



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
PÚBLICA**

TESIS

**Programa de Sensibilización para Fortalecer
el Emprendedurismo de los Habitantes del
Distrito de Cajamarca, 2018**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

Autor:

Bach. Julca Rojas Melchora

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6072-5001>

Asesor:

Dr. Reyes Reyes Carla Angélica

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7333-383X>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2019

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADO

Título de la tesis

**PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA
FORTALECER EL EMPRENDEDURISMO DE LOS
HABITANTES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA,
2018**

Asesor (a): **Mg. Reyes Reyes Carla Angélica**
Nombre Completo Firma

Presidente (a): **Mg. Reyes Reyes Carla Angélica**
Nombre completo Firma

Secretario (a): **Dr. Mego Núñez Onésimo**
Nombre Completo Firma

Vocal (a): **Dr. Villanueva Calderón Juan Amílcar**
Nombre Completo Firma




DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la DECLARACIÓN JURADA, soy **egresada** del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autora del trabajo titulado:

PROGRAMA DE SENSIBILIZACION PARA FORTALECER EL EMPRENDEDURISMO DE LOS HABITANTES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Julca Rojas Melchora	26602535	
----------------------	----------	---

Pimentel, 2 de Junio de 2019

DEDICATORIA

A mi familia, por ser la fuente de motivación para poder superarme, por el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTOS

A Dios quien siempre me iluminó, y me brindó el conocimiento y sabiduría al elegir mi carrera. A mi paciente familia por su respaldo incondicional. A mis profesores por su asesoramiento. A todos los entrevistados por colaborar desinteresadamente.

RESUMEN

La siguiente Tesis determinó la actitud emprendedora de las personas del distrito de Cajamarca. Se llevó a cabo esta investigación como respuesta al problema planteado: ¿Cuáles son los factores que alimentan el Emprendedurismo de los cajamarquinos?, como también al objetivo general, los objetivos específicos: Describir cuales son los factores que alimentan el emprendedurismo de los cajamarquinos, Consultar libros y revistas, navegar en la web a fin de recolectar información sobre los factores que alimentan el emprendedurismo, Indagar a personas a fin de encontrar emprendedurismo o espíritu emprendedor en ellas, Analizar los factores que determinaron el emprendedurismo en las personas que lograron el éxito empresarial. Se realizó una investigación de tipo cuantitativa, exploratoria, no experimental descriptivo. La población investigada son 250 personas del distrito de Cajamarca de los cuales se seleccionaron 50 personas como muestra llevando a cabo un muestreo aleatorio simple, ejecutando la entrevista respectiva y la recolección de la información para la validación y veracidad de los resultados. Los resultados de la población estudiada mostraron que, el factor que alimenta esencialmente el emprendedurismo de los cajamarquinos, es la pobreza y la necesidad económica, ya que, tiene mayor preponderancia que la buena formación académica, la conducta extravertida y la aceptación social.

Palabras Claves: Emprendedurismo, actitud emprendedora, espíritu emprendedor, iniciativa empresarial.

ABSTRACT

The following Thesis determined the entrepreneurial attitude of the people of Cajamarca district. This research was carried out in response to the problem posed: What are the factors that feed the Entrepreneurship of Cajamarca ?, as well as the general objective, the specific objectives: Describe what are the factors that feed the entrepreneurship of the Cajamarquinos, Consult books and magazines, surfing the web in order to collect information on the factors that fuel entrepreneurship, investigate people in order to find entrepreneurship or entrepreneurial spirit in them, analyze the factors that determined entrepreneurship in the people who achieved business success. A qualitative, explorative, non-experimental descriptive investigation was carried out. The population investigated were 250 people from the district of Cajamarca, of which 50 people were selected as sample, carrying out a simple random sampling, executing the respective interview and collecting the information for the validation and veracity of the results. The results of the studied population showed that, the factor that feeds essentially the entrepreneurship of the people of Cajamarca, is the poverty and the economic necessity, since, it has greater preponderance than the good academic formation, the extraverted behavior and the social acceptance.

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurial spirit, entrepreneurial spirit, entrepreneurial initiative.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
CAPITULO I	13
INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad Problemática.....	15
1.1.1. Nivel Internacional.....	15
1.1.2. Nivel Nacional	17
1.1.3. Nivel Local.....	19
1.2. Trabajos previos	21
1.2.1. Nivel Internacional.....	21
1.2.2. Nivel Nacional	31
1.2.3. Nivel Local.....	32
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	35
1.3.1. Factores que favorecen al nacimiento del emprendedurismo	35
1.3.2. Definición de la terminología	37
1.4. Formulación del problema	39

1.5.	Justificación e importancia de la investigación	39
1.6.	Hipótesis.....	39
1.7.	Objetivos de la investigación	40
	1.7.1. <i>Objetivo General</i>	40
	1.7.2. <i>Objetivos Específicos</i>	40
CAPITULO II		41
MARCO TEÓRICO.....		41
2.1.	Tipo y diseño de investigación.....	42
	2.1.1. <i>Tipo de investigación:</i>	42
	2.1.2. <i>Diseño de la investigación:</i>	42
2.2.	Población y muestra	43
	2.2.1. <i>Población</i>	43
	2.2.2. <i>Muestra</i>	43
2.3.	Variables, Operacionalización	43
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ...	44
2.5.	Procedimiento para la recolección de datos	45
2.6.	Análisis estadístico e interpretación de datos	46
2.7.	Criterios de rigor científico	46
	2.7.1. <i>Criterios éticos</i>	47
	2.7.2. <i>Criterios de rigor científico</i>	48
CAPITULO III		49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		49
1.1.	Resultados en tablas	50

1.1.1. Conocer los factores que alimentan el emprendedurismo en los cajamarquinos.....	50
1.2. Discusión de resultados.....	59
1.3. Propuesta de Investigación	61
1.3.1. Título de la Propuesta.....	61
1.3.2. Desarrollo de la propuesta.....	61
II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	69
ANEXOS	71
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	71
Anexo 2: Instrumento	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	44
Tabla 2 Criterios éticos de la investigación	47
Tabla 3 Distribución de la población según género.....	50
Tabla 4 Distribución de la población según edad.....	51
Tabla 5 ¿Cree que es emprendedor?	52
Tabla 6 Por qué cree que ¿ es emprendedor?	53
Tabla 7 ¿Siempre ha tenido el dinero para satisfacer sus necesidades básicas?	54
Tabla 8 Grado de instrucción.....	55
Tabla 9 ¿Ha estado o está dentro de los primeros lugares en su carrera?	56
Tabla 10 ¿Qué tan continuo la gente utiliza sus productos o servicios?	57
Tabla 11 Reputación empresarial dentro del mercado.....	58
Tabla 12 Plan de actividades y presupuestos administrativos	64
Tabla 13 Plan de actividades y presupuestos constitutivos	65
Tabla 14 Plan de actividades y presupuestos totales.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de la población según género	50
Figura 2 Distribución de la población según edad.	51
Figura 3 ¿Cree que es emprendedor?	52
Figura 4 ¿Por qué cree que es emprendedor?	53
Figura 5 Insolvencia económica	54
Figura 6 Analfabetismo.	55
Figura 7 Buena formación académica	56
Figura 8 Adaptación social	57
Figura 10 Buen nombre de la empresa	58

CAPITULO I
INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En las últimas tres décadas en nuestro país se afrontó una situación social, económica y política muy hostil, como, bajos salarios, alza de los precios de los productos de primera necesidad, inflación, corrupción, terrorismo, en fin, el país ha venido recuperándose de todos estos sucesos que atentaron hasta con la propia vida de la nación, es por ello que, las personas se tienen que ingeniar, tienen que inventar una serie de actividades para poder subsistir, con el tiempo los pequeños negocios se han incrementado desmesuradamente, por ejemplo, la venta de salchipapas, anticuchos, raspadillas, hasta el propio servicio público con las mototaxi, en suma, el Perú vive una pujante pero productiva expansión económica, que a veces se ve afectado por las ideologías y políticas implantadas a través de nuestras leyes, por decir, el capitalismo.

Nuestra región Cajamarca en los últimos cinco años ha sufrido la inclemencia de las autoridades, ya que, estos en vez de promover la industria, la agricultura, la ganadería, el turismo, solo se ha ocupado de luchar contra algo que, en resumidas cuentan a todos nos conviene, es decir, la actividad minera, así que, toda la población cajamarquina en la actualidad lucha por salir adelante, por sus familias, por sus profesiones, por su necesidad, por su economía, la que esperamos mejore por el bienestar común.

1.1. Realidad Problemática

1.1.1. Nivel Internacional

El emprendedurismo remonta su origen hasta hace cientos de años, ya que, este espíritu optimista que, obviamente no todos tenemos el noble privilegio de tenerlo, aquí presentamos a algunos hombres que obtuvieron la celebridad, por avivar este espíritu emprendedor, pero, lo más resaltante es que, cuando se estudia a fondo a estos personajes, nos damos cuenta de que, las personas de su entorno incluyendo a su propia familia, nunca creyeron en ellos, es decir, se deja notar, el grado de determinación de estas personas, a continuación:

Dell, Inc. NASDAQ: DELL, una firma multinacional con sede en Round Rock, Texas, es una empresa que se dedica a la creación, fabricación, comercialización y asistencia técnica de servidores y computadoras personales, conmutadores de red, software, periféricos y otros productos tecnológicos o lo que tenga que ver con ello. En el 2008, contaba con una plantilla de 95.000 empleados distribuidos por todo el mundo. A lo largo de las décadas de los 70 y 90, esta corporación experimentó un crecimiento considerable y se convirtió en el principal fabricante de PC y a nivel mundial los servidores que durante varios años. No obstante, en el año 2008, cedió ese puesto al ocupar el segundo lugar, por detrás de Hewlett-Packard. En 2006, la revista Fortune clasificó a Dell como la compañía más grande del mundo en su lista Fortune 500 y como la octava empresa más admirada en los Estados Unidos en su lista 'Top 25 (Castillo, 2014, p. 98)

Google Inc. Esta es la narrativa de cómo dos amigos Jóvenes empezaron un negocio que dieron inicio a una empresa de primera línea que es reconocida en todo el mundo, Google Inc. es la empresa propietaria de la marca, y su producto principal es el conocido motor de búsqueda que lleva el mismo nombre. Fue fundada el 7 de septiembre de 1998 por Larry Page y Sergey Brin, quienes eran estudiantes de doctorado en Ciencias de la Computación

en la Universidad de Stanford. Aunque el motor de búsqueda es su producto principal, la empresa también ofrece diversos servicios adicionales, como un comparador de precios que en un principio se llamó Froogle y más tarde se renombró como por supuesto, aquí tienes una parafrasea de la oración: "Google Product Search, que es un motor de búsqueda diseñado para buscar archivos almacenados en discos locales, se conoce como Google Desktop Search. También, ofrecen un servicio de correo electrónico llamado Gmail, que a partir del 24 de septiembre de 2008 brinda a sus usuarios más de 7 GB de espacio, con una constante expansión de aproximadamente 36 bytes por 2". Muy aparte es ampliamente reconocido su aplicación Google Earth consiste en un mapa tridimensional del mundo con imágenes de alta calidad. Recientemente, han introducido la versión beta de su servicio de mensajería instantánea basado en Jabber/XMPP, denominado Google Talk (Castillo, 2014, p. 234)

HENRY FORD: Nacido en Dearborn, Michigan, en 1863, este empresario estadounidense, a pesar de tener una educación básica, adquirió habilidades en calidad de maquinista especializado en la industria de Detroit. Su interés por los automóviles surgió cuando los alemanes Daimler y Benz iniciaron a introducir los vehículos en el mercado alrededor de 1885. Ford comenzó a experimentar con la construcción de prototipos, aunque sus primeros intentos no tuvieron éxito. No fue hasta su tercer emprendimiento en 1903 que cuando finalmente alcanzó el éxito con la creación de la compañía Ford Motor. La visión de Ford era la creación de automóviles asequibles y simples diseñados para la clase media de Estados Unidos, que hasta ese momento no podía permitirse el lujo de comprar automóviles, ya que estos eran costosos y producidos de manera artesanal. Gracias a su icónico modelo T, Ford democratizó el acceso a los automóviles y desempeñó un papel fundamental en la llegada de la era del consumo en masa, lo que tuvo un impacto significativo en la vida cotidiana, en los patrones de trabajo y en la apariencia de las ciudades, marcando el comienzo de la "civilización del automóvil" del siglo XX. El éxito de Ford se debió en gran medida a su innovador enfoque en la reducción de costos de producción a través de la

producción en serie, un método conocido como fordismo, se basaba en la inspiración de procesos de trabajo de mataderos en Detroit. Este método incluía la utilización de una cadena de montaje con cintas transportadoras y guías que movían automáticamente el chasis del automóvil a través de diversas estaciones de trabajo, donde grupos sucesivos de trabajadores llevaban a cabo las tareas asignadas hasta que el automóvil estuviera completamente ensamblado. El sistema de piezas intercambiables, que se había probado mucho antes en fábricas estadounidenses de armas y relojes, resultaba en una reducción de costos en la producción y en las reparaciones mediante la estandarización del producto (Castillo, 2014, p. 77)

1.1.2. Nivel Nacional

En el marco nacional se ha vivido por la coyuntura social, económica y política, un emprendedurismo un poco apresurado y, además. Obligatorio, ya que, todas personas compiten por salir adelante, más aun, cuando las circunstancias así las exigen. La revista Gestión realizó en el Perú una entrevista a dos empresarias exitosas a cargo de empresas renombradas en nuestro medio, así que desde esta forma nos explican cómo está la situación empresarial en nuestro país.

“En la década de los 90, Perú se esforzaba por dejar atrás los tiempos de hiperinflación y el caos que prevalecía en el país, lo que implicó varios años para lograrlo” (Gestión, 2015, p. 42)

Durante mucho tiempo, esta circunstancia llevó a que los residentes de las regiones se trasladaran a la capital en busca de mejores perspectivas económicas, pero la realidad les presentó dificultades. Como resultado, la creatividad del pueblo peruano comenzó a ser una fuerza impulsora para sobrevivir (Gestión, 2015, p. 97)

De esta manera, el concepto de "emprendimiento" se origina como respuesta a una necesidad ¿En qué consiste el emprendimiento motivado por la necesidad? Se refiere a la ejecución rápida de una idea empresarial sin una comprensión previa del potencial del mercado para generar ingresos (Gestión, 2015, p. 154)

“La carencia de oportunidades laborales durante la década de los 90 llevó a individuos a explorar el autoempleo y establecer sus propios negocios, aunque en su mayoría lo hacían por necesidad, principalmente en los campos de Comercio y Servicios” (Gestión, 2015, p. 76)

El empresario peruano surge de la necesidad, busca oportunidades para establecer su propia empresa, parte desde cero. Lamentablemente, el Gobierno no ha implementado ni cuenta con políticas públicas de respaldo al emprendimiento", afirmó Bronny Loayza, quien es el gerente de Perú Global Projects. También señaló la carencia de interés gubernamental ha llevado a los empresarios se agrupen en conglomerados industriales y comerciales en lugares como Los Olivos, Villa El Salvador y el Emporio Comercial de Gamarra. De ese entorno han surgido emprendedores que actualmente disfrutan de éxito y sirven como modelos ejemplares para otros emprendedores (Gestión, 2015, p. 15)

En contraste, Patricia Jiménez, quien ocupa el cargo de Directora de Desarrollo de Negocios para América Latina en Opino, destacó la presencia de numerosos emprendedores sociales en Perú que se esfuerzan por abordar los desafíos más apremiantes de la sociedad peruana, en especial, aquellos relacionados con la educación, el transporte, la higiene y la salud. " Estas son las tres áreas en las que los emprendedores se enfocan con mayor frecuencia". (Gestión, 2015, p. 18)

“A medida que los años pasaron y las leyes se adaptaron, el entorno se volvió más propicio para la formación de nuevos emprendedores en Perú, los cuales se han transformado en grandes empresas en la actualidad”. (Gestión, 2015, p. 3)

El actual empresario solía ser en su día un emprendedor. Un ejemplo de esto es Renzo Costa, que pasó de iniciar un negocio informal y ahora dirige una empresa ejemplar con potencial para expandirse internacionalmente. También, podemos mencionar los salones de belleza Montalvo, que están experimentando un crecimiento notorio y se convierten en franquicias, dijo Loayza (Gestión, 2015, p. 43)

Jiménez señaló que se está observando un aumento en la fortaleza del entorno emprendedor en Perú. En sus propias palabras, "Hace cinco años, tal vez, cuando conversabas con algo nuevo o una nueva empresa, pocos entendían de qué se trataba y los innovadores carecían de referencias para obtener apoyo, pero hoy en día, este cambio es considerablemente más estable". El actual empresario solía ser en su día un emprendedor. Un ejemplo de esto es Renzo Costa, que pasó de iniciar un negocio informal y ahora dirige una empresa ejemplar con potencial para expandirse internacionalmente. También, podemos mencionar los salones de belleza Montalvo, que están experimentando un crecimiento notorio y se convierten en franquicias (Gestión, 2015, p. 65)

1.1.3. Nivel Local

Cajamarca, un Distrito de la Provincia de Cajamarca, y región de dicho lugar, que es un pueblo lleno de personas con aspiraciones, sueños, metas, objetivos, por lo que, surge y entra a tallar, quizá, las preguntas más comunes y a la vez más particulares, qué es lo que mueve a estas personas a trabajar cada día, cuál es su motivación, qué los mantiene activos minuto a minuto en sus centros de trabajo, por qué el deseo de surgir, de ser grandes, de ser reconocidos por sus semejantes.

Al parecer, tenemos, al igual que muchas preguntas y diversas respuestas, como la pasión que invade cada cuerpo de avanzar, ver hijos crecer, ver sueños cumplidos, metas alcanzadas, negocios constituidos, empresas formalizadas, etc.

Si alguien quisiera describir a una persona residente de Cajamarca, tendrá que hacerlo teniendo en cuenta su espíritu emprendedor, ese deseo de darlo todo por conseguir un empleo digno, y por qué no, uno que generen por sí mismos.

Qué es ser una persona emprendedora, sino, solo aquella que propone en su corazón y mente el aperturar, iniciar, empezar, alguna obra que en su momento por más pequeña que parezca ser, es gigante. La satisfacción que siente una persona cuando logra llegar a la plenitud máxima de su desarrollo es algo indescriptible, aquella que solo surge de una palabra, “emprendedurismo” y que si existe y convive con las personas hará de ellas gente de éxito apasionados por lo que hacen.

En nuestro trabajo nos ocuparemos en, determinar y describir los factores que alimentan el emprendedurismo de los cajamarquinos, ya que, ciertamente es ese espíritu que ayuda a la gente a superarse, a salir adelante, a surgir, a sobresalir.

Podemos darnos cuenta que en nuestra sociedad las personas, no sabemos, si por la mala formación académica, la formación familiar, la aceptación social, desinterés del estado, no logran establecerse como los propios dueños de su trabajo, esfuerzo y resultados. Sino, que esperan conseguir un empleo dependiente de otros, ya sea del Estado o de los mismos particulares.

Nos daremos cuenta, pues, que, necesitamos saber si tenemos dentro nuestra la capacidad de crear trabajo, trabajar y generar trabajo para otros, actos y obras que no la gente común puede hacer, sino, solo teniendo ese espíritu emprendedor.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Nivel Internacional

En la Escuela de Administración de la Universidad de Oriente de Cumaná en Venezuela se realizó un estudio importante y parecido al que nosotros iniciamos con este proyecto, el cual, está relacionado con el emprendedurismo, a continuación, una breve sintaxis.

El emprendimiento es, sin lugar a dudas, un tema de estudio emocionante que atrae la atención de muchas personas, la mayoría de las cuales están relacionadas con el ámbito universitario. Aunque hay muchas razones para este interés, no pretendemos abordarlas en esta presentación. “El propósito es destacar las iniciativas emprendedoras que están surgiendo en el entorno universitario, lideradas por uno de los segmentos más significativos de esa comunidad, que es el cuerpo estudiantil” (Díaz, 2016, p. 98)

Un número significativo de jóvenes está implementando ideas que previamente quizás no habían contemplado. Algunos no lo hicieron debido a que no habían sentido la necesidad de demostrar su capacidad emprendedora, mientras que otros tuvieron diversas razones que no es apropiado profundizar en este momento.

¿Cuál es la razón de este cambio? A nivel global, el mundo ha experimentado transformaciones significativas. En su libro "La Era de la Información", el primer volumen de la trilogía, Manuel Castells identifica los acontecimientos clave que han definido el quiebre entre lo que solía ser y lo que ahora representa la vida en todo el mundo experimentó cambios significativos a fines del siglo XX, marcando el inicio de una nueva era ampliamente reconocida como la Era Digital, de la Información o del Conocimiento. En el contexto académico se debate sobre el declive de las carreras tradicionales, argumentando que estas solían basarse en modelos de estudio obsoletos que anteriormente se consideraban como el

ideal de empleo seguro y deseable. Se sostiene que la educación se diseñaba para formar empleados en lugar de fomentar la creación de empleo. Todas estas transformaciones y más, indican se han experimentado transformaciones sustanciales que han tenido un impacto significativo un impacto en la vida de los estudiantes universitarios. El espíritu emprendedor se ha vuelto prominente y ha irrumpido en el ámbito que anteriormente estaba tradicionalmente asociado con el ámbito académico, este estudio presenta los hallazgos obtenidos en una investigación realizada con 50 jóvenes estudiantes universitarios que están involucrados en actividades emprendedoras. Los resultados indican la existencia del espíritu emprendedor, el cual se ve potenciado cuando los individuos poseen un sólido bagaje de conocimientos profesionales, de gestión y administrativos (Díaz, 2016, p. 66)

Antes de comenzar esta tarea, es fundamental definir los términos clave que serán empleados a lo largo de la exposición. A pesar de su existencia durante un período prolongado, el emprendimiento, como tema de estudio e investigación, ha sido descrito como un "paradigma naciente sin una base teórica sólida". Algunos lo consideran pre-paradigmático porque, a pesar de su historia, los expertos en el campo aún no han llegado a un consenso sobre las categorías y conceptos fundamentales que deben ser definidos de manera uniforme para otorgarle validez (Díaz, 2016, p. 45)

Para evitar desacuerdos, hemos decidido adoptar el enfoque conceptual del Centro de Emprendimiento de la Universidad de Miami en Ohio, que describe el emprendimiento como 'el proceso de reconocer, desarrollar y materializar una visión, que puede ser una idea innovadora, una oportunidad o simplemente una mejora en la forma de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa en condiciones de riesgo y con una incertidumbre considerable (Díaz, 2016, p. 76)

Por otra parte, se describe al emprendedor como alguien que genera ideas y las nutre hasta que pueden prosperar por sí mismas, liberando a su creador de guiarlas de por vida con su creatividad e ingenio. Por otro lado, Díaz argumenta que un emprendedor es alguien

que reconoce una oportunidad y funda una entidad para aprovecharla. En este contexto, se puede inferir que la búsqueda de una oportunidad a través de la creación de una nueva entidad es una parte inherente de la actividad emprendedora (Díaz, 2016, p. 65)

Los objetivos planteados por (Díaz, 2016), los objetivos de esta investigación incluyen lo siguiente:

- Comprobar la presencia de emprendedores en la Universidad de Oriente.
- Identificar las razones que impulsan a estos jóvenes a emprender.
- Exponer la circunstancia o el acontecimiento que los llevó a materializar sus conceptos.
- Compartir los logros alcanzados.

Resultados obtenidos por (Díaz, 2016) en la mencionada investigación:

En el primer grupo, se observa que el rango de edad promedio de los emprendedores se sitúa en torno al intervalo de 21 a 25 años, abarcando el 74% de ellos; un 16% tiene edades entre 26 y 30 años; un 8% se encuentra en el rango de 16 a 20 años, y un 2% tiene edades comprendidas entre 31 y 35 años. En lo que respecta al género, el 76% de la muestra corresponde a mujeres, mientras que el 24% restante se compone de hombres (p. 43)

Del conjunto de encuestados, el 64% está en situación de soltería, el 32% tiene una relación de pareja, el 10% afirma estar casado, y solo un 4% ha experimentado un divorcio.

En cuanto a la disciplina académica que siguen, el 40% se encuentra estudiando Administración, el 28% está matriculado en la carrera de Gerencia de Recursos Humanos, el 16% se especializa en Contaduría, el 10% se dedica a Trabajo Social, el 4% se centra en Biología y un 2% cursa Matemáticas.

En lo que respecta al nivel de avance en sus estudios, los datos indican lo siguiente: el 24% se encuentra en el séptimo semestre de su carrera, el 16% se encuentra en el sexto semestre, el 14% en el quinto, el 12% en el décimo, el 10% en el octavo y el noveno, el 5% está cursando el tercer y cuarto semestre respectivamente, y un 2% está en los primeros dos semestres de su carrera.

En cuanto al estrato socioeconómico, los resultados muestran que el 70% se identificó como perteneciente a la clase media, el 16% a la clase baja, y el 14% restante a la clase alta.

En relación a su situación familiar, se observa el 50% reside con sus padres, siendo que el 96% de ellos cuentan con su madre con vida, y 90% menciona que el padre está vivo. Esto da un resultado que un 4% y un 10% han fallecido. El 26% vive de manera independiente en una residencia, y el 24% restante comparte vivienda con su pareja.

En el segundo conjunto de datos relacionados con el inicio de sus esfuerzos emprendedores, se observa lo siguiente: el 76% comenzó su camino emprendedor mientras estaban en la universidad, mientras que el 24% restante dio sus primeros pasos a lo largo de la etapa de la enseñanza secundaria. Del total, el 54% informa que inició entre los 21 y 25 años, un 28% lo hizo entre los 26 y 30 años, un 16% comenzó en el rango de edades de 16 a 20 años, mientras que el 2% restante lo hizo en el intervalo de 12 a 15 años.

Cuando se les consultó acerca de situaciones particulares que los hayan influido, las respuestas fueron las siguientes: el 50% mencionó que la situación política del país fue un factor motivador, el 36% indicó que los altos niveles de desempleo tuvieron un impacto, el 8% mencionó la pérdida de uno de sus padres, el 4% atribuyó su motivación al ingreso a la universidad, y el 2% restante destacó que la disminución de las perspectivas profesionales en la universidad los llevó a dar una respuesta que se esperaba en lugar de una basada en la seguridad.

En la pregunta número 13, se intentó explorar el nivel de autoconciencia de estas personas sobre sí mismas. Por lo tanto, se les preguntó: "¿Se considera usted un emprendedor?" y el 100% respondió de manera enfática que sí. Luego, en la sección cuarta de la encuesta, se volvió a abordar esta pregunta. Un 4% de los encuestados buscó trabajo antes de emprender su propio negocio, en contraste con el 96% restante que no lo hizo. En vista de esta situación, se les preguntó: "¿Cuál fue la razón por la que no buscaron empleo como asalariados?" y sus respuestas fueron las siguientes: el 48% mencionó que Disfruta de la autonomía para tomar sus decisiones personales el 32% afirmó que tenía una idea sólida y confiaba en sí mismo, el 10% argumentó que no a un 90% le agrada tener un superior, mientras que el 10% restante mencionó que no disfruta de seguir horarios rigurosos.

Cuando se les preguntó si el proyecto que estaban desarrollando era el primero que emprendían, el 56% respondió que sí, mientras que el 44% restante dijo que no. De entre el 16% que tenía experiencia previa en otros proyectos, el 16% atribuyó el fracaso de su primer proyecto por carencia de apoyo financieros, el 10% a los escasos de tiempo dedicado, otro 10% a la inexperiencia y el 8% a su propia inmadurez en ese momento. De las 22 personas, es decir, el 44% que afirmó que no era su primer proyecto, el 100% mencionó que solo habían emprendido un proyecto en otro momento.

Para entender su contexto y tener la capacidad de justificar el origen de su mentalidad emprendedora, se les planteó la siguiente pregunta: "¿Recibió influencia o inspiración de alguien?" y el 100% respondió afirmativamente. El 44% mencionó que fue influenciado por su madre, el 30% por su padre, el 14% por Un 6% fue influenciado por profesores universitarios, otro 6% por familiares cercanos y también un 6% por amigos.

Con respecto a lo que los impulsó a iniciar su propia empresa, los hallazgos se presentaron de la siguiente manera el 36% lo hizo para demostrar su capacidad, el 28% para ver sus productos en el mercado, el 24% por la necesidad de materializar sus ideas, el 4%

con el deseo un 4% lo hizo con la intención de respaldar a su familia, otro 4% con la finalidad de obtener ingresos, y el 4% restante por el deseo de progresar.

Además, consideramos valioso explorar sus creencias religiosas, por lo que les planteamos la siguiente pregunta: "¿Cree usted que la fe religiosa es fundamental para alcanzar el éxito?" El 52% respondió afirmativamente, mientras que el 48% lo negó. A aquellos que consideraban importante la fe religiosa, se les consultó: "¿fueron sus convicciones religiosas un factor que afectó su motivación para iniciar un negocio?" El 80% respondió que no, y el 20% restante afirmó que sí. En relación a estos aspectos, algunos comentaron que "sus creencias religiosas no tuvieron ninguna influencia en sus aspiraciones emprendedoras".

En este contexto, se les cuestionó sobre su percepción como trabajadores. El 100% de los encuestados se identificó de manera decidida como trabajadores autónomos, rechazando la etiqueta de trabajadores informales. Posteriormente, se les preguntó si habían registrado su negocio, y el 56% confirmó que lo había hecho, mientras que el 44% restante estaba en proceso de legalizar su empresa. No obstante, algunos que se enfocan en la venta de productos (un 27% de las 22 empresas no registradas) señalaron que no veían la necesidad de hacerlo a corto plazo, aunque reconocieron que podría ser necesario si continuaban creciendo.

Posteriormente, se indagó acerca de su experiencia como empresarios. El 56% informó sentirse muy satisfecho, el 36% se encontraba en una situación positiva, y el 8% restante indicó que su experiencia era promedio. Ante esta respuesta final, se les formuló una pregunta por qué, y el 50% de ellos comentó que "habían desperdiciado una buena oportunidad de negocio", el 25% indicó que había tenido un fracaso, y el otro 25% señaló que no había cumplido con las expectativas.

En el tercer conjunto de preguntas, se abordaron temas relacionados con la identidad de sus empresas, incluyendo el nombre de la misma. Se descubrió que el 100% de los

encuestados tenía un nombre para su empresa, y estos nombres generalmente estos nombres estaban asociados a sus nombres personales o estaban conectados con la actividad económica en la que se involucraban.

En lo que respecta al período de operación de la empresa, el 30% indicó que ha estado en funcionamiento durante un período de 3 a 4 años, otro 30% afirmó que tiene una antigüedad de 1 a 2 años, el 20% tiene una trayectoria de 2 a 3 años, el 10% ha estado en operación durante 4 a 5 años, y el 10% restante mencionó que ha estado en funcionamiento durante un período de 6 meses a 1 año que abrió su empresa.

En cuanto a cómo clasificar sus empresas según su actividad económica, el 48% identificó la suya como industrial, el 32% como de servicios y el 20% como comercial. No obstante, es relevante destacar el comentario adicional que ofrecieron. Todos estuvieron unánimemente de acuerdo en que sus negocios operaban como una entidad única, donde la fabricación del producto, su comercialización o distribución, y la prestación de un servicio integral al cliente, incluso personalizado, se realizaban de manera conjunta. Por lo tanto, la empresa dejaba de definirse en términos comerciales, de servicios o industriales, y pasaba a ser una empresa integral, funcional y orientada hacia una atención de alta calidad.

La diversidad de actividades económicas en las que se dedican es la siguiente: Un 12% se dedica a la transcripción y fotocopias de documentos y servicios telefónicos cada una; el 10% se enfoca en la venta de accesorios para damas y caballeros; un 8% está involucrado en peluquería, asesorías administrativas y contables, así como la fabricación y venta de confitería. En un 6%, encontramos un spa de uñas acrílicas. En un 4%, abarcan áreas como cibercafés, la creación y venta de calzados, la confección de ropa, la fabricación de joyas de bisutería, carritos de desayunos, diseño y venta de artesanía, y bordados de franelas y gorras. Con un 2%, se incluyen una distribuidora de productos de belleza, una cooperativa de taxis, servicios de manicure y pedicure a domicilio, y la elaboración y venta de cachapas.

En el cuarto segmento, se organizó la información relacionada con la formación académica, la perspectiva emprendedora y las habilidades deseadas o ya adquiridas. Cuando se les preguntó si habían participado en algún curso relacionado con el emprendimiento, el 100% respondió negativamente. A raíz de esto, se les consultó si habían tomado algún curso que hubiera sido beneficioso para sus actividades, y el 70% indicó que no, mientras que el 30% afirmó que sí. En este último caso, percibieron que dichos cursos se enfocaban en fortalecer sus conocimientos en la gestión del negocio.

En lo que respecta a los cursos que han tomado, el 50% (25 individuos) mencionó haber completado el curso de Contabilidad Saint, mientras que el 44% (22 personas) ha realizado el curso de Administración Saint. Además, un 40% (20 personas) ha participado en cursos avanzados de Internet, y un 30% (15 personas) ha cursado estudios de informática avanzada.

En esta etapa, formulamos nuevamente la pregunta: "¿Se considera usted un emprendedor?" Y, una vez más, el 100% respondió afirmativamente con un decidido "Sí". Cuando se les consultó por qué se consideraban emprendedores, el 30% indicó que era porque "puso en marcha su proyecto", el 10% mencionó que se consideraba emprendedor porque "se arriesgó", otro 10% argumentó que "tuvo miedo, pero lo superó al establecer su negocio", un 10% adicional afirmó que se consideraba emprendedor porque "se volvió independiente", y el 5% restante señaló que se consideraba emprendedor porque "inició su propia empresa".

Cuando se les preguntó si se consideraban empresarios, una vez más, todos respondieron afirmativamente, con el 100% considerándose empresarios. Esta situación indica que ellos perciben y abrazan de manera equitativa la idea de ser emprendedores y empresarios, a menudo fusionando ambos términos en uno solo. Esto plantea la cuestión: ¿Es posible que ser emprendedor sea el camino hacia convertirse en empresario?

El 40% mencionó que es porque "poseen su propia empresa", el 30% afirmó que se consideran empresarios porque "dedican esfuerzo diario", el 26% explicó que es debido a que "toman sus propias decisiones", y el 24% expresó que se consideran empresarios porque "arriesgan su dinero".

Posteriormente se les solicitó a los encuestados que indicaran las competencias que consideraban necesarias para un emprendedor empresario. Se les pidió que las marcaran en orden de importancia, desde la más relevante hasta la menos importante. Los resultados indicaron que, en primer lugar, con un 70%, se encontraron las competencias de Conocimientos Técnicos y Asumir Riesgos. En segundo lugar, con un 66%, se encontraron las competencias de Soñador e Iniciativa. En tercer lugar, con un 64%, se identificaron las competencias de ser Positivo, tener Don de Mando, estar Comprometido y ser Responsable. En cuarto lugar, con un 62%, se encontró la competencia de ser Asertivo. En quinto lugar, con un 60%, se seleccionaron las competencias de ser Innovador, Proactivo, Honesto y trabajar bien en Equipo. En sexto lugar, con un 56%, se encontró la competencia de ser Intuitivo y tener Alta Motivación al Logro. En séptimo lugar, con un 50%, se identificó la competencia de ser Altruista y saber Atender al Cliente. En octavo lugar, con un 46%, se encontró la característica de tener Deseos de Superación. En noveno lugar, con un 42%, se seleccionó la competencia de ser Caritativo. Finalmente, en décimo lugar, con un 40%, se encontró la competencia de ser Enérgico.

Resulta relevante destacar estas posiciones ya que resaltan la importancia de tener habilidades en la gestión y dirección de una empresa, al mismo tiempo que se valora la capacidad de soñar y ser visionarios.

Es importante resaltar estas posiciones ya que destacan la necesidad de tener habilidades en la gestión y dirección de una empresa, al mismo tiempo que se valora la capacidad de tener una visión y ser innovador. En cuanto a las competencias enumeradas por los encuestados, el 84% de ellos se identificó como soñador y con conocimientos

técnicos, así como con deseos de superación y habilidades para atender al público. En segundo lugar, el 80% se consideró honesto, responsable, dispuesto a asumir riesgos y altamente motivado para alcanzar objetivos. El trabajo en equipo fue valorado en tercer lugar con un 76%, mientras que la confianza en sí mismo y el altruismo ocuparon el cuarto lugar con un 70%. En quinto lugar, el 60% mencionó características como ser asertivo, positivo, caritativo, intuitivo, proactivo y comprometido con los compromisos asumidos. La innovación fue valorada en sexto lugar con un 50%, mientras que en séptimo lugar se destacó el don de mando, la iniciativa y la energía con un 40%.

En la última fase de la etapa, se les preguntó a los encuestados cómo se veían después de graduarse en unos años. Se clasificaron las respuestas por género, ya que la mayoría de los encuestados eran mujeres (76%). Las mujeres respondieron que en primer lugar (26%) se veían dando empleo a muchas personas, especialmente a su familia, y también se veían exitosas; en segundo lugar (15%), creando nuevos negocios y presidiendo una gran corporación; en tercer lugar (8%), trabajando duro y disfrutando de la vida con su familia; y finalmente, en último lugar (2%), con dinero. Por otro lado, los hombres respondieron que en primer lugar (25%) se veían exitosos y dando empleo a mucha gente, pero sin especificar si incluían a sus familiares; en segundo lugar (20%), disfrutando de los placeres sin especificar si lo harán con su familia; en tercer lugar (7%), creando nuevos negocios, con dinero y ayudando a su familia; en cuarto lugar (5%), trabajando duro; y finalmente, en quinto lugar (4%), presidiendo una gran corporación.

Las respuestas recopiladas revelaron notables discrepancias en las expectativas que tienen las mujeres y los hombres sobre sus vidas futuras.

Espíritu y Alcaraz (2012), señalan que el objetivo del estudio "Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios" (p. 46), es analizar si los jóvenes están siendo incentivados adecuadamente para tener una actitud emprendedora. Se contrastan las hipótesis sobre las competencias que desarrollan los

estudiantes con una muestra de 315 estudiantes de una universidad en México. Los resultados indican que los estudiantes de la carrera de Administración de empresas tienen una mayor intención de emprendimiento, y que la mayoría de las personas con estas actitudes son hombres y tienen una edad mayor.

El estudio "Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios" proporciona conclusiones relevantes sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes, considerando el papel de los docentes, la formación escolar y el entorno y experiencia de los estudiantes en el desarrollo de competencias emprendedoras. Se destaca que aquellos estudiantes que se ven a sí mismos con un alto perfil emprendedor son más propensos a emprender un negocio. Además, se encontró que los estudiantes de la carrera de Administración de empresas tienen una mayor intención de emprendimiento, y que la mayoría de las personas con estas actitudes son hombres y tienen una edad mayor. En cuanto al rol de los docentes, se observó que los estudiantes que perciben que los docentes promueven el espíritu empresarial tienen menos probabilidades de ser emprendedores.

1.2.2. Nivel Nacional

Zorilla (2014), el autor del estudio titulado "Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho, caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET (2007-2009)" identifica las razones que impulsaron a los estudiantes a participar en el proyecto y promueve la continuidad del espíritu emprendedor mediante la enseñanza de habilidades empresariales específicas.

El autor del estudio ha llegado a la conclusión de que los jóvenes emprendedores apoyados por el Programa de Empleo Juvenil presentan ciertas características, como mayor

potencial emprendedor en el tramo de edad de 26 a 32 años, nivel educativo y responsabilidades familiares previas, puntualidad, baja autocrítica y habilidad para aprovechar oportunidades. Además, se capacitan para mejorar sus ventas, manejar registros básicos y adquirir conocimientos en gestión de negocios. A pesar de no tener suficientes recursos financieros al inicio, están dispuestos a invertir montos significativos cuando tienen los medios. El autor promueve la enseñanza de habilidades empresariales específicas para fomentar el espíritu emprendedor.

Saravia y Weingerber (2012), el estudio "Factores que explican las competencias emprendedoras" realizó una investigación exploratoria en la que se evaluaron 74 planes de negocios para identificar las actitudes de emprendimiento más relevantes entre los estudiantes según los jurados. Se identificaron cuatro conceptos clave: aplicación de conocimientos, comunicación, manejo de información y visión empresarial. El objetivo del estudio fue identificar las competencias más importantes del perfil del emprendedor y evaluar su contribución en la elaboración de planes de negocio.

La conclusión general es que se deben revisar diversos modelos educativos para desarrollar habilidades (actitudes) emprendedoras y competencias empresariales (competencias), ya que ninguna solución única es adecuada para todos los colectivos evaluados. Por otro lado, medir las "intenciones comerciales" de los estudiantes de administración de la Universidad del Pacífico también puede conducir a cambios en el contenido, los métodos y los criterios de evaluación de los estudiantes de los cursos del programa de negocios. Por último, debemos evitar confundir la educación para la creación de nuevas empresas con la educación para el desarrollo de las PYME.

1.2.3. Nivel Local

En los departamentos de Cajamarca y los distritos de Cajamarca y Serendín se trabajó en la evaluación de los resultados del “Programa de Formación de Jóvenes Emprendedores de Cajamarca”, midiendo el impacto del programa. Programa de Formación Jóvenes Emprendedores de Cajamarca (PFJEC) – tercera etapa en la vida de los participantes egresados del programa, teniendo en cuenta el grado de sostenibilidad de las acciones realizadas para alcanzar el propósito del programa, su adecuación a las expectativas de las poblaciones atendidos y las prioridades de las políticas educativas públicas, y la eficacia y eficiencia de su desarrollo.

En este evento participaron decanos, decanos, padres de familia, alumnos y exalumnos de las escuelas mencionadas en los distritos. Los resultados de la evaluación luego de la aplicación de este proyecto son buenos porque a través de este proyecto se promueve, incentiva y estimula el espíritu emprendedor de los estudiantes, con el propósito de influir en estudiantes con habilidades especiales para iniciar un negocio o formular planes a mediano plazo. Alcance metas y alcance el éxito empresarial a través de inversiones de dinero, tiempo, aprendizaje, dedicación y más (CONACCIÓN, 2014, p. 87)

También se ha llevado a cabo un proyecto de educación empresarial en Cajamarca, Perú, en el que participaron 49 instituciones educativas, 27 escuelas urbanas y 13 escuelas rurales. Perú.

El proyecto parte de la información de que sólo el 22% de los jóvenes peruanos que completan la educación secundaria acceden a la educación superior, mientras que el 38% opta por trabajar y el 41% no estudia ni trabaja. Según el Instituto Nacional de Estadística e Información (2012), aproximadamente el 42% de la población económicamente activa del país no tiene ningún tipo de educación terciaria. En este contexto, la formación laboral en la educación básica regular cobra importancia para desarrollar en los estudiantes las habilidades necesarias para incrementar sus oportunidades laborales, identificar sus rutas de formación profesional y desenvolverse en cualquier ámbito del mercado laboral para

desenvolverse en la economía y transformarse en agentes de la sociedad. a través del trabajo dependiente, independiente o de creación propia. El Proyecto Piloto de Educación Emprendedora de Cajamarca tiene como objetivo la implementación controlada de la propuesta de la Dirección de Educación Secundaria de revisar el plan de estudios del Ministerio de Educación en el ámbito de la Educación para el Trabajo (EPT). Para ello, el Ministerio de Educación convoca a un socio con conocimiento y experiencia en educación y emprendimiento: la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). El proyecto permite recopilar sistemáticamente información sobre procesos e impactos relacionados con tres ejes principales: 1) Implementación de propuestas curriculares revisadas en el campo de la educación para el trabajo, 2) Formación, acompañamiento y visión general de la enseñanza 3) Diseño e implementación de estrategias didácticas y materiales de apoyo.

El organismo ejecutor es la OEI, en alianza con el Ministerio de Educación. Las contrapartes locales que apoyan la implementación del proyecto son las Direcciones Regionales de Educación (DRE) y Unidades de Gestión Local (UGEL) de Cajamarca y Serentín.

El periodo de ejecución es de noviembre de 2014 a diciembre de 2017 (38 meses). La iniciativa se está implementando.

Los resultados y logros alcanzados son:

- Ha habido un cambio fundamental en el enfoque del curso para que a los estudiantes ya no se les enseñe un oficio sino cómo crear su propio negocio.
- Durante las visitas de campo destinadas a entender la opinión de los estudiantes y profesores que se benefician del programa, los estudiantes expresaron su agrado por el curso debido a que pueden participar más y centrarse en sus propios intereses. A pesar de que a los profesores les ha llevado tiempo adaptarse a esta nueva metodología, están contentos al ver que los estudiantes están aprendiendo a través de proyectos.

- Más de 6,347 estudiantes de secundaria en Cajamarca y Celendín, pertenecientes a diversas instituciones educativas, han adquirido conocimientos en gestión empresarial gracias a la implementación del proyecto.
- Más de 500 pequeñas empresas han sido creadas, con sus áreas de actividad comercial determinadas por los propios estudiantes, demostrando así sus competencias en liderazgo, colaboración en equipo y comprensión de principios básicos en marketing y gestión empresarial.
- El proyecto ha facilitado la creación de la empresa "MESLOV S.A. Miel de Penca Azul", una iniciativa concebida por los alumnos de la institución educativa "Inmaculada Concepción". Esta empresa se destacó al ganar el Concurso Nacional "Crea y Emprende", organizado por el Ministerio de Educación.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Vamos a identificar los conceptos fundamentales que, a partir de ellos, nos permitirán adquirir un profundo entendimiento del tema, comprender los términos clave y abordar el problema de manera efectiva.

1.3.1. Factores que favorecen al nacimiento del emprendedurismo

Annelissie (2014), sostiene que son los siguientes:

La Libertad: la mentalidad de cualquier persona emprendedora implica iniciar, explorar, asumir riesgos, pero esto solo es viable en un entorno de libertad. La libertad brinda la posibilidad de no imponer restricciones a las ideas y de fomentar la creatividad, permitiendo así aprovechar al máximo las oportunidades.

La Educación: indudablemente, ejerce una fuerte influencia en la construcción de un espíritu emprendedor, ya que facilita la detección de oportunidades, el análisis de los recursos disponibles y la conexión efectiva entre estos aspectos.

El Entorno: el entorno en el que un emprendedor se desenvuelve constituye uno de los factores más críticos, ya que es el escenario donde se forja el perfil emprendedor. En muchos lugares, el emprendedor se promociona como un líder y una fuerza positiva en la sociedad, pero en otros entornos, se enfrenta a una realidad completamente diferente, a menudo marcada por limitaciones. El tiempo y esfuerzo invertidos por los emprendedores pueden contribuir a transformar la percepción de la sociedad acerca del valor que conlleva la actividad emprendedora.

El Escenario Institucional: este aspecto es de vital importancia, ya que fomenta el desarrollo del espíritu emprendedor al regular las actividades económicas y sociales. Por tanto, es esencial contar con un entorno estable que ofrezca un horizonte futuro bien definido y que facilite el acceso a información crucial para la toma de decisiones. Podemos sintetizar que los elementos esenciales para el surgimiento del espíritu emprendedor incluyen la libertad, la capacitación y educación, el ambiente circundante y un entorno institucional robusto

Emprendedor: La palabra 'emprendedor' se origina en la lengua española a partir del término 'emprender', que tiene sus raíces en el latín 'in' (en) y 'prendere' (agarrar o tomar). Inicialmente, en España y otros países, se usaba para referirse a individuos que hoy en día llamaríamos aventureros, especialmente en contextos militares, y con el tiempo, este sentido evolucionó hacia connotaciones comerciales. La primera definición registrada del término 'emprendedor' se encuentra en el Diccionario de autoridades de 1732, aun manteniendo estas connotaciones originales, describiendo al emprendedor como 'la persona que se compromete a llevar a cabo con resolución y determinación alguna empresa importante y desafiante'. Esta evolución está estrechamente relacionada con la palabra francesa 'entrepreneur', que comenzó a utilizarse a principios del siglo XVI. Luego, en el siglo XVIII, los franceses ampliaron el significado del término para incluir a los constructores de puentes, caminos y arquitectos.

1.3.2. Definición de la terminología

a. Emprendedurismo

Básicamente, se puede definir el emprendedurismo, como el proceso en el que una persona lleva su idea a **convertirse** en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo. (Marketing, 2014).

(Annelissie Arrázola, 2014), cree que, es importante señalar otras definiciones específicas que se han concebido en torno a la cultura emprendedora, las que, establece:

- **Definición económica.** Transferencia de recursos desde una región con bajo rendimiento hacia una de mayor productividad.
- **Definición pragmática.** Establecimiento de una novedosa empresa de pequeña escala.
- **Definición operativa.** Utilización de habilidades creativas y novedosas para mejorar una empresa que ya está en funcionamiento.
- **Definición general.** Lograr que los eventos se desarrollen o se concreten.
- **Definición popular.** La actitud emprendedora se traduce de las palabras a la acción.
- **Definición política.** Esforzarse por materializar los sueños.

b. Características del Emprendedurismo.

Cómo reconocer o identificarse con el emprendedurismo o espíritu emprendedor.

Annelissie (2014), señala que “los emprendedores no son iguales, no obstante, se puede mencionar algunas características esenciales que los emprendedores deben poseer para alcanzar sus objetivos: Valores, virtudes y actitudes” (p. 78)

Virtudes y Valores del Emprendedor

- Honestidad
- Solidaridad

- Responsabilidad
- Amistad
- Excelencia

Actitudes del emprendedor

- Mantener una visión definida de los objetivos en la vida."
- Tener fe en el propio emprendimiento/proyecto.
- Las circunstancias no se desarrollan de manera espontánea; son el resultado de nuestras acciones."
- Comprometer todo el tiempo, los recursos y el esfuerzo requeridos para alcanzar nuestras metas."
- Tomar riesgos en la vida es esencial y disfrutar de los desafíos que se presentan."
- Contar con una gran dosis de energía y vitalidad.
- Reconocer que la honestidad tiene ventajas.
- Apreciar la persistencia y el trabajo duro.
- Reconocer la importancia de la educación continua.
- Hacer el compromiso de llevar a cabo el trabajo de manera ética.
- Comprometerse con las consideraciones medioambientales y sociales.
- Prometer mantener relaciones personales estables.
- Ser efectivo en la comunicación.
- Infundir la labor con la misma pasión que se siente en el amor.
- Considerar el fracaso como el sendero que conduce al triunfo.
- Obtener habilidades técnicas.
- Reconocer que el recurso más valioso en cualquier emprendimiento es uno mismo.

c. Tipos de emprendedor

Intrapreneur: Este emprendedor emplea su habilidad dentro de la empresa u organización.

Entrepreneur: este individuo establece su propia empresa o inicia su propio proyecto emprendedor. Es importante recordar que detrás de cada inicio empresarial se encuentra un emprendedor que lo hizo realidad, y este emprendedor puede adoptar diversos roles, ya sea como emprendedor económico, social, tecnológico, altruista o político.

1.4. Formulación del problema

¿Qué factores justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018?

1.5. Justificación e importancia de la investigación

Realizamos el presente trabajo ya que sentimos la necesidad de informar a la gente qué características, factores o presupuestos, alimentan y constituyen como tal al “emprendedurismo”, algo más que un sentimiento, algo más que un querer.

El emprendedurismo como parte de nuestra vida cotidiana, como parte nuestro, es el motor que debería impulsar a las personas a la realización de sus sueños, objetivos, metas.

Sentimos responsabilidad al no hacerles conocer a las personas que pueden llegar a ser grandes empresarios, que generen trabajo para más personas y así hagan más dinámica la economía no solo nacional, sino, también, internacional.

1.6. Hipótesis

Los factores que justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018 son los siguientes:

- Pobreza y necesidad económica.
- La buena formación académica.
- Conducta extravertida – liberal.
- La aceptación social.

1.7. Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo General

Determinar los factores que justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Consultar documentos, revistas y sitios en la web a fin de recolectar información sobre los factores que alimentan el emprendedurismo a nivel local, nacional e internacional.
- Entrevistar a diversos empresarios del distrito de Cajamarca.
- Analizar los factores que determinaron el emprendedurismo en las personas que lograron el éxito empresarial.
- Elaborar una propuesta teniendo en cuenta los resultados de la investigación.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación:

Por el enfoque: cuantitativa.

Por el diseño: descriptiva por que se realiza al analizar la situación de la variable que respaldaría la introducción de un programa de sensibilización destinado a fortalecer el espíritu emprendedor en la población de Cajamarca. Esto se fundamenta en factores como la situación de pobreza y necesidad económica, la calidad de la educación, un enfoque de personalidad extrovertida y liberal, y la aceptación social.

Propositiva: propositiva porque, a partir del estudio descriptivo se identificó la necesidad y se propuso una estrategia de capacitación empresarial.

Por el propósito: aplicada.

Tipología: es de tipo Socio – Económico.

2.1.2. Diseño de la investigación:

El diseño de investigación del cual se ha hecho uso es el diseño de carácter no experimental, ya que no se someterá a ningún sistema de prueba. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. Se utilizará el siguiente esquema del diseño:

O M P → →

Dónde:

M: Muestra de estudio

O: Observación

P: Propuesta

2.2. Población y muestra

Las personas que nos ayudarán a realizar el presente trabajo son personas que iniciaron un negocio y que lograron el éxito por su emprendedurismo.

2.2.1. Población

Todas las personas del distrito de Cajamarca que hayan puesto en práctica lo que es el emprendedurismo.

2.2.2. Muestra

Dado que la población era amplia pero limitada en número, se optó por tomar una muestra representativa de la población. El método de muestreo utilizado fue el muestreo aleatorio simple, es decir: 50 personas

2.3. Variables, Operacionalización

Tabla 1*Operacionalización de Variables.*

VARIABLES Y DEFINICIÓN	INDICADORES	ÍTEMES
El emprendedurismo: vocación por la cual las personas nos disponemos a iniciar alguna obra o a realizar algún acto.	Vocación. Decisiones acertadas.	¿Cree que es emprendedor? ¿Por qué cree que es emprendedor?
Pobreza y Necesidad económica: falta de recursos necesarios para vivir dentro de una sociedad. Falta de recursos para satisfacer nuestras necesidades básicas. (alimento, vestido, techo.)	Insolvencia Económica. Analfabetismo.	¿siempre ha tenido el dinero para satisfacer sus necesidades básicas? ¿qué grado de instrucción tiene usted?
Buena formación académica: dedicación a los estudios, consecuentemente desarrollarse con éxito en todo ámbito académico y profesional.	Primeros lugares en su clase. Record de notas perfecto.	¿ha estado o está dentro de los primeros lugares en su carrera? ¿podría mostrarnos su record de notas?
Aceptación Social: conducta emitida por los miembros de la sociedad respecto a la realización de una obra, proyecto, trabajo, negocio de otras personas.	Consumo continuo. Buen nombre de la Empresa.	¿Qué tan continuo las gentes utiliza sus productos o servicios? ¿cuál es su reputación empresarial, dentro del mercado?

Fuente: Elaboración propia

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

Teniendo en cuenta al autor Rodríguez (2005), utilizo los métodos que fueron:

Método Inductivo - Deductivo: el primer enfoque implica derivar conclusiones o leyes universales que explican o conectan los fenómenos estudiados a partir del análisis de casos individuales. Por otro lado, el segundo enfoque se centra en deducir conclusiones

específicas a partir de una ley universal. Estos enfoques serán empleados en la síntesis de antecedentes, teoría y desarrollo de la propuesta.

Método Analítico – Sintético: el primer enfoque consiste en identificar los componentes de un fenómeno y luego examinar cada uno de ellos de manera metódica e individual. Se aplicará para el análisis y la sistematización de datos tanto de la realidad como de la base teórica científica. Mientras que el segundo enfoque es un procedimiento a través del cual se conectan eventos que inicialmente parecen estar separados, y se desarrolla una teoría que integra estos diversos elementos.

Técnica - Entrevistas: es la aplicación de un conjunto de preguntas previamente elaboradas dirigidas hacia una persona que reúne las condiciones, capacidades y conocimiento para poder responderlas, mediante una reunión personalizada entre el entrevistado y el entrevistador.

Instrumento - Cuestionario de preguntas: Es el conjunto de interrogantes elaboradas de acuerdo al área, tema y variables de la hipótesis, a fin de recolectar los datos planteados en el proyecto de tesis.

2.5. Procedimiento para la recolección de datos

La metodología empleada para recopilar datos en la investigación se llevó a cabo de la siguiente manera:

- I. Primero, se especificó la naturaleza de la variable a ser evaluada.
- II. Segundo, se identificaron las distintas dimensiones y los indicadores asociados a dicha variable

- III. Tercero, se estableció el método de medición o evaluación de los indicadores de la variable, es decir, se diseñó el instrumento y se determinó en qué contexto se emplearía.
- IV. Cuarto, en cuarto lugar, se obtuvieron las aprobaciones necesarias para aplicar los instrumentos y luego se desarrolló la versión definitiva de los mismos.
- V. Quinto, se llevó a cabo una prueba piloto y se tomó una decisión sobre cómo codificar los datos.
- VI. Sexto se procedió a la aplicación de los instrumentos.
- VII. Séptimo, se cuantificaron las respuestas de cada individuo encuestado y se llevó a cabo la tabulación y análisis correspondiente.

2.6. Análisis estadístico e interpretación de datos

Se explica cómo se llevó a cabo la organización estadística de la información recolectada, las técnicas de análisis estadístico empleadas para procesar los datos (utilizando software), y cómo se analizaron para derivar las conclusiones. En el proceso de procesamiento de datos, se detallan las herramientas estadísticas utilizadas. De acuerdo con lo mencionado por Hernández (2010), se debe tomar una decisión sobre el enfoque de análisis de datos a emplear: cualitativo, cuantitativo o una combinación de ambos. En caso de optar por un enfoque cualitativo, se debe preestablecer o diseñar el esquema de análisis de datos. En el caso de un enfoque cuantitativo, se deben seleccionar las pruebas estadísticas adecuadas para analizar los datos en función de las hipótesis formuladas y los niveles de medición de las variables. Si se han recopilado datos tanto cuantitativos como cualitativos, se aplicará el análisis correspondiente a cada tipo de datos.

2.7. Criterios de rigor científico

2.7.1. Criterios éticos

En esta investigación, se adoptarán los estándares de confiabilidad tal como los han establecido Moreno y Rebolledo (2012), los cuales se describen a continuación:

Tabla 2

Criterios éticos de la investigación

CRITERIOS	CARACTERISTICAS ETICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Los individuos aceptaron desempeñar el papel de informantes y mostraron su comprensión de los derechos y deberes que les correspondían.
Confidencialidad	A solicitud de los participantes, se garantizó la seguridad y preservación de su anonimato, reconociendo su importancia como valiosos colaboradores en la investigación.
Observación participante	Los investigadores procedieron con cautela en la recopilación de datos y asumieron plenamente su responsabilidad ética en todas las acciones y resultados que surgieron de la interacción con los participantes del estudio.
Privacidad	Los datos recopilados fueron exclusivamente de naturaleza objetiva, centrándose en elementos que beneficiaron a la empresa y evitando consideraciones subjetivas relacionadas con la vida personal de las personas.
Originalidad	Se proporcionó una descripción de las fuentes bibliográficas de la información presentada.
Veracidad	La información presentada fue considerada veraz.

Fuente: Elaboración propia

2.7.2. Criterios de rigor científico

En esta investigación, se planea seguir los criterios de confiabilidad definidos por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012), los cuales se expondrán en detalle a continuación:

Cuadro 1

Criterios de rigor científico de la investigación

CRITERIOS	CARACTERISTICAS CIENTIFICAS DEL CRITERIO
Confiabilidad	La precisión de la descripción en los resultados de la investigación es confiable. Se llevarán a cabo cálculos aritméticos de los datos recopilados para evaluar la coherencia interna de los instrumentos de recolección de datos..
Resultados y Validación	Se procederá a verificar los resultados y se cotejarán con los fundamentos teóricos con el propósito de revelar la verdad.
Relevancia	Facilitó la consecución de los objetivos propuestos, mejorando la comprensión de las variables estudiadas.

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.1. Resultados en tablas

1.1.1. Conocer los factores que alimentan el emprendedurismo en los cajamarquinos.

A. Emprendedurismo

a. Indicador: Sociales

Tabla 3

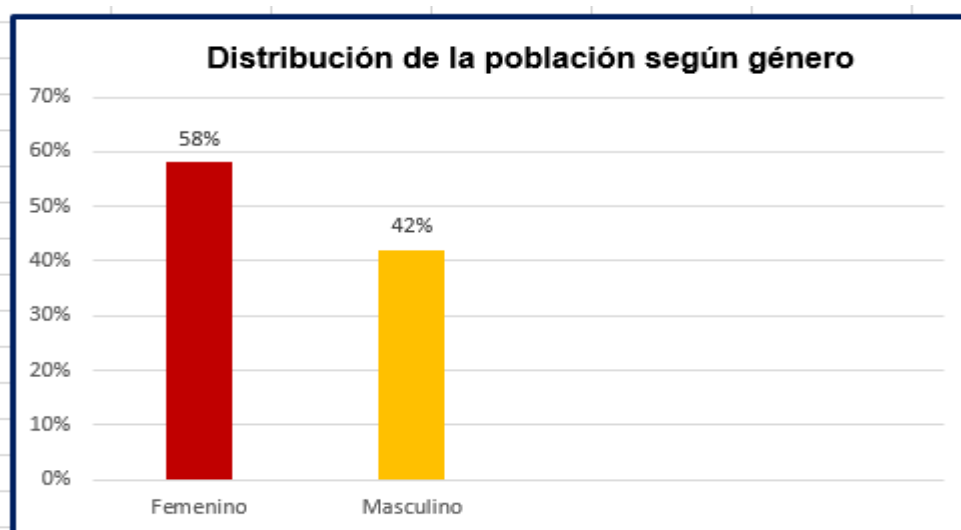
Distribución de la población según género.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Femenino	29	58%	58%	58%
Masculino	21	42%	42%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Distribución de la población según género



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que el 58% de los encuestados es de género femenino y el 42% de género masculino.

Tabla 4

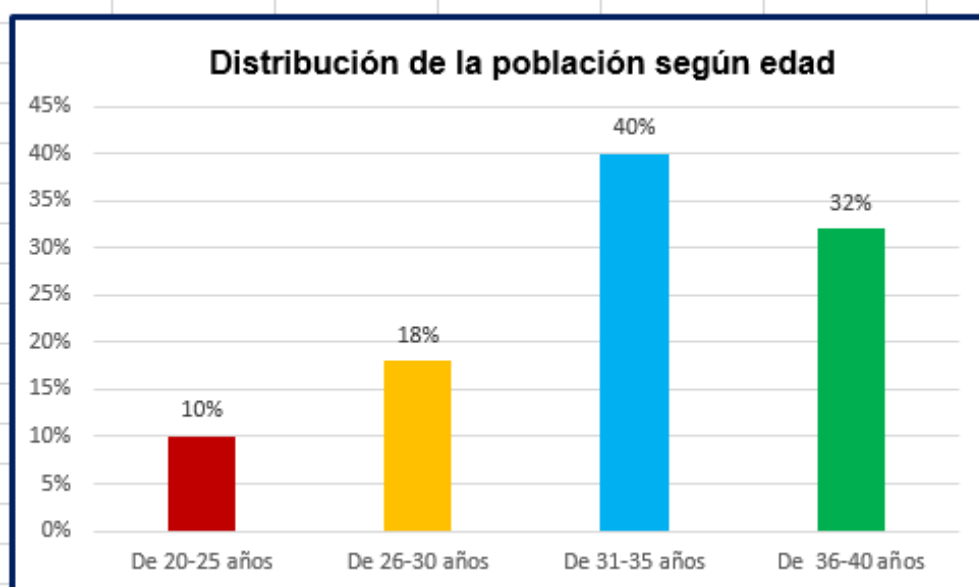
Distribución de la población según edad.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
De 20 a 25 años	05	10%	10%	10%
De 26 a 30 años	09	18%	18%	28%
De 31 a 35 años	20	40%	40%	68%
De 36 a 40 años	16	32%	32%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Distribución de la población según edad.



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que el 10% de los encuestados son de 20 a 25 años de edad, el 18% de los encuestados son de 26 a 30 años de edad, el 40% de encuestados son de 31 a 35 años de edad, el 32% de los encuestados son de 36 a 40 años de edad.

b. Indicador: Vocación.

Tabla 5

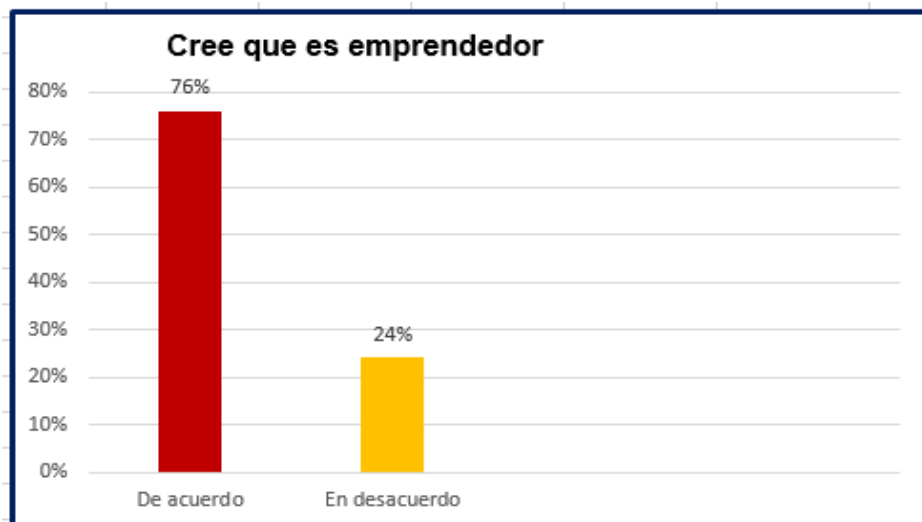
¿Cree que es emprendedor?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	38	76%	76%	76%
En desacuerdo	12	24%	24%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

¿Cree que es emprendedor?



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que, el 76% de los encuestados respondieron afirmativamente, el 24% de los encuestados desconocen.

c. Indicador: Decisiones acertadas

Tabla 6

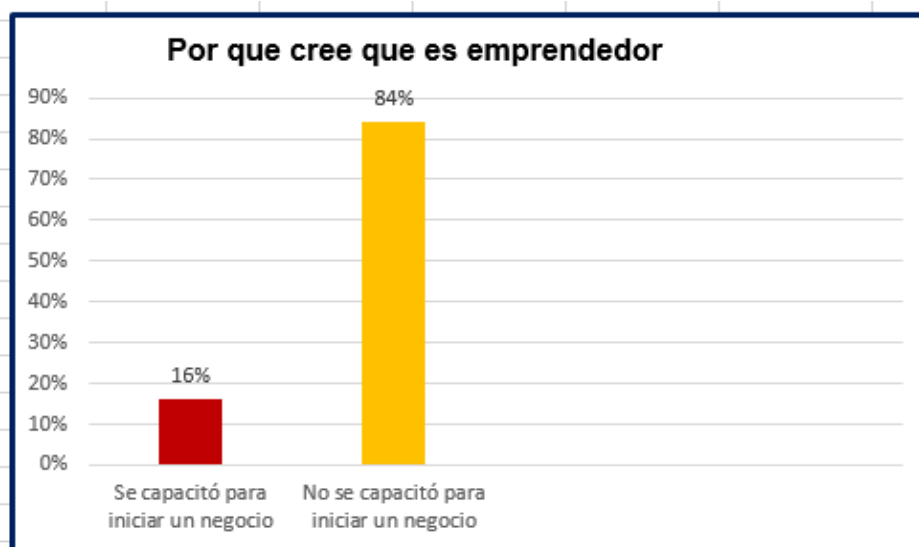
Por qué cree que es emprendedor?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Se capacitó para iniciar un negocio	08	16%	16%	16%
No se capacitó para iniciar un negocio	42	84%	84%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

¿Por qué cree que es emprendedor?



Fuente: Elaboración propia

Observamos que, el 16% de los encuestados recibieron capacitación para iniciar un negocio, el 84% no recibieron capacitación para iniciar un negocio.

B. Pobreza y necesidad económica

a. Insolvencia económica

Indicador. Insolvencia económica

Tabla 7

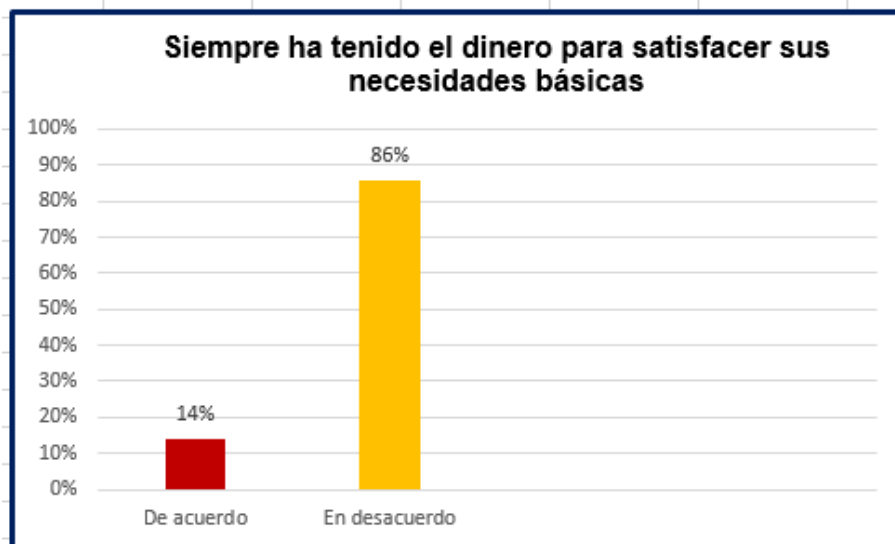
¿Siempre ha tenido el dinero para satisfacer sus necesidades básicas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	07	14%	14%	14%
En desacuerdo	43	86%	86%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Insolvencia económica



Fuente: Elaboración propia

Se observa que, el 14% de los encuestados tenían dinero para satisfacer sus necesidades, el 43% no tenían dinero para satisfacer sus necesidades.

b. Analfabetismo

Indicador. Analfabetismo

Tabla 8

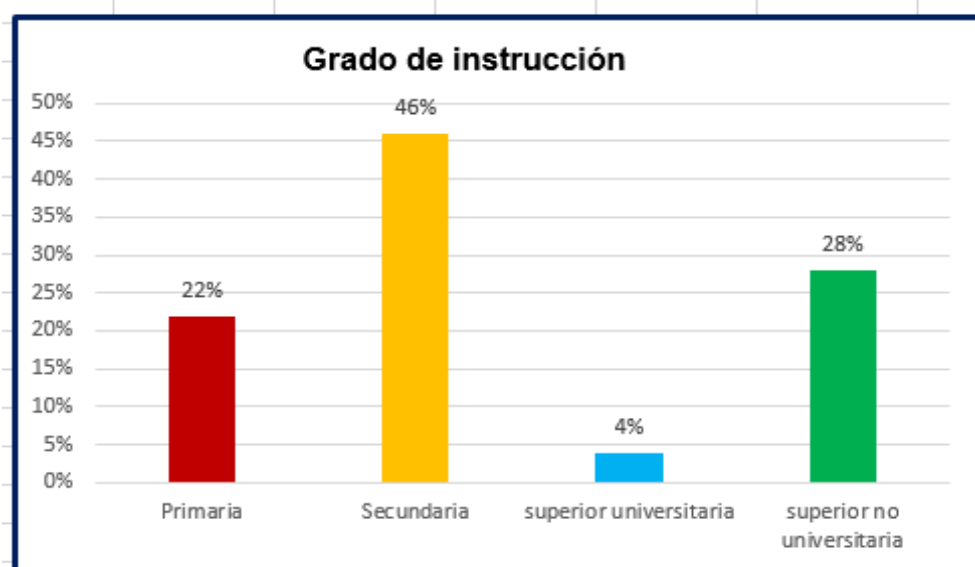
Grado de instrucción.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Primaria	11	22 %	22 %	22 %
Secundaria	23	46 %	46 %	68 %
Superior Universitaria	02	4 %	4 %	72 %
Superior no universitaria	14	28 %	28 %	100 %
Total	50	100 %	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Analfabetismo.



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 22% de los encuestados tienen el grado primario, el 46% de los encuestados tienen el grado de secundaria, el 4% de los encuestados tienen grado superior universitaria, el 28% de los encuestados tienen el grado superior no universitaria.

C. Buena formación académica

a. Primeros lugares en su clase

Indicador. Primeros lugares en su clase

Tabla 9

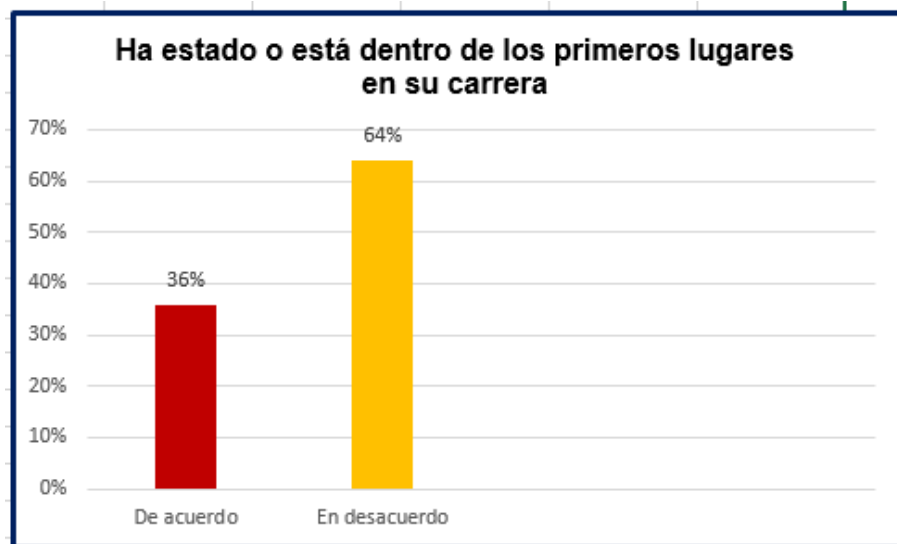
¿Ha estado o está dentro de los primeros lugares en su carrera?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	18	36%	36%	36%
En desacuerdo	32	64%	64%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Buena formación académica



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que, el 46% de los encuestados responden positivamente haber ocupado los primeros lugares en su carrera, el 64% de los encuestados responden negativamente haber ocupado los primeros lugares en su carrera.

D. Aceptación social

a. Consumo continuo

Indicador. Consumo continuo

Tabla 10

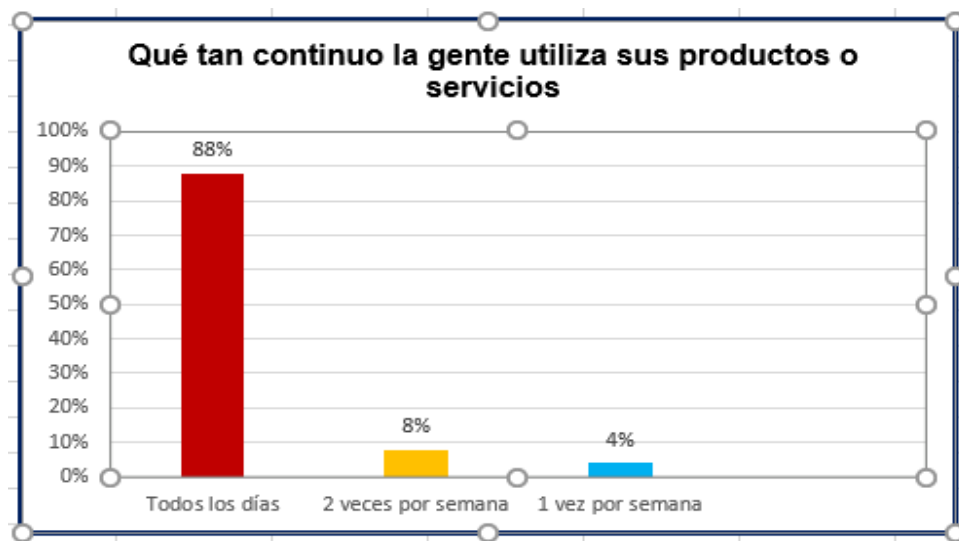
¿Qué tan continuo la gente utiliza sus productos o servicios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Todos los días	44	88%	88%	88%
02 ves por Semana	4	08%	08%	96%
01 vez a la semana	2	4%	4%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Adaptación social



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que, el 88% de los encuestados son frecuentados por los usuarios todos los días, el 8% de los encuestados son frecuentados 2 vez a la semana, el 4% de los encuestados son frecuentados 01 vez a la semana.

b. Buen nombre de la empresa

Indicador. Buen nombre de la empresa

Tabla 11

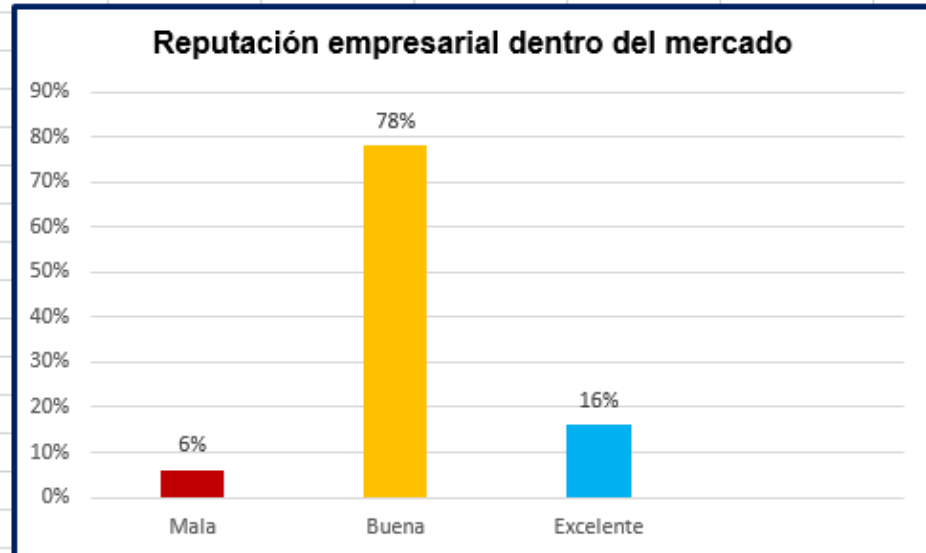
Reputación empresarial dentro del mercado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Mala	03	6%	6%	6%
Buena	39	78%	78%	84%
Excelente	08	16%	16%	100%
Total	50	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Buen nombre de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Se considera que el 6% de los encuestados representa una mala reputación, el 78% de los encuestados representan una buena reputación, y el 16% de los encuestados representan una excelente reputación.

1.2. Discusión de resultados

En la dimensión Emprendedurismo, el indicador “sociales” permitió observar una distribución del 58% de las encuestadas mujeres y 42% hombres; así también, sus edades fluctuaban en su mayoría, entre los 31 y 35 años con un 40% del total de los encuestados. El indicador “vocación” mostró que la mayoría de los encuestados respondieron afirmativamente a creerse emprendedores, con un 76% de los encuestados. Observando los resultados del indicador “decisiones acertadas”, Observamos que, la mayoría de los encuestados no recibieron capacitación para iniciar un negocio.

En la dimensión pobreza y necesidad económica, nos corrobora que el indicador “Insolvencia económica”, Se observa que, la mayoría de los encuestados no tenían dinero para satisfacer sus necesidades. El indicador “analfabetismo” Se observa que la mayoría de encuestados tiene el grado de secundaria por lo que por no poder continuar con estudios superiores por carecer de recursos económicos decidieron emprender un negocio y generar su propia fuente económica. El pilar fundamental que se observa en los resultados tiene relación con esta dimensión en cuanto a la pobreza y necesidad económica, es un factor muy motivador para emprender un negocio que les llevará a formar una empresa, debido a que existe mucha necesidad de satisfacer sus necesidades básicas.

En la dimensión de una buena formación académica, los resultados arrojan en el indicador “primeros lugares en su clase”, que la mayoría responden negativamente haber ocupado los primeros lugares en sus estudios demostrando que no es indispensable para emprender un negocio o una empresa, demostrando que no es una motivación que les conlleve a decidirse en emprender un negocio.

En la dimensión aceptación social, los resultados obtenidos se observa que en el indicador “consumo continuo”, la mayoría de los encuestados son frecuentados por los usuarios o consumidores todos los días con un 88%. En el indicador “buen nombre de la empresa”, la mayoría tienen una buena reputación con un 78% de los encuestados sin

embargo son muy pocos que representan una mala reputación de igual manera los que representan una excelente reputación.

En líneas generales se puede apreciar que en cada factor propuesto, se ha encontrado un cierto grado de preponderancia que fortalece el emprendedurismo, pero, lo que es innegable, es que, en Cajamarca, el sector mayoritario de empresarios, se han visto forzados a iniciar su propio negocio, por el factor pobreza y necesidad económica, ya que, es por este factor, que además, los empresarios no pudieron tener una secuencia y constancia en sus estudios básicos, por lo cual, no lograron concluir sus estudios de forma regular, sino que con el paso del tiempo, algunos de ellos vieron la necesidad e importancia de poder concluir sus estudios.

También es importante resaltar que, nuestras bases teóricas nos han ayudado a identificar las actitudes, conductas y características del emprendedor cajamarquino, y distinguirlo como tal. Así por ejemplo un gran sector de dichos empresarios entrevistados se inició como “Intrapreneurs”, es decir, como trabajadores de empresas, negocios o instituciones estatales, lo cual, les sirvió de trampolín para poder incursionar en sus propias empresas, por el contrario, el otro sector, iniciaron como “Entrepreneur”, es decir, aquellos, que decidieron emprender sus propios negocios, a partir de diversas circunstancias. Asimismo, se han podido identificar en los empresarios entrevistados, los valores y actitudes que deben tener los emprendedores, como la honestidad, solidaridad, esfuerzo, etc., porque el éxito de éstos ha sido logrado gracias a la orientación de su actuar, producto de la aplicación de reglas y principios, por ello es que son importantes.

La confluencia de los factores que alimentan el emprendedurismo, son necesariamente imprescindibles para el acto de emprender, de modo que, si faltase uno de ellos, el caudal que tendría que abastecer la voluntad de emprender no sería el necesario. Por lo tanto, no solo es necesaria la pobreza o necesidad o económica, al momento de emprender – a pesar de ser el más preponderante – sino que también son necesarios para

continuar con el emprendedurismo que, no significa solo iniciar formando una empresa o negocio, la importancia de la preparación, capacitación en resumidas cuentas, la preponderancia del estudio, asimismo, es importante la inclinación hacia un oficio o profesión, pero sobre todo a crear un propio trabajo, que se resume en vocación, de la misma forma, se debe valorar la aceptación o demanda de los usuarios o consumidores, ya que sin estos, lamentablemente, los negocios y empresas no tendrían resultados positivos, y la fluctuación del mercado nos dejaría a las empresas fuera de éste.

Entonces, los factores que alimentan el emprendedurismo son de carácter complementario, ya que se necesitan recíprocamente, unos a otros.

1.3. Propuesta de Investigación

1.3.1. Título de la Propuesta

Creación del Círculo de Capacitación de Emprendedores de Cajamarca

1.3.2. Desarrollo de la propuesta

A. Introducción

El emprendedurismo es una virtud que las personas no traen consigo al momento de nacer, sino que, es una capacidad que a través del paso del tiempo van descubriendo, desarrollando, alimentando y perfeccionando; Cajamarca, por ser un departamento donde se promueve diversos sectores y campos económicos como el turismo, la minería, la educación, la gastronomía, etc., es un lugar lleno de oportunidades para muchas personas con hambre de emprender un negocio o de aprender a ejercer un oficio o profesión que dé como resultado

una economía mucho más dinámica, y que sobre todo, traiga como beneficio la prosperidad económica del emprendedor.

No solo es importante la capacitación de las personas que han emprendido un negocio o una empresa, sino de las personas que trabajen en estas empresas y que deseen con el tiempo, emprender sus propios negocios o empresas, ya que, este tipo de actividades no tienen como fin a un solo beneficiario, sino que, se benefician los propios capacitadores porque la enseñanza es una buena oportunidad para seguir aprendiendo y generar más conocimiento, también se ven beneficiados los que van a ser capacitados, ya que serán alimentados de diversas estrategias para poder emprender y generar ganancias para su propio beneficio, asimismo les permitirá emplear a muchas más personas, y finalmente se beneficiará la sociedad y el Estado, la primera porque será pujante y próspera, los índices de pobreza, desnutrición, analfabetismo disminuirán, y el segundo porque tendrá un apoyo en cuanto a propuestas de dinamización de la economía, ya que si el Estado promovería este tipo de capacitaciones, los resultados ya se verían y, serían favorables, pero esto no es así.

Toda propuesta que genere beneficios hacia los demás debe ser bien recibida, porque son de carácter altruista, pero solo nacerá en las personas que no promuevan el egoísmo, conducta que no debe existir en un emprendedor, ya que el emprendedurismo no debe reservarse solo para un reducido sector de personas, sino que, creemos que además de este círculo de capacitaciones que se propone, deberían existir Instituciones que promuevan el alcance de este tipo de conocimiento.

B. Objetivos del Círculo

a. Objetivo General

- Compartir e impartir estrategias empresariales.

b. Objetivos Específicos

- Compartir ideas y experiencias entre emprendedores empresarios.
- Capacitar a nuevas personas que quieran incursionar en un negocio.
- Compartir la visión del emprendedurismo.

C. Participantes en la Capacitación

Se realizará una convocatoria a diversos empresarios de la región Cajamarca, que deseen interrelacionarse y conformar este círculo de capacitaciones, que tendrá llevará acabo sus reuniones semestralmente, eventos en los que se invitará a personas interesadas en adquirir este tipo de pautas y estrategias para incursionar en los negocios.

Los participantes en este círculo de capacitaciones serán:

- Organizadores: Empresarios Locales.
- Capacitadores: Reconocidos economistas y empresarios.
- Capacitados: los microempresarios, nuevos empresarios, estudiantes, trabajadores, y público en general.

D. Resultados

Creemos que este tipo de eventos darán resultados a corto, mediano y largo plazo, en primer lugar, porque será un paradigma para otras Instituciones que quieran promover este tipo de eventos, segundo, porque al generar ideas, están darán resultado en los capacitados, motivándolos a tomar las mejores decisiones para incursionar en un determinado negocio y de esa manera el mercado local será mucho más dinámico.

La forma de verificar los resultados será aperturando un padrón de miembros del círculo de capacitaciones, de esta manera sabremos cuántos de los participantes han acogido las pautas impartidas y brindadas por los capacitadores, y llegaron al éxito empresarial.

E. Presupuesto

Los costos de la creación del Círculo de Capacitación en Cajamarca serán los que constan para realizar la primera reunión de empresarios y consensuar la constitución de una Asociación, es decir, una Institución sin fines de lucro, y que se dedique a fines educativos y formativos, además, se propondrá la primera jornada de capacitación y cuánto sería el costo aproximado para cada evento.

Administrativos. Es la totalidad de los gastos que genere contactar y conectar a diversos empresarios del mercado local y regional en Cajamarca, para consensuar la creación de dicho Círculo de Capacitación de Emprendedores, así como conceptos de pasajes, comunicación, viáticos de estadía y alimentos, envío de documentos.

Tabla 12

Plan de actividades y presupuestos administrativos

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Contactar a los empresarios futuros asociados	Llamadas Telefónicas	S/. 30.00
Conectar o reunir a los empresarios para consensuar la Asociación	Pasajes, estadía y alimentos	S/. 500.00
Envío de documentos: oficios, solicitudes, cartas.	Impresiones, copias, costos de envíos.	S/.

Fuente: Elaboración propia

Constitutivos. Son aquellos gastos que se requiera para la constitución de una persona jurídica sin fines de lucro, es decir, una Asociación; así como el costo de la escritura pública, el patrimonio de la Asociación y de los gastos que genere la su inscripción en los Registros Públicos.

Tabla 13*Plan de actividades y presupuestos constitutivos*

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Escritura Pública de la Asociación	Por cada empresario que desee asociarse (20 mínimo)	S/. 50.00
Patrimonio de la Asociación	Por cada empresario que desee asociarse (20)	S/. 50.00
Formalización de la Asociación	Inscripción en la SUNARP Aporte por cada asociado	S/. 20.00

Fuente: Elaboración propia

Económicos. Son la totalidad aproximada de los gastos que generará cada evento destinado a la capacitación de los nuevos y pequeños emprendedores.

Tabla 14*Plan de actividades y presupuestos totales*

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Logística	Local, equipos de sonido, sillas, etc.	S/. 1000.00
Ponentes emprendedores locales y nacionales	Estadía, alimentos, pasajes.	S/. 3000.00
Otros	Bocaditos, certificados, etc.	S/. 800.00

Fuente: Elaboración propia

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En el presente trabajo de investigación se buscó encontrar cuáles son los factores que alimentan el emprendedurismo de los cajamarquinos, para ello, nos propusimos ejecutar algunos objetivos trazados en el marco de esta investigación, como son la búsqueda de información en revistas, libros, páginas web, además, se realizaron entrevistas a empresarios con cuestionarios guían que nos permitieron tener un panorama mucho más amplio del emprendedurismo, finalmente al analizar los factores propuestos en contraste con los recogidos de la realidad, encontramos que todos los factores propuestos fueron importantes en el emprendedor, pero, lo fue con más preponderancia, uno de ellos. Por ello podemos concluir que:

1. El material bibliográfico estadístico, datístico y teórico, encontrado en fuentes como libros, web, revistas, fueron determinantes en nuestra investigación, porque ha nutrido nuestras bases teóricas, pero, lo más importante, es que, esta información, nos ha ayudado a proponer de forma más precisa los posibles factores que alimentarían al emprendedurismo de los cajamarquinos, como la necesidad económica, la pobreza, la buena formación académica, la aceptación social.
2. Las entrevistas realizadas con los empresarios emprendedores, nos han mostrado los resultados que esperábamos, encontrando que en cada uno de los factores propuestos en el presente trabajo han tenido diversos grados de preponderancia en cada uno de ellos, por ejemplo, en muchos de los casos fue la pobreza y necesidad económica el factor, que los impulsó a crear y promover su propio trabajo, y con el tiempo hizo que éstos, generaran más trabajo para otras personas, asimismo, en algunos otros casos fue factor determinante la buena formación académica y la aceptación social.

3. Al análisis de los factores que tuvieron preponderancia en el emprendedurismo de los empresarios, lo más importante que debemos rescatar, es que, el factor con el porcentaje más alto, que tuvieron los empresarios como base para iniciar un negocio o empresa, es la pobreza y la necesidad económica, pero, además, debemos rescatar con la misma importancia a los otros dos factores que son la buena formación académica y la aceptación, pues, éstas, en cada caso, aportaron complementariamente a alimentar y fortalecer el espíritu emprendedor, ya que los empresarios en su mayoría que no cursaron una carrera profesional o técnica afín a su negocio o empresa, tuvieron la necesidad de capacitarse o estudiar para aportar y hacer crecer más a su empresa, además de ello, la aceptación también fue muy importante ya que, en algunos casos, el primer negocio que iniciaron no tuvo éxito, por la poca demanda de sus productos, bienes o servicios; de igual modo, otros empresarios si tuvieron éxito por atinar al gusto y aceptación social.

4. Por lo cual, en conclusión se puede apreciar que los factores antes mencionados fueron preponderantes en para el emprendedurismo de los empresarios, en diversas etapas de su vida empresarial, de modo que, para iniciar un negocio interviene en mayor porcentaje y preponderancia la pobreza y necesidad económica, así posteriormente para mantenerse en el mercado es importante la aceptación social, asimismo, lo que permite el crecimiento del negocio o empresa es aportarle más ideas y detalles que son conseguidos con la capacitación y formación que los empresarios tuvieron, o empezaron a tener por las exigencias de sus negocios o empresas.

Recomendaciones

1. Queremos animar a las personas a fortalecer su espíritu emprendedor, y que las acciones orientadas a emprender un negocio o empresa no surjan solo en diversos momentos económicos difíciles o en la pobreza, sino que, toda la gente debe tener por lo menos la idea de cómo fundar y administrar un negocio, ya que, el Perú es uno de los países donde el índice de exportación es en demasía inferior al de importación, los índices de trabajos industriales, y empresas que se dediquen a la industria, es decadente, por ello, la necesidad de generar más trabajo, o por lo menos, nuestro propio trabajo.
2. A las Instituciones del Estado, les invocamos, se creen mecanismos y programas formativos, para fomentar y promover el emprendedurismo de los cajamarquinos; por otro lado, recomendamos que éstos sean ejecutados de preferencia desde las escuelas primarias hasta las Instituciones de Educación Superior, con el fin de impulsar y promover una cultura emprendedora que no se limite a un reducido sector de la población, sino que se extienda y que trascienda internacionalmente.
3. Finalmente, también al gobierno de turno se le invoca establecer políticas que promuevan no el libertinaje económico, el cual, se orienta a proteger más a las empresas con mayor poder económico, sino más bien, dotar de oportunidades y ventajas a los pequeños emprendedores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Annelissie, M. (2014). *Portal Empresarial*. Obtenido de Portal Empresarial:
<http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u15.%20emprendedurismo.pdf>
- CASTILLO S., Y. A. (2014). *Origenes del Emprendedurismo*. Obtenido de
<http://emprendepd.blogspot.pe/p/historia.html>
- CONACCIÓN. (Febreo de 2014). *Promoviendo Vínculos*. Obtenido de Promoviendo Vínculos:
<http://www.losandes.org.pe/wp-content/uploads/2017/06/Evaluacin-Final-Proyecto-Jvenes-Emprendedores-de-Cajamarca-y-Celendn.pdf>
- Delgado, A. M., & Núñez, P. M. (2017). TESIS: *COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN PIMENTEL*. Universidad Señor de Sipán. Pimentel.
- Díaz, P. C. (30 de 03 de 2016). *Emprendedurismo dentro del ambito Universitario*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/708/1/00365.pdf>
- Duarte, J. (2020). *El emprendedurismo y la formación de una empresa*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos104/emprendedurismo-y-formacion-empresa/emprendedurismo-y-formacion-empresa.shtml>
- Espíritu, R., González, R., & Alcaraz, E. (2012). *Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios*. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/44644>

Gestión. (30 de 08 de 2015). *mprendimiento peru y laa necesidad de oportunidad*. Obtenido de gestion.pe: <https://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-98626>

Marketing, T. (2014). *Emprendedurismo*. Obtenido de <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2016). *Proyecto Educación Emprendedora en Cajamarca / Perú*. Obtenido de https://www.oecd.org/countries/peru/PERU_Proyecto%20Educación%20Emprendedora%20en%20Cajamarca.pdf

Saravia, E., & Weingerber, K. (2012). *Factores que explican las competencias emprendedoras*. Obtenido de revistas.up.edu.pe/index.php/business/article/download/56/57/

Zorilla, D. (19 de Agosto de 2014). *factores del inpetud*. Obtenido de tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/.../zorilla_mejia_david_factores_inpet.pdf?...

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DEFINICIÓN	INDICADORES	ÍTEMS
¿Qué factores justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo o de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018?	Objetivo General Determinar los factores que justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018.	Los factores que justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018 son los siguientes: • Pobreza y necesidad económica. • La buena formación académica.	El emprendedurismo. Vocación por la cual las personas nos disponemos a iniciar alguna obra o a realizar algún acto.	<ul style="list-style-type: none"> • Vocación. • Decisiones acertadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree que es emprendedor? • ¿Por qué cree que es emprendedor?
	Objetivos Específicos. • Consultar documentos, revistas y sitios en la web a fin de recolectar		Pobreza y Necesidad económica. falta de recursos necesarios para vivir dentro de una sociedad. Falta de recursos para satisfacer nuestras necesidades básicas. (alimento, vestido, techo.)	<ul style="list-style-type: none"> • Insolvencia • Económica. • Analfabetismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿siempre ha tenido el dinero para satisfacer sus necesidades básicas? • ¿qué grado de instrucción tiene usted?
			• Buena formación académica. Dedicación a los estudios, consecuentemente desarrollarse con éxito en todo ámbito académico y	<ul style="list-style-type: none"> • Primeros lugares en su clase. • Record de notas perfecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿ha estado o está dentro de los primeros lugares en su carrera? • ¿podría mostrarnos su record de notas?

	<p>información sobre los factores que alimentan el emprendedurismo a nivel local, nacional e internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistar a diversos empresarios del distrito de Cajamarca. • Analizar los factores que determinaron el emprendedurismo en las personas que lograron el éxito empresarial. • Elaborar una propuesta teniendo en cuenta los resultados de la investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conducta extravertida – liberal. • La aceptación social. 	<p>profesional.</p> <p>Aceptación Social. Conducta emitida por los miembros de la sociedad respecto a la realización de una obra, proyecto, trabajo, negocio de otras personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo continuo. • Buen nombre de la Empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan continuo las gentes utiliza sus productos o servicios? • ¿cuál es su reputación empresarial, dentro del mercado?
--	--	---	--	---	--

Anexo 2: Instrumento

PREGUNTAS PARA LAS ENTREVISTAS CON LOS EMPRESARIOS **SOBRE LOS FACTORES DETERMINANTES QUE ALIMENTAN AL** **EMPRENDEDURISMO**

OBJETIVO: Determinar cuáles son los factores que alimentan el emprendedurismo de los cajamarquinos. Los resultados de esta encuesta serán procesados para determinar la preponderancia de cada uno de los factores.

DATOS GENERALES:

Género: 1) Masculino 2) Femenino

Edad: 1) De 16 a 20 años 2) De 21 a 25 años 3) De 26 a 30 años
4) De 31 a 35 5) De 36 a más

Grado de Instrucción: 1) Primaria 2) Secundaria 3) estudios superiores
4) sin instrucción

1. De Dónde surgió la idea o la decisión de emprender:

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

2. Cree que es un (a) buen (a) emprendedor (a), ¿Por qué?:

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

3. Qué ideas tuvo antes y al momento de iniciar su negocio o empresa.

4. ¿Se preparó intelectual, técnica o profesionalmente, con la finalidad de emprender su propia empresa? O ¿Cómo o de qué manera aprendió el negocio?

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

5. ¿Cuál es su visión?, No de la empresa, sino de lo que quiere conseguir con la empresa:

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

6. Qué factores, pronósticos, circunstancias, ayudaron a emprender dicha obra, negocio o empresa (ej. Pobreza, demanda del mercado):

-
-
-
-

7. Tuvo éxito en lo primero que, en su momento se propuso iniciar o emprender:

A. No, describa cuáles fueron las causas:.....

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

B. Si, describa cuál es su situación económica, empresarial en el mercado:.....

.....



CARTA DE ACEPTACION

Cajamarca, 11 de febrero de 2019

Señora:

LIC. MELCHORA JULCA ROJAS

Presente -

Asunto: Autorización para realizar investigación dentro de la empresa

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento de que autorizo que usted que realice investigación dentro de la empresa que dirijo, en mérito a los alcances de su solicitud, a fin de que pueda realizar las entrevistas que crea conveniente.

Sin otro particular me despido, deseándoles los mejores parabienes.

Atentamente;



ARCAD DISEÑO & CONSTRUCCIÓN E.I.R.L.
RUC. N° 2065587853.
ARCAD ROQUE JULCA.
DNI. N° 48446257.

CARTA DE ACEPTACIÓN

Cajamarca, 09 de febrero de 2019

Señora:

LIC. MELCHORA JULCA ROJAS

Presente. -

Asunto: Autorización para realizar
investigación dentro de la empresa

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento de que autorizo que usted que realice investigación dentro de la empresa que dirijo, en mérito a los alcances de su solicitud, a fin de que pueda realizar las entrevistas que crea conveniente.

Sin otro particular me despido, deseándoles los mejores parabienes.

Atentamente;

DAZPA INGENIERIA Y CONSTRUCCION S.A.S.


Edwuar J. Díaz Pergrino
GERENTE GENERAL



ACADEMIA PRE MILITAR POLICIAL "ÁGUILAS NEGRAS" - CAJAMARCA

Resolución Directoral Regional N° 0096 - 2006 - Ca.
PORQUE SI DIOS ES POR NOSOTROS, ¿QUIÉN CONTRA NOS OTROS?

CARTA DE ACEPTACIÓN

Cajamarca, 11 de agosto de 2019

Señora:

LIC. MELCHORA JULCA ROJAS

Presente -|

Asunto: Autorización para realizar investigación dentro de la empresa

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento de que autorizo que usted que realice investigación dentro de la empresa que dirijo, en mérito a los alcances de su solicitud, a fin de que pueda realizar las entrevistas que crea conveniente.

Sin otro particular me despido, deseándoles los mejores parabienes.

Atentamente;

ST2^o, Lic. Segundo Roque Cojal
DNI. 26623817
(Promotor)

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0230- FACEM-USS-2018**

Chiclayo, 22 de marzo del 2018.

VISTO:

El oficio N° 0223-2018/FACEM-DA-USS, de fecha 22 de marzo del 2018, en donde la Coordinadora de la EAP de Administración Pública, Mg. Carla A. Reyes Reyes, solicita la aprobación de los proyectos de tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-0, modalidad virtual y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Especifico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estado a lo expuesto y en el uso de las atribuciones conferidas,

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los Proyecto de Tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-0, de la EAP de Administración Pública, modalidad virtual a cargo de la docente Mg. Flor Delicia Heredia Llatas, de acuerdo al cuadro adjunto, los mismos que tendrán vigencia hasta el 22 de marzo del 2020.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC

Dra. Carmen Elvira Rosas Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales

Mg. Sandra Mury Guatiza
SECRETARIA ACADÉMICA

ADMONESTACIÓN DE DECRETOS
DIRECCIÓN DE CALIDAD
CAMPUS UG
P.O. Box 1400-1401 Chiclayo
Chiclayo - Perú

Cc. Escuela, Archivo

Anexo 3. T1



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 29 de Junio del 2019

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito: Melchora Julca Rojas, con DNI 26602535

En mi calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: **PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA FORTALECER EL EMPRENDEDURISMO DE LOS HABITANTES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA 2018.**

presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el título de: **Licenciado en Administración Pública**, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Julca Rojas Melchora	26602535	

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS



NOMBRE DEL JUEZ		Dr. Juan Amilcar Villanueva Calderón
	PROFESIÓN	Administrador Público
	E ESPECIALIDAD	Gestión Pública
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	10 años
	CARGO	Jefe Editor de Revista Científica - FACEM
PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA FORTALECER EL EMPREDEDURISMO DE LOS HABITANTES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	MELCHORA JULCA ROJAS	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
INSTRUMENTO EVALUADO	GUIA DE ENTREVISTA	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar los factores que justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018.	
	<u>ESPECIFICOS</u>	

	<p>a) Consultar documentos, revistas y sitios en la web a fin de recolectar información sobre los factores que alimentan el emprendedurismo a nivel local, nacional e internacional.</p> <p>b) Entrevistar a diversos empresarios del distrito de Cajamarca.</p> <p>c) Analizar los factores que determinaron el emprendedurismo en las personas que lograron el éxito empresarial.</p> <p>d) Elaborar una propuesta teniendo en cuenta los resultados de la investigación.</p>
<p>evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "TA" si está totalmente de acuerdo con el ítem o "TD" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.</p>	
<p>DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 12 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos se determinará la validez de contenido.</p>
<p>1. ¿De Dónde surgió la idea o la decisión de emprender?</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p>
<p>2. Cree que es un (a) buen emprendedor (a). ¿Por qué?</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p>

<p>3. ¿Qué ideas tuvo antes y al momento de iniciar su negocio o empresa?</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>
<p>4. ¿Se preparó intelectual, técnica o profesionalmente, con la finalidad de emprender su propia empresa? O ¿Cómo o de qué manera aprendió el negocio?</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>
<p>5. ¿Cuál es su visión?, No de la empresa, sino de lo que quiere conseguir con la empresa.</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>
<p>6. ¿Qué factores, pronósticos, circunstancias, ayudaron a emprender dicha obra, negocio o empresa? (e). Pobreza, demanda del mercado).</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>
<p>7. ¿Tuvo éxito en lo primero que, en su momento se propuso iniciar o emprender? a. No, describa cuáles fueron las causas b. Si, describa cuál es situación económica empresarial en el mercado</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>
<p>8. ¿Su negocio tuvo la aceptación que esperaba por parte de los consumidores?</p>	<p style="text-align: center;">TA (X) TD ()</p>

	SUGERENCIAS: _____
9. Podría manifestar, ¿qué grado de aceptación (del 1 al 5), ha tenido su negocio?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____
10. Relate una breve reseña de cómo empezó su Negocio o Empresa, incluyendo momentos cumbre de decadencia o crisis económica.	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA _10_ Nº TD _0_
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONE. Valida	



JUEZ - EXPERTO

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		MG. CARLA ANGÉLICA REYES REYES
	PROFESIÓN	Administradora de Empresas
	ESPECIALIDAD	Docente Gestión Pública y Gobierno Local. Mg. Gestión Pública.
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	.
	CARGO	Directora Escuela Administración
PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA FORTALECER EL EMPRENDEDURISMO DE LOS HABITANTES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	MELCHORA JULCA ROJAS	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
INSTRUMENTO EVALUADO	GUIA DE ENTREVISTA	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar los factores que justificarían la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018.	
	<u>ESPECIFICOS</u> a) Consultar documentos, revistas y sitios en la web a fin de recolectar información sobre los factores que alimentan el emprendedurismo a nivel local, nacional e internacional. b) Entrevistar a diversos empresarios del distrito de Cajamarca.	

	<p>c) Analizar los factores que determinaron el emprendedurismo en las personas que lograron el éxito empresarial.</p> <p>d) Elaborar una propuesta teniendo en cuenta los resultados de la investigación.</p>
<p>evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "ta" si está totalmente de acuerdo con el ítem o "td" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.</p>	
<p>DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 12 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos se determinará la validez de contenido.</p>
<p>1. ¿De Dónde surgió la idea o la decisión de emprender?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>2. Cree que es un (a) buen emprendedor (a), ¿Por qué?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>3. ¿Qué ideas tuvo antes y al momento de iniciar su negocio o empresa?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>4. ¿Se preparó intelectual, técnica o profesionalmente, con la finalidad de emprender su propia empresa? O ¿Cómo o de qué manera aprendió el negocio?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>

10. Relate una breve reseña de cómo empezó su Negocio o Empresa, incluyendo momentos cumbre de decadencia o crisis económica.	TA <u>10</u> TD ()
	SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA <u>10</u> Nº TD <u>0</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



 JUEZ - EXPERTO

Mg. Carla Angélica Reyes Reyes
 DNI No 17435695
 rreyesca@uss.edu.pe

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Omesimo Mego Nuñez
	PROFESIÓN	Licenciado en Administrat.
	ESPECIALIDAD	Dr. en Administración
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	14 años
	CARGO	DTC
PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA FORTALECER EL EMPRENDEDURISMO DE LOS HABITANTES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018		
DATOS DEL TESISTA		
NOMBRES	MELCHORA JULCA ROJAS	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
INSTRUMENTO EVALUADO	GUIA DE ENTREVISTA	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar los factores que justificarian la implementación de un programa de sensibilización para fortalecer el emprendedurismo de los habitantes del distrito de Cajamarca, 2018.	
	<u>ESPECÍFICOS</u> e) Consultar documentos, revistas y sitios en la web a fin de recolectar información sobre los factores que alimentan el emprendedurismo a nivel local, nacional e internacional. f) Entrevistar a diversos empresarios del distrito de Cajamarca. g) Analizar los factores que determinaron el emprendedurismo en las personas que lograron el éxito empresarial.	

	h) Elaborar una propuesta teniendo en cuenta los resultados de la investigación.
evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "fa" si está totalmente de acuerdo con el ítem o "td" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.	
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 12 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos se determinará la validez de contenido.
1. ¿De Dónde surgió la idea o la decisión de emprender?	<p style="text-align: center;">TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
2. Cree que es un (a) buen (a) emprendedor (a), ¿Por qué?	<p style="text-align: center;">TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
3. ¿Qué ideas tuvo antes al momento de iniciar su negocio o empresa?	<p style="text-align: center;">TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
4. ¿Se preparó intelectual, técnica o profesionalmente, con la finalidad de emprender su propia empresa? O ¿Cómo o de qué manera aprendió el negocio?	<p style="text-align: center;">TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
5. ¿Cuál es su visión?, No de la empresa, sino de lo	

<p>que quiere conseguir con la empresa.</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>6. ¿Qué factores, pronósticos, circunstancias, ayudaron a emprender dicha obra, negocio o empresa? (ej. Pobreza, demanda del mercado).</p>	<p>TA (y) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>7. ¿Tuvo éxito en lo primero que, en su momento se propuso iniciar o emprender?</p> <p>c. No, describa cuáles fueron las causas</p> <p>d. Si, describa cuál es situación económica, empresarial en mercado</p>	<p>TA (y) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>8. ¿Su negocio tuvo la aceptación que esperaba por parte de los consumidores?</p>	<p>TA (y) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>9. Podría manifestar, ¿qué grado de aceptación (del 1 al 5), ha tenido su negocio?</p>	<p>TA (y) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>

10. Relate una breve reseña de cómo empezó su Negocio o Empresa, incluyendo momentos cumbre de decadencia o crisis económica.	TA (ya) TD ()
	SUGERENCIAS: _____ _____

4. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>10</u> N° TD <u>0</u>
5. COMENTARIO GENERALES	
6. OBSERVACIONES <i>Validado</i>	

[Signature]
 Dr. Onésimo Mesa
 NDA de Administración
 C.A.D: 02048

JUEZ - EXPERTO



Aux. Cont. Azucena Condor Chuquipongo. Gerente de la Asociación de Ahorro y Credito R.A. D.N.I. 42961269



Prof. Raquel Quiliche Saldaña. Presidenta del Directorio de la empresa American College Cajamarca. D.N.I 26646363



**Prof. SOT3. Segundo Benito Roque Cojal. Promotor de Academias
Aguilas Negras-Comado Cajamarca. D.N.I. 26623817**

NOMBRE DEL TRABAJO

Programa de Sensibilización para Fortalecer el Emprendedurismo de los Habitantes del Distrito de Caj

AUTOR

Julca Rojas Melchora

RECuento DE PALABRAS

12286 Words

RECuento DE CARACTERES

66704 Characters

RECuento DE PÁGINAS

56 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

211.0KB

FECHA DE ENTREGA

Nov 10, 2023 8:34 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 10, 2023 8:35 AM GMT-5

● **18% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0230-FACEM-USS-2018, presentado por la Bachiller, **Melchora Julca Rojas**, con su tesis Titulada **Programa de Sensibilización para Fortalecer el Emprendedurismo de los habitantes del Distrito de Cajamarca 2018**.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **18%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 10 de noviembre 2023



Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.