en el país y la misma cifra se manifiesta en la región Apurímac. Es por esto que se plantea esta investigación con el fin de describir estos factores de éxito de los beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, cuyo rango de funcionamiento es mínimo de 24 meses ininterrumpidos en el mercado.

Para ello, el presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos.

En el primer capítulo, se desarrolla el problema de la investigación, formulación del problema, delimitación y los objetivos.

En el segundo capítulo, se esboza la fundamentación teórica, los antecedentes, el marco teórico y conceptual en materia de factores de éxito para la creación de MYPES.

El tercer capítulo, contiene la metodología, planteamiento de la hipótesis, operacionalización de las variables, población y muestra, instrumento de recolección de datos y métodos de análisis de datos.

En el cuarto capítulo, se realiza la presentación de los resultados obtenidos por la investigación.

En el quinto capítulo, como última parte del trabajo de investigación, se muestra la discusión, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, los micros y pequeñas empresas es considerado como el primer factor generador de empleos y desarrollo económico y social en el mundo. Sin embargo, las cifras de fracaso de las MYPES son alarmantes para cualquier país de América Latina. En Colombia se estima que el primer y segundo año sobreviven el 35% de las MYPES según los datos de Cámara de Comercio de Bogotá en (2015). En Chile el primer y segundo año sobreviven el 85%, reveló el Ministerio de Economía a través del documento (Dinámico empresarial, 2015).

En el Perú las MYPES tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional. “Las MYPES constituyen más del 98% de todas las empresas existentes, crea empleo alrededor del 75% de la PEA (Población Económicamente Activa) y genera riqueza en más de 45% del PBI (Producto Bruto Interno). Las MYPES son considerados como la mejor alternativa para hacer frente al desempleo, especialmente al alarmante desempleo Juvenil. Como el emporio industrial – comercial de Gamarra de la Victoria – Lima” (Diario El Peruano, 2015, p. 8, col. 3).

Crear una empresa en el Perú tiene altos costos a comparación de otros países sudamericanos, pese a sus notables e innegables contribuciones al desarrollo nacional, regional y local, están afrontando a diversos problemas como:

- La falta de conocimiento de mercado. Desconocen a los competidores y no lo creen necesario explorar nuevas oportunidades en el mercado.
- Contabilidad deficiente. El registro contable que llevan los microempresarios son inadecuados, y poseen una formación académica deficiente.
- La falta de iniciativa de involucrarse en asociaciones y la escasa confianza entre ellas; disminuye en gran escala la posibilidad de sobrevivir en un mercado competitivo.

- Problemas en la gestión. La falta de experiencia en la parte administrativa del negocio y deficiente organización interna, por ende la MYPES no funcionan si no están los dueños.
- La falta de financiamiento. La gran mayoría “no tienen dinero a la mano” para invertir cada vez más, este problema nos hace ver la falta de la cultura crediticia.
- La falta de formalización. Existe excesos procedimientos burocráticos que generan frustraciones y limitaciones, teniendo difícil acceso a mercados nacionales e internacionales y como consecuencia la demanda de sus productos y servicios es mínima.
- La falta de planificación. Normalmente no hay un plan de negocio, los objetivos a largo plazo no están definidos, simplemente se emprende un negocio para sobrevivir las necesidades.

Si se sigue ignorando estos problemas, definitivamente los porcentajes del fracaso de las MYPES seguirán aumentando, no solo numéricamente; en efecto, será muy notorio la crisis del desempleo nacional y local, esto trae consigo una calidad de vida inadecuada para las familias y un desarrollo social inestable, especialmente en los jóvenes que recién se van insertar al ámbito laboral, y el desarrollo económico del país se reflejara por los bajos índices en el PBI.

Para evitar todo ello se debe implantar a tiempo las medidas correctivas para el éxito de las MYPES. Es el propósito de esta investigación. En consecuencia, todos los problemas antes señalados conducen a una pregunta: ¿Cómo se presentan los factores de éxito para la creación de mypes en la región Apurímac? Ante esta necesidad Gonzales (2007), recomienda que los emprendedores de éxito poseen ciertas características que son esenciales a la hora de crear la empresa y se manifiestan en la capacidad y actitud de estos emprendedores exitosos. Por esta razón es necesario que un emprendedor pueda adquirir formación académica, experiencias en negocios para de esa forma pueda minimizar los problemas de gestión administrativa y mejor aún si el Estado u organismos no gubernamentales contribuyan en la etapa de formación del emprendedor.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo se presentan los factores de éxito para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué características encontramos en la capacidad emprendedora para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 - 2016?
- b) ¿Cuál es la actitud emprendedora para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 - 2016?
- c) ¿Cuál es la contribución del proyecto para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 - 2016?

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1. Delimitación espacial

La investigación se desarrolló en la institución no gubernamental que lleva por nombre Colectivo Integral de Desarrollo – CID.

Las oficinas y zonas de influencia se encuentran ubicadas:

- En Andahuaylas, distrito de San Jerónimo en Av. Mariano Melgar N° 233.
- En Abancay, en Jr. Mayta Cápac en el interior de la Dirección de Regional de la Producción de la provincia de Abancay.

Estas dos provincias integran a la región Apurímac.

1.3.2. Delimitación social

En la obtención de datos participaron: Los 876 jóvenes con negocios beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo.

1.3.3. Delimitación temporal

Se desarrolló en relación a la base de datos de Colectivo Integral de Desarrollo correspondientes a los años 2014 - 2016.

1.3.4. Delimitación conceptual

Los conceptos que se han desarrollado para determinar los factores de éxito que facilite la creación de MYPES, se circunscriben a temas generales como la capacidad, actitud emprendedora y contribución del proyecto ejecutado por Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016.

1.4. Justificación

Este trabajo de investigación, se orienta al problema de alto índices de mortalidad de las MYPES en la región de Apurímac por ende se pretende investigar los factores de éxito para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016.

1.4.1. Justificación metodológica

Los métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos a diseñar, que fueron empleadas en el desarrollo de la investigación permitió el desarrollo eficiente de la investigación y su confiabilidad para dar respuesta a las preguntas formuladas en la matriz de consistencia.

1.4.2. Justificación teórica

Para la importancia, veracidad de la investigación se contrastó las conceptualizaciones e inclusión de las diversas teorías que asistan a resolver cada objetivo de la investigación de los factores de éxito que participa en la creación de MYPES en la región Apurímac, 2014 – 2016, se contrastó las diferentes teorías consideradas para describir la variable de la investigación, el cual contribuirá con los futuros trabajos de investigación.

1.4.3. Justificación operativa

El desarrollo de la investigación, beneficia a la misma sociedad apurimeña ya que contribuye en la creación exitosa de la micro y pequeña empresa porque con ello impulsamos el desarrollo económico; asimismo,

es el ente generador del empleo, fue vital su participación de los jóvenes con negocio en esta investigación, ya que ellos aportaron con sus respuestas al cuestionario en base a su experiencia, esos factores que contribuyeron con la creación y sostenibilidad en el tiempo de su negocio. Dicha investigación se desarrolló desde tres dimensiones: la capacidad emprendedora, actitud emprendedora y la contribución del proyecto en la gestión empresarial para su impulso y contribución en la economía sostenible de en nuestra región, considerando a la provincia de Abancay y Andahuaylas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Describir los factores de éxito para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016.

1.5.2. Objetivos específicos

- a) Describir la capacidad emprendedora para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016.
- b) Describir la actitud emprendedora para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016.
- c) Describir la contribución del proyecto para la creación de MYPES: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

En 2008, Miller, de la Universidad la Castilla (Mancha – España), en el trabajo de investigación titulado: *“Factores determinantes de la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha de una empresa”*, recogen las principales aportaciones teóricas y empíricas desarrolladas en relación a la creación de empresas y plantea un modelo en el que se establecen las principales incidencias de los factores empresario, entorno y proceso en la creación de la empresa. Este modelo se desarrolló a través de la propuesta de diversas hipótesis que, posteriormente, son contrastadas con la realización de un análisis empírico. El objetivo principal consistió en identificar los factores que determinan la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha del negocio. Además, se trazaron tres objetivos secundarios, de manera que los dos primeros se centran en el modelo teórico y el segundo se orienta a la contrastación empírica de la estructura planteada.

Como conclusiones principales tenemos: la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha, de los factores relacionados con el empresario y el entorno, tradicionalmente estudiados, es fundamental articular los factores del proceso de creación que pueden influir en el nacimiento del negocio. Asimismo es que – encontraron que los factores innovación, riesgo y percepción de oportunidades pueden influir en la creación de empresas, pues precisamente éstos son los factores que caracterizan a los empresarios: schumpeteriano, knighthiano y kirzniano, respectivamente, tal y como está descrito en la investigación.

En 2013, Bautista Martin & Paola Andrea, de la Universidad Nacional de Colombia (Colombia), en el trabajo de la investigación titulado: *“Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco*

años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca”, llegaron a las siguientes conclusiones: Según los resultados obtenidos es la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, lo que permite deducir que para las microempresas del sector terciario (servicios) es muy importante la forma cómo se organizan y gestionan las empresas, así como la estrategia implementada por ellas y por supuesto y no menos importante la competencia local y externa, como factores muy significativos para contribuir a la competitividad del sector.

En 2002, Ochoa, de la Universidad de la Rioja (Logroño – España), en el trabajo de la investigación titulado: *“Análisis de los factores explicativos del éxito empresarial: una aplicación al sector de denominación de origen calificada Rioja”*, llegó a las siguientes conclusiones: Que las empresas se ven afectados por dos tipos de factores, unos son externos a la organización y otros tienen un carácter interno, Los factores externos escapan a la capacidad de decisión y control de la empresa, conformando su entorno, el marco económico y social en el que los diversos agentes económicos desarrollan su actividad. Los factores propiamente empresariales que resultan relevantes en la explicación de los resultados de las empresas, no pueden tener un carácter universal. Reconocida la importancia del sector en la determinación del grado de rivalidad competitiva, serán sus características estructurales las que indiquen cuáles son aquellas variables que puedan resultar claves para fundamentar el éxito en cada caso concreto.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En 2005, Colectivo Integral de Desarrollo, un organismo no gubernamental (Lima), en el trabajo de la investigación titulado: *“Emprendedores que hicieron realidad su negocio”*, presenta la recolección de testimonios de los jóvenes que tuvieron éxito en su emprendimiento como dice el investigador; ellos ahorran, invierten, asumen riesgos, crean riqueza y generan empleo. Contribuye, por lo tanto, de manera importante a forjar una cultura de éxito, tan necesaria en nuestro país. Demuestra, además, que es en el plano de las realizaciones y de los logros concretos

donde se juega lo esencial de nuestro crecimiento y desarrollo. Las entrevistas se han estructurado siguiendo un patrón que combina la historia del emprendedor con la historia de la empresa. En esta investigación concluyeron que la tasa de mortalidad de negocios formales unipersonales creados por jóvenes de menos de 26 años es de 44% al primer año y 62% al segundo. Con negocios informales la tasa se eleva a 84%. Y la pregunta que se resalta es: ¿Cuáles son las razones de esta elevada tasa de mortalidad? Dicha investigación deduce que son las razones del entorno, pero sobre todo un notorio déficit de competencias empresariales. Los emprendedores en nuestro país por lo general tienen alguna competencia técnica, adquirida en un trabajo previo o en la familia en la mayor parte de casos, pero carecen de lo esencial en lo que a competencias de creación y gestión de negocios se refiere, tal como está descrito en la investigación.

Finalmente, en esta investigación concluye en base a los testimonios recogidos de diferentes ámbitos del país, como los testimonios presentados que evidencia la posibilidad de hacer empresa, incluso en los entornos más difíciles. Los casos huancavelicanos por ejemplo, son un ejemplo palpable. En el departamento más pobre del país emergen emprendedores – muchos más de los que algunos escépticos creen – capaces de alterar positivamente el panorama económico de su entorno de referencia. En la base del proceso de desarrollo y crecimiento se encuentran por lo tanto, personas con ganas de emprender y de asumir riesgos. Sin embargo, el entusiasmo no es suficiente, y sin políticas claras y agresivas que promuevan la emergencia y consolidación de un empresariado de pequeña escala en donde participen activamente sector público y privado, así como programas como el del CID que apunten a formar competencias empresariales en los emprendedores, no variarán las altas tasas de mortalidad existentes y la experiencia de crear un negocio seguirá siendo un recuerdo desagradable.

2.1.3. Antecedentes locales

Hasta la actualidad no se encontró investigaciones, exactamente, con tema de factores de éxito para la creación de MYPES. Se hallaron temas afines como las investigaciones de Ascue Abel, egresado de UNAJMA, Peláez y Chilitupa, lo considere esta investigación porque fue financiada por un Organismo No Gubernamental denominado Grupo Voluntariado Civil. Dicho organismo no gubernamental manejó objetivos parecidos con CID, además de ello el diagnóstico que se hizo fue a los jóvenes de la provincia de Abancay y Andahuaylas.

En 2015, Ascue Abel, de la Universidad Nacional José María Arguedas (Andahuaylas), en el trabajo de la investigación titulado: “Factores de éxito de las microempresas del sector comercio en el distrito de Andahuaylas – Apurímac”, llegó a las siguientes conclusiones: Se encontró que el 65 % de los microempresarios no se capacita, y el restante 35% que sí lo hace. En cuanto a los factores de éxito, los que obtuvieron mayor ponderación o mayor relevancia son: las relaciones con los clientes, eficiencia de las operaciones, la gestión del conocimiento y la motivación del propietario. En lo referente a los factores de competitividad, el mismo que se basó en el modelo del diamante de competitividad de Michael Porter, ayudó a establecer los atributos que pueden contribuir con la competitividad del sector comercio del distrito de Andahuaylas. Son las 5 conclusiones a las que llegó el investigador.

En 2013, Peláez, del Grupo Voluntariado Civil (Apurímac), en el trabajo de la investigación titulado: “*Diagnóstico de los emprendimientos juveniles de las provincias de Abancay y Andahuaylas*”, llegó a la siguiente conclusión: Que, en general los emprendedores de las dos provincias tienen las mismas características, las que se asemejan a lo mostrado en la teoría, es decir cuentan con las actitudes mínimas para considerarse un emprendedor, lo más resaltante es que no se amilanan frente a las dificultades, lo que es, en mi opinión, la característica más importante en un emprendedor; lo que nos preocupa, en el tema de proyección y sostenibilidad, es la poca costumbre de planificar las cosas. Por otro lado,

diremos que es característica también del grupo objetivo, por cuestiones de edad, el tomar las cosas de manera poco formal, lo que se refleja en las respuestas a la pregunta de si se miden las consecuencias o posibilidades de éxito o fracaso y si se preocupan por terminar sus trabajos a tiempo. Una condición que probablemente los incline a ser emprendedores o generarse estas actitudes, es su procedencia, ya que la gran mayoría de jóvenes provienen de familias conformadas por padres que se criaron en entornos rurales y esto hace que tengan esta vinculación y también una crianza ruda con influencia rural, originando que afronten con más fortaleza las dificultades que se encuentran al generar un emprendimiento. Todo esto se da en un entorno educativo totalmente desfavorable para la estimulación hacia las actitudes emprendedoras, más bien se alienta el ser profesional y trabajar para otro o sea ser dependiente.

En 2013, Chillitupa, del Grupo Voluntariado Civil (Apurímac), en la investigación titulado: *“Oportunidades de negocios para los jóvenes de Abancay y Andahuaylas”* llegó a la siguiente conclusión: Que, tanto Abancay como Andahuaylas son ciudades que están en proceso de crecimiento urbano, este crecimiento desencadena una serie de demandas de vivienda (alquileres), alimentación, ropa, equipamiento y servicios para instituciones públicas y privadas; los jóvenes emprendedores de ambas provincias tienen la oportunidad de implementar estos negocios.

La minería es una actividad que genera nuevas dinámicas económicas en el territorio. El canon minero representa una oportunidad de generar nuevos emprendimientos. Tanto en Abancay como en Andahuaylas los consumidores demandan mayor calidad en los productos y en la prestación de los servicios. Los jóvenes inician sus negocios por vocación y también para ayudar económicamente a su familia, también para ser financieramente independientes, sus primeros clientes fueron sus propios compañeros de colegio, instituto o universidad, luego mediante contactos acceden a pedidos de instituciones públicas y privadas. Los jóvenes por lo general no acceden al financiamiento bancario, se están realizando acciones para darles facilidades y de esta forma puedan acceder al crédito.

2.2. Marco teórico

Dentro del marco teórico se tienen en consideración varias fuentes teóricas, y se utilizó un modelo deductivo dado que se inició de lo general a lo particular; por ende es importante conocer los aspectos teóricos claves de factores de éxito para la creación de MYPES en los beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac.

2.2.1. La empresa

En términos estrictamente económicos, podríamos definir una empresa como una unidad económica que reúne una serie de factores de producción: recursos materiales (edificaciones, maquinarias, mobiliario, etc.) e inmateriales (patentes, marcas, propiedad industrial, etc.), humanos y financieros (que posibilitan la adquisición de los anteriores), que organiza y gestiona conforme a su entorno para producir bienes y/o servicios, y que vende negocios a otras empresas, a las familiares o a las administraciones públicas, lo que le permite alcanzar sus fines y objetivos, donde el principal es el del beneficio o ganancia (Gonzales, 2007, p. 25).

Gonzales (2007) sostiene que las que las empresas “forman el entramado productivo de nuestra economía y juega también una importante y trascendente función social, pero cuyos aspectos más relevantes son el empleo de recursos humanos (da trabajo) y el ser elemento dinamizador y distribuidor de riqueza (renta)” (p. 27).

Las empresas producen los bienes y servicios que cubren nuestras necesidades, desde las más primarias y perentorias hasta las más suntuarias. En efecto, en la propia naturaleza de la empresa está el emprender negocios, ya que el atender nuestras necesidades poniendo a disposición bienes y servicios no se realiza de una manera altruista sino con ánimo de lucro, buscando una ganancia lícita que le permita sobrevivir y crear riquezas para sus promotores, empleados y la sociedad en general (Gonzales, 2007, p. 28).

2.2.1.1. Clasificación de las empresas

Las empresas podemos clasificar siguiendo diferentes criterios:

a) Atendiendo a la naturaleza de su actividad (de lo que producen) agrupamos las empresas en sectores: primarios, secundarios y terciarios o de servicios. El sector primario abarca las actividades que supone una extracción de la naturaleza: La minería, la agricultura, etc.

El sector secundario comprende todas las actividades que implican la transformación de materia prima a través de procesos industriales: Las industrias mecánicas, química, etc.

El sector terciario, o de servicios, agrupa un amplio y diverso elenco de actividades cuyo común denominador es que utiliza distintas clases de equipo y de trabajo humano para atender las demandas del transporte, comunicación, turismo, banca, seguros, salud, y así un largo etcétera (Gonzales, 2007, p. 29).

b) Otros criterios de clasificación, ya también un factor de peso a la hora de analizarlo el desarrollo e importancia de las empresas, es su tamaño (número de empleados) y su nivel de ventas. Se considera microempresas aquellas con menos de 10 empleados, empresas pequeñas cuando alcanzan los 50 trabajadores en plantilla (hasta 49 empleados), medianas las que están entre 50 y 250 empleados (sin alcanzar esta última cifra (de 50 a 249 empleados), y grande aquellas con 250 empleados.

c) Otro aspecto de interés que conviene abordar es el de la forma jurídica bajo la cual se desarrolla la actividad la actividad empresarial, que va desde el empresario individual o autónomo hasta la empresa con personalidad jurídica o propia. El empresario individual, las sociedades de responsabilidad limitada y las sociedades anónimas (Gonzales, 2007, pp. 29 - 30).

2.2.1.2. Principios y objetivos de la actividad empresarial

Toda empresa, desde la más pequeña hasta la más grande y de cualquier sector de actividad, debe tener en cuenta a la hora de su creación y puesta en marcha y a lo largo de su vida una serie de principios que constituye el propio fundamento del mundo de los negocios y que representan las normas básicas de obligado cumplimiento. Estos principios son: beneficio, equilibrio financiero, eficiencia y la calidad (Gonzales, 2007, p. 31).

Y de acuerdo al presente trabajo de investigación, se tomó en cuenta el micro y pequeña empresa en la región Apurímac.

2.2.1.3. Creación de empresa

La creación de empresas es la vía más compleja, interesante y que más debe potenciarse y de hecho se potencia en las actuales políticas de empleo. Con independencia de las causas que llevan a uno o varios sujetos (empresarios promotores) a crear una nueva empresa, esta forma es la que constituye la razón de ser del estudio de la creación de empresas, la responde auténticas iniciativas, y la que más empleo puede generar, pues por los otros caminos no se hace más que acceder a una actividad ya en marcha y a lo sumo permiten un rediseño de la empresa ya existente, que puede ir en cualquier sentido (Gonzales, 2007, p. 30).

Cuando nos decidimos a crear una empresa partiendo desde cero, estamos poniendo en marcha un agente económico probable generador de empleo y riqueza, aunque la actividad a lo que nos dediquemos no sea exclusiva, si no que ya viene desarrollándose por otras empresas existentes, en la medida que vayamos implementar nuestras propias ideas y planteamiento con algún aspecto novedoso y particular, estamos innovando. (Gonzales, 2007).

2.2.2. El micro y pequeña empresa

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, debiendo contar con las siguientes Características de Microempresa con un número total de trabajadores entre uno (1) y diez (10) y niveles de ventas anuales no mayores a 15 0 UIT y las pequeñas empresas no deben superar los 1700 UIT (Arbulú & Galve, 2007).

El desarrollo de la MYPE (micro y pequeña empresa) y del sector informal urbano en el Perú ha sido un fenómeno característico de las últimas dos décadas, debido al acelerado proceso de migración y urbanización que sufrieron muchas ciudades, la aparición del autoempleo y de una gran cantidad de unidades económicas de pequeña escala, frente a las limitadas fuentes de empleo asalariada y formal para el conjunto de integrantes de la población económicamente activa (PEA) (Arbulú, 2015).

En 2005, Montero sostiene que la MYPE es un ente organizado el cual utiliza diferentes recursos con la finalidad de producir bienes o prestar un servicio, también una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación (p.15).

Las MYPES pueden ser constituidas por personas naturales o Jurídicas (empresas), bajo cualquier forma de organización empresarial en el Perú éstas deben cumplir con ciertos requisitos concernientes a su número de trabajadores y sus volúmenes de ventas.

a) Personería jurídica de la empresa

Como personas naturales: las personas naturales pueden adquirir derechos y obligaciones, es decir, tienen plena capacidad de decisiones y ejecución para celebrar contratos, asumir compromisos y efectuar el pago que les corresponde por los impuestos a los que se estuvieran afectadas y por las deudas contraídas y se les denomina persona natural con negocio.

Como persona jurídica: las personas jurídicas (empresas) están constituidas por una o varias personas naturales o jurídicas que desean realizar negocios formalmente y estas empresas tienen responsabilidad limitada y pueden participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedor de bienes y servicios (Núñez, 2014).

b) Giro de negocio

Dentro de este rubro se pueden identificar 3 tipos: empresas industriales, comerciales y de servicio.

Las empresas industriales son aquellas que su actividad principal es la extracción y/o transformación de materias primas.

Las empresas comerciales son aquellas que fungen de intermediarios entre productores y consumidores, básicamente se dedican a la distribución de productos terminados en 3 niveles de acuerdo a su capacidad: mayoristas, minoristas y comisionistas.

Las empresas de servicio son todas aquellas que venden algún servicio a la comunidad, los tipos de servicio que prestan son: transporte, turismo, servicios financieros, servicios públicos, servicios administrativos privados, educación, finanzas, salud, etc. (García, 2010).

c) Número de trabajadores

Microempresa: de un (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y pequeña empresa: de un (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive (Núñez, 2014).

d) Constitución de negocios

Identifica y define las actividades que realizará tu empresa que pueden ser industria, comercio, servicios u otras, asesórate con un abogado o alguna institución para definir la forma empresarial más adecuada para tu negocio, Define un nombre para tu empresa. Luego acude a registros públicos para descartar que exista una empresa con el mismo nombre y para reservar el mismo mientras realizas los demás trámites, obtén fotocopia simple del DNI del titular o de cada uno de los socios, define el aporte que cada miembro de la empresa hará a la empresa.

e) Pasos para la formalización

- Elaboración de la minuta; este es un documento especial de carácter privado, en el que los socios suscriben un contrato contiene el pacto social y los estatutos.
- La minuta se lleva a una notaría.
- Inscripción en los registros públicos.
- Una vez que la escritura pública ha sido suscrita por los socios, el notario gestionará su debida inscripción en los registros públicos.
- Inicio del trámite del RUC.
- El usuario con una copia del testimonio debidamente inscrito en los Registros Públicos, se dirige a las oficinas descentralizadas de la SUNAT, para inscribirse en el registro único del contribuyente - RUC y solicitar su número correspondiente. Además, el usuario deberá inscribir a sus trabajadores en ESSALUD.

f) Permisos especiales

Estos trámites corresponden a aquellas empresas cuyas actividades requieran solicitar autorización previa del sector competente, entre las principales están: Ministerio de Agricultura,

Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Consejo Superior de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

g) Autorización del libro de planillas

Se hace en la oficina de trámite documentario del ministerio de trabajo y promoción del empleo. Se requiere: comprar el libro de planillas, solicitud de autorización de libros de planillas, derecho de pago (1% UIT = s/. 32.00) MYPE (70% descuento = S/. 9.60).

h) Licencia municipal de funcionamiento

No debe desalentar al emprendedor el hecho de que vaya a poner en marcha una empresa de reducida dimensión. Ya que las MYPES tienen gran importancia en nuestro tejido económico, y también las empresas de pequeño tamaño presentan una serie de peculiaridades que pueden, bien gestionar, ser auténticas ventajas; pero también como consecuencia de su tamaño se enfrentan a ciertos obstáculos y dificultades (Gonzales, 2007).

Las pequeñas empresas presentan una serie de peculiaridades que les otorga algunas verdaderas ventajas parte de las políticas estatales. Entre estas peculiaridades destacamos: Empleo, mercado especializado, atención directa, dirección, no se somete a la tecnología, flexibilidad y dinamismo, estabilidad y compromiso, popularidad y empatía (Reid & Jacobsen, 1998, citado en Gonzales, 2007).

2.2.2.1. Factores de éxito para crear empresas que duren y crezcan

En 2007, Gonzales sostiene que ante este panorama para un micro y pequeña empresa, se pregunta: ¿qué se puede hacer? Y sostiene que no existe un catálogo único de consejos o recomendaciones, porque la realidad empresarial es tan diversa y compleja dependiendo de cada caso y desde que perspectiva se

analice podemos tener u otras recomendaciones favorables para el éxito empresarial, eso sí, todas válidas (p.37).

En 2007, Gonzales sostiene que “son elementos propios que comprenden el proceso de creación de una unidad económica sustentable y el peso cae, en el propio emprendedor en sus capacidades y sus cualidades que le caracteriza” (p. 42).

En 2008, Nuez & Górriz, sostienen que toda iniciativa de creación de empresas tiene varios detonadores para llevar a cabo, estos factores son de múltiples índoles y origen, que según la propuesta en referencia a la creación de empresas, menciona que existen tres elementos claves: el empresario, la empresa y el entorno (p.9).

En 2011, Gelmetti sostiene que la economía global tiene su propia lógica. Ha dejado de ser una teoría para convertirse en una realidad, donde el énfasis se aplica en el aprendizaje, dado que el éxito, e incluso la supervivencia dependerá de las adquisiciones de nuevas perspectivas y relaciones con el resto del mundo, estos factores son:

- Las comunicaciones eficaces
- El capital
- Los consumidores

En 2007, García del Junco et al. proponen que los emprendedores de éxito tienen unas características que son esenciales a la hora de crear la empresa, denominándolas como “factores generadores”, y otras características que los favorecen llamadas “factores potenciadores” (p.4).

Una característica común entre las nuevas empresas (sobre todo entre las más pequeñas) es su alto índice de mortalidad, encontrándose dentro de sus treinta y seis primeros meses de actividad se cierran. Las razones de tan elevada mortalidad son muy diversas, lo ideal sería que consiga sobrepasar la barrera

psicológica de los 36 a 42 meses de vida y se proyecte con expectativas del futuro. Estas recomendaciones se apoyan en sus experiencias personales como emprendedor y consultor de Allen, da una serie de claves, principios y prácticas para tener éxito en los negocios partiendo de cero, según él el éxito del emprendedor visionario se encuentra en trece claves o recomendaciones que propone el autor:

- El emprendedor debe antes que nada imaginar su escenario ideal, y plasmarlo por escrito en su plan de empresa.
- La redacción del plan de negocio o empresa ha de recogerse la visión del emprendedor de forma clara y concisa.
- Todo emprendedor debe perseguir un propósito más elevado que el simple hecho de alcanzar el éxito con su empresa.
- De la adversidad también se puede obtener un beneficio en términos de enseñanza para alcanzar el éxito.
- No improvisar. Hay que planificar los objetivos concretos, las acciones, los recursos y las personas.
- Hay que evitar la dirección por crisis o acontecimiento, y establecer objetivos anuales claros y realistas.
- Hay que ser generoso con los empleados y compensarlos bien.
- Amar el cambio.
- Las experiencias vividas nos marcan, hay reflexionar sobre ella y descubrir las convicciones fundamentales que nos han ido forjando.
- La empresa, como las personas, tienen tres fases: infancia, adolescencia y la edad adulta. Cada fase requiere una serie de elementos que son propios.
- No ver en la empresa y sus negocios sólo el aspecto material y monetario; hay que considerar también su aspecto místico.
- El emprendedor debe hacer en su empresa lo que realmente le gusta hacer, creando así una empresa visionaria a su estilo y semejanza.
- La auténtica misión del emprendedor visionario, lo que le facilitará el éxito, es transformar el mundo haciendo lo que más le gusta hacer (Allen, 2002 citado en Gonzales, 2007, p. 38).

Jeffrey (citado en Gonzales, 2007), sostiene que un destacado estudioso del mundo emprendedor como es Jeffrey Timons, también ofrece un conjunto de recomendaciones para lanzar una empresa exitosa, que pone el peso en el propio emprendedor y las personas que le acompañarán:

- Compromiso total, determinación y perseverancia
- Voluntad de conseguir y crecer
- Iniciativa y responsabilidad personal
- Persistencia en la solución de problemas
- Conciencia de las propias limitaciones y sentido del humor
- Capacidad de buscar consejo y retroalimentación
- Confianza en las propias capacidades
- Capacidad de tolerar la ambigüedad, la tensión y la incertidumbre
- Saber tomar riesgos calculados y saber compartir el riesgo
- Poca necesidad de estatus y poder
- Decisión, urgencia y paciencia
- Capacidad de superar los fallos y aprender de ellos

Otra visión interesante es la que ofrece que, basándose en su experiencia de años (desde 1999) formando y asesorando emprendedores en España e Hispanoamérica (Centro Emprende, 2002 citado en Gonzales, 2007, p. 42) considera que el proceso de creación de una empresa sustentable (viable y perdurable) comprende nueve elementos o etapas genéricas:

- Motivación para emprender y la preparación cultural. El deseo ser empresario es el imprescindible punto de partida del proceso; este deseo puede ser consecuencia de diferentes estímulos personales, sociales y culturales
- Detención de una oportunidad de negocio. Debe identificarse una idea empresarial con futuro en el mercado
- Preparación técnica. Debe conocerse el funcionamiento de la economía (elementos principales del sistema de libre mercado) y la empresa (gestión estratégica y operativa)

- Diseño del proyecto empresarial. Los conocimientos anteriores deben aplicarse a la idea del negocio para diseñar un concepto de negocio sólido y viable en el mercado objetivo
- Consecución de los recursos necesarios. Diseñar el proyecto empresarial conlleva entre otras cosas identificar los recursos (materiales, humanos, financieros, etc.) necesarios para poner en marcha el proyecto
- Puesta en marcha. La apertura de una nueva empresa lleva asociada la consideración de toda una serie de cuestiones específicas (elección del momento comercial propicio, satisfacción de los trámites legales y administrativos pertinentes, etc.)
- Primera gestión (fase de introducción): adaptación y supervivencia
- Segunda gestión (fase de consolidación): fijación de los conocimientos del negocio
- Tercera gestión (fase de crecimiento): expansión productiva y/o geográfica (p. 42).

2.2.2.1.1. Otros factores para la creación de MYPES

a) Factores motivacionales

Los factores tales como la necesidad de independencia económica, motivación familiar, pérdida de empleo, poseen experiencia en el negocio y la necesidad de realizarse como persona (Núñez & Górriz, 2008, p. 18).

b) Factores económicos

En 2006, Rodríguez sostiene que “Contaban con un financiamiento, tenencia de capital semilla, apoyo de los familiares y amigos, motivos por los cuales emprenden”.

c) Factores ambientales

- Desempleado y las capacidades
- Nuevas oportunidades
- Ambiente institucional

d) Factores Sociodemográficos

- Sexo – educación
- Cultura – valores
- Antecedentes familiares

Por otro lado, García et al., (2007) sostienen que “las características: Espíritu de sacrificio, capacidad para asumir riesgo, necesidad, no tienen tanta importancia en las cualidades que caracterizan al espíritu emprendedor.” Sino que existen otros aspectos tales como la selección de sus equipos, buen carácter, independencia, constancia, conocimientos, etc. (p. 5).

2.2.3. El emprendedor

Es la persona (de cualquier edad, sexo, nivel socio económico, experiencia laboral y de cualquier nivel educativo) que tiene una motivación especial para emprender un negocio (alcanzar la independencia financiera, mantener su familia, pagarse sus estudios, etc.). “Emprender” tiene varios significados, entre ellos: iniciar, acometer o comenzar una obra (Negocio), sin la plena seguridad (no al 100%) de que el emprendimiento tenga éxito, es decir, el emprendedor se enfrenta a riesgos (calculados o no) al iniciar su empresa (Varela, 2012).

Emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgos. Por lo anterior, se concluye que los emprendedores son los principales agentes de cambio de la sociedad. Perfil del emprendedor: creatividad, capacidad de implantación, sentido de independencia, perseverancia, optimismo, disposición para asumir riesgos (Silva, 2008).

En 2005, Dolabela manifiesta que “un emprendedor es una persona que imagina, desarrolla y realiza visiones”. El emprendedor es alguien que define por sí mismo lo que va hacer y en qué contexto será hecho. La define lo que va hacer, él tiene en cuenta sus sueños, deseos, preferencias, y el estilo de vida que quiere tener.

Es un individuo que crea empresa, cualquiera que sea. Una persona que compra una empresa e introduce innovaciones, asumiendo riesgos, sea en la forma de administrar, vender, fabricar, distribuir o hacer propaganda de sus productos y/o servicios, agregando nuevos valores (Dolabela, 2005, p. 66).

Hay que precisar que no todo emprendedor acaba creando una empresa – unas oficinas, unos empleados, unas investigaciones, etc.- puede que el emprendedor actué solo, desde su casa, moviendo relaciones y contactos, a través de los cuales consigue realizar su trabajo (Gil &Giner, 2011, p. 13).

2.2.3.1. Capacidades, cualidades y atributos del emprendedor

En 2007, Gonzales sostiene que conocer las capacidades y atributos es de gran interés para el emprendedor tanto presunto o en ciernes como para el que ya ha emprendido nuevas acciones empresariales, pues muchas de ellas se pueden desarrollar o potenciar con formación y entrenamientos adecuados, el emprendedor debe poseer ciertos atributos para crear una empresa, estos atributos conforman la fuente de ideas y que son la base de lo que llamamos talentos, como:

- La iniciativa
- Visión
- Intuición
- Percepción
- Curiosidad

Los otros atributos que dan cuerpo a la capacidad de Resistencia de la persona y la fuerza o empuje para avanzar. Son:

- Sentido de riesgo
- Confianza
- Sentido de necesidad
- Independencia

Son capacidades y atributos que le caracterizan a un emprendedor (Gil &Giner, 2011, p. 27).

- Tiene “modelo”, una persona que lo influencia
- Tiene iniciativa, autonomía, auto-confianza, optimismo y la necesidad de realización
- Trabaja solo. El proceso visionario es individual
- Tiene perseverancia y tenacidad para vencer obstáculos
- Considera al fracaso un resultado como otro cualquiera, pues aprende con los propios errores
- Es capaz de dedicarse intensamente al trabajo y concentra esfuerzo para alcanzar resultados
- Saber fiar metas y alcanzar; luchar contra patrones impuestos; se diferencia
- Tiene la capacidad de descubrir nichos
- Tiene fuerte intuición: como el en deporte, lo que importa no es lo que se sabe, si no lo que se hace
- Crea situaciones para obtener feedback sobre sus comportamientos y sabe utilizar tales informaciones para mejorar
- Sabe buscar, utiliza y controlar recursos
- Está orientado a los resultados
- Acepta dinero como una de las medidas de desempeño
- Cultiva imaginación y aprende a definir visiones
- Traduce los pensamientos en acciones
- Crea un método propio de aprendizaje
- Asume riesgos moderados: le gusta el riesgo, pero hace todo para minimizarlo
- Es innovador y creativo
- Tiene alta tolerancia a la ambigüedad e incertidumbre
- Mantiene un alto nivel de conciencia en el ambiente que vive, usando para detectar oportunidades de negocio. (Dolabela, 2005, p. 67).

2.2.3.1.1. Capacidad emprendedora

También se puede entenderse como la capacidad de estar alerta (alertness) a las oportunidades que no han sido identificados por otros. En cualquier caso, es cierto que en gran medida el éxito del emprendedor, o mejor dicho de la nueva empresa, radica en gran medida en explotar una oportunidad, entendida ésta como algo nuevo que permite marcar desde el principio una diferencia, y la oportunidad se relaciona con la idea en torno a la cual el emprendedor va a mostrar su empresa (Gonzales, 2007, p. 78).

Identificar y explotar oportunidades de negocio, para generar nuevas ideas, también se puede entenderse como la capacidad de estar alerta a las oportunidades que no han sido identificadas por otros (Gonzales, 2007, p. 37).

2.2.3.1.1.1. Formación académica

Poseer, y si no adquirir conocimientos sobre algunos elementos básicos tales como el tipo de negocio que va crear (tamaño, forma jurídica, etc.) El mercado al se va dirigir (clientes y competidores), y sobre las características del producto que va ofertar (Gonzales, 2007, p. 82).

Gonzales (2007) sostiene que la formación, facilita la creación de nuevas empresas, agilizando sus trámites y reduciendo sus costes y, en suma, poniendo a disposición de los emprendedores aquellos instrumentos que faciliten y potencien su labor.

La educación es un factor que cada vez está incidiendo más en la actitud y

comportamiento emprendedor: si bien las investigaciones llevadas a cabo ponen de manifiesto que no es estrictamente necesario disponer de una educación reglada para crear una nueva empresa, un mayor nivel educativo, y especialmente si está relacionado con el campo empresarial, puede suponer una ventaja de base. Los jóvenes que se deciden a crear hoy su propia empresa suelen ser personas cualificadas (Gonzales, 2007, p. 94).

Muchos emprendedores, como cualquier persona, pueden nacer con una mayor predisposición a desarrollar ciertas características que son de gran valía para su actividad emprendedora y empresarial, pero precisa desarrollarlas y adquirir otras a través de la formación, la experiencia, el conocimiento del sector y de los productos, etc., si desea alcanzar el éxito o al menos tener una mayor probabilidad de ello (Gonzales, 2007, p. 83).

2.2.3.1.1.2. Experiencias en negocios

La capacidad de aprender de la experiencia es un atributo relevante, cuando se crea una nueva empresa, por muy pequeña que ésta sea, el emprendedor se enfrenta a un nuevo sistema y una nueva situación no estructurada que como tal tiene un mayor grado de complejidad que una organización en funcionamiento (Gonzales, 2007, p. 81).

En 2007, Gonzales sostiene que la experiencia en negocios “es una característica importante, un atributo que debe desarrollar un emprendedor, que generalmente se infravalora y que pone a prueba su capacidad directiva” (p.81).

2.2.3.1.1.3. Creativo y original

El emprendedor debe tener capacidad para desarrollarlos nuevos sistemas, para lo que debe ser creativo y original. Desde las perspectivas de las teorías de la organización y de los sistemas, la creación de una nueva empresa constituye la creación de un nuevo sistema, siendo éste el atributo más común y fundamental del fenómeno de creación de empresas, su auténtico “principio de identidad”. En la creatividad y en la capacidad de innovar radica gran parte del éxito del emprendedor y de la nueva empresa (Gonzales, 2007, p. 81).

En 2005, Gossman afirma que “La creatividad es la aptitud o capacidad de percibir nuevas facetas de un problema, también permite ubicar una relación entre el tiempo y el espacio de un objeto, emplea a la innovación como la parte más activa de la creatividad”.

a) Obstáculos de la creatividad:

- Conformismo: es la situación en la que individuo no asume riesgo

- Especialización de la tarea: este tipo de actividades hacen que el individuo solo se limite a hacer lo que tiene que hacer.
- Falta de diálogo: la comunicación es el factor que le permite a un grupo de individuos intercambiar ideas y buscar soluciones a los problemas

2.2.3.1.2. Actitud emprendedora

Es un comportamiento, en general cualquier comportamiento, viene determinado por la actitud o intenciones del sujeto. Para que el emprendedor se dedique a crear una nueva empresa es necesario que tenga "intenciones emprendedoras", es decir, que se plantee la posibilidad de ser dueño de su propia empresa; o lo que viene a ser igual, tenga una "actitud emprendedora": que este predispuesto a crear una empresa (Gonzales, 2007, p. 93).

Gonzales (2007) sostiene que para que el sujeto desarrolle una actitud emprendedora, antes que nada debe tener una idea del futuro del negocio o empresa, componente cognoscitivo. Debe ser la más clara y precisa posible.

El diccionario de la lengua española nos dice que actitud es "una disposición de ánimo, que de algún modo se manifiesta." Por otro lado, nos habla de iniciativa como "Acción de adelantarse a los demás en hablar u obrar", para inmediatamente darnos otra acepción que nos aproxima a la idea de actitud, cuando dice que la iniciativa es "Cualidad personal que inclina a esta acción" (Gonzales M., 2016).

La actitud emprendedora, determinante del comportamiento emprendedor, es en nuestro modelo una variable dicotómica con dos posibles seres: "sí" o "no", es

decir, crear o no crear la nueva empresa. El que se active en uno u otro sentido dependerá de una serie de motivadores o factores ambientales que inciden en el emprendedor, y también en el tipo de empresa que al final va a crear (Gonzales, 2007, p. 91).

2.2.3.1.2.1. Iniciativa

En 2007, Gonzales sostiene que la iniciativa es una actitud proactiva, que activa la motivación liberando la energía necesaria para la acción y esta es una capacidad de actuar basándose “en la visión del futuro en relación con una nueva oportunidad, un nuevo producto, un nuevo negocio, un proyecto de empresa por el cual luchar (Gonzales, 2007, p. 78).

En 2011, Gil & Giner sostienen que la iniciativa hace que estén predispuestos a hacer cosas, les suele llevar la voz cantante en el grupo de amigos. En el trabajo en el que estaban o están siempre establecen nuevas propuestas.

Schumpeter (citado en Gonzales, 2007) sostiene que la iniciativa del emprendedor, en relación con su capacidad innovadora, se manifiesta de diversas maneras, aisladas o combinadamente: introducción de nuevos productos, incorporación de nuevos procesos o métodos de producción, identificación y explotación de nuevos mercados u oportunidades etc.

Iniciativa es una actitud y no es algo innato, sino que se puede adquirir, en parte con una formación adecuada y, sobre todo, con el estímulo y contagio de otras personas que ya han demostrado esa iniciativa (Gonzales M., 2016).

2.2.3.1.2.2. Asume riesgo

Es una cierta propensión a asumir riesgos; tradicionalmente se ha considerado una capacidad esencial inseparable del emprendedor, si bien recientes estudios, han puesto de manifiesto que el emprendedor tiende a asumir riesgos moderados o al menos riesgos que él considera soportables y que por tanto puede “controlar”. Por lo que aunque no se ignora esta característica de los emprendedores sí se le viene restando importancia (Veciana, 1996, citado en Gonzales, 2007, p. 76).

Cuando posees esa actitud de asumir riesgo, no te asusta lo nuevo, el cambio, lo desconocido. Sabes que hay un riesgo en todo ello, pero estás dispuesto a correrlo por alcanzar nuevas metas y objetivos. Eres de los que creen que la vida sin riesgos no merece la pena vivirla. Consideras que superación de los riesgos son una fuente inagotable de vivencias y aprendizajes (Gil & Giner, 2011, p. 43).

Scherer (citado en Gonzales, 2007) sostiene que hay que considerar el riesgo en sentido amplio como la probabilidad de recepción de una recompensa asociada al éxito de la situación que está desarrollando el sujeto de manera que la recompensa puede darse o no darse y ser de muy distinta naturaleza.

El emprendedor es consciente de esta circunstancia y actúa mensurando y en cierto modo controlando el riesgo a través de sus componentes. Son tres: la magnitud de la potencial pérdida, su valor; la probabilidad de que se dé ésta pérdida, y la exposición que el emprendedor cree tener ante esta pérdida, es decir, su vulnerabilidad. El emprendedor mide estos componentes y valora sus propias capacidades, usa información y determina su fiabilidad y en un todo global estima el nivel de riesgo, en sus diversas dimensiones al que se le enfrenta, por lo tanto el emprendedor no es un amante del riesgo, sino alguien dispuesto a abordarlo dentro de ciertos parámetros que le permiten ponderarlo y reducirlo. En definitiva, ante el riesgo los emprendedores actúan con integridad y templanza (Bird, 1998 citado en Gonzales, 2007, p.81).

El emprendedor “ama” el riesgo; “no es del todo cierto” el emprendedor tiene una alta necesidad de logro pero eso no significa que asuma cualquier riesgo, ya esa necesidad de logro le lleva a controlar sus acciones y a que el resultado de las mismas dependan sobre todo de ellos; por tanto los emprendedores asumen el riesgo de una manera calculada y hasta el nivel que les permita sentirse responsable de los resultados de sus acciones (Gonzales, 2007, p. 83).

2.2.3.1.2.3. Autoconfianza

Gonzales (2007) sostiene que “La autoconfianza, hace referencia a la confianza que uno mismo tiene de sus propias capacidades y habilidades para afrontar una situación”.

Eres de los que cuando te caes o tropiezas te vuelves a levantar y sigues hacia adelante, hacia tu objetivo. Tienes fe en tus fuerzas y capacidades. No le temes al fracaso, si llega consideras que puedes volver empezar (Gil & Giner, 2011, p. 45).

Hoselitz (citado en Gonzales, 2007) sostiene que la autoconfianza es propio de los emprendedores su hábito para tomar decisiones en la ambigüedad y la incertidumbre, de hecho desarrollan una tolerancia especial a las situaciones ambiguas e inciertas, lo cual solo es posible con unas altas dosis de autoconfianza, que como ya indicamos se refiere al convencimiento que tiene el propio sujeto de que es él quien controla su propio destino y no la suerte.

Este locus supone para el emprendedor tener control sobre las decisiones que toma y sus consecuencias. Esta autoconfianza adquiere su máxima importancia en las primeras fases de la creación de la nueva empresa (Scherer, 1987, citado en Gonzales, 2007, p. 79).

2.2.3.1.3. Contribución del proyecto

El proyecto contribuye con su asesoramiento a los jóvenes con negocio en funcionamiento, horas en asesoría en acompañamiento es mínimo de 5 horas, taller marketing y ventas, taller finanzas y costos, taller contabilidad y tributación. Cada tema requiere 10 horas de capacitación. Con esta función es contratado cada asesor. Además de ello el proyecto organiza un concurso entre los beneficiario, de esa forma acceden al capital.

2.2.3.1.3.1. Metodología de la intervención

Facilitación para el acceso a capital de semilla para ideas de negocio. Difusión a los jóvenes de 16 a 35 años que se encuentran implementando su negocio o tienen uno con menos de un año de funcionamiento comprobado y que residan en zonas de influencias del CID.

- Inscripción y Sensibilización en donde se toman todo los datos del joven emprendedor, conforme a las preguntas elaboradas en la ficha de inscripción.
- Verificación de la información.
- Capacitación en la elaboración de Planes de negocio.
- Asesoría en la elaboración de Planes de negocio.
- Calificación preliminar a cargo del ente ejecutor, calidad del proyecto, factores de éxito y la evaluación preliminar que organiza CID.
- Sustentación ante un jurado independiente.
- Concurso “Haz Realidad tu Negocio”, pasantías empresariales.

También brindan capacitación en el tema de Desarrollo de capacidades en gestión empresarial, a los jóvenes que ya tienen un negocio en funcionamiento no menor de 2 años o 24 meses continuos en el mercado.

- Capacitación en gestión empresarial: talleres en liderazgo, mercadeo, costos, finanzas y aspectos contables.

De la misma forma se brinda acompañamiento técnico en la implementación de iniciativa de negocio.

- Red de apoyo (mentoring) y gestión del crédito.
- Asesoría para el desarrollo y fortalecimiento del negocio.

Desde que el joven se inscribe hasta que culmine el programa deben transcurrir entre 3 y 4 meses (mínimo y máximo).

Los aspectos presentados han sido de una manera resumida. Si requiere más información sobre citas textuales visite: <http://www.perspektiva.com.pe.pdf>

2.2.3.1.3.2. Comunicación

El Colectivo Integral de Desarrollo es una Organismo No Gubernamental que atiende, prioritariamente, a emprendedores y creadores de negocios, a través de programas de acompañamiento.

Estos programas comprenden los servicios de información, orientación, capacitación, asesoría las asistencias técnicas. Tiene ya 22 años promoviendo la creación de negocios con jóvenes de bajos ingresos y se ha especializado en el tema de emprendedorismo.

Los aspectos presentados han sido de una manera resumida. Si requiere más información sobre citas textuales visite: <http://www.perspektiva.com.pe.pdf>

2.2.3.1.3.3. Financiamiento / facilita recursos necesarios

a) Promoción de emprendiendo Juvenil haz realidad tu negocio:

El proyecto “promoción de emprendimiento juvenil “has realidad tu negocio”, se ejecuta a través de tres componentes: facilitación para el acceso a capital semilla para emprendimiento juvenil, desarrollo de capacidades en gestión empresarial, acompañamiento y asistencia técnica en la implementación de las iniciativas de negocio.

Componente I: facilitara el acceso a capital semilla para emprendimiento juveniles se desarrollara el concurso haz realidad tu negocio, a través del cual se entregara capital semilla a 245 jóvenes. Para ello, se realizarán charlas de sensibilización, invitando a la población juvenil a participar del concurso.

Seguidamente, se dictarán los talleres de planes de negocio.

Componente II: desarrollo de capacidades en gestión empresarial. Los ganadores del concurso recibirán un programa de formación, a través del cual recibirán un módulo de capacitación de 30 horas de duración, donde recibirán los cursos de marketing para MYPES, costos y finanzas, y tributación y contabilidad.

Componente III: acompañamiento y asistencia técnica en la implementación de las iniciativas de negocio. Los ganadores de concurso recibirán un programa de acompañamiento, de una duración de 3 meses.

Los aspectos presentados han sido de una manera resumida. Si requiere más información sobre citas textuales visite: <http://www.perspektiva.com.pe.pdf>

2.2.4. Colectivo Integral de Desarrollo

Es una institución, sin fines de lucro, creada el 1 de junio de 1990. Desde esa fecha se ha especializado en la atención a creadores de empresas, especialmente jóvenes, a quienes les brinda información, orientación, capacitación, asesoría y financiamiento.

Esto ha sido posible, gracias al equilibrio que mantiene entre las actividades de promoción en el terreno y la sistematización, sobre los programas de apoyo, a este sector de las MYPES altamente vulnerables.

Además, se ha podido convencer y comprometer a instituciones del Estado (ministerios y gobiernos locales), de cooperación técnica internacional, medios de comunicación y organizaciones diversas a que nos apoyen en los diferentes proyectos que desarrollamos en Lima y en el interior del país. Se está construyendo una red de instituciones de apoyo, de primer y segundo piso como lo atestigua el concurso “Haz realidad tu negocio” que se desarrolla en el ámbito nacional.

Esta ONG lleva a cabo una metodología de servicios no financieros, adaptados a los creadores de empresas tales como: la implementación de módulos de servicios para emprendedores (información, orientación y asesoría especializada) y la identificación del potencial empresarial (gracias a un diseño de entrevistas estructuradas, la adaptación especial de software, etc.). En ese sentido, ponemos énfasis en el aspecto formativo del potencial empresarial de los jóvenes.

Tiene ya 22 años promoviendo la creación de negocios con jóvenes de bajos ingresos y se ha especializado en el tema de emprendedorismo. Ha capacitado a cerca de 45,000 jóvenes desde 1996 y apoyado más de 8,500 empresas. Actualmente, y desde sus inicios, es representante de la red INFOJUVE-UNESCO para el impulso económico de emprendedores.

Los aspectos presentados han sido de una manera resumida. Si requiere más información sobre citas textuales visite: <http://www.perspektiva.com.pe.pdf>

a) Sus objetivos:

- Mejorar las competencias empresariales de los/as emprendedores/as y de su entorno.
- Promover la creación de negocios sostenibles para la generación de empleos.
- Fortalecer el tejido empresarial local y regional, mediante alianzas estratégicas, con diferentes actores.

- Fomentar la incorporación de una cultura emprendedora en la mentalidad de los jóvenes

b) Misión y visión

- **Misión**

Mejoramos y fortalecemos las competencias empresariales de los emprendedores, especialmente a los provenientes de los sectores más vulnerables de la población, brindándoles servicios especializados e interrelacionados en: formación, acompañamiento y entrenamiento para el desarrollo de sus habilidades gerenciales.

- **Visión**

Buscamos generar el desarrollo de los emprendedores, fortaleciendo su autopercepción frente al mercado con el fin de identificar las oportunidades para sus emprendimientos. También, buscamos desarrollar en ellos la capacidad de visualizar sus negocios con metas claras a lo largo del tiempo, lo que los lleva a tener una actitud positiva y proactiva frente a las dificultades y retos cotidianos que se les presenta en la vida. Como efecto, buscamos el incremento de la “empleabilidad” de los jóvenes, quienes se encuentran en mejores condiciones para insertarse al mercado laboral, debido a que sus capacidades han sido potenciadas para la gestión empresarial. Esto resulta sumamente positivo, sobre todo, para aquellos jóvenes que, por restricciones del mercado, no pueden acceder al financiamiento suficiente para emprender sus negocios.

c) Organización

- Estructura Administrativa

Cada una de las sedes cuenta con un administrador, quien ejecuta los presupuestos que son transferidos desde la sede central de Lima. En relación a la contabilidad, esta está centralizada en Lima, quien, trabaja de manera coordinada con los administradores de cada sede, los mismos que son responsables de la elaboración de las rendiciones, de manera mensual. Dichas rendiciones son enviadas bajo una fecha límite a Lima para su

consolidación en el sistema contable. Los mecanismos de control que se utilizan funcionan a través de auditorías internas y externas que son solicitadas por el mismo director ejecutivo.

- **Estructura operativa**

Está dirigido por un director ejecutivo que se encuentra en Lima. Los proyectos cuentan con un jefe de proyecto, quien en algunas ocasiones es también coordinador de sede, y es responsable de la ejecución de cada proyecto en el ámbito de intervención de éste. A su vez, las sedes cuentan con un equipo de profesionales que se encargan de diversas actividades, tales como el servicio de “acompañamiento” (servicio realizado por un asesor en gestión empresarial) y “promoción” (que está a cargo de un promotor).

Los aspectos presentados han sido de una manera resumida. Si requiere más información sobre citas textuales visite: <http://www.perspektiva.com.pe.pdf>.

2.3. Marco conceptual

Empresas

La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

Creación de MYPES

Se define a los micros y pequeñas empresas como la unidad económica, que operan como persona natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y/o prestación de servicios, complementada en la legislación vigente.

Emprendedor

Los emprendedores son individuos que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocio, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto, además de ello posee ciertas características que les distingue de las otras personas que tienen ya un negocio en funcionamiento.

Colectivo Integral de desarrollo

Es un organismo No Gubernamental que atiende, prioritariamente a emprendedores y creadores de negocios, a través de programas de formación y acompañamiento a jóvenes de emprendedores del Perú. Estos programas comprenden servicios de información, orientación, asesoría y asistencia técnica sin fines lucrativas.

Factores de éxito

Son elementos propios que comprenden el proceso de creación de una unidad económica sustentable y el peso cae, en el propio emprendedor en sus capacidades y sus cualidades que le caracteriza.

Capacidad emprendedora

Conjunto de recursos y aptitudes que tiene un individuo para identificar y explotar oportunidades de negocio, para generar nuevas ideas, también se puede entenderse como la capacidad de estar alerta a las oportunidades que no han sido identificadas por otros.

Actitud emprendedora

Es un comportamiento, en general cualquier comportamiento viene determinado por la actitud o intenciones del sujeto. Para que el emprendedor se dedique a crear una nueva empresa es necesario que tenga “intenciones emprendedoras”; es decir, que se plantee la posibilidad de ser dueño de su propia empresa; o lo que viene a ser igual, tenga una “actitud emprendedora”: esté predispuesto a crear una empresa.

Contribución del proyecto

El proyecto contribuye con su asesoramiento a los jóvenes con negocio en funcionamiento, horas en asesoría en acompañamiento es mínimo de 5 horas, taller marketing y ventas, taller finanzas y costos, taller contabilidad y tributación. Cada tema requiere 10 horas de capacitación. Con esta función es contratado cada asesor. Además de ello el proyecto organiza un concurso entre los beneficiario, de esa forma acceden al capital.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis

El presente trabajo de investigación solo cuenta con una variable y es de nivel descriptivo. Según Hernández (2014, p. 104) no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de que se formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. Como se puede ver según Sampieri es necesaria la formulación de una hipótesis en un trabajo descriptivo, siempre en cuando se busque establecer una relación entre variables; es decir que tiene que haber dos o más variables. Justificándose en la teoría de Sampieri, en este trabajo, se vio por conveniente no considerar una hipótesis puesto que solo se tiene una variable y no se pretende probar ninguna relación, ni medir un dato, sino el contrario pretende conocer características, cualidades propias, propiedades y rasgos del objeto estudio en un momento determinado.

Sujetos a la anterior teoría mencionada se puede deducir que una hipótesis no corresponde en el presente trabajo de investigación.

3.2. Variable

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. El concepto de variable se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de variable referida (Hernández, 2014, p. 105).

Por su parte, Carrasco (2008) indica que “las variables pueden definirse como aspecto de los problemas de investigación que expresan un conjunto de propiedades, cualidades y características observables de las unidades de análisis, tales como individuos, grupos sociales, hechos, procesos y fenómenos sociales o naturales”.

La variable que se ha considerado en el presente trabajo de investigación la cual necesariamente está incluida en la pregunta, y el objetivo de la investigación, es la siguiente:

Variable: Factores de éxito

3.3. Operacionalización de variable

Tabla 01 *Variable operacionalizado*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Factores de Éxito	Son elementos propios que comprenden el proceso de creación de una unidad económica sustentable y según (Gonzales, 2007, p. 42) el peso cae, en el propio emprendedor, sus capacidades y sus cualidades que le caracteriza.	Actitud y capacidad que permita realizar un emprendimiento empresarial, apoyado con asesorías y recursos.	Capacidad emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> ○ Formación académica ○ Experiencias en negocios ○ Creatividad
			Actitud emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> ○ Iniciativa ○ Asume riesgo ○ Autoconfianza
			Contribución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Metodología ○ Comunicación ○ Financiamiento/Facilita recursos necesarios

Fuente: *Elaboración propia*

3.4. Metodología

3.4.1. Enfoque

El presente trabajo de investigación, de acuerdo a la metodología a utilizar, es de enfoque cuantitativo. Hernández (2014) afirma que el “enfoque cuantitativo utiliza recolección de datos para generar conocimientos sin obviar ningún proceso”. Por lo que esta investigación se basó en la recolección de datos relacionados a medición numérica y se interpretaran los resultados mediante un análisis estadístico.

3.4.2. Tipo de estudio

El presente trabajo sigue en lo fundamental un estudio científico porque es un modelo general de acercamiento a la realidad, dentro de la cual caben los procedimientos y las técnicas más específicas que se emplean en la investigación. Al respecto, Hernández (2014) señala que la investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta.

El nivel de la investigación es descriptiva, al respecto Hernández, (2014, p. 42) afirma que “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”; es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

3.4.3. Diseño de la investigación

En 2014, Hernández sostiene que el diseño es un plan o estrategia que desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento (p. 128).

La investigación No experimental “son aquellos cuyas variables carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo de control, ni

mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (Carrasco, 2008, p. 71).

En 2014, Hernández sostiene que la investigación no experimental son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152).

El presente trabajo corresponde al tipo de investigación Básica, debido a que no tiene propósito aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objeto del estudio constituye las teorías científicas, las mismas que las analizan para perfeccionar sus contenidos (Carrasco, 2008, p. 43).

El diseño transaccional descriptivo indaga las categorías o niveles de una o más variables en una población; son estudios puramente descriptivos. Donde la recolección de datos es en un momento único (Hernández, 2014, p. 155).

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Respecto a la población, “es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Representa una colección completa de los elementos (sujetos, objetos, fenómenos o datos) que poseen algunas características comunes (Hernández, 20014, p. 174).

Para lo cual la población o dato poblacional se obtuvo del base de datos que maneja Colectivo Integral de Desarrollo, que suman un total de 876 jóvenes de 18 a 29 años con negocio en funcionamiento, y ellos fueron inscritos entre los años 2014 a 2016, tanto en Abancay como en Andahuaylas. Actualmente son beneficiarios que reciben capacitaciones y asesoramiento en gestión empresarial, y muchos de ellos emprendieron con la capital semilla de que otorga Colectivo Integral de Desarrollo.

3.5.2. Muestra

En 2014, Hernández manifiesta que la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de esta.

Para hallar la muestra respectiva, se implanta la determinación del tamaño de la muestra mediante fórmula estadística propuesta por Carrasco (2008). El cual se establece de la siguiente manera:

$$n_o = \frac{Z^2 P Q}{E^2}$$

Se puede observar que en esta fórmula no está considerada "N" que vendría a ser la población de estudio, entonces se complementaria para el ajuste con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_o}{\left(1 + \frac{n_o - 1}{N}\right)}$$

En seguida se establece los valores predeterminados para el presente estudio:

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$p = 50\% = 0.50$$

$$q = 50\% = 0.50$$

$$E = 5\% = 0,05$$

$$N = 876$$

Es así que se procede a reemplazar los valores en "n" para la obtención de la fórmula general siguiente:

$$n_o = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} = 392$$

Reemplazando en la fórmula los valores predeterminados, se obtiene:

$$n = \frac{3.92}{\left(1 + \frac{3.92 - 1}{876}\right)} = 361$$

Esto significa que la población integrada por 876 jóvenes con negocio y habiendo aplicado la fórmula correspondiente da como resultado una muestra de 361 personas, quienes representan a la población del estudio con el cual se obtiene el 95% de seguridad en la aplicación del instrumentos de investigación. Las cuales se seleccionaron mediante el muestreo no probabilístico e intencional, porque se optó las muestras en base a ciertas características como el tiempo de funcionamiento del negocio, cantidad de horas recibidas de talleres de acompañamiento.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Para el presente trabajo de investigación se hizo uso de la encuesta.

En 2008, Carrasco sostiene que la encuesta viene a ser una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos y un correcto desarrollo del presente trabajo de investigación se empleó el cuestionario.

Carrasco (2008) sostiene que el cuestionario es el instrumento de investigación social más usada cuando se estudia gran número de

personas, ya que permite una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ella (p. 318).

Este instrumento que es una forma o modalidad de la encuesta, en la que no es necesaria la relación directa, cara a cara con la muestra de estudio (unidad de análisis o personas encuestadas), consiste en presentar (previa orientación y charlas motivadoras) a los encuestados una hoja o pliego de papel (instrumentos), conteniendo una serie ordenada y coherente de preguntas formuladas con claridad, precisión y objetividad, para que sean resueltas de igual modo (Carrasco, 2008).

3.7. Método de análisis de datos

Los métodos de análisis de datos utilizados en la presente investigación fueron los siguientes:

a) SPSS v22 (Statistical Package for the Social Sciences)

SPSS facilita crear un archivo de datos en una forma estructurada y también organizar una base de datos que puede ser analizada con diversas técnicas estadísticas. A pesar de que existen otros programas (como Microsoft Excel) que se utilizan para organizar datos y crear archivos electrónicos, SPSS permite capturar y analizar los datos sin necesidad de depender de otros programas. Por otro lado también es posible transformar un banco de datos creado en Microsoft Excel en una base de datos SPSS (Castañeda et al., 2010, p.15).

Este programa estadístico fue útil para el procesamiento de los datos que se obtuvieron de la aplicación de la encuesta a los beneficiarios del programa para la creación de MYPES del Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016, quienes representen la muestra poblacional del presente trabajo de investigación.

b) Alfa de Cronbach

El alfa de Cronbach permite medir la fiabilidad y consistencia del instrumento que se utilizó en el presente trabajo de investigación, lo cual han sido

revelados en base al resultado que se obtuvo del desarrollo de una prueba piloto, determinada en el rango de cero a uno, donde cero significa nula fiabilidad de los resultados y uno significa fiabilidad perfecta de los resultados (según tabla de Kuder Richardson), ejercicio que han sido resueltas en el programa estadístico SPSS v22.

c) Distribución de frecuencias

A razón del tema, “Una distribución de frecuencias es un conjunto de puntuaciones respecto de una variable ordenadas en sus respectivas categorías y generalmente se presenta como una tabla” (Nicol, 2006, citado en Hernández, et al., 2014, p.282).

La distribución de frecuencias comúnmente llamada tabla de frecuencias, se utiliza para hacer la presentación de datos provenientes de las observaciones realizadas en el estudio, estableciendo un orden mediante la división en clases y registro de la cantidad de observaciones correspondientes a cada clase. Lo anterior facilita la realización de un mejor análisis e interpretación de las características que describen y que no son evidentes en el conjunto de datos brutos o sin procesar. Una distribución de frecuencia constituye una tabla en el ámbito de investigación (Ávila, 2006, p.102).

Para la representación gráfica se considera que, “A partir de la distribución de frecuencias se procede a presentar los datos por medio de gráficas. La información puede describirse por medio de gráficos a fin de facilitar la lectura e interpretación de las variables medidas” (Ávila, 2006, p.105).

Un histograma es un gráfico formado por barras verticales constituidas sobre una línea recta horizontal delimitada por los intervalos de la variable mostrada. Los intervalos corresponden a los de una tabla de distribución de frecuencias. La altura de cada barra es proporcional al número de observaciones que hay en ese intervalo (Newbold & Thorne, 2008, p.27).

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Confiabilidad de instrumento

El alfa de Cronbach permite medir la fiabilidad y consistencia del instrumento que se utilizó en el presente trabajo de investigación, determinada en el rango de cero a uno, donde cero significa nula fiabilidad de los resultados y uno significa fiabilidad perfecta de los resultados, según tabla de Kuder Richardson que se muestra a continuación:

,53 a menos	Nula confiabilidad
,54 a ,59	Baja confiabilidad
,60 a ,65	Confiable
,66 a ,71	Muy confiable
,72 a ,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

Fuente: *Kuder y Richardson*

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,839	36

Al respecto y según los valores establecidos en la tabla de Kuder Richardson, el resultado obtenido de ,8391 el cual se encuentra ubicado en el rango de ,72 a ,99. Es por eso que este resultado representa una excelente confiabilidad de la aplicación del instrumento de investigación del presente trabajo.

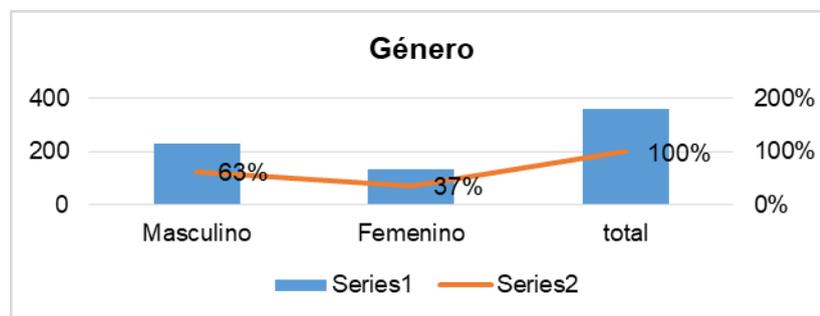
4.2. Resultado de la investigación

Los resultados obtenidos de la recolección de datos (aplicación de encuestas) se muestra a continuación:

4.2.1. Datos generales

1. Género

Masculino	229	63
Femenino	132	37
Total	361	100%

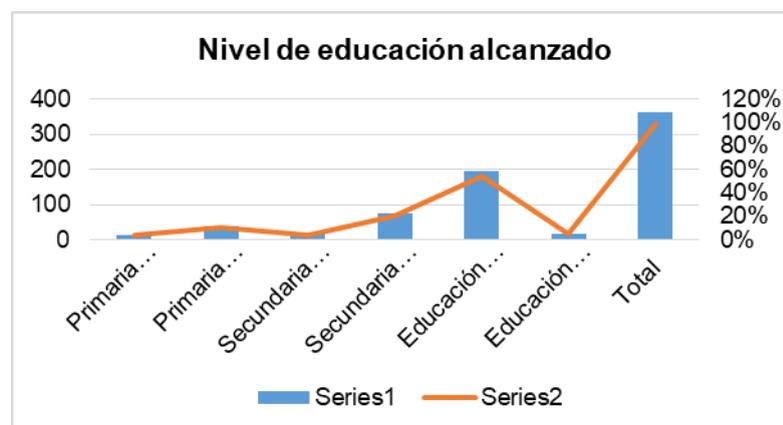


Gráfica 1: Género de los beneficiarios

Fuente: Elaboración propia

2. Nivel de educación alcanzado

Primaria incompleta	14	4
Primaria completa	40	11
Secundaria incompleta	16	4
Secundaria completa	77	21
Educación superior - Técnico	195	54
Educación superior - Profesional	19	5
Total	361	100%

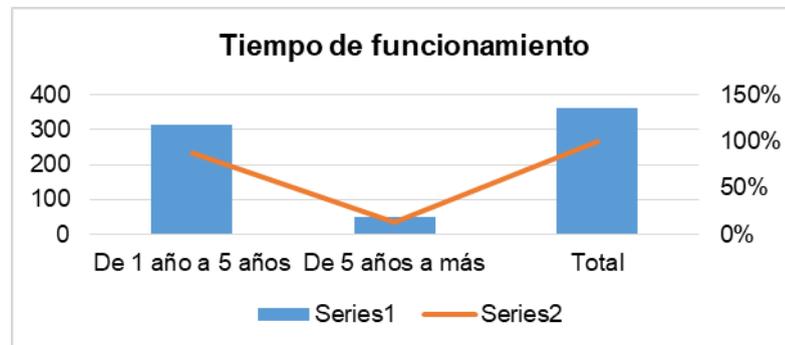


Gráfica 2: Nivel de educación alcanzado por los beneficiarios

Fuente: Elaboración propia

3. Tiempo de funcionamiento

De 1 año a 5 años	313	87%
De 5 años a más	48	13%
Total	361	100%



Gráfica 3: *Tiempo de funcionamiento del negocio de los beneficiarios*

Fuente: *Elaboración propia*

4. Actividad económica que realiza

Comercial	238	66%
Servicio	32	9%
Industrial	91	25%
Total	361	100%



Gráfica 4: *Actividad económica que realizan los beneficiarios*

Fuente: *Elaboración propia*

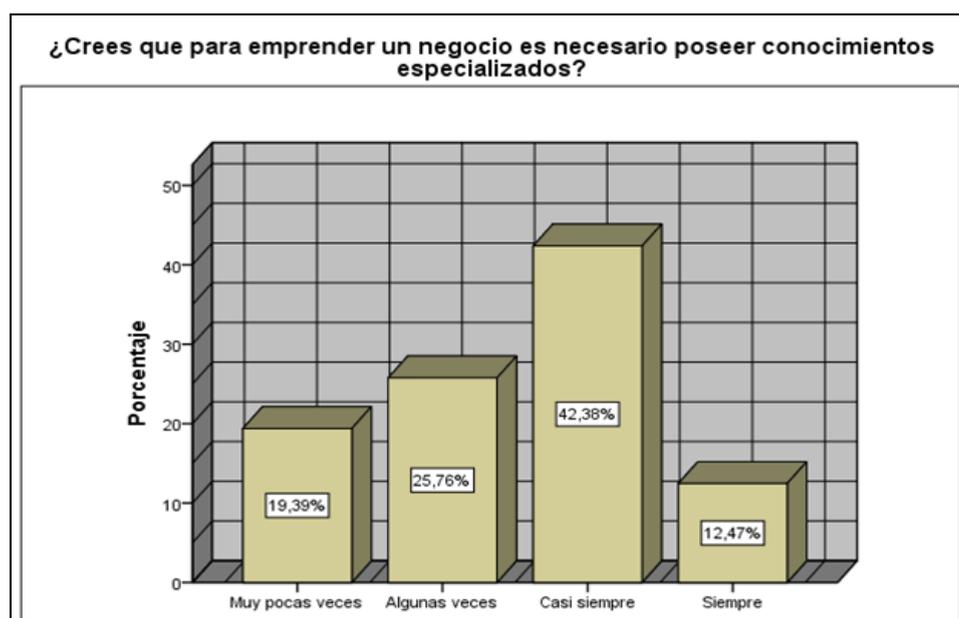
4.2.2. Análisis descriptivo de los resultados obtenidos en la encuesta por pregunta.

Pregunta N° 1

Tabla 1. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 01

¿Crees que para emprender un negocio es necesario poseer conocimientos especializados?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	70	19,4	19,4	19,4
Algunas veces	93	25,8	25,8	45,2
Casi siempre	153	42,4	42,4	87,5
Siempre	45	12,5	12,5	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 5: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 01

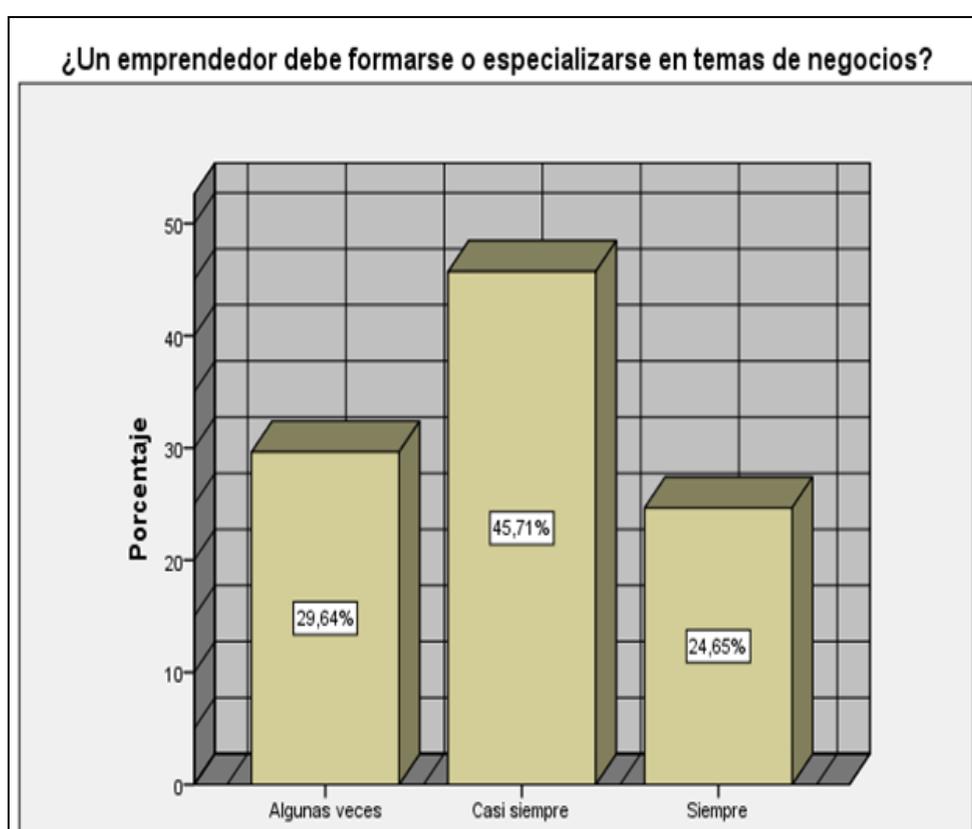
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1 y gráfica 5, observamos que ante la pregunta 01, el 42,4% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 12,5% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 2. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 02

¿Un emprendedor debe formarse o especializarse en temas de negocios?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	107	29,6	29,6	29,6
Casi siempre	165	45,7	45,7	75,3
Siempre	89	24,7	24,7	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 6: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 02

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2 y gráfica 6, observamos que ante la pregunta 02, el 45,7% de los beneficiarios respondieron casi siempre, Mientras el 24,7% de los beneficiarios respondieron siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 3. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 03

¿El CID te brindo los conocimientos especializados que necesitabas para emprender tu negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	35	9,7	9,7	9,7
Muy pocas veces	66	18,3	18,3	28,0
Algunas veces	155	42,9	42,9	70,9
Casi siempre	69	19,1	19,1	90,0
Siempre	36	10,0	10,0	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

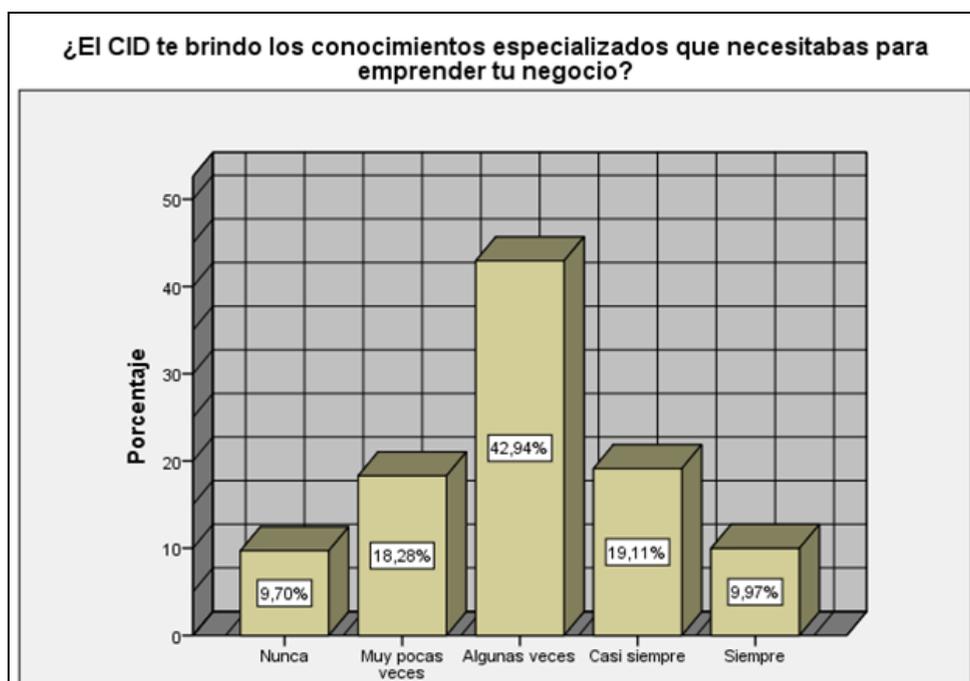


Gráfico 7: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 03

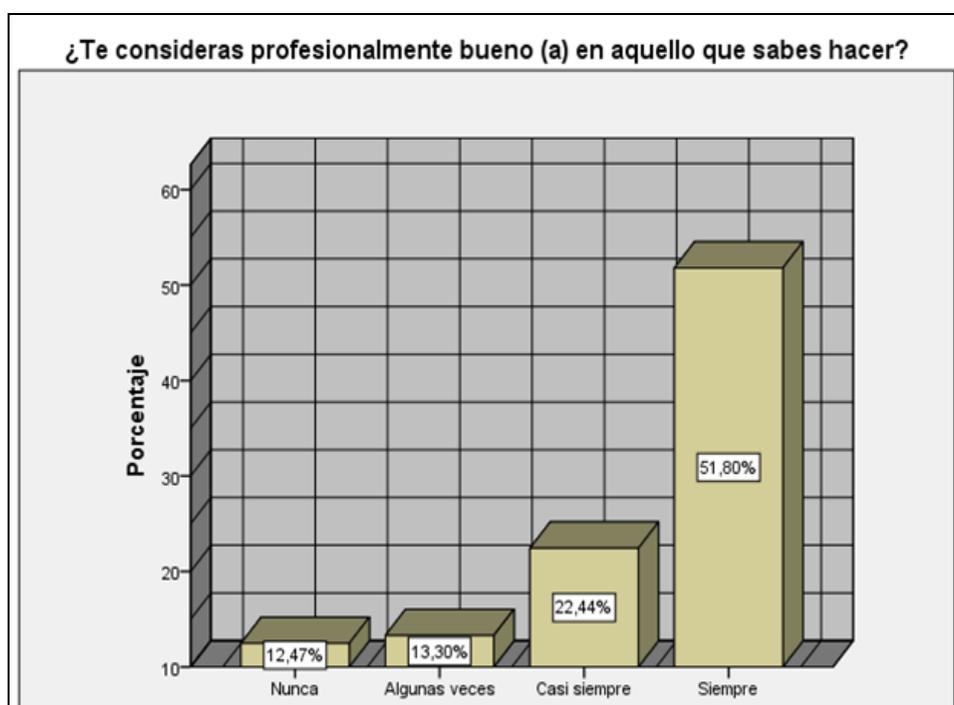
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3 y gráfica 7, observamos que ante la pregunta 03, el 42,9% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 9,97% de los beneficiarios manifiesta siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 4. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 04

¿Te consideras profesionalmente bueno (a) en aquello que sabes hacer?				
F	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	45	12,5	12,5	12,5
Algunas veces	48	13,3	13,3	25,8
Casi siempre	81	22,4	22,4	48,2
Siempre	187	51,8	51,8	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 8: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 04

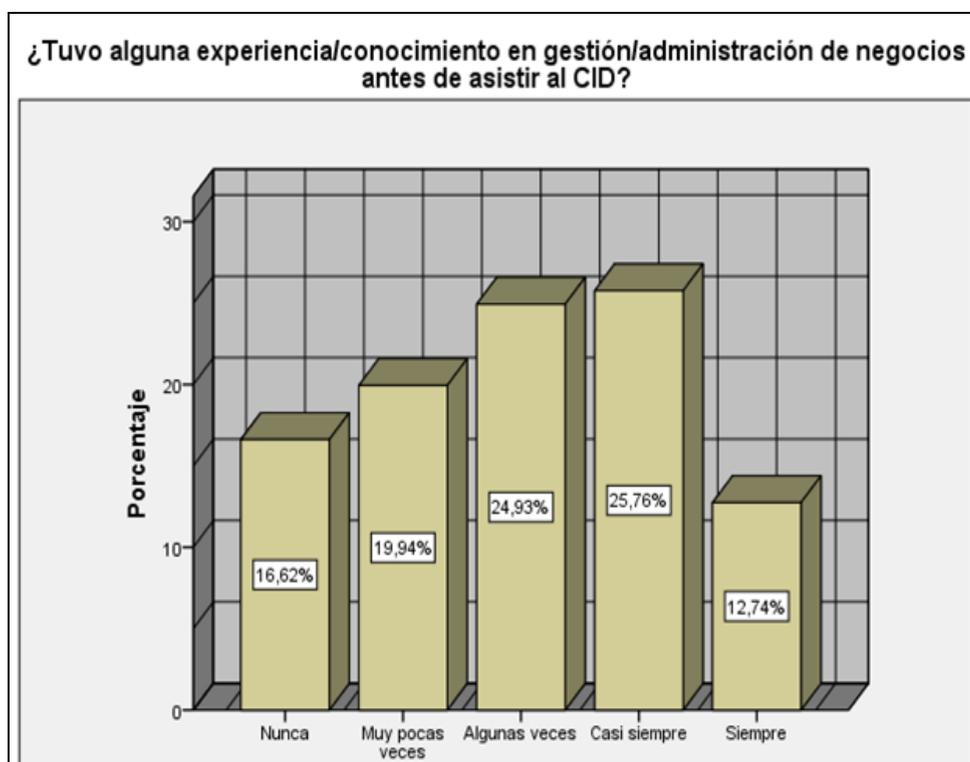
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4 y gráfica 8, observamos que ante la pregunta 04, el 51,8% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 12,5% de los beneficiarios señala nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 5. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 05

¿Tuvo alguna experiencia/conocimiento en gestión/administración de negocios antes de asistir al CID?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	60	16,6	16,6	16,6
Muy pocas veces	72	19,9	19,9	36,6
Algunas veces	90	24,9	24,9	61,5
Casi siempre	93	25,8	25,8	87,3
Siempre	46	12,7	12,7	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 9: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 05

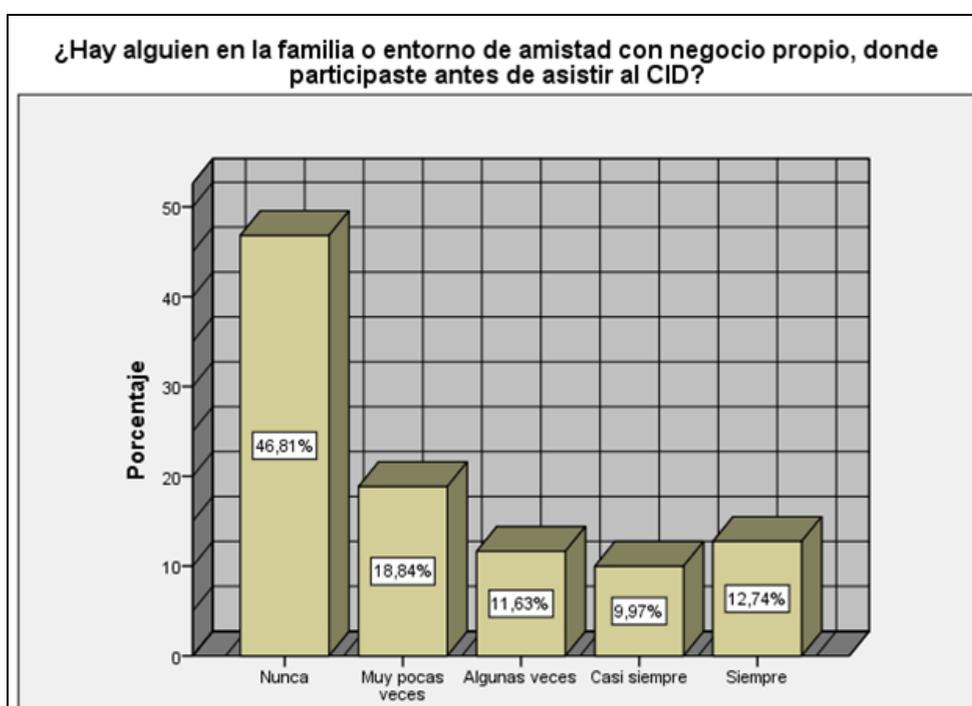
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5 y gráfica 9, observamos que ante la pregunta 05, el 25,8% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 12,7% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 6. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 06

¿Hay alguien en la familia o entorno de amistad con negocio propio, donde participaste antes de asistir al CID?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	169	46,8	46,8	46,8
Muy pocas veces	68	18,8	18,8	65,7
Algunas veces	42	11,6	11,6	77,3
Casi siempre	36	10,0	10,0	87,3
Siempre	46	12,7	12,7	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 10: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 06

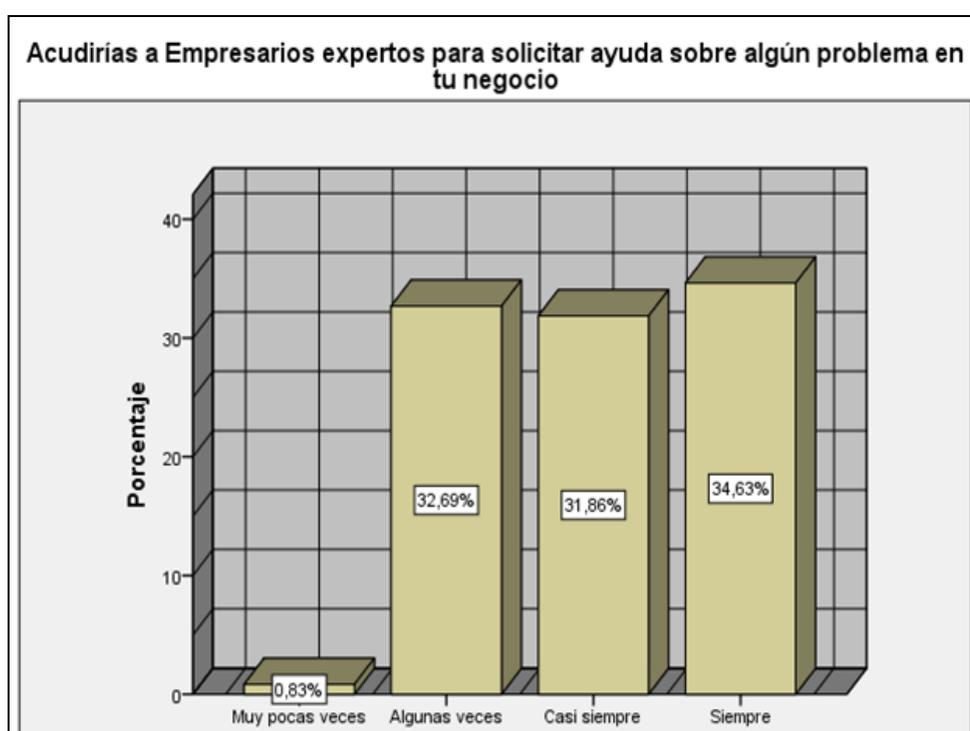
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6 y gráfica 10, observamos que ante la pregunta 06, el 46,8% de los beneficiarios responde nunca, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 9,8% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 7. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 07

Acudirías a Empresarios expertos para solicitar ayuda sobre algún problema en tu negocio				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	3	,8	,8	,8
Algunas veces	118	32,7	32,7	33,5
Casi siempre	115	31,9	31,9	65,4
Siempre	125	34,6	34,6	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 11: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 07

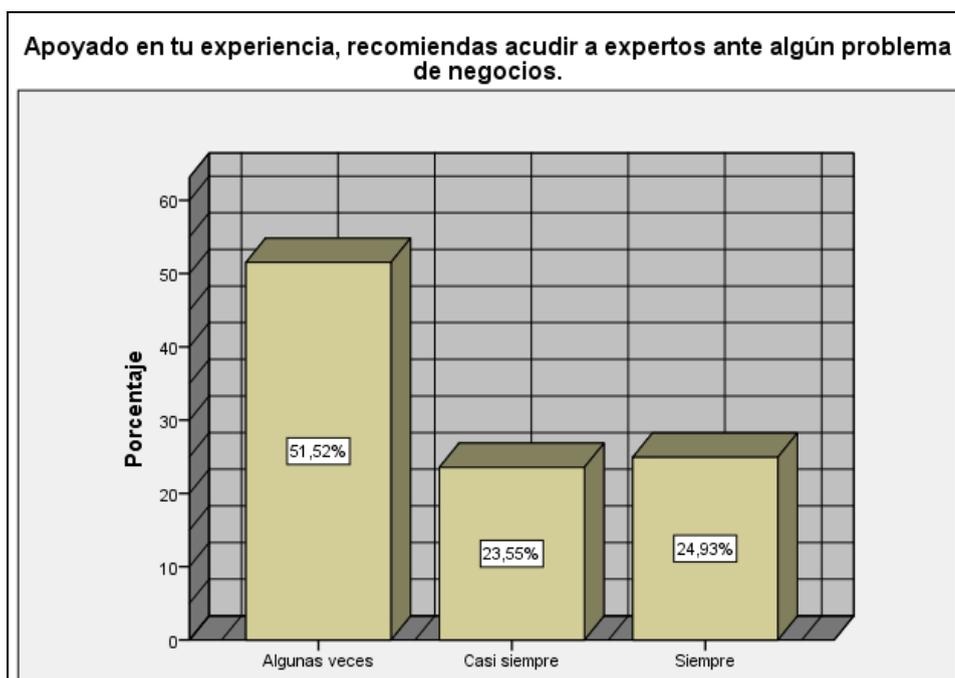
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7 y gráfica 11, observamos que ante la pregunta 07, el 34,6% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0,8% de los beneficiarios responde muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 8. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 08

Aprobado en tu experiencia, recomiendas acudir a expertos ante algún problema de negocios.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	186	51,5	51,5	51,5
Casi siempre	85	23,5	23,5	75,1
Siempre	90	24,9	24,9	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 12: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 08

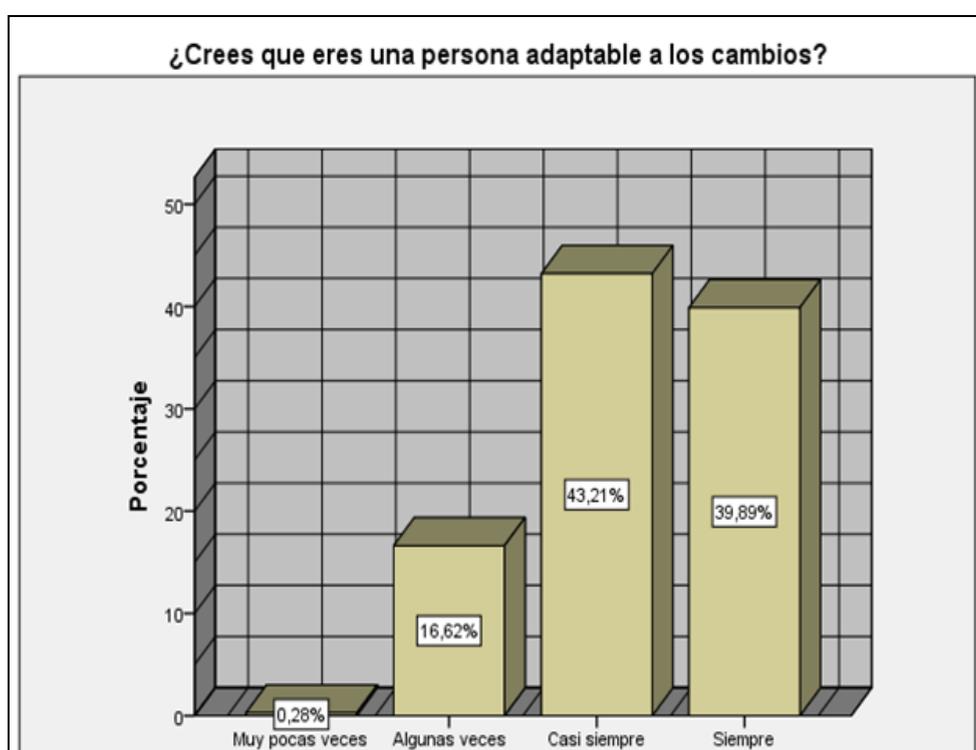
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8 y gráfica 12, observamos que ante la pregunta 08, el 51,5% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 24,9% de los beneficiarios manifiesta siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 9. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 09

¿Crees que eres una persona adaptable a los cambios?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	1	,3	,3	,3
Algunas veces	60	16,6	16,6	16,9
Casi siempre	156	43,2	43,2	60,1
Siempre	144	39,9	39,9	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 13: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 09

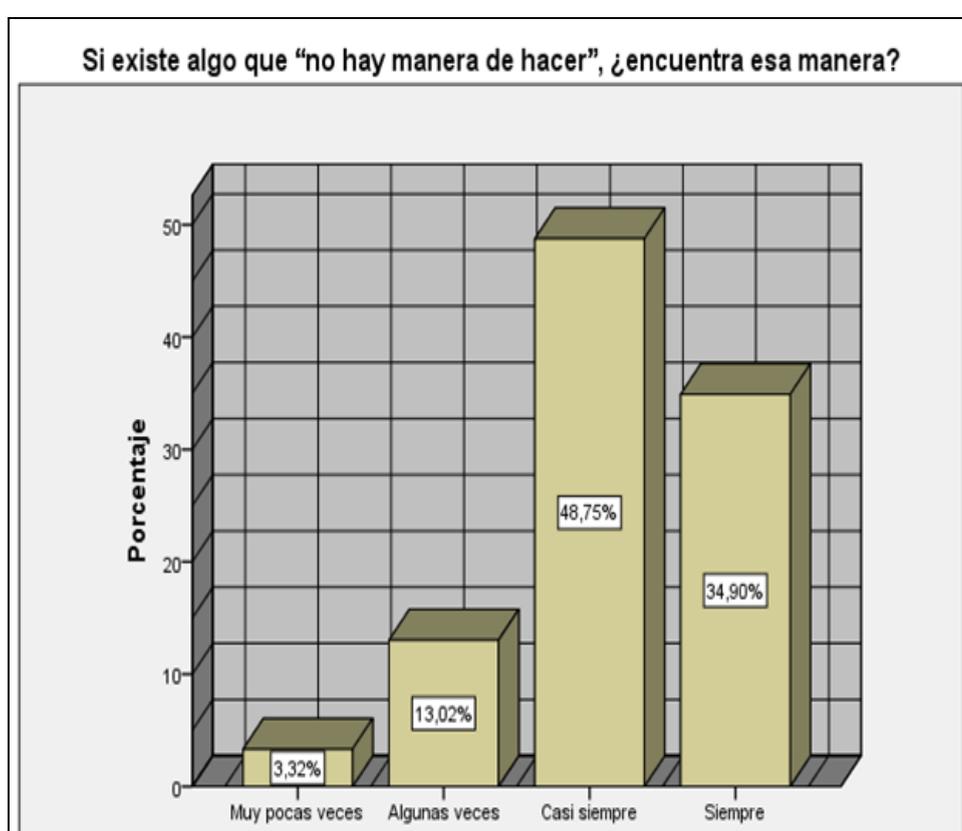
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9 y gráfica 13, observamos que ante la pregunta 09, el 43,2% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0,3% de los beneficiarios señala muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 10. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 10

Si existe algo que “no hay manera de hacer”, ¿encuentra esa manera?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	12	3,3	3,3	3,3
Algunas veces	47	13,0	13,0	16,3
Casi siempre	176	48,8	48,8	65,1
Siempre	126	34,9	34,9	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 14: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 10

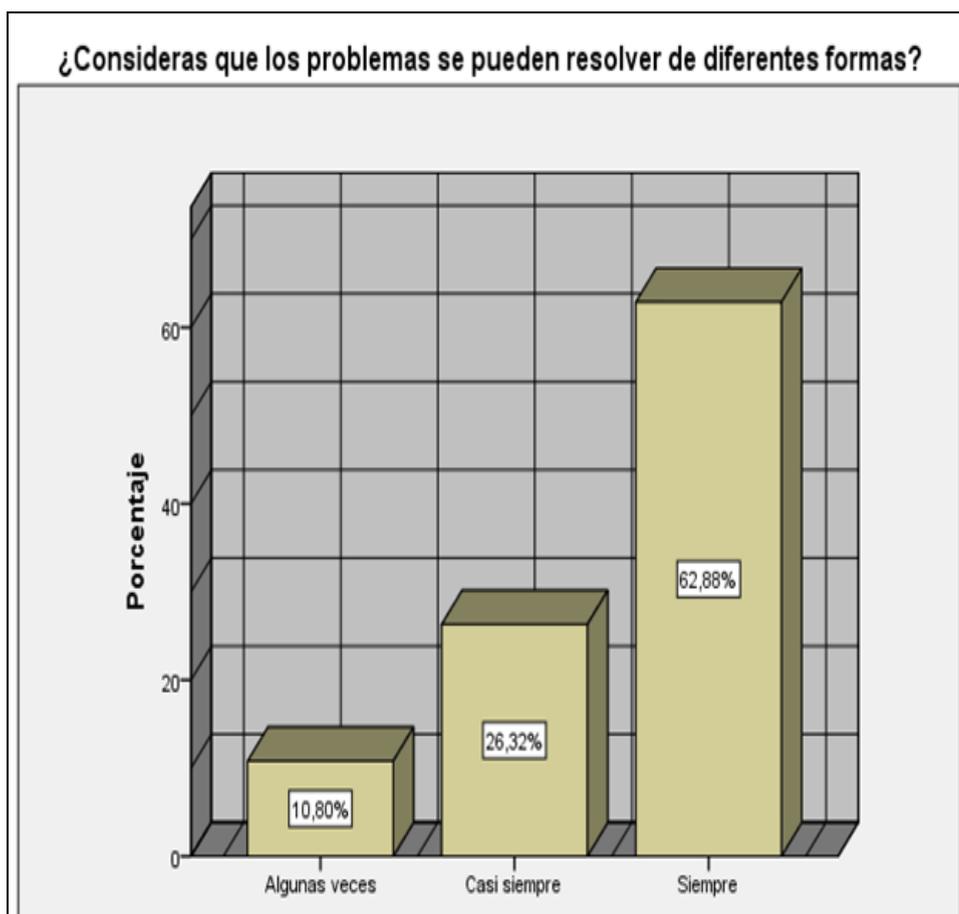
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 10 y gráfica 14, observamos que ante la pregunta 10, el 48,8% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 3,3% de los beneficiarios señala muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 11. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 11
¿Consideras que los problemas se pueden resolver de diferentes formas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	39	10,8	10,8	10,8
Casi siempre	95	26,3	26,3	37,1
Siempre	227	62,9	62,9	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 15: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 11

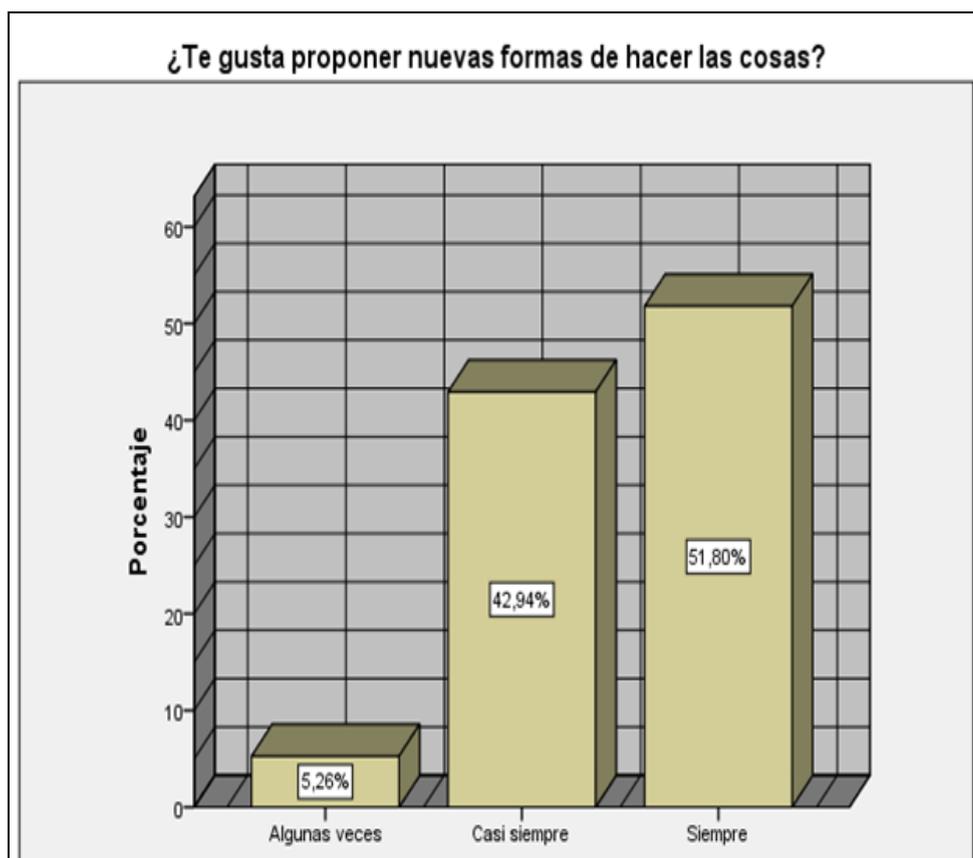
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 y gráfica 15, observamos que ante la pregunta 11, el 62,9% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 10.8% de los beneficiarios responden algunas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 12. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	19	5,3	5,3	5,3
Casi siempre	155	42,9	42,9	48,2
Siempre	187	51,8	51,8	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 16: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 12

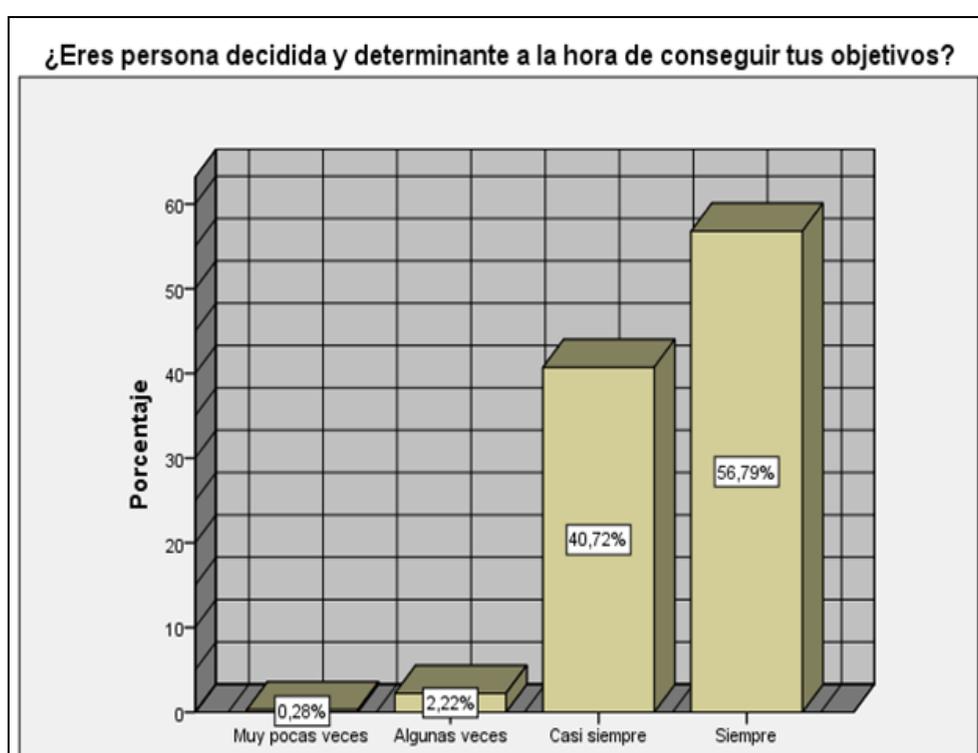
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 12 y gráfica 16, observamos que ante la pregunta 12, el 51.8% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 5.3% de los beneficiarios señala algunas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 13. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 13

¿Eres persona decidida y determinante a la hora de conseguir tus objetivos?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	1	,3	,3	,3
Algunas veces	8	2,2	2,2	2,5
Casi siempre	147	40,7	40,7	43,2
Siempre	205	56,8	56,8	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 17: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 13

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13 y gráfica 17, observamos que ante la pregunta 13, el 56.8% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0,3% de los beneficiarios manifiesta muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 14. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 14

¿Con facilidad tomas decisiones ante situaciones no cotidianas?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	14	3,9	3,9	3,9
Algunas veces	180	49,9	49,9	53,7
Casi siempre	137	38,0	38,0	91,7
Siempre	30	8,3	8,3	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

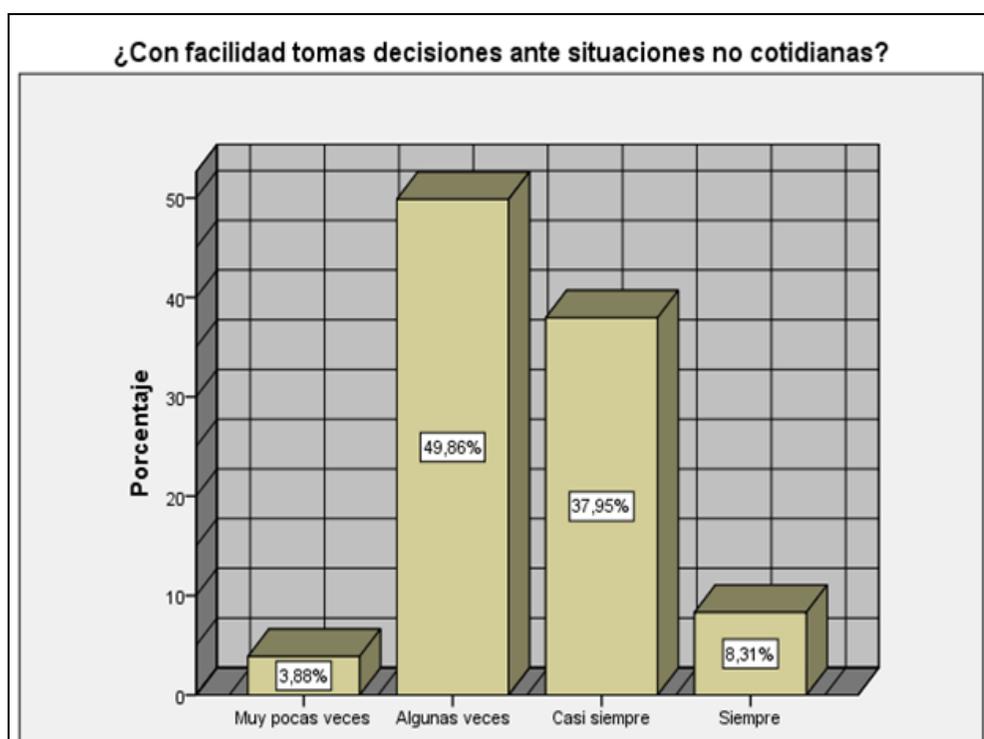


Gráfico 18: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 14

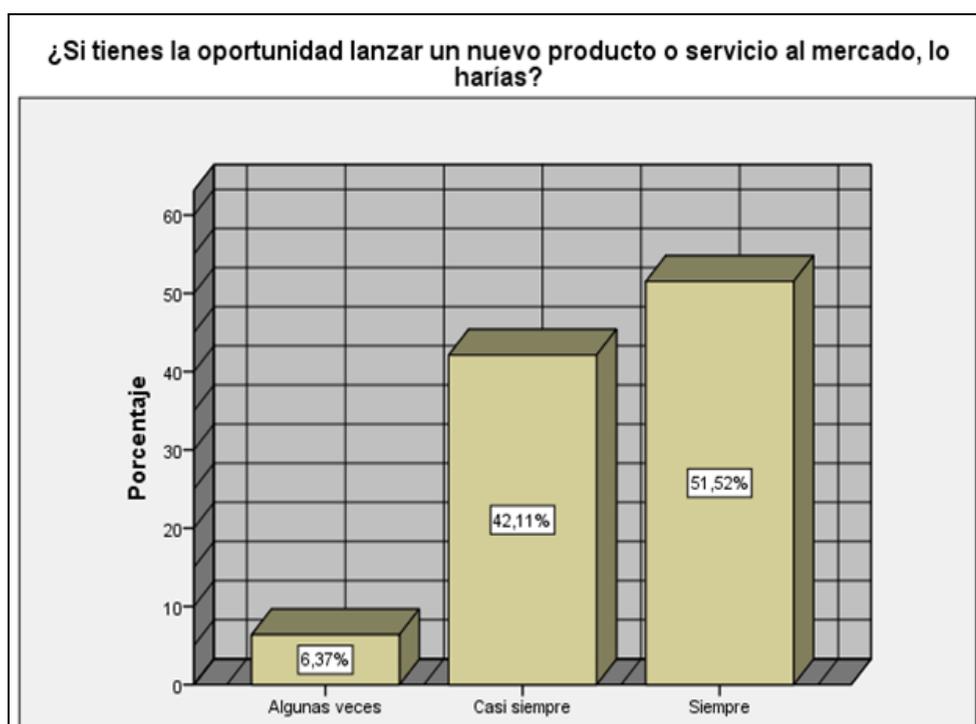
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 14 y gráfica 18, observamos que ante la pregunta 14, el 49,9% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 3,9% de los beneficiarios manifiesta muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 15. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 15

¿Si tienes la oportunidad lanzar un nuevo producto o servicio al mercado, lo harías?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	23	6,4	6,4	6,4
Casi siempre	152	42,1	42,1	48,5
Siempre	186	51,5	51,5	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 19: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 15

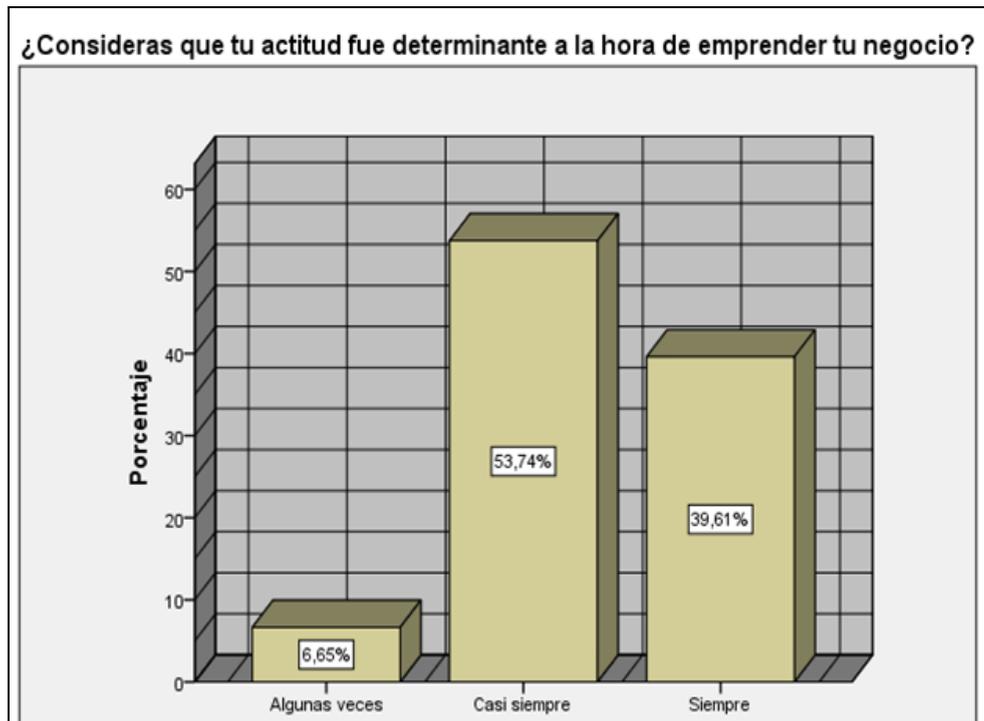
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 15 y gráfica 19, observamos que ante la pregunta 15, el 51.5% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 6,4% de los beneficiarios manifiesta algunas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 16. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 16

¿Consideras que tu actitud fue determinante a la hora de emprender tu negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	24	6,6	6,6	6,6
Casi siempre	194	53,7	53,7	60,4
Siempre	143	39,6	39,6	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 20: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 16

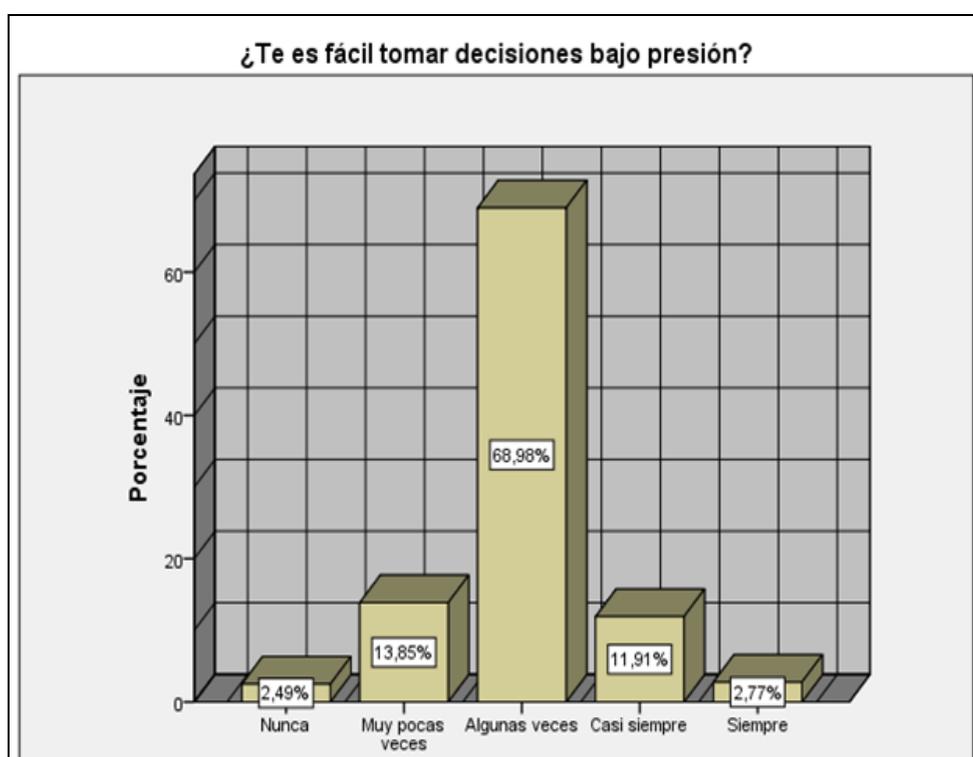
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 16 y gráfica 20, observamos que ante la pregunta 16, el 53,7% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 6,7% de los beneficiarios señala algunas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 17. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 17

¿Te es fácil tomar decisiones bajo presión?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	2,5	2,5	2,5
Muy pocas veces	50	13,9	13,9	16,3
Algunas veces	249	69,0	69,0	85,3
Casi siempre	43	11,9	11,9	97,2
Siempre	10	2,8	2,8	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 21: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 17

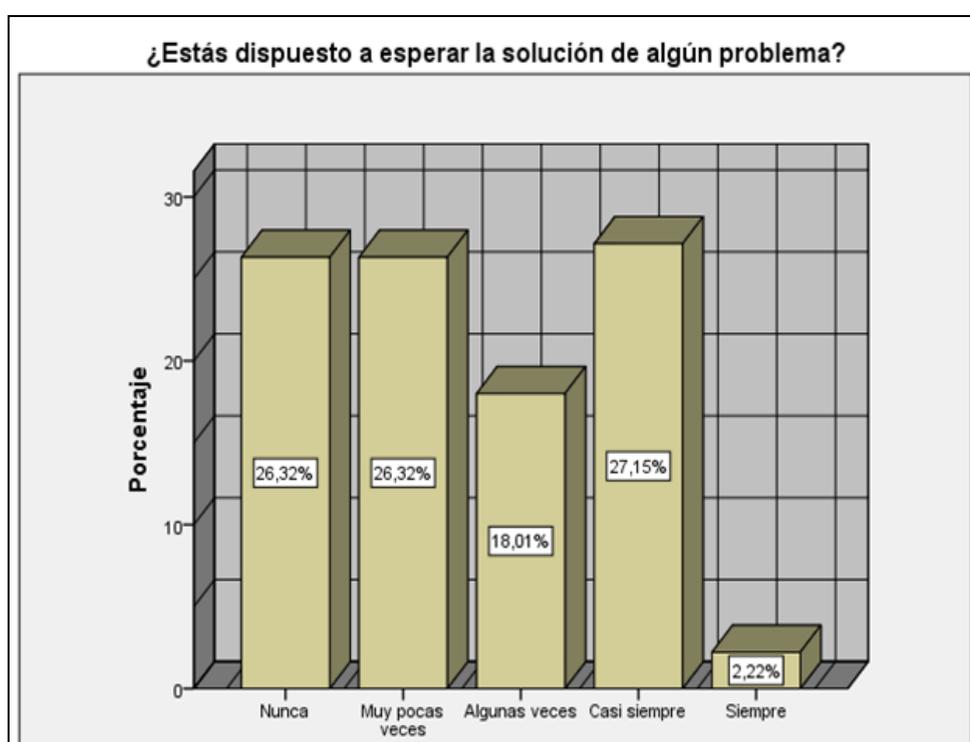
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 17 y gráfica 21, observamos que ante la pregunta 17, el 69% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 2,5% de los beneficiarios señala nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 18 Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 18

¿Estás dispuesto a esperar la solución de algún problema?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	95	26,3	26,3	26,3
Muy pocas veces	95	26,3	26,3	52,6
Algunas veces	65	18,0	18,0	70,6
Casi siempre	98	27,1	27,1	97,8
Siempre	8	2,2	2,2	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 22: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 18

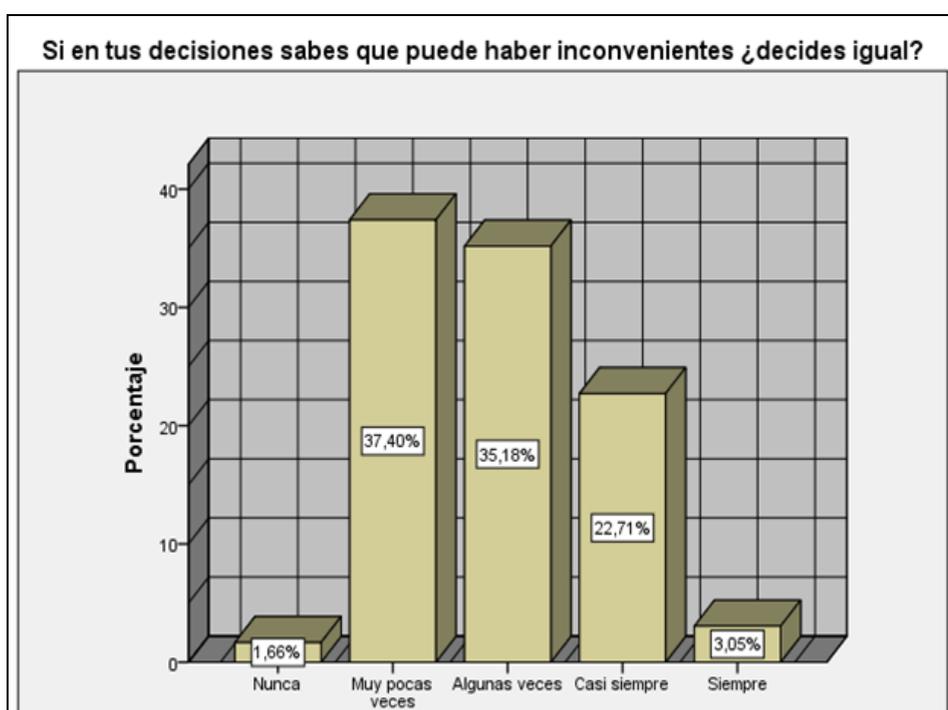
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 18 y gráfica 22, observamos que ante la pregunta 18, el 27,2% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 2,2% de los beneficiarios manifiesta siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 19 Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 19

Si en tus decisiones sabes que puede haber inconvenientes ¿decides igual?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	1,7	1,7	1,7
Muy pocas veces	135	37,4	37,4	39,1
Algunas veces	127	35,2	35,2	74,2
Casi siempre	82	22,7	22,7	97,0
Siempre	11	3,0	3,0	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 23: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 19

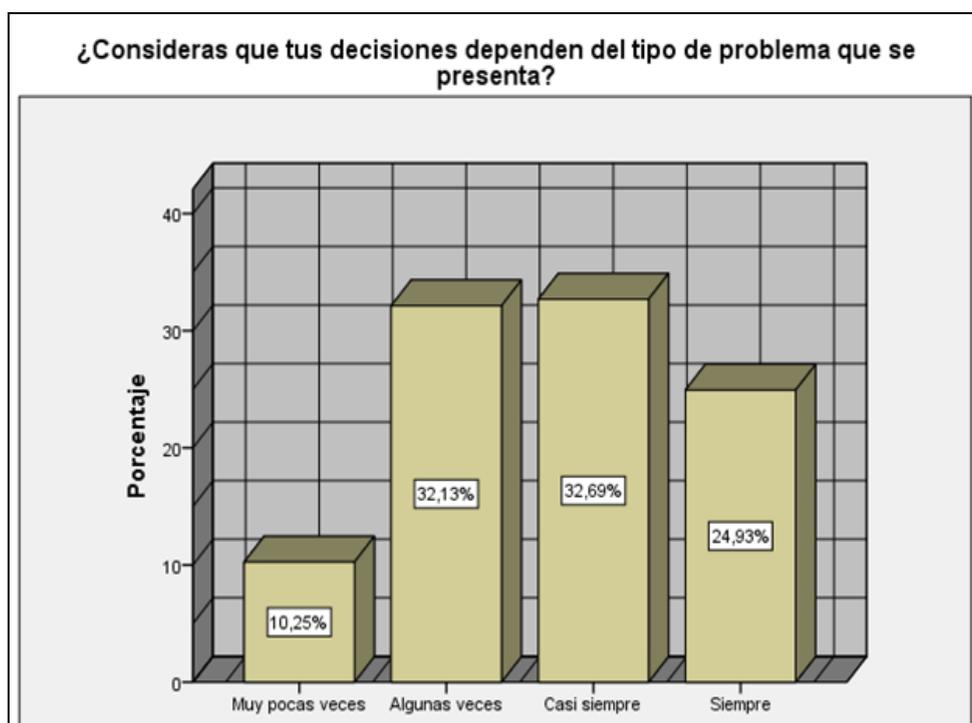
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 19 y gráfica 23, observamos que ante la pregunta 19, el 37,4% de los beneficiarios responde muy pocas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 1,7% de los beneficiarios manifiesta nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 20. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 20

¿Consideras que tus decisiones dependen del tipo de problema que se presenta?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	37	10,2	10,2	10,2
Algunas veces	116	32,1	32,1	42,4
Casi siempre	118	32,7	32,7	75,1
Siempre	90	24,9	24,9	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 24: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 20

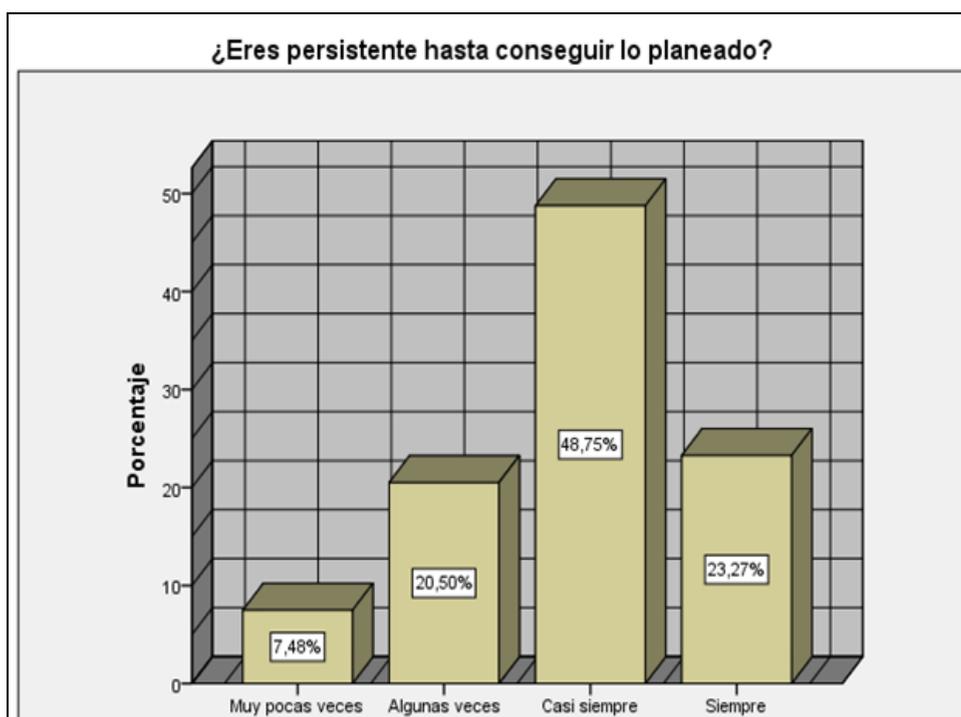
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 20 y gráfica 24, observamos que ante la pregunta 20, el 32,7% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 10,25% de los beneficiarios responde muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 21. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 21

¿Eres persistente hasta conseguir lo planeado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	27	7,5	7,5	7,5
Algunas veces	74	20,5	20,5	28,0
Casi siempre	176	48,8	48,8	76,7
Siempre	84	23,3	23,3	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 25: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 21

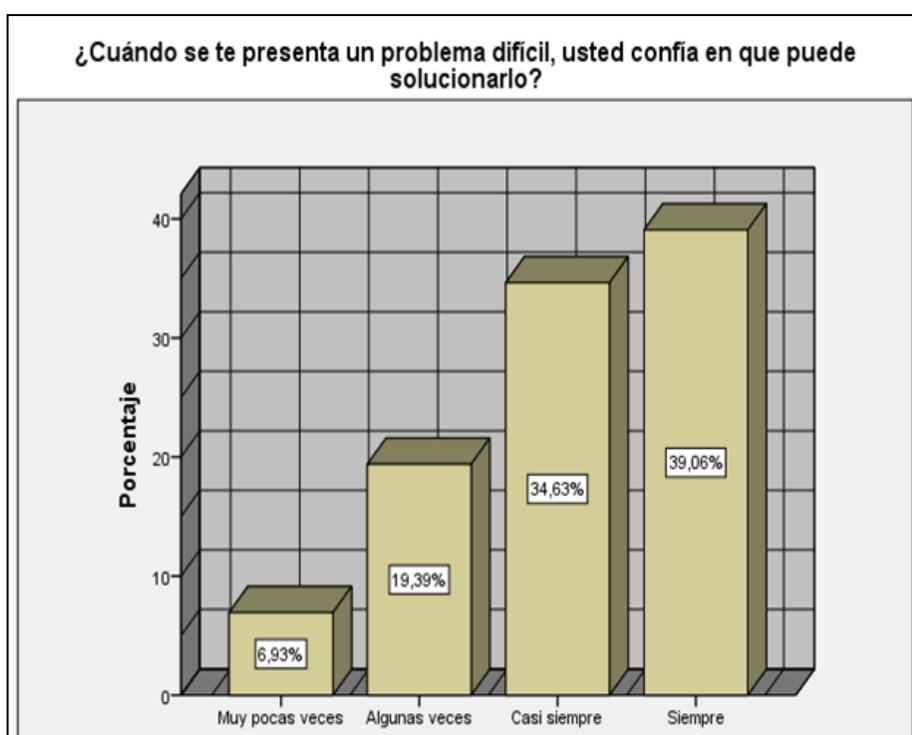
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 21 y gráfica 25, observamos que ante la pregunta 21, el 48,8% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 7,5% de los beneficiarios manifiesta muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 22. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 22

¿Cuándo se te presenta un problema difícil, usted confía en que puede solucionarlo?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	25	6,9	6,9	6,9
Algunas veces	70	19,4	19,4	26,3
Casi siempre	125	34,6	34,6	60,9
Siempre	141	39,1	39,1	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 26: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 22

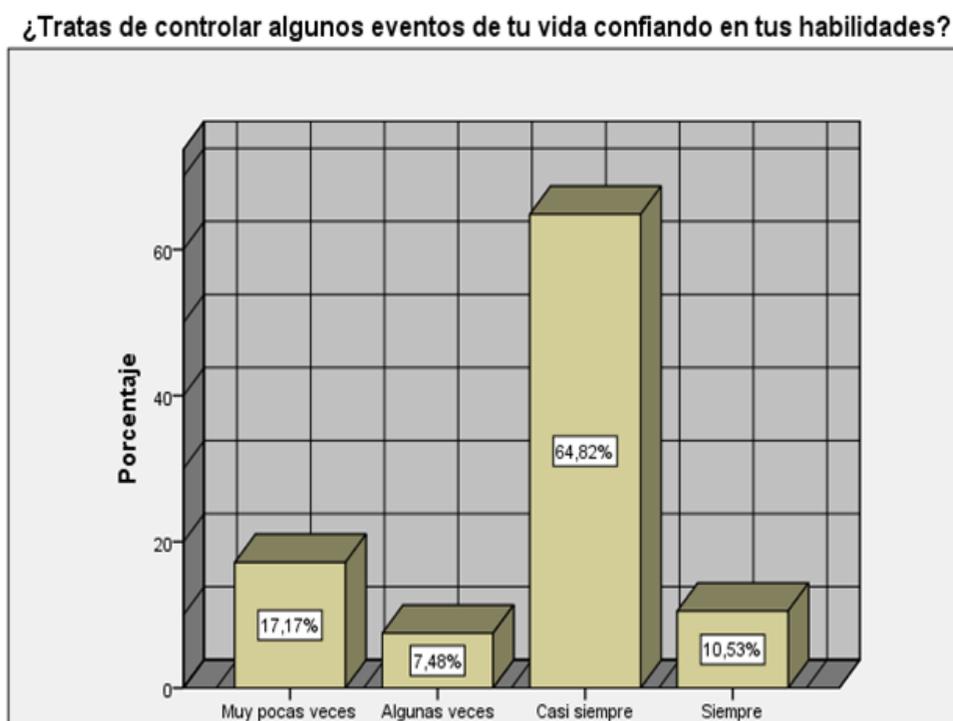
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 22 y gráfica 26, observamos que ante la pregunta 22, el 39,1% de los beneficiarios responde siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 6,9% de los beneficiarios señala muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 23. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 23

¿Tratas de controlar algunos eventos de tu vida confiando en tus habilidades?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	62	17,2	17,2	17,2
Algunas veces	27	7,5	7,5	24,7
Casi siempre	234	64,8	64,8	89,5
Siempre	38	10,5	10,5	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 27: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 23

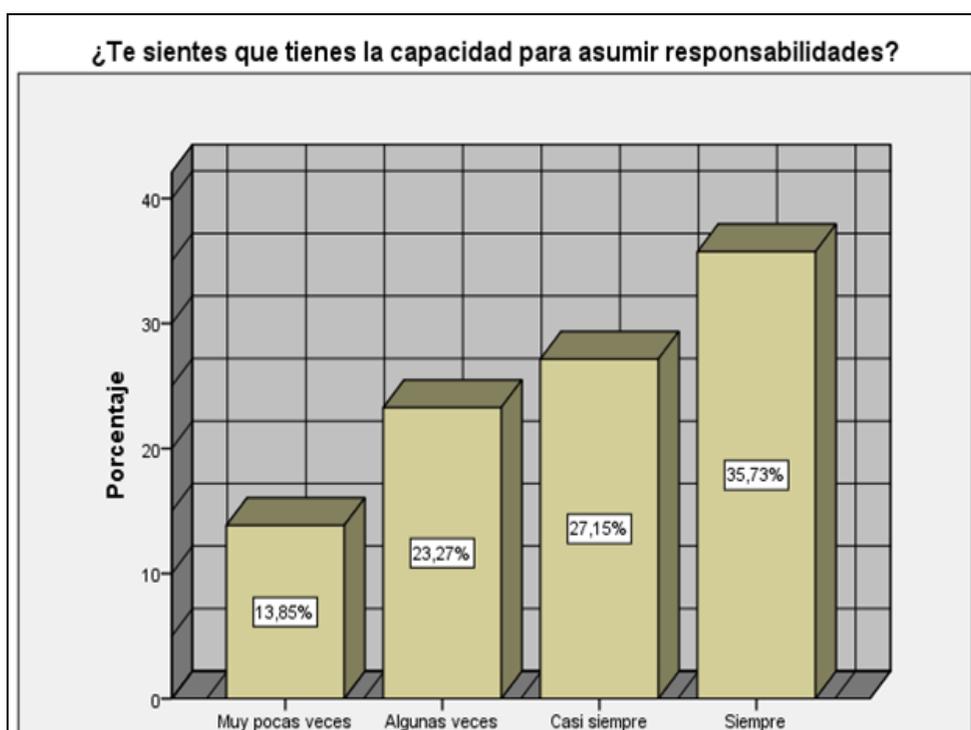
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 23 y gráfica 27, observamos que ante la pregunta 23, el 64,8% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 7,5% de los beneficiarios manifiesta algunas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 24. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 24

¿Te sientes que tienes la capacidad para asumir responsabilidades?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	50	13,9	13,9	13,9
Algunas veces	84	23,3	23,3	37,1
Casi siempre	98	27,1	27,1	64,3
Siempre	129	35,7	35,7	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 28: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 24

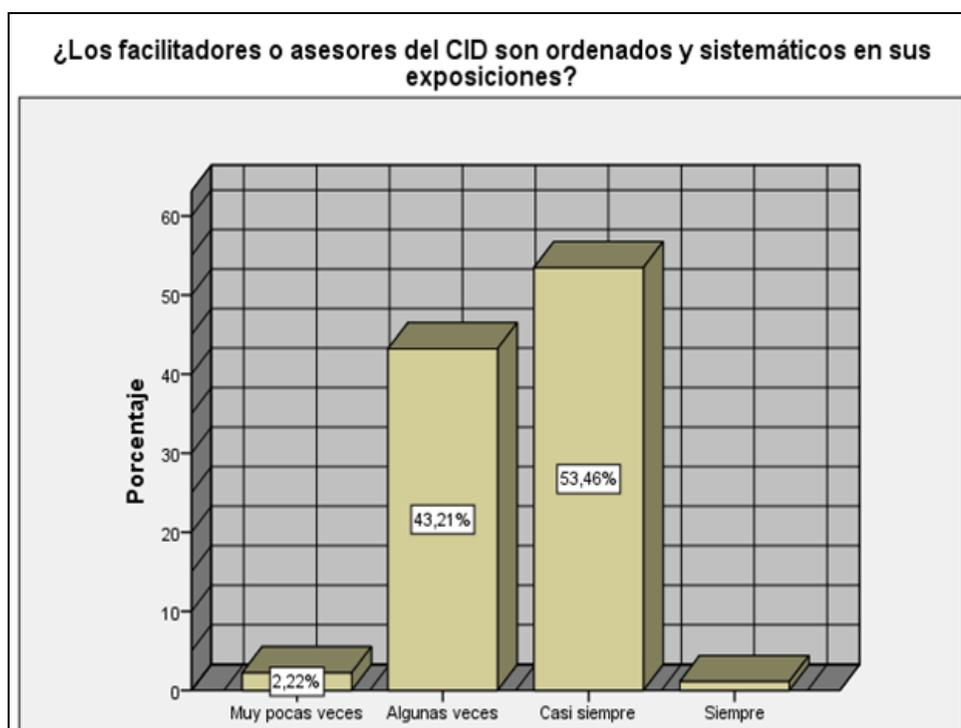
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 24 y gráfica 28, observamos que ante la pregunta 24, el 35,7% de los beneficiarios respondieron siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación, mientras que 13,8% de los beneficiarios respondieron muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 25. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 25

¿Los facilitadores o asesores del CID son ordenados y sistemáticos en sus exposiciones?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	8	2,2	2,2	2,2
Algunas veces	156	43,2	43,2	45,4
Casi siempre	193	53,5	53,5	98,9
Siempre	4	1,1	1,1	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 29: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 25

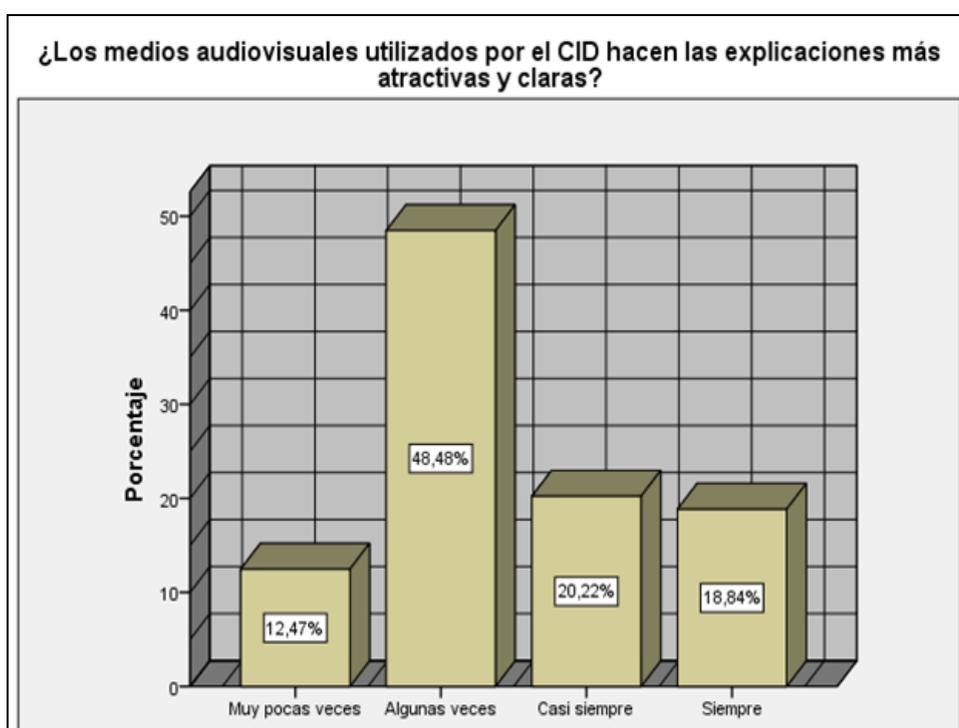
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 25 y gráfica 29, observamos que ante la pregunta 25, el 53,5% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 1% de los beneficiarios manifiesta siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 26. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 26

¿Los medios audiovisuales utilizados por el CID hacen las explicaciones más atractivas y claras?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	45	12,5	12,5	12,5
Algunas veces	175	48,5	48,5	60,9
Casi siempre	73	20,2	20,2	81,2
Siempre	68	18,8	18,8	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 30: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 26

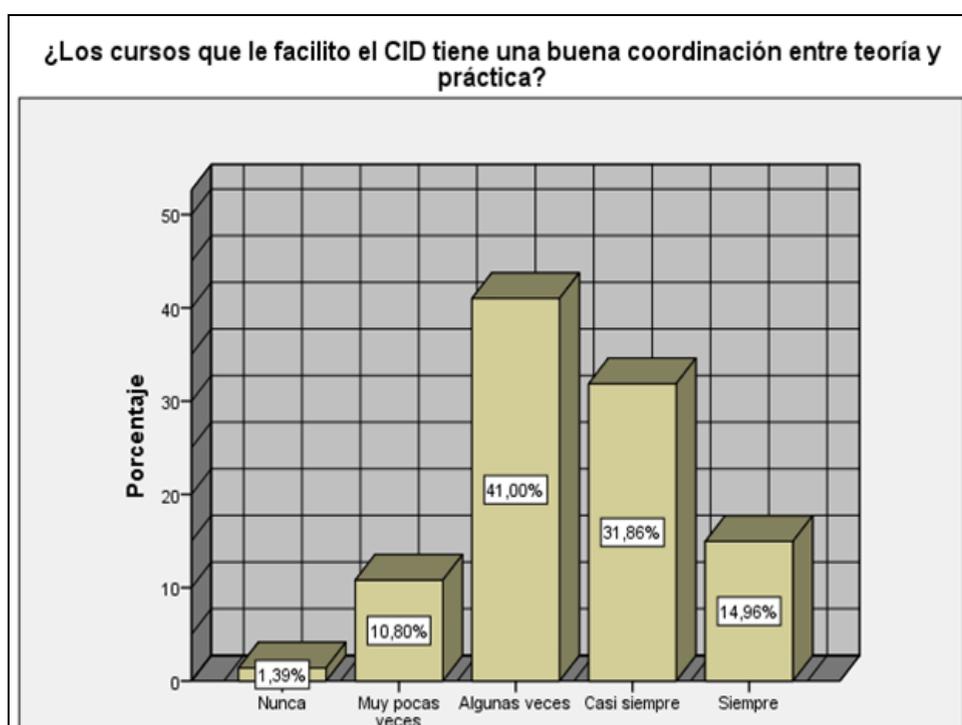
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 26 y gráfica 30, observamos que ante la pregunta 26, el 48,5% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 12,5% de los beneficiarios señala muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 27. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 27

¿Los cursos que le facilito el CID tiene una buena coordinación entre teoría y práctica?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	1,4	1,4	1,4
Muy pocas veces	39	10,8	10,8	12,2
Algunas veces	148	41,0	41,0	53,2
Casi siempre	115	31,9	31,9	85,0
Siempre	54	15,0	15,0	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 31: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 27

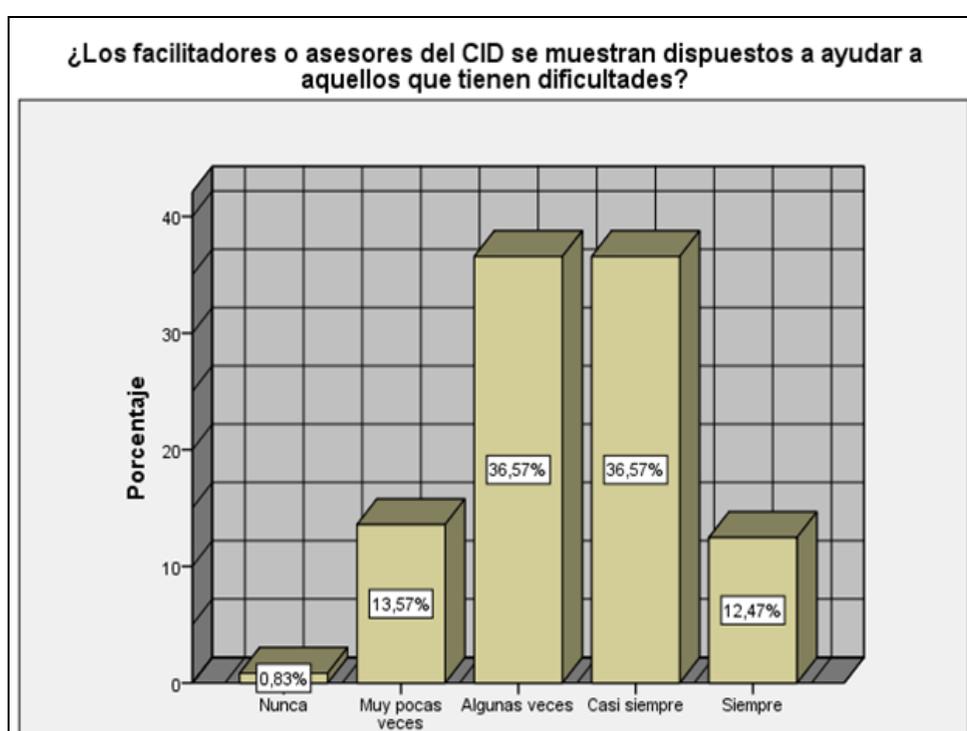
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 27 y gráfica 31, observamos que ante la pregunta 27, el 41% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 1,4% de los beneficiarios manifiesta nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 28. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 28

¿Los facilitadores o asesores del CID se muestran dispuestos a ayudar a aquellos que tienen dificultades?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	,8	,8	,8
Muy pocas veces	49	13,6	13,6	14,4
Algunas veces	132	36,6	36,6	51,0
Casi siempre	132	36,6	36,6	87,5
Siempre	45	12,5	12,5	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 32: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 28

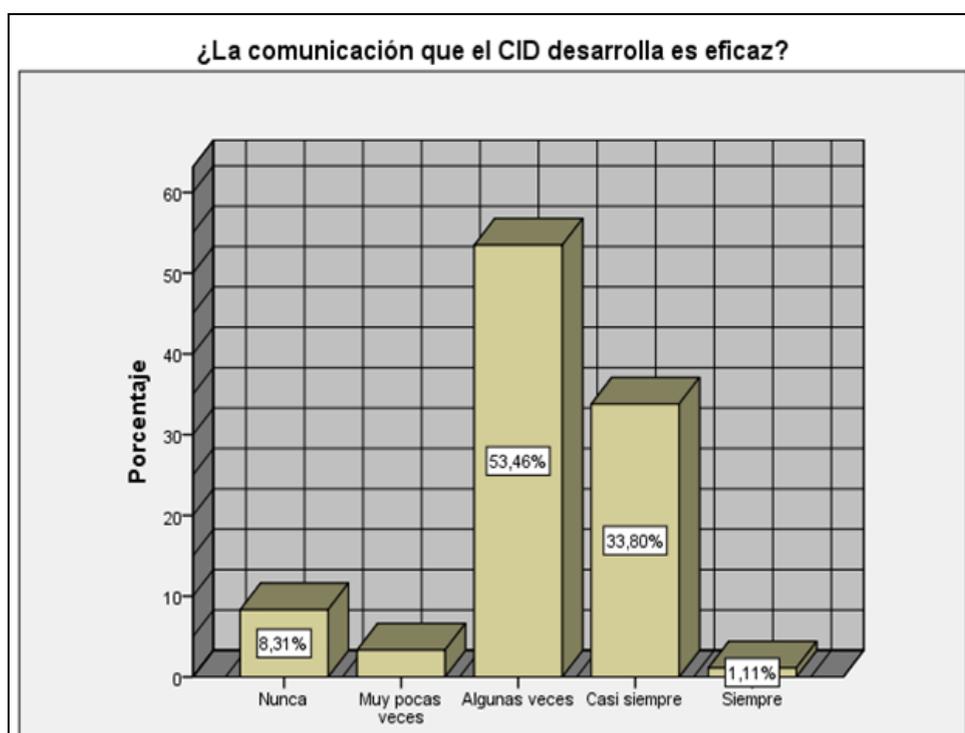
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 28 y gráfica 32, observamos que ante la pregunta 28, el 36,7% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0,8% de los beneficiarios señala nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 29. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 29

¿La comunicación que el CID desarrolla es eficaz?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	30	8,3	8,3	8,3
Muy pocas veces	12	3,3	3,3	11,6
Algunas veces	193	53,5	53,5	65,1
Casi siempre	122	33,8	33,8	98,9
Siempre	4	1,1	1,1	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 33: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 29

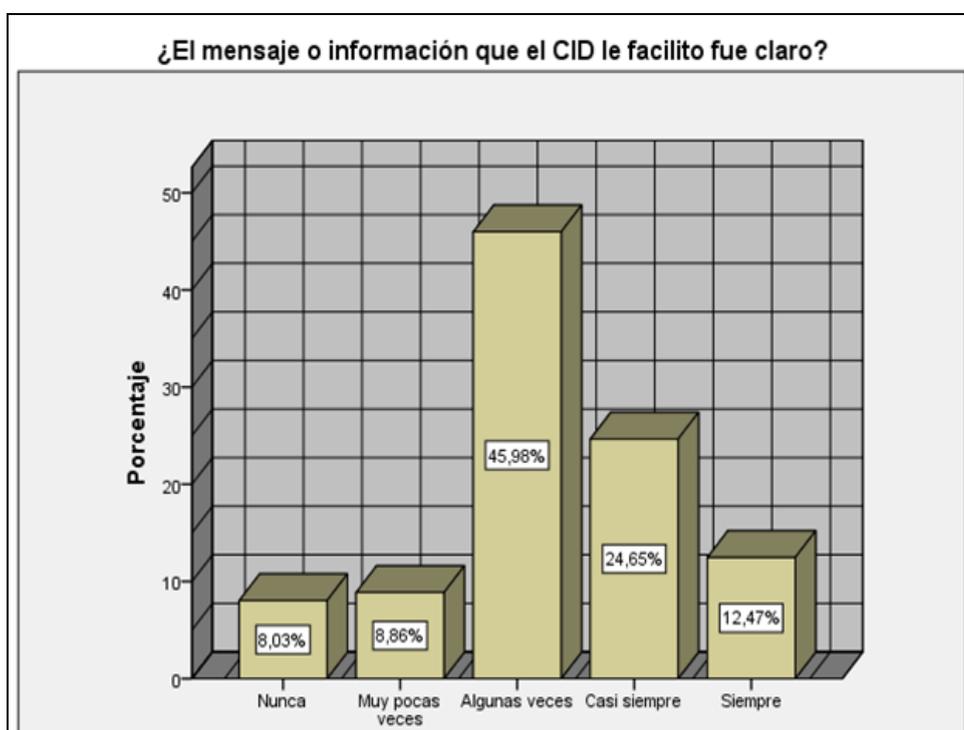
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 29 y gráfica 33, observamos que ante la pregunta 29, el 53,5% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 1% de los beneficiarios señala siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 30. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 30

¿El mensaje o información que el CID le facilitó fue claro?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	29	8,0	8,0	8,0
Muy pocas veces	32	8,9	8,9	16,9
Algunas veces	166	46,0	46,0	62,9
Casi siempre	89	24,7	24,7	87,5
Siempre	45	12,5	12,5	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 34: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 30

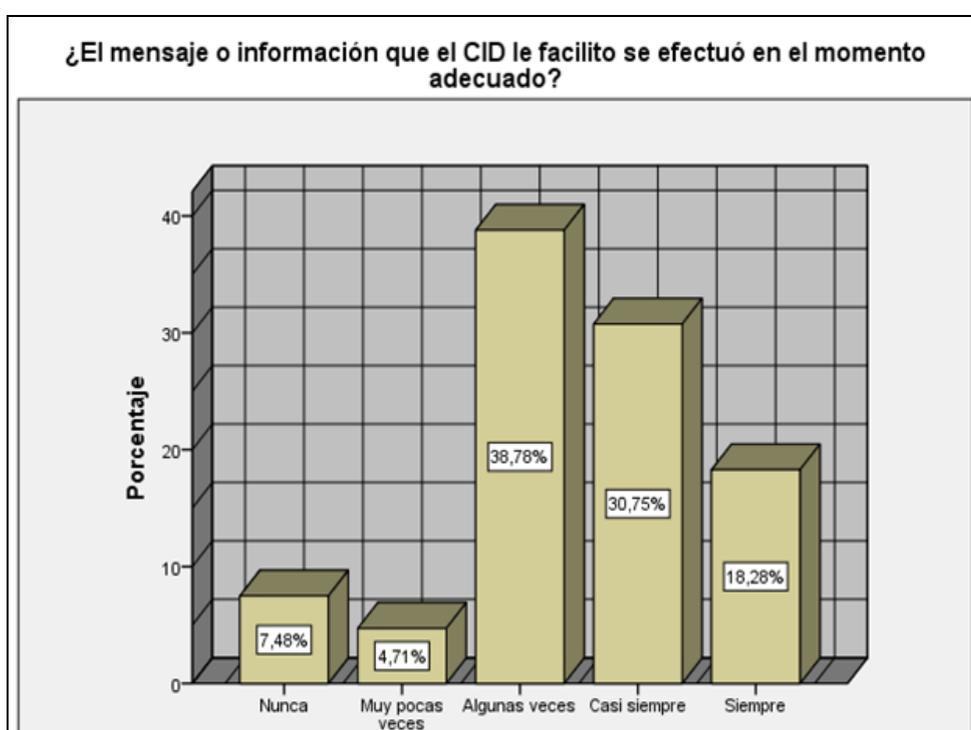
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 30 y gráfica 34, observamos que ante la pregunta 30, el 46% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 8% de los beneficiarios señala nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 31. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 31

¿El mensaje o información que el CID le facilitó se efectuó en el momento adecuado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	27	7,5	7,5	7,5
Muy pocas veces	17	4,7	4,7	12,2
Algunas veces	140	38,8	38,8	51,0
Casi siempre	111	30,7	30,7	81,7
Siempre	66	18,3	18,3	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 35: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 31

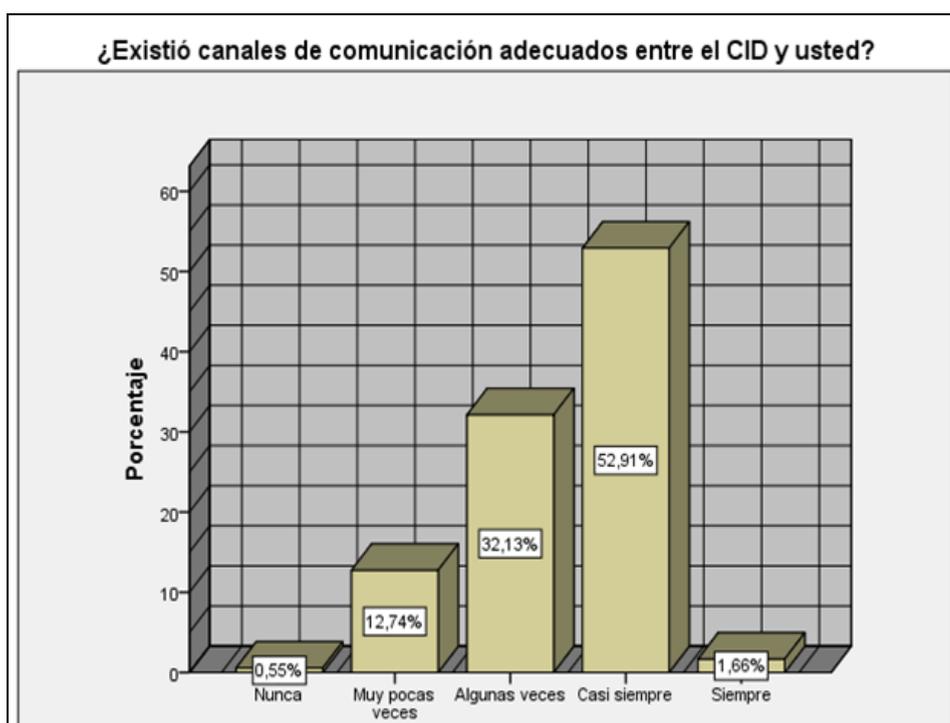
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 31 y gráfica 35, observamos que ante la pregunta 31, el 38,8% de los beneficiarios responde algunas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 4,7% de los beneficiarios señala muy pocas veces, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 32. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 32

¿Existió canales de comunicación adecuados entre el CID y usted?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	,6	,6	,6
Muy pocas veces	46	12,7	12,7	13,3
Algunas veces	116	32,1	32,1	45,4
Casi siempre	191	52,9	52,9	98,3
Siempre	6	1,7	1,7	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 36: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 32

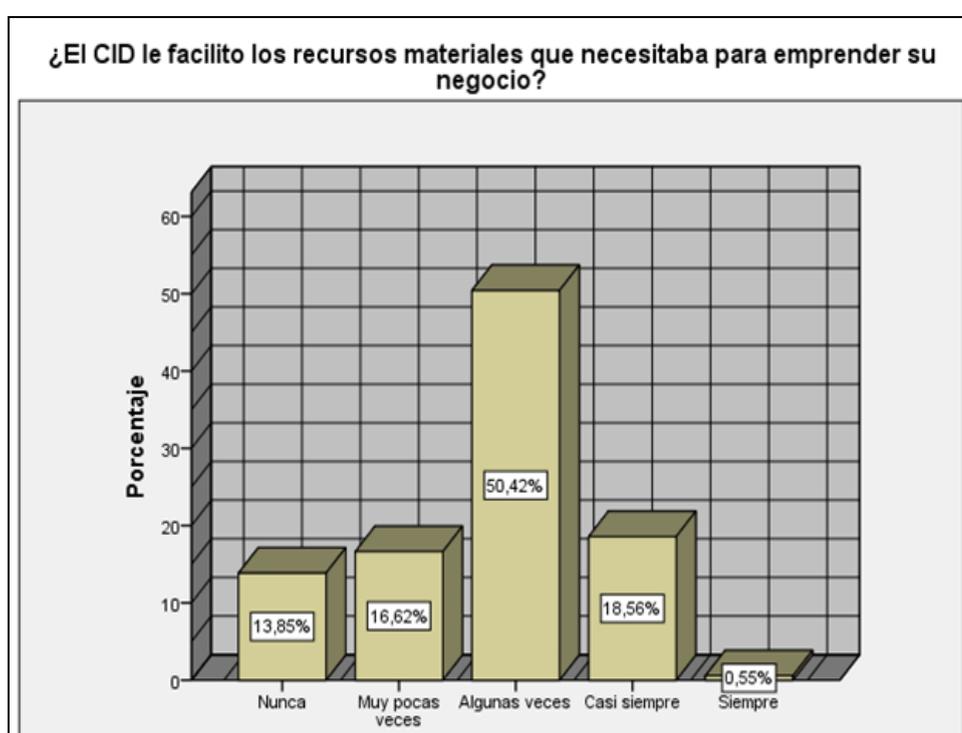
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 32 y gráfica 36, observamos que ante la pregunta 32, el 52,9% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0.1% de los beneficiarios señala nunca, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 33. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 33

¿El CID le facilitó los recursos materiales que necesitaba para emprender su negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	50	13,9	13,9	13,9
Muy pocas veces	60	16,6	16,6	30,5
Algunas veces	182	50,4	50,4	80,9
Casi siempre	67	18,6	18,6	99,4
Siempre	2	,6	,6	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 37: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 33

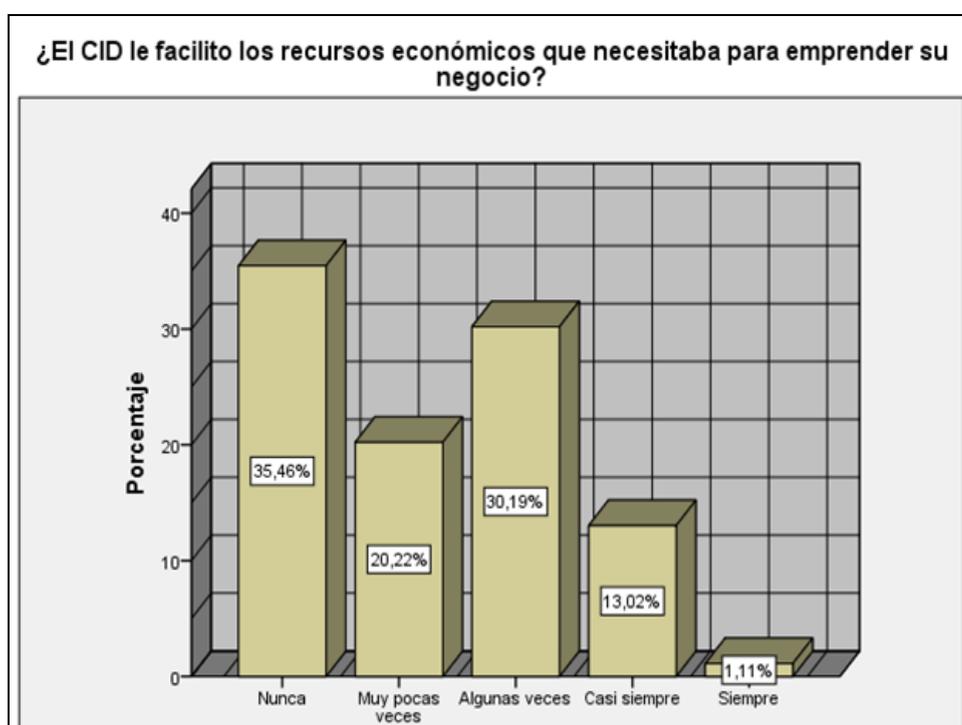
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 33 y gráfica 37, observamos que ante la pregunta 33, el 50,4% de los beneficiarios responde casi siempre, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0,1% de los beneficiarios señala siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 34. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 34

¿El CID le facilito los recursos económicos que necesitaba para emprender su negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj e válido	Porcentaje acumulado
Nunca	65	18,0	18,0	18,0
Muy pocas veces	124	34,3	34,3	52,4
Algunas veces	84	23,3	23,3	75,6
Casi siempre	83	23,0	23,0	98,6
Siempre	5	1,4	1,4	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 38: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 34

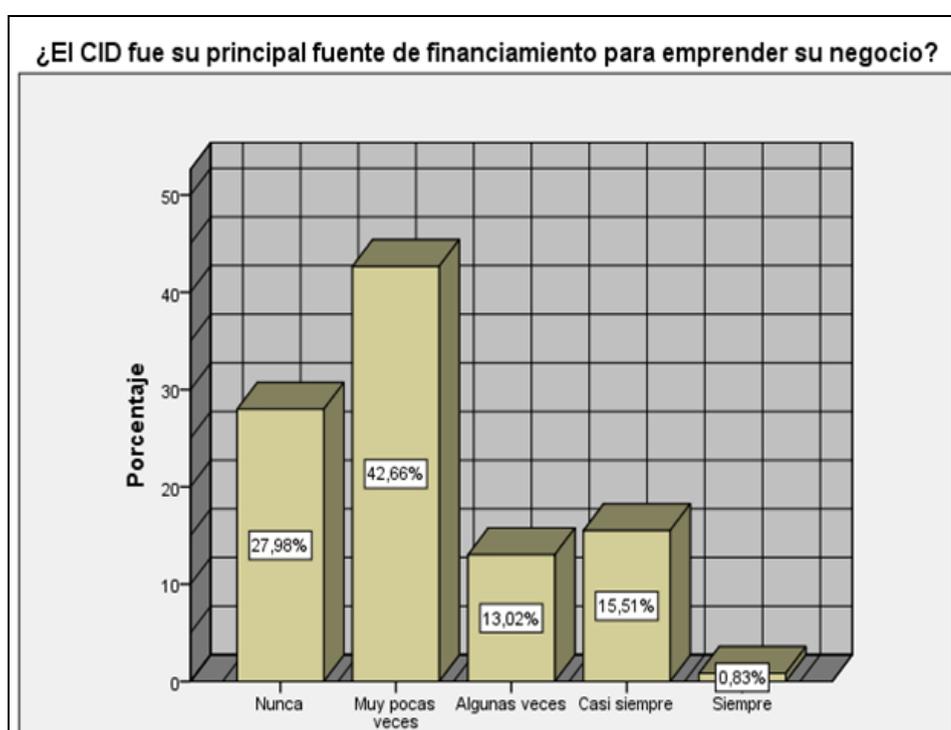
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 34 y gráfica 38, observamos que ante la pregunta 34, el 35,5% de los beneficiarios responde nunca, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 1,1% de los beneficiarios señala siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 35. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 35

¿El CID fue su principal fuente de financiamiento para emprender su negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	128	35,5	35,5	35,5
Muy pocas veces	73	20,2	20,2	55,7
Algunas veces	109	30,2	30,2	85,9
Casi siempre	47	13,0	13,0	98,9
Siempre	4	1,1	1,1	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 39: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 35

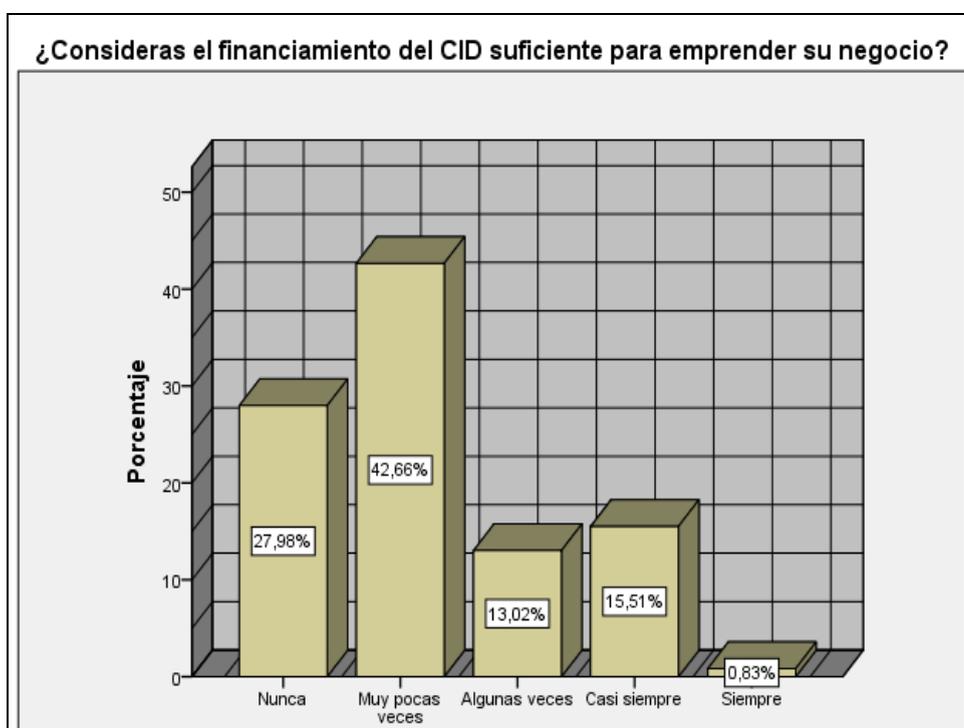
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 35 y gráfica 39, observamos que ante la pregunta 35, el 42,7% de los beneficiarios respondieron muy pocas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación, mientras que 0,8% de los beneficiarios respondieron siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

Tabla 36. Frecuencias según alternativas respondidas en la pregunta N° 36

¿Consideras el financiamiento del CID suficiente para emprender su negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	101	28,0	28,0	28,0
Muy pocas veces	154	42,7	42,7	70,6
Algunas veces	47	13,0	13,0	83,7
Casi siempre	56	15,5	15,5	99,2
Siempre	3	,8	,8	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 40: Porcentajes según alternativas respondidas en la pregunta 36

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 36 y gráfica 40, observamos que ante la pregunta 36, el 42,7% de los beneficiarios responde muy pocas veces, siendo la alternativa con mayor puntuación; mientras que 0,8% de los beneficiarios señala siempre, siendo la alternativa con menor puntuación.

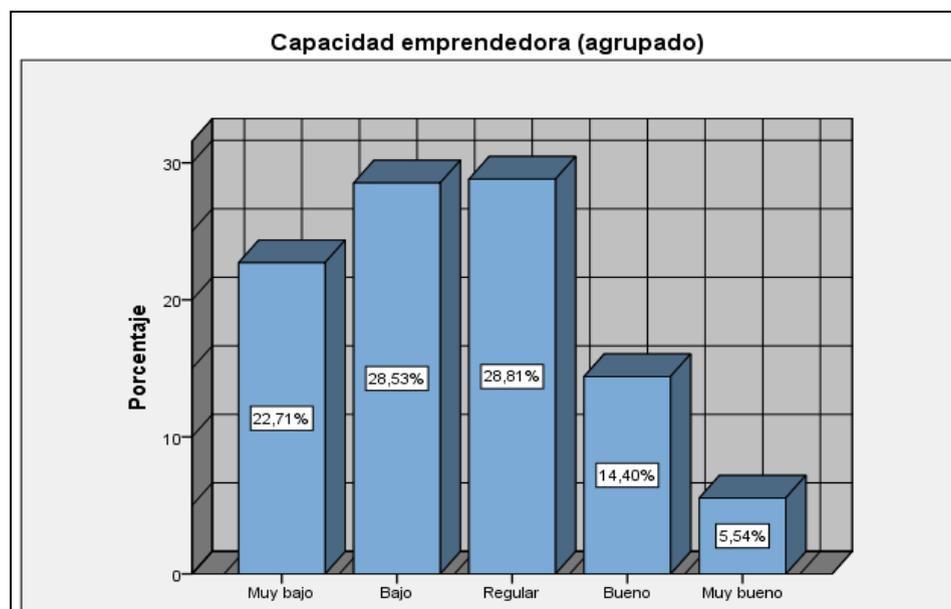
4.2.3. Análisis descriptivo de los resultados obtenidos por dimensiones agrupadas y por variable

4.2.3.1. Dimensión 01: Capacidad Emprendedora

Tabla 37. Frecuencias según alternativas respondidas para la dimensión capacidad emprendedora

Capacidad emprendedora (agrupado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	82	22,7	22,7	22,7
Bajo	103	28,5	28,5	51,2
Regular	104	28,8	28,8	80,1
Bueno	52	14,4	14,4	94,5
Muy bueno	20	5,5	5,5	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 41: Porcentajes según alternativas respondidas para la dimensión capacidad emprendedora

Fuente: Elaboración propia

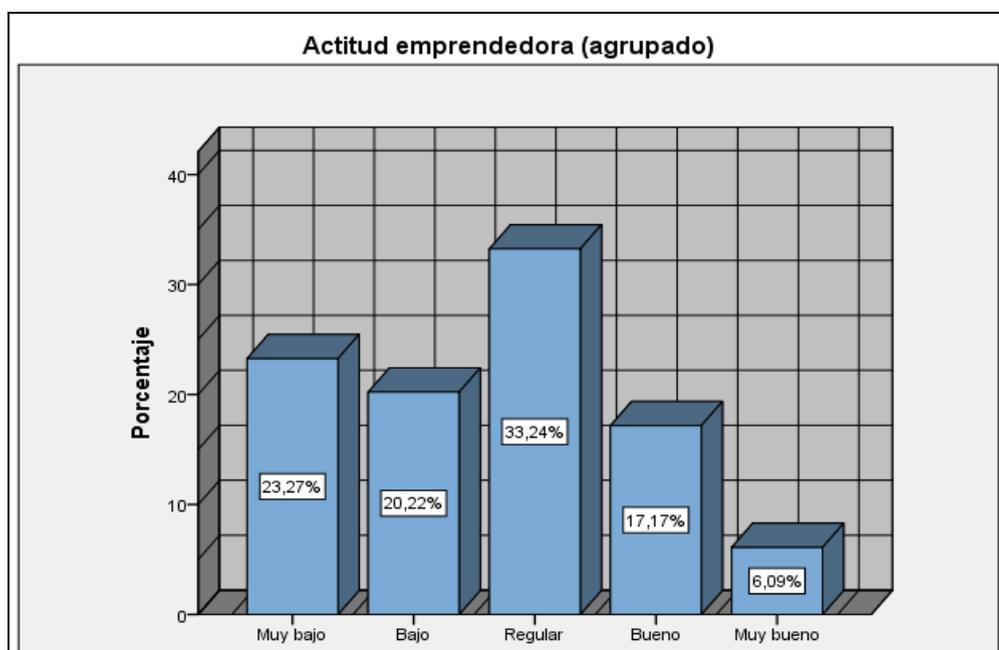
En la tabla 37 y gráfica 41, observamos que en la dimensión capacidad emprendedora (valores agrupados por dimensión), muestran que el 51.2% (22,7% + 28,5%) está entre bajo y muy bajo en el desarrollo de la capacidad emprendedora; además el 28.8% está en un nivel regular del desarrollo de la capacidad emprendedora y el 19.9% (14.40% + 5.54%) está entre bueno y muy bueno del desarrollo de la capacidad emprendedora.

4.2.3.2. Dimensión 02: Actitud emprendedora

Tabla 38. Frecuencias según alternativas respondidas para la dimensión actitud emprendedora

Actitud emprendedora (agrupado por dimensión)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	84	23,3	23,3	23,3
Bajo	73	20,2	20,2	43,5
Regular	120	33,2	33,2	76,7
Bueno	62	17,2	17,2	93,9
Muy bueno	22	6,1	6,1	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 42: Porcentajes según alternativas respondidas para la dimensión actitud emprendedora

Fuente: Elaboración propia

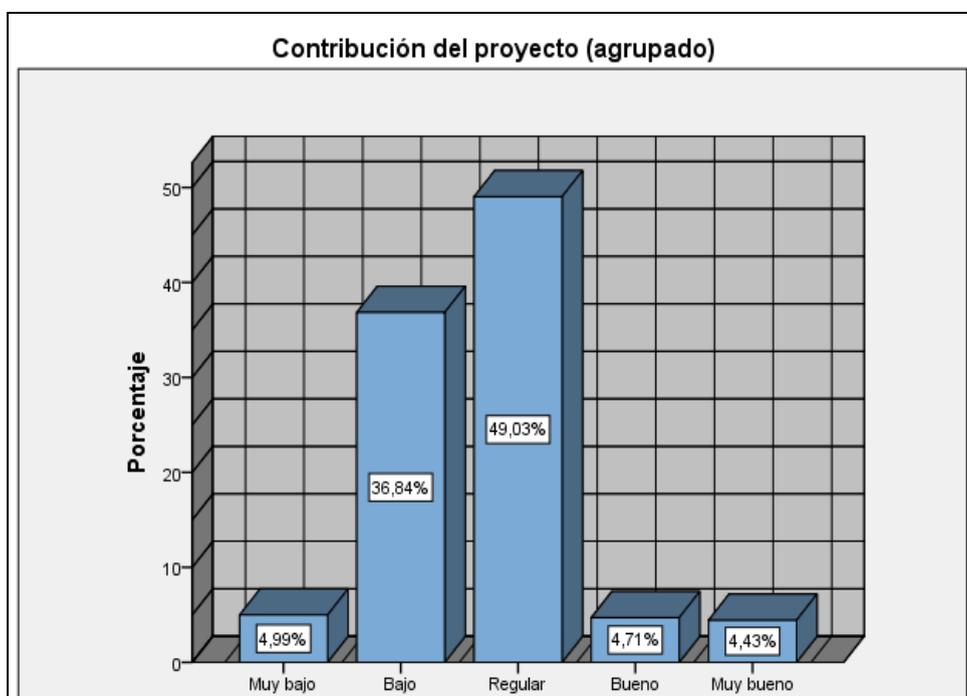
En la tabla 38 y gráfica 42, observamos que en la dimensión actitud emprendedora (valores agrupados por dimensión), nos indica que el 43.2% (23.2% + 20.22%) está entre bajo y muy bajo en el desarrollo de la actitud emprendedora; además el 33.2% está en un nivel regular en el desarrollo de la actitud emprendedora y el 23.3% (17.17% + 6.09%) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de la actitud emprendedora.

4.2.3.3. Dimensión 03: Contribución del Proyecto

Tabla39. Frecuencias según alternativas respondidas para la dimensión contribución del proyecto

Contribución del proyecto (agrupado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	18	5,0	5,0	5,0
Bajo	133	36,8	36,8	41,8
Regular	177	49,0	49,0	90,9
Bueno	17	4,7	4,7	95,6
Muy bueno	16	4,4	4,4	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 43: Porcentajes según alternativas respondidas para la dimensión contribución del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

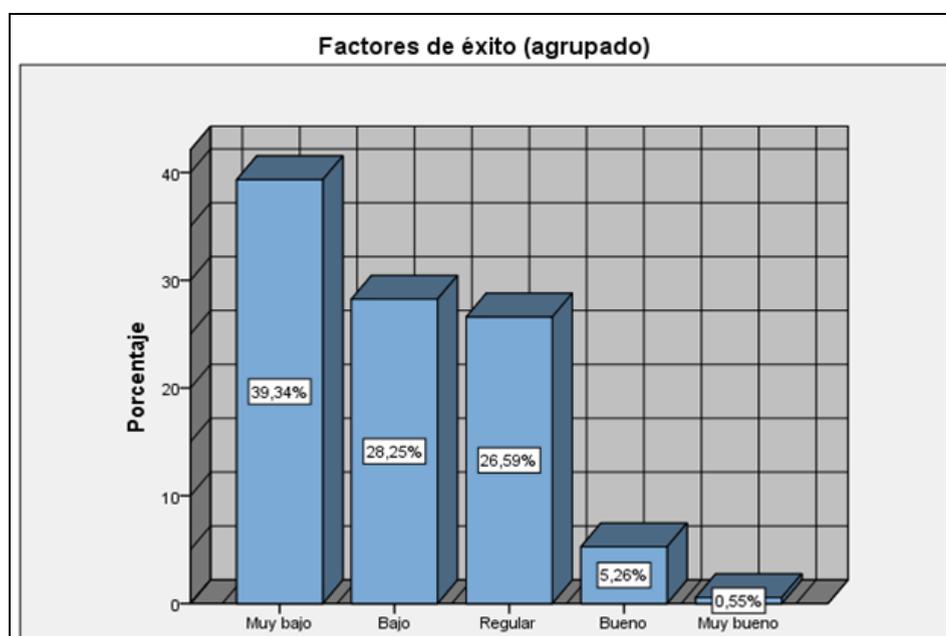
En la tabla 39 y gráfica 43, observamos que en la dimensión contribución del proyecto (valores agrupados por dimensión), nos indica que el 41.8% (5% + 36.8%) está entre bajo y muy bajo en la contribución del proyecto; además el 49% está en un nivel regular en la contribución del proyecto y el 9.1% (4.7%+4.4%) está en un nivel bueno y muy bueno.

4.2.3.4. Variable: Factores de éxito

Tabla 40. Frecuencias según alternativas respondidas para la variable factores de éxito

Factores de éxito (agrupado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	142	39,3	39,3	39,3
Bajo	102	28,3	28,3	67,6
Regular	96	26,6	26,6	94,2
Bueno	19	5,3	5,3	99,4
Muy bueno	2	,6	,6	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Gráfica 44: Porcentajes según alternativas respondidas para la variable factores de éxito
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 40 y gráfica 44, observamos que en la variable factores de éxito (valores agrupados por dimensión), nos permite indicar que el 67.6% de los beneficiarios (39.34% + 28.25%) está entre bajo y muy bajo en el desarrollo de estos factores de éxito; además, el 26.6% desarrolló los factores de éxito en un nivel regular (96 de 361 de los beneficiarios) y el 5.8% (21 beneficiarios) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de estos factores de éxito.

CAPÍTULO V

5.1. Discusión

En el presente trabajo de investigación titulado: “Los factores de éxito para la creación de MYPES: caso Colectivo integral de Desarrollo en la región Apurímac, 2014-2016”. El resultado obtenido del objetivo general y de los objetivos específicos es contrastado con el marco teórico.

Gonzales (2007). En su libro *Creación empresas* nos confirma que los factores de éxito referidos en la investigación son elementos propios que comprenden el proceso de creación de una unidad económica sustentable y el peso cae, en el propio emprendedor, sus capacidades y sus cualidades que le caracteriza para maximizar su probabilidad de éxito en la sostenibilidad de su empresa. Conocer estos atributos es de gran interés para el emprendedor tanto presunto o en ciernes como para el que ya ha emprendido nuevas acciones empresariales o de negocios, pues muchas de ellas se pueden desarrollar o potenciar con formación y entrenamientos adecuados.

Referente al objetivo general, sobre describir los factores de éxito en los beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo en la región Apurímac, los resultados del instrumento aplicado nos permite indicar que el 67.6% de los beneficiarios (39.34% + 28.25%) está entre bajo y muy bajo en el desarrollo de estos factores de éxito; además, el 26.6% desarrolló los factores de éxito en un nivel regular (96 de 361 de los beneficiarios) y el 5.8% (21 beneficiarios) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de estos factores de éxito. Como consecuencia, la probabilidad de éxito en su actividad de creación y sostenibilidad de una empresa es mínima; el diario El Peruano (2015) también afirma los altos porcentajes o índices de fracaso de MYPES en nuestro país y también en la región Apurímac.

Esto confirma el resultado obtenido en el primer objetivo específico, según Gonzales (2007), en su libro *Creación empresas* define la capacidad emprendedora como “la capacidad de identificar y explotar oportunidades de negocio, para generar nuevas ideas, también se puede entenderse como la capacidad de estar alerta a las oportunidades que no han sido identificadas por otros. “La educación es un factor que cada vez está incidiendo más en la actitud y comportamiento emprendedor; Los jóvenes que se deciden a crear hoy su propia empresa suelen ser personas calificadas” y La

capacidad de aprender de la experiencia parece relevarse como un atributo característico del emprendedor. El emprendedor debe tener la capacidad necesaria para reducir la complejidad a fin de dirigir y estructurar nuevo sistema por eso esta es una característica importante.

El resultado del primer objetivo específico, el que hace referencia a describir la capacidad emprendedora de los beneficiarios para la creación de MYPES en la región Apurímac nos indica que el 51.2% (22,7% + 28,5%) está entre bajo y muy bajo el desarrollo de la capacidad emprendedora (185 de 361 beneficiarios); además, el 28.8% está en un nivel regular el desarrollo de la capacidad emprendedora (104 de 361 de los beneficiarios) y el 19.9% (14.40% + 5.54%) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de la capacidad emprendedora. Este resultado nos permite afirmar que los jóvenes empresarios de la región Apurímac no son capaces de identificar oportunidades de negocio prósperos. La formación académica que estas poseen en el tema de emprendimiento es deficiente y, como consecuencia de esto es la mala gestión administrativa en finanzas, tributaciones etc. en las MYPES; lo cual se puede justificar que intervienen otros factores de éxito, las diferentes características que presentan los jóvenes de la zona rural y urbana y la estructura de nuestra educación.

Y en noviembre 2005, Colectivo Integral de Desarrollo, (Lima), afirma que los emprendedores en nuestro país por lo general tienen alguna competencia técnica, adquirida en un trabajo previo o en la familia en la mayor parte de casos, pero carecen de lo esencial en lo que a competencias de creación y gestión de negocios se refieren.

En 2007, Gonzales en su libro *Creación empresas* define a la actitud emprendedora como: un comportamiento, determinado por la actitud o intenciones del sujeto. Para que el emprendedor se dedique a crear una nueva empresa es necesario que tenga "intenciones emprendedoras", la iniciativa como "una actitud proactiva y que activa la motivación liberando la energía necesaria para la acción". La actitud de asumir riesgo este autor considera como "una capacidad esencial inseparable del emprendedor, si bien recientes estudios, han puesto de manifiesto que el emprendedor tiende asumir riesgos moderados y la autoconfianza es propio de los emprendedores su hábito para tomar decisiones en la ambigüedad y la incertidumbre.

El resultado obtenido en segundo objetivo específico, sobre describir la actitud emprendedora de los beneficiarios para la creación de MYPES en la región Apurímac, nos indica que el 43.2% (23.2% + 20.22%) está entre bajo y muy bajo el desarrollo de la actitud emprendedora (157 de 361 beneficiarios); además, el 33.2% está en un nivel regular en el desarrollo de la actitud emprendedora (120 de 361 de los beneficiarios) y el 23.3% (17.17% + 6.09%) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de la actitud emprendedora. En 2013, Peláez, (Apurímac), en el trabajo de investigación titulado: “*Diagnóstico de los emprendimientos juveniles de las provincias de Abancay y Andahuaylas*”, llegó a la conclusión que los jóvenes de la región Apurímac cuentan con las actitudes mínimas para considerarse un emprendedor.

La página web (<http://www.perspektiva.com.pe.pdf>) de Colectivo Integral de Desarrollo nos confirma que el proyecto contribuye con sus asesorías y acompañamiento, empleando una metodología de servicios no financieros, adaptados a los creadores de empresas tales como: la implementación de módulos de servicios para emprendedores (información, orientación y asesoría especializada) y la identificación del potencial empresarial (gracias a un diseño de entrevistas estructuradas, la adaptación especial de software, etc.) en ese sentido, ponemos énfasis en el aspecto formativo del potencial empresarial de los jóvenes. Estos programas comprenden los servicios de información, orientación, capacitación, asesoría las asistencias técnicas.

El resultado obtenido en tercer objetivo específico, sobre describir la contribución del proyecto en los beneficiarios. Los resultados del instrumento nos indica que el 41.8% (5% + 36.8%) está entre bajo y muy bajo en la contribución del proyecto (151 de 361 beneficiarios); además, el 49% está en un nivel regular en la contribución del proyecto (177 de 361 de los beneficiarios) y el 9.1% (4.7%+4.4%) está en un nivel bueno y muy bueno (33 de los 361 beneficiarios).

En cuanto a la contribución de proyecto, entre los jóvenes emprendedores beneficiarios de CID y los Asesores de CID la comunicación no es buena y no es oportuna. La metodología que empleó esta ONG en las capacitaciones y talleres a los microempresarios no es adaptada a la necesidad de los creadores de MYPES.

Conclusiones

Para poder concluir la investigación se ha hecho una revisión cuidadosa y detallada de los capítulos anteriores y, sobre todo, dar por logrado los objetivos fijados.

1. En relación al objetivo general, sobre describir los factores de éxito para la creación de MYPES en la región de Apurímac, los resultados del instrumento aplicado nos permite indicar que el 67.6% de los beneficiarios (39.34% + 28.25%) está entre bajo y muy bajo en el desarrollo de estos factores de éxito; además, el 26.6% desarrolló los factores de éxito en un nivel regular (96 de 361 de los beneficiarios) y el 5.8% (21 beneficiarios) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de estos factores de éxito, los cuales son sustraídos del marco teórico como la capacidad emprendedora, actitud emprendedora y la contribución del proyecto de formación y acompañamiento de jóvenes emprendedores de Apurímac.
2. Referente al primer objetivo específico, sobre describir la capacidad emprendedora de los beneficiarios para la creación de MYPES en la región Apurímac. Los resultados del instrumento nos indica que el 51.2% (22,7% + 28,5%) está entre bajo y muy bajo el desarrollo de la capacidad emprendedora (185 de 361 beneficiarios); además, el 28.8% está en un nivel regular el desarrollo de la capacidad emprendedora (104 de 361 de los beneficiarios) y el 19.9% (14.40% + 5.54%) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de la capacidad emprendedora, lo cual se determinó a través de sus aptitudes como la formación académica, experiencia en negocios y la creatividad que desarrolla el emprendedor.
3. Referente al segundo objetivo específico, sobre describir la actitud emprendedora de los beneficiarios para la creación de MYPES en la región Apurímac. Los resultados del instrumento nos indica que el 43.2% (23.2% + 20.22%) está entre bajo y muy bajo en el desarrollo de la actitud emprendedora (157 de 361 beneficiarios); además, el 33.2% está en un nivel regular en el desarrollo de la actitud emprendedora (120 de 361 de los beneficiarios) y el 23.3% (17.17% + 6.09%) está entre bueno y muy bueno el desarrollo de la actitud emprendedora, lo

cual se determinó a través de sus cualidades como la iniciativa, asume riesgos y la autoconfianza del emprendedor.

4. Referente al tercer objetivo específico, sobre describir la contribución del proyecto en los beneficiarios para la creación de MYPES en la región Apurímac, 2014 – 2016, los resultados del instrumento nos indica que el 41.8% (5% + 36.8%) está entre bajo y muy bajo en la contribución del proyecto (151 de 361 beneficiarios); además, el 49% está en un nivel regular en la contribución del proyecto (177 de 361 de los beneficiarios) y el 9.1% (4.7%+4.4%) está en un nivel bueno y muy bueno (33 de los 361 beneficiarios), lo cual se determinó a través de la metodología, comunicación y el financiamiento/facilita recursos necesario.

Recomendaciones

1. Con respecto al primer resultado de la investigación, referente al primer objetivo general, se sugiere a los jóvenes beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo, seguir fomentando y desarrollando los factores éxito como la capacidad emprendedora y la actitud emprendedora; para lo cual se plantea el desarrollo de cursos sobre espíritu empresarial y creación de empresas, impulsado por organismos especialistas en el tema (Colectivo Integral de Desarrollo), a través de programas especiales de radio y televisión, cubriendo temas que van desde aspectos motivacionales y características del emprendedor hasta la elaboración de planes de negocios y gestión empresarial. Se debe hacer convenios con los municipios, las cámaras de comercio, las entidades financieras y las universidades.
2. Con respecto al segundo resultado de la investigación, referente al primer objetivo específico, se sugiere a los jóvenes beneficiarios seguir fomentando o desarrollando su importancia de la capacidad emprendedora en cuanto la formación académica participando activamente en las asesorías, charla (Marketing, Finanzas y Tributación) que brindan organismos como Colectivo integral de Desarrollo; asimismo, aprender de las experiencias de otros, practicar la cultura de compromiso y de responsabilidad obteniendo créditos, integrándose al red o grupo de emprendedores que hay en la región Apurímac, sumar a ello la creatividad; de esa forma se garantizará el éxito de las micros y pequeñas empresas en la región Apurímac.
3. Con respecto al tercer resultado de la investigación, referente al segundo objetivo específico, se sugiere a los jóvenes beneficiarios seguir fomentando o desarrollando su importancia de la actitud emprendedora en cuanto a la iniciativa, asumir riesgos y la autoconfianza, superando las experiencias dañinas o emprendimientos fracasados y determinando exactamente cuáles tu potencial del éxito actual lo cual será una gran ventaja para seguir invirtiendo y ampliando el mercado tanto en Andahuaylas y Abancay y porque no en la región Apurímac.
4. Con respecto al cuarto resultado de la investigación, referente al tercer objetivo específico, se sugiere al director ejecutivo de Colectivo Integral de Desarrollo a seguir fomentando – desarrollando su importancia de la contribución del proyecto

de formación y acompañamiento a jóvenes emprendedores de la región Apurímac, en cuanto a la metodología y la comunicación entre el asesor y los beneficiarios sea interactivo, participativo, que compartan sus experiencias y este proyecto necesita mayor publicidad, una ampliación de sus redes de contacto con individuos y organizaciones especializadas y dispuestas ayudar a la creación y desarrollo de MYPES, para eficiencia del programa los asesores que son contratados deben de ser personas especialistas en el tema, lo mínimo una persona que tiene un negocio en funcionamiento y los talleres deberán de ser más participativo y practico.

5. El gobierno regional de Apurímac debe promover una mayor participación de los emprendedores en las ferias y eventos por ejemplo: en la feria de Teja molino en la provincia de Andahuaylas y en la feria de San Antonio de la provincia de Abancay de esa forma estamos facilitando el contacto e intercambio de información entre los emprendedores potenciales, la población y las MYPES nacies, y los participantes entran al concurso para seleccionar planes de negocio y emprendedores para beneficiarse del financiamiento y facilidades que brinda Colectivo Integral de Desarrollo.

Referencias bibliográficas

- Alfonso, O.R. (2013). *Comercialización de productos agrícolas en granma*. México: Graell
- Alvares, B.I. (2012). *Proyectos de Negocio*. Colombia: Plan de negocio
- Arbulú, J., & Galve, J. (2007). *La Pyme en el Perú*. PERÚ: PAD Revistas Egresados
- Arbulú, J. (2015). *Pequeña y micro empresa*. Perú: La socia mayoritaria.
- Carrasco, S. (2008). *Metodología de la investigación científica*. Perú: San Marcos.
- Dolabela, F. (2005). *Taller del emprendedor*. Argentina: DE L A. U. G. M.
- Fernández, C.S. & Oldano, I. (2014). *Desastres masivos y análisis físico del territorio, caso de estudio*. Chile: Colcrim.
- García, J., Álvarez M.P. & Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. España: Estudio de Economía Aplicada
- García, F. (2010). Clasificación de las Empresas por su Actividad o Giro. Lima, Lima: C.E.A.
- Gelmetti, C. J. (2011). *Pymes Globales*. Buenos Aires: UGERMAN .
- Gil, M. & Giner, F. (2011). *Emprende convierte tu sueño en realidad*. Madrid: ESIC.
- Gonzales, F. J. (2007). *Creación de empresas*. Madrid: Grupo Anaya.
- Gonzales, M. (2016). *Iniciativa y formación*. Revista de la Agrupación de Miembros.
- Guridí, J. (2014). *La cultura emprendedora en un mundo globalizado*. España: ESAN.
- Hernández, S.R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mac Graw - Hill.
- Maqueda, J. (2003). *Tu propia empresa: un reto personal*. Madrid: ESIC.
- Monteros, E. (2005). *Manual de gestión de la microempresa*. Ecuador: Universitaria.
- Nuez, M.J. & Górriz, C. (2008). *El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución: Acciones e Investigaciones Sociales*
- Nuñez, H. M. (2014). *Formalizando su Mype*. A. Ríos, Entrevistador
- Rodríguez, F. & Moreno, J. (2013). *Manual para la identificación de oportunidades de negocio*. México: Identificación de oportunidades de negocio.
- Rodríguez, A. (2006). *El emprendedor venezolano*. Venezuela: IESA.
- Ruíz, C.G. (2004). *Manual para la Creación de Empresas*. Bogotá: ECOE.

Serida, J., Borda, A. & Nakamatsu, K. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor*. Lima: Esa Cendoc.

Silva, J. (2008). *Crea su propia empresa*. México: Alfaomega.

Tarapuez, C.E. (2007). *Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor*.

Varela, R. (2012). *Innovación empresarial*. Colombia: D.C.

HYPERLINK

<http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_Idea_de_Negocio_en_Proyectos_de_negocio>

Fecha de consulta: 12 – 08 – 2017

<http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_Idea_de_Negocio_en_Proyectos_de_negocio>

fecha de consulta: 20 – 07 – 2017

<HYPERLINK "<http://www.fundacionromero.org.pe>" www.fundacionromero.org.pe>

fecha de consulta: 18- 07- 2017

<http://definicionabc.com/general/creacion.php> fecha de consulta: 07- 08- 2017

<[http://](http://www.perspektiva.com.pe) HYPERLINK "<http://www.perspektiva.com.pe>" www.perspektiva.com.pe> fecha

de consulta: 20- 08- 2017

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia de la Investigación

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “FACTORES DE ÉXITO PARA LA CREACIÓN DE MYPES: CASO COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO EN LA REGIÓN DE APURÍMAC, 2014-2016”.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE Y DIMENSIONES
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo se presentan los factores de éxito para la creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 – 2016?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICOS: a) ¿Qué características encontramos en la Capacidad emprendedora para la creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 - 2016? b) ¿Cuál es la Actitud emprendedora para la</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Describir los Factores de Éxito para la creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 – 2016.</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICOS: a) Describir la Capacidad emprendedora para la creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 – 2016. b) Describir la Actitud emprendedora para la</p>	<p>No corresponde</p>	<p><u>VARIABLE 1:</u> Factores de Éxito.</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad emprendedora ○ Actitud emprendedora

<p>creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 - 2016?</p> <p>c) ¿Cuál es la Contribución del proyecto para la creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 - 2016?</p>	<p>creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 – 2016.</p> <p>c) Describir la Contribución del proyecto para la creación de MYPES: Caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014 – 2016.</p>		<ul style="list-style-type: none"> ○ Contribución del proyecto
<p>MÉTODO Y DISEÑO</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p>	
<p>METODO: Investigación Deductivo</p> <p>DISEÑO: No experimental</p> <p>NIVEL: Descriptiva</p>	<p>POBLACIÓN: 876 Jóvenes beneficiarios con negocio en funcionamiento (MYPES) del colectivo integral de desarrollo en la Región Apurímac.</p> <p>MUESTRA: 361 Jóvenes con negocio en funcionamiento, beneficiarios de Colectivo Integral de Desarrollo.</p>	<p>TÉCNICA: Encuesta. Observación.</p> <p>TRATAMIENTO ESTADÍSTICO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ○ 	<p>INSTRUMENTO: Cuestionario. Ficha de Observación.</p> <p>Excel SPSS v22</p>

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

TÍTULO: “FACTORES DE ÉXITO PARA LA CREACIÓN DE MYPES: CASO COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO EN LA REGIÓN DE APURÍMAC, 2014-2016”

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Factores de Éxito	Son elementos propios que comprenden el proceso de creación de una unidad económica sustentable y según (Gonzales Domínguez, 2007, pág. 42), el peso cae, en el propio emprendedor, sus capacidades y sus cualidades que le caracteriza.	Actitud y capacidad que permita realizar un emprendimiento empresarial, apoyado con asesorías y recursos.	Capacidad emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> ○ Formación académica ○ Experiencia en Negocios ○ Creatividad
			Actitud emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> ○ Iniciativa ○ Asume riesgos ○ Autoconfianza
			Contribución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Metodología ○ Comunicación ○ Financiamiento/Facilita recursos necesarios

Anexo 03: Matriz de Instrumento de Recojo de Datos

MATRIZ DE INSTRUMENTO DE RECOJO DE DATOS

TITULO: “FACTORES DE ÉXITO PARA LA CREACIÓN DE MYPES: CASO COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO EN LA REGIÓN DE APURÍMAC, 2014-2016”

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PES O %	N° DE ITEMS	ITEMS
V1: Factores de éxito.	1. Capacidad empreded ora	<p>DIMENSION 1:</p> <p>1.1. Formación académica</p> <p>1.2.Experiencia en negocios</p> <p>1.3. Creatividad</p>	33.4	12	<p>1. ¿Crees que para emprender un negocio es necesario poseer conocimientos especializados?</p> <p>2. ¿Un emprendedor debe formarse o especializarse en temas de negocios?</p> <p>3. ¿El CID te brindo los conocimientos especializados que necesitabas para emprender tu negocio?</p> <p>4. ¿Te consideras profesionalmente bueno (a) en aquello que sabes hacer?</p> <p>5. ¿Tuvo alguna experiencia/conocimiento en gestión/administración de negocios antes de asistir al CID?</p> <p>6. ¿Hay alguien en la familia o entorno de amistad con negocio propio, donde participaste antes de asistir al CID?</p> <p>7. Acudirías a Empresarios expertos para solicitar ayuda sobre algún problema en tu negocio</p> <p>8. Apoyado en tu experiencia, recomiendas acudir a expertos ante algún problema de negocios.</p> <p>9. ¿Crees que eres una persona adaptable a los cambios?</p> <p>10. Si existe algo que “no hay manera de hacer”, ¿encuentra esa manera?</p> <p>11. ¿Consideras que los problemas se pueden resolver de diferentes formas?</p>

					12. ¿Te gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas?
	DIMENSION 2: 2. Actitud emprendedora	2.1. Iniciativa 2.2. Asume riesgos 2.3. Autoconfianza	33.3	12	13. ¿Eres persona decidida y determinante a la hora de conseguir tus objetivos? 14. ¿Con facilidad tomas decisiones ante situaciones no cotidianas? 15. ¿Si tienes la oportunidad lanzar un nuevo producto o servicio al mercado, lo harías? 16. ¿Consideras que tu actitud fue determinante a la hora de emprender tu negocio? 17. ¿Te es fácil tomar decisiones bajo presión? 18. ¿Estás dispuesto a esperar la solución de algún problema? 19. Si en tus decisiones sabes que puede haber inconvenientes ¿decides igual? 20. ¿Consideras que tus decisiones dependen del tipo de problema que se presenta? 21. ¿Eres persistente hasta conseguir lo planeado? 22. ¿Cuándo se te presenta un problema difícil, usted confía en que puede solucionarlo? 23. ¿Tratas de controlar algunos eventos de tu vida confiando en tus habilidades? 24. ¿Te sientes que tienes la capacidad para asumir responsabilidades?

	DIMENSION 3:	3.1. Metodología	33.3	12	25. ¿Los facilitadores o asesores del CID son ordenados y sistemáticos en sus exposiciones?
	3. Contribución del proyecto	3.2. Comunicación			26. ¿Los medios audiovisuales utilizados por el CID hacen las explicaciones más atractivas y claras?
		3.3. Financiamiento /Facilita recursos necesarios			27. ¿Los cursos que le facilitó el CID tiene una buena coordinación entre teoría y práctica?
					28. ¿Los facilitadores o asesores del CID se muestran dispuestos a ayudar a aquellos que tienen dificultades?
					29. ¿La comunicación que el CID desarrolla es eficaz?
					30. ¿El mensaje o información que el CID le facilitó fue claro?
					31. ¿El mensaje o información que el CID le facilitó se efectuó en el momento adecuado?
					32. ¿Existió canales de comunicación adecuados entre el CID y usted?
					33. ¿El CID le facilitó los recursos materiales que necesitaba para emprender su negocio?
					34. ¿El CID le facilitó los recursos económicos que necesitaba para emprender su negocio?
					35. ¿El CID fue su principal fuente de financiamiento para emprender su negocio?
					36. ¿Consideras el financiamiento del CID suficiente para emprender su negocio?
			100%	36	

Anexo 4: Ficha de validación por criterios de jueces o expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I.-DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:

*Factores de éxito para la Gración de MYPES: Caso
Colectivo integral de desarrollo en la región de Apurímac,
2014-2016.*

II.-DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: *Simón José Cama Flores*

Grado Académico: *Magister en Administración*

Fecha: *06 / 09 / 2017*

III.-OBSERVACIONES EN CUANTO A:

FORMA: (Ortografía, coherencia, redacción)

Revisar gramática, el Orden

ESTRUCTURA (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e items)

*Revisar la matriz de consistencia y matriz
de Operacionalización de Variables*

CONTENIDO (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

Revisar las Preguntas del instrumento

IV.-VALIDACIÓN:

Luego de observado el instrumento **Procede** **no Procede** para su aplicación

Procesar Corrección de las observaciones



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

Simón José Cama Flores

Mg. Simón José Cama Flores
DOCENTE

Sello y Firma del Evaluador

DNI: *24461156*

FORMATO DE VALIDACION DE JUICIO EXPERTO

I. GENERALIDADES

Nombres y Apellidos David Valreymond Tacora
Grado académico Licenciado en Administración
Fecha: 05.1.09.17.

II. OBSERVACIONES

FORMA:
.....
.....
.....

ESTRUCTURA:
.....
.....
.....

CONTENIDO:
Mejorar o especificar la muestra en cuadros.
.....
.....

III. VALIDACION

Luego de la evaluación el instrumento Procede No procede
para su aplicación


.....
DNI N° 01865868

FORMATO DE VALIDACION DE JUICIO EXPERTO

I. GENERALIDADES

Nombres y Apellidos: Juan Cielo Ramirez Cajamarca
Grado académico: Maestro en Administración
Fecha: 05.1.09.17

II. OBSERVACIONES

FORMA:

.....
.....
.....

ESTRUCTURA:

Mejorar.
.....
.....
.....

CONTENIDO:

Mejorar Items de los reactivos.
.....
.....
.....

III. VALIDACION

Luego de la evaluación el instrumento Procede No procede
para su aplicación


UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGÜELLES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
Juan Cielo Ramirez Cajamarca
Me. Lic. Adm. Juan Cielo Ramirez Cajamarca

DNI N° 09598927

Anexo 5: Fotografías de la Investigación



Aplicación encuesta a una emprendedora - bizutería



Encuestando a la joven emprendedora en av. Barcenas-Abancay



Aplicando la encuesta a los beneficiarios en un taller-Andahuaylas



Aplicando la encuesta a un joven emprendedor – tienda de zapatería

Factores de éxito para la creación de MYPES						
N°	ÍTEMS	ESCALA VALORATIVA				
		Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
1	¿Crees que para emprender un negocio es necesario poseer conocimientos especializados?					
2	¿Un emprendedor debe formarse o especializarse en temas de negocios?					
3	¿El CID te brindo los conocimientos especializados que necesitabas para emprender tu negocio?					
4	¿Te consideras profesionalmente bueno (a) en aquello que sabes hacer?					
5	¿Tuvo alguna experiencia/conocimiento en gestión/administración de negocios antes de asistir al CID?					
6	¿Hay alguien en la familia o entorno de amistad con negocio propio, donde participaste antes de asistir al CID?					
7	Acudirías a Empresarios expertos para solicitar ayuda sobre algún problema en tu negocio					
8	Apoyado en tu experiencia, recomiendas acudir a expertos ante algún problema de negocios.					
9	¿Crees que eres una persona adaptable a los cambios?					
10	Si existe algo que "no hay manera de hacer", ¿encuentra esa manera?					
11	¿Consideras que los problemas se pueden resolver de diferentes formas?					
12	¿Te gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas?					
13	¿Eres persona decidida y determinante a la hora de conseguir tus objetivos?					
14	¿Con facilidad tomas decisiones ante situaciones no cotidianas?					
15	¿Si tienes la oportunidad lanzar un nuevo producto o servicio al mercado, lo harías?					
16	¿Consideras que tu actitud fue determinante a la hora de emprender tu negocio?					
17	¿Te es fácil tomar decisiones bajo presión?					
18	¿Estás dispuesto a esperar la solución de algún problema?					

19	Si en tus decisiones sabes que puede haber inconvenientes ¿decides igual?					
20	¿Consideras que tus decisiones dependen del tipo de problema que se presenta?					
21	¿Eres persistente hasta conseguir lo planeado?					
22	¿Cuándo se te presenta un problema difícil, usted confía en que puede solucionarlo?					
23	¿Tratas de controlar algunos eventos de tu vida confiando en tus habilidades?					
24	¿Te sientes que tienes la capacidad para asumir responsabilidades?					
25	¿Los facilitadores o asesores del CID son ordenados y sistemáticos en sus exposiciones?					
26	¿Los medios audiovisuales utilizados por el CID hacen las explicaciones más atractivas y claras?					
27	¿Los cursos que le facilito el CID tiene una buena coordinación entre teoría y práctica?					
28	¿Los facilitadores o asesores del CID se muestran dispuestos a ayudar a aquellos que tienen dificultades?					
29	¿La comunicación que el CID desarrolla es eficaz?					
30	¿El mensaje o información que el CID le facilito fue claro?					
31	¿El mensaje o información que el CID le facilito se efectuó en el momento adecuado?					
32	¿Existió canales de comunicación adecuados entre el CID y usted?					
33	¿El CID le facilito los recursos materiales que necesitaba para emprender su negocio?					
34	¿El CID le facilito los recursos económicos que necesitaba para emprender su negocio?					
35	¿El CID fue su principal fuente de financiamiento para emprender su negocio?					
36	¿Consideras el financiamiento del CID suficiente para emprender su negocio?					

.....**Gracias por su colaboración**.....

Anexo 7: Constancia de aplicación de instrumentos



CONSTANCIA DE APLICACIÓN

EL DIRECTOR EJECUTIVO DE COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO DE LA REGIÓN APURÍMAC, QUE SUSCRIBE,

DEJA CONSTANCIA

Que en el organismo no gubernamental denominado colectivo integral de desarrollo, se aplicó la encuesta de trabajo de investigación “**Factores de éxito para la creación de mypes: caso Colectivo Integral de Desarrollo en la Región Apurímac, 2014-2016**” a cargo del Br. Nory Quispe Altamirano, lo cual se aplicó a todos los jóvenes con negocio en funcionamiento, beneficiarios de las capacitaciones, talleres de dicha ONG.

Se expide la presente constancia a pedido del interesado para los fines que estime por conveniente.

San Jerónimo, 13 de setiembre del 2017



Bady Acuña Franco
Director Ejecutivo
COLECTIVO INTEGRAL DE DESARROLLO



135

Av. La Fontana 1233 Of. 301
Urb. Pablo Bonner, La Molina - Lima
T. (51-1) 628 2650
www.cid.org.pe

