



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR Y SU INFLUENCIA EN EL
FRACASO EMPRESARIAL DE LOS NEGOCIOS DE
IMPORTACIÓN DEL SECTOR TEXTIL DE LIMA
METROPOLITANA EN EL AÑO 2020**

**PRESENTADA POR
KARLA ROCÍO YOPLAC ROJAS**

**ASESOR
JOSÉ LUIS BEAS ARANA**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR Y SU INFLUENCIA EN EL FRACASO
EMPRESARIAL DE LOS NEGOCIOS DE IMPORTACIÓN DEL SECTOR
TEXTIL DE LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2020**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
KARLA ROCÍO YOPLAC ROJAS**

**ASESOR:
DR. JOSÉ LUIS BEAS ARANA**

**LIMA -PERÚ
2021**

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi madre, por todo el amor, por su esfuerzo y sacrificio a lo largo de mi formación académica, profesional y como persona.

INDICE

INDICE

ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPITULO I: MARCO TEORICO	12
1.1. Antecedentes de la Investigación	12
1.1.1. Antecedentes Nacionales.....	12
1.1.2. Antecedentes Internacionales	21
1.2. Bases Teóricas	28
1.2.1. Perfil del Emprendedor	28
1.2.2. Fracaso Empresarial.....	39
1.3. Definición de Términos Básicos.....	47
2.1. Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas	49
2.1.1. Hipótesis principal	49
2.1.2 Hipótesis específicas	49
2.2 Variables y Definición Operacional	49
2.2.1. Variable independiente.....	49
2.2.2. Variable Dependiente	50
CAPITULO III: METODOLOGÍA	51
3.1. Diseño Metodológico.....	51
3.2 Diseño Muestral	52
3.2.1. Población	52
3.2.2. Muestra	53
3.2.3. Unidad de Análisis.....	55
3.3 Técnicas de Recolección de Datos.....	55
3.4 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información	56
3.5 Aspectos Éticos.....	56
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	58
4.1. Análisis descriptivo	58
4.1.1. Medida de resumen por dimensión	58
4.2. Análisis de Frecuencia	62
4.2.1. Variable Perfil del Emprendedor	63
4.2.2. Variable Fracaso Empresarial	77
4.3. Análisis de confiabilidad de variables – Alpha de Cronbach	91
4.4. Prueba de normalidad - Kolmogorov.....	94

4.5. Análisis Correlacional.....	99
4.5.1. Hipótesis Específicas.....	101
5.1. Discusión de resultados de la hipótesis general.....	108
5.2. Discusión de resultados de la hipótesis específico 1.....	108
5.3. Discusión de resultados de la hipótesis específico 2.....	109
5.4. Discusión de resultados de la hipótesis específico 3.....	110
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES.....	113
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	114
ANEXOS.....	127
ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	128
ANEXO I: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN.....	133
ANEXO III: VALIDACIÓN DE EXPERTOS.....	142
ANEXO IV: INSTRUMENTO DE TRABAJO DE CAMPO.....	145
ANEXO V: EVIDENCIA DE INICIO DE TRABAJO DE CAMPO.....	149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Importaciones textiles SPN 5407690000.....	52
Tabla 2 Datos para cálculo de la muestra	54
Tabla 3 Niveles de confianza	54
Tabla 4 Resumen de procesamiento de casos	58
Tabla 5 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Formación y Desarrollo.....	58
Tabla 6 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Experiencia y Habilidades.....	59
Tabla 7 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Personalidad y Conducta.....	60
Tabla 8 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Financiamiento ..	60
Tabla 9 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Toma de decisiones	61
Tabla 10 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Cultura Innovadora	62
Tabla 11 Análisis de frecuencia Variable Perfil del Emprendedor.....	63
Tabla 12 Análisis de Frecuencia Pregunta 1	64
Tabla 13 Análisis de Frecuencia Pregunta 2.....	65
Tabla 14 Análisis de Frecuencia Pregunta 3.....	66
Tabla 15 Análisis de Frecuencia Pregunta 4.....	68
Tabla 16 Análisis de Frecuencia Pregunta 5.....	69
Tabla 17 Análisis de Frecuencia Pregunta 6.....	70
Tabla 18 Análisis de Frecuencia Pregunta 7	72
Tabla 19 Análisis de Frecuencia Pregunta 8.....	73
Tabla 20 Análisis de Frecuencia Pregunta 9.....	74
Tabla 21 Análisis de Frecuencia Pregunta 10.....	76
Tabla 22 Análisis de frecuencia Variable Fracaso Empresarial.....	77
Tabla 23 Análisis de Frecuencia Pregunta 11	78
Tabla 24 Análisis de Frecuencia Pregunta 12.....	79
Tabla 25 Análisis de Frecuencia Pregunta 13.....	80
Tabla 26 Análisis de Frecuencia Pregunta 14.....	81
Tabla 27 Análisis de Frecuencia Pregunta 15.....	82

Tabla 28 Análisis de Frecuencia Pregunta 16	84
Tabla 29 Análisis de Frecuencia Pregunta 17	85
Tabla 30 Análisis de Frecuencia Pregunta 18	86
Tabla 31 Análisis de Frecuencia Pregunta 19	87
Tabla 32 Análisis de Frecuencia Pregunta 20	89
Tabla 33 Análisis de Frecuencia Pregunta 21	90
Tabla 34 Cuestionario	92
Tabla 35 Análisis de confiabilidad General	93
Tabla 36 Alfa de Variable Perfil del Emprendedor.....	94
Tabla 37 Alfa de Variable Fracaso Empresarial	94
Tabla 38 Prueba de normalidad de la Variable Dependiente e Independiente	95
Tabla 39 Prueba de Normalidad Dimensiones	99
Tabla 40 Correlación variable Perfil del Emprendedor y Fracaso Emprendedor	100
Tabla 41 Correlación Formación y Desarrollo y Financiamiento	102
Tabla 42 Correlación Experiencia y Habilidades y Toma de Decisiones.....	104
Tabla 43 Correlación Personalidad y Conducta y Cultura Innovadora	106

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pregunta 1.....	64
Figura 2 Pregunta 2.....	66
Figura 3 Pregunta 3.....	67
Figura 4 Pregunta 4.....	68
Figura 5 Pregunta 5.....	70
Figura 6 Pregunta 6.....	71
Figura 7 Pregunta 7.....	72
Figura 8 Pregunta 8.....	74
Figura 9 Pregunta 9.....	75
Figura 10 Pregunta 10.....	76
Figura 11 Pregunta 11.....	78
Figura 12 Pregunta 12.....	79
Figura 13 Pregunta 13.....	81
Figura 14 Pregunta 14.....	82
Figura 15 Pregunta 15.....	83
Figura 16 Pregunta 16.....	84
Figura 17 Pregunta 17.....	86
Figura 18 Pregunta 18.....	87
Figura 19 Pregunta 19.....	88
Figura 20 Pregunta 20.....	89
Figura 21 Pregunta 21.....	90
Figura 22 Prueba de normalidad variable Perfil del Emprendedor.....	96
Figura 23 Prueba de normalidad variable Fracaso Empresarial.....	97
Figura 24 Diagrama de caja y bigotes.....	98
Figura 25 Dispersión variables Perfil del Emprendedor y Fracaso Emprendedor	101
Figura 26 Dispersión variables Formación y Desarrollo y Financiamiento.....	103
Figura 27 Dispersión variables Experiencia y Habilidades y Toma de Decisiones.....	105
Figura 28 Dispersión variables Personalidad y Conducta y Cultura Innovadora	107

RESUMEN

El presente trabajo tiene el objetivo de determinar si el perfil del emprendedor influye en el fracaso de los negocios de importadores del sector textil. Este tema surgió debido a la alta tasa de mortalidad de empresas que existe y en esta investigación se busca dar respuesta a este problema.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y alcance aplicada. Es de tipo descriptivo correlacional, ya que, según lo mencionado anteriormente, busca hallar una relación específica entre las variables (perfil del emprendedor y fracaso empresarial) y finalmente el diseño aplicado es no experimental.

El perfil del emprendedor si influye en el fracaso de las empresas y existe relación entre la formación y desarrollo y financiamiento. La experiencia y habilidades influye en la toma de decisiones y la personalidad y conducta influye en la cultura innovadora.

Palabras clave: emprendedor, fracaso.

ABSTRACT

The object of this work is to know if the entrepreneur profile influences on business failure of textil sector importers. This topic emerged due to the high mortality rate of companies and this investigation looks forward to find an explanation about this problem.

The research was made under a quantitative and applied approach. Since we're trying to find a specific relationship between two variables (entrepreneur profile and business failure), it's a correlational descriptive type and finally it's non experimental design.

The entrepreneur profile does influence with entrepreneur failure and it exists a relationship between training and development and financing. Experience and abilities influences on decisions making and personality and behavior influences on innovative culture.

Key words: entrepreneur, failure.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una tendencia mundial que va en incremento durante últimos años y, a lo largo de la literatura se encuentran diversas motivaciones y razones que llevan a las personas a emprender; sin embargo, la literatura refleja también la realidad de que muchas de estas personas no logran sacar adelante sus proyectos, convirtiéndose este en un fracaso ineludible. Finalmente, termina sumándose una cifra de fracasos realmente desalentadora.

Ante la situación líneas arriba mencionada, surge la pregunta ¿Por qué fracasan los emprendedores en sus emprendimientos? Para resolver esta problemática se define el siguiente problema general: ¿De qué manera el perfil del emprendedor influye en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil de Lima metropolitana en el año 2020? De ahí se formula la hipótesis de que el perfil del emprendedor influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020 y se establece como objetivo de esta investigación, determinar la influencia del perfil del emprendedor en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil de Lima metropolitana en el año 2020.

Dado que esta tesis está enfocada en el perfil del emprendedor, las personas que tienen como objetivo emprender un negocio, así como los que ya tienen un emprendimiento en marcha, podrán identificar cuáles son aquellas características inherentes a ellos mismos que podrían influir en el éxito o fracaso de su emprendimiento, asimismo, podrán tomar acción para mejorar o reforzar aspectos en los cuales representan falencias o carencias en cuanto a la gestión de su proyecto de negocio; de ahí la importancia y justificación de este proyecto de investigación. Asimismo, es importante mencionar que una de las mayores dificultades de este trabajo fue lograr la colaboración de las personas dedicadas al rubro de las importaciones textiles en el llenado de la encuesta, siendo esta, una de las etapas más complicadas de este proceso, sin embargo, con tiempo y persistencia, se completaron las encuestas de acuerdo al número de muestra obtenido en la formulación.

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que, se busca obtener resultados medibles sobre la manera en que el perfil del emprendedor influye en el fracaso de su emprendimiento. En adición, es de alcance aplicada, dado que, las personas que lean esta tesis podrán utilizar los conocimientos adquiridos para el manejo y mejora de su negocio. Cabe resaltar que las unidades de análisis son personas emprendedoras de Lima metropolitana que se dedican a la importación de productos textiles.

En el primer capítulo se presentan antecedentes nacionales e internacionales, así como las bases teóricas que, a su vez, sustentan y respaldan la investigación científica. Este capítulo se denomina como el marco teórico,

En el tercer capítulo, tomando como base la información obtenida en el marco teórico, se formula la hipótesis general y específica, y se define la variable independiente y dependiente. A partir de esta información se construye la matriz de consistencia y matriz de operacionalización, lo que permitió desarrollar los instrumentos correspondientes para llegar así a los resultados y análisis posterior.

En el cuarto capítulo se da a conocer la metodología empleada y se detalla el enfoque, alcance, tipo, diseño y unidad de análisis dentro de la investigación. Se realiza el cálculo de la muestra basada en la población de Lima metropolitana según el censo 2017, se explica las técnicas de recolección de datos empleadas, técnicas estadísticas de procesamiento de información y, finalmente, aspectos éticos considerados en este proyecto.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1.1. Antecedentes de la Investigación

A efectos de profundizar en el tema de la investigación aquí explicada, es necesario revisar estudios, investigaciones y trabajos anteriores, esto con el objetivo de conocer a profundidad el tema, lo que, además, permitirá afinar las ideas de manera más rápida y eficiente. En consecuencia, para realizar el presente estudio, se hizo uso de antecedentes tanto nacionales como internacionales, en un rango de cinco años de antigüedad.

1.1.1. Antecedentes Nacionales

En este apartado se analizan tesis nacionales que han desarrollado temas específicamente relacionados al perfil del emprendedor, características, etc. En diversos escenarios y contextos, así como también se presenta tesis que tienen como objetivo analizar el motivo y/o factores del fracaso de diversos negocios y emprendimientos, la alta tasa mortalidad de las empresas y la baja escalabilidad de estas.

Canseco (2018), menciona en su tesis titulada El Perfil Emprendedor y uso de herramientas de gestión en los egresados de la universidad San Ignacio de Loyola, Lima. El objetivo principal de esta tesis fue determinar si los egresados de esta universidad presentan un perfil de emprendedor adecuado con visión global y de oportunidades y, entre objetivos específicos busca determinar la diferencia del perfil del emprendedor entre los egresados y la relación que existe entre el perfil del emprendedor y el uso de las herramientas de gestión, en ambos casos tomando en cuenta el género, la facultad de estudios y año de egreso. Como hipótesis establece que, existe una diferencia entre el nivel del perfil emprendedor de los egresados de la USIL y el nivel del perfil del emprendedor por oportunidad con visión global que requiere el país y, las hipótesis específicas establecen que existen diferencias en el perfil emprendedor entre los egresados de la USIL y que, existe un alto grado de relación entre el perfil del emprendedor

y el uso adecuado de herramientas de gestión entre los egresados de la USIL. A partir de lo mencionado, la metodología tiene un enfoque cuantitativo y alcance descriptivo correlacional; dado que se utilizaron dos cuestionarios como instrumento de investigación; y se obtuvo como resultados que, del total de encuestados, el 68% cuenta con un óptimo perfil del emprendedor; asimismo, en promedio, existe un mayor nivel de cualidades personales que profesionales, y ello se refleja en mayor medida en el género masculino con respecto a los egresados de las carreras de ciencias administrativas entre los años 2010 y 2012; adicional a ello se comprobó que existe un óptimo uso de herramientas de gestión y las herramientas de supervisión son las que cuentan con un mayor promedio de nivel de uso, en este caso también predomina el género masculino de las carreras de ciencias administrativas entre los años 2013-2015; como resultados finales se obtuvo que existe una correlación directa y significativa entre el perfil del emprendedor y el uso de herramientas de gestión, y con eso se puede concluir que los egresados del género masculino son aquellos que cuentan con un mejor nivel de uso en herramientas de gestión, y por tanto un mejor nivel de perfil del emprendedor.

Gutiérrez (2018), menciona en su tesis titulada Perfil emprendedor de un grupo de alumnos del último año de una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el año 2017, Lima. Tiene como objetivo principal describir el perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y una especialidad de ingeniería y, como objetivos específicos, identificar y describir sus características personales, sociales y psicológicas y, describir el aporte del plan de estudios de las especialidades mencionadas sobre el perfil del emprendedor. Esto se hizo mediante un estudio cuantitativo no probabilístico y cualitativo, mediante el uso de encuestas y entrevistas a profundidad. Como resultado de la evaluación cuantitativa, se obtuvo que, los estudiantes de negocios presentan un alto desarrollo sobre la dimensión personal, social, psicológica y habilidad. Por otra parte, los estudiantes de ingeniería, personal, presentan un alto nivel de desarrollo en los factores autonomía y toma de decisiones, en la dimensión social, más no cuentan con suficiente autonomía y creatividad. En lo social, cuentan con un alto nivel de desarrollo, empero, deben mejorar su capacidad de

trabajo en equipo y la solidaridad. En el factor psicológico se observa en su mayoría que, no tienen temor al riesgo y la necesidad de logro es medianamente relevante para ellos. Finalmente, las habilidades para vender representan una gran debilidad para la mayoría de estudiantes de ingeniería.

En cuanto al estudio cualitativo, los estudiantes de la facultad de ingeniería, tiene una perspectiva negativa sobre sus habilidades creativas y de venta, y no considera que la formación universitaria aporte sobre ello, pero si creen que influye significativamente sobre el nivel de autonomía, ya que promueven constantemente las actividades de emprendimiento, así como también, promueven el trabajo en equipo, lo cual les permite desarrollar nuevas ideas y fomentar el liderazgo. Se debe agregar que también muestran gran disposición para buscar oportunidades de mejora y crecimiento profesional. Por lo que se refiere a los estudiantes de la facultad de negocios, todos los entrevistados manifestaron tener una alta predisposición personal a ser creativos y consideran que los cursos de formación de la carrera influyen de manera significativa sobre ello, así como también lo es para el desarrollo de su autonomía, mas no lo consideran así en cuanto a fomento de liderazgo se trata, sin embargo, sí son capaces de desarrollar esta habilidad mediante los trabajos en equipo.

Además, algunos afirmaron contar con habilidades para vender y presentan gran disposición para buscar oportunidades de mejora y crecimiento. De estos resultados se concluye que, los estudiantes de noveno y décimo ciclo de la facultad de ciencias administrativas muestran una gran predisposición a fundar una empresa, ya que, presentaron un alto nivel de desarrollo en todas las competencias evaluadas; mientras que, el grupo de estudiantes de la facultad de ingeniería, si bien presentan una alta predisposición a emprender y crear empresa, deben mejorar algunas competencias como la creatividad, autonomía, minimización de temor al riesgo, autonomía, trabajo en equipo, habilidad para vender y desarrollo. En relación con el análisis cualitativo, los resultados sobre la perspectiva que tiene cada estudiante sobre las dimensiones estudiadas, son las mismas a las obtenidos en el análisis cuantitativo.

Cumpla & lhedy (2018) mencionan en su tesis titulada Perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima, 2018, cuya finalidad es determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de empresas de la UIGV y, tiene como objetivo específico determinar sus actitudes, aptitudes y competencias, las cuales, según la hipótesis se expresan a través la iniciativa, creatividad, motivación, nivel de planificación, asunción de riesgos, estrategia, adaptabilidad, fijación de metas y perseverancia. Para probar la hipótesis siguió una metodología cuantitativa y descriptiva y a partir de las encuestas se obtuvo como resultado que, los estudiantes consideran en gran proporción contar con iniciativa, creatividad, motivación, planificación y actitudes emprendedoras. A su vez, pocos alumnos indicaron estar totalmente de acuerdo respecto a sus aptitudes para planificar, asumir riesgos y desarrollar estrategias. Por otra parte, los alumnos expresan en gran medida estar de acuerdo en cuanto a sus competencias para emprender, como adaptabilidad al cambio, fijación de metas y perseverancia.

En general, casi el 100% de encuestados considera poseer las características de un perfil emprendedor. A partir de lo mencionado se concluye que, en año que cursan los estudiantes, no tiene relación significativa con el perfil del emprendedor, al igual que sucede con las variables actitudes emprendedoras y competencias, más si de las aptitudes emprendedoras, si se encuentra una relación significativa con el año que cursan los estudiantes. Esto último, porque a medida que van cursando ciclos superiores, van incrementando las aptitudes emprendedoras.

Baquedano et al (2017), mencionan en su tesis titulada Características del perfil del emprendedor de las Sartups en Lima y su implicancia en el modelo de negocio, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima 2017. Tiene como objetivo identificar cuáles son las características del perfil del emprendedor de las Startups en Lima y qué implicancia tienen tales características en el éxito del modelo de negocio, para lo cual, debe primero conocer sus habilidades blandas y la importancia de las habilidades cognitivas, así como también conocer el modelo startup en el Perú. De esta manera busca corroborar si efectivamente, las características de los emprendedores y sus habilidades blandas definen el

éxito del modelo de negocio de los startups en Lima, Perú. Por todo esto, se desarrolló una metodología cualitativa descriptiva y mediante una guía de preguntas estructuradas se encontró que, en el segmento público Ministerio de Producción fomenta emprendimiento a través de diversos programas como Startup Perú e Innóvate Perú, donde financian diversos proyectos y se está invirtiendo en capital semilla, además de ellos realizan capacitaciones, incorporando así conocimiento y tecnología para elevar la productividad y competitividad peruana. Sin embargo, el hecho de que cada actor trabaje de forma individual dificulta la obtención de mejores resultados, ya que, no existe un proceso estandarizado para acceder a estos programas, siendo los trámites burocráticos un gran obstáculo en el camino. Algo semejante ocurre con el sector privado, dado que muchas empresas están invirtiendo a través de incubadoras o aceleradoras para impulsar el crecimiento de las Startups. Lamentablemente, la brecha tecnológica no genera la suficiente confianza como para atraer inversionistas de riesgo.

Por otra parte, en el segmento académico existe un gran compromiso para impulsar el emprendimiento y la innovación, mediante programas que promueven el emprendimiento, no obstante, la malla curricular no es lo suficientemente adecuada para desarrollar las habilidades blandas y no es posible promover proyectos de alto nivel tecnológico dado que, el mercado peruano no está lo suficientemente preparado para ello, además, Algunos equipos de trabajo carecen de capacidades técnicas para implementar ideas de negocio y restan importancia al trabajo en equipo. En el segmento startup, se encontró que el emprendedor es ejecutor y director de su proyecto. Estos son profesionales universitarios que cuentan con excelentes habilidades blandas y capacidades técnicas, ya que, orientados al desarrollo tecnológico e innovador, asimismo, valoran el trabajo en equipo y la flexibilidad. Sin duda, la creación de startups son una gran propuesta de crecimiento para todos los países, ahora bien, su presencia en Perú es mínima y no existe suficiente inversión y apuesta por este modelo de negocios.

Para concluir, si bien las habilidades blandas son determinantes para el éxito del emprendedor, aún lo es contar con una alta formación técnica, ya que, así lo

exige el modelo de negocio de los startups. En consecuencia, no se valida la hipótesis planteada, puesto que las habilidades cognitivas son más relevantes para el desarrollo y éxito de los emprendimientos dinámicos.

Alegre et al (2017) mencionan en su tesis titulada ¿Por qué fracasan los nuevos productos en su lanzamiento al mercado? Un estudio de casos múltiple en la industria de bebidas en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú, 2017. El fin de esta investigación es identificar los factores críticos de fracaso en el lanzamiento de nuevos productos, a partir del modelo Stage-Gate, para lo cual requiere en primer lugar; identificar los factores claves del modelo Stage-Gate, conocer el proceso de lanzamiento de productos nuevos de las empresas estudiadas, así como también los factores que afectaron este proceso de lanzamiento, conocer la percepción de los especialistas sobre los casos de fracaso y determinar los principales obstáculos de innovación y marketing que enfrentaron estas empresas.

A continuación, el estudio fue desarrollado bajo un enfoque cualitativo, con un alcance exploratorio y descriptivo, utilizando documentación y entrevistas para la recopilación de información; a partir de ello, se obtuvo como resultado del primer caso de estudio que, el fracaso de las categorías de bebidas no alcohólicas, puede repercutir negativamente sobre la marca, mientras que, en el caso de las cervezas, podría no afectar tanto a la marca, debido al fuerte posicionamiento de otras marcas.

En cuanto al segundo caso de estudio, los especialistas entrevistados expresaron diversas acciones que debieron haberse tomado antes de lanzar el producto al mercado y así evitar su fracaso; así, por ejemplo, realizar focus group a los intermediarios, lanzar el producto a un mercado pequeño como Trujillo y finalmente, tomar en cuenta el timing, ya que, el periodo ideal para lanzar una bebida refrescante es en verano.

Respecto al tercer caso de estudio, se encontró que la empresa realizó una importante investigación de mercado para lanzar una cerveza cuyo público objetivo eran las mujeres; sin embargo, existieron muchos aspectos como la

cultura, estilo de vida y preferencia de consumo que no tomaron en cuenta para lograr una correcta segmentación, lo cual tuvo como consecuencia el fracaso inminente de la marca. Finalmente, el cuarto caso de estudio, a diferencia del anterior, sí realizó un testeó pre y post lanzamiento; empero, cometieron un error al tratar de segmentar el producto para un consumo asociado con las comidas, puesto que, en el Perú, el consumo de cerveza está asociado a diversión y fiestas. En conclusión, para todos los casos estudiados, la idea nació a partir de una necesidad de crecimiento, mas no tomaron en cuenta la necesidad del mercado para el lanzamiento de su producto, en consecuencia, no se hizo una correcta segmentación, aun siendo que en el Perú el consumo de cerveza es bastante tradicional.

Alva (2017), menciona en su investigación titulada La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. El objetivo principal es identificar los factores de mortalidad de las microempresas en el Perú, de modo que le permita analizar las principales causas de la desaparición de un negocio, para así poder plantear un modelo que les permita crecer y desarrollarse en el mercado. Para ello, realizó una investigación mixta, con carácter exploratorio. Para el análisis cualitativo, se hizo una revisión de la literatura, mientras que, para el análisis cuantitativo, se diseñó un cuestionario tomando en cuenta las variables de la investigación.

Enseguida, se obtuvo como resultados que, la mayoría de microempresas cuenta con un máximo de 5 trabajadores, mientras que el 45% sólo cuenta con un trabajador o ninguno. Por otro lado, no existe relación entre el tiempo de operación en el mercado y el fracaso, ya que, muchas han fracasado aun teniendo una presencia mayor a 9 años en el mercado. No obstante, el sector comercial es el más proclive a fracasar a nivel de microempresas; ahora bien, contar con menores ingresos por ventas, no significa mayor vulnerabilidad al fracaso; empero, si podría predisponer la mortalidad de la empresa.

En cuanto al perfil del microempresario, el género masculino tiene una mayor representación respecto al género femenino, empero, el género no influye en la

mortandad de la empresa, pero sí influye la edad, puesto que los resultados mostraron que las personas menores de 44 años tuvieron una experiencia de fracaso; cabe recalcar, que la gran mayoría de microempresarios sólo cuenta con estudios secundarios y muy pocos cuentan con estudios técnicos.

Por otra parte, los empresarios consideran que el fracaso empresarial, se debe en su mayoría a la falta de publicidad, la situación económica, la competencia, la falta de un plan de negocios y mecanismos de control, la dificultad para conseguir buenos trabajadores, la carga laboral, desconocimiento del manejo contable, inexperiencia, falta de conocimientos de gestión y clientes.

Cavero, et al (2017), mencionan en su tesis titulada Factores clave que impiden la escalabilidad de las Startups en Lima Perú, durante el período 2010 al 2016, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Con el propósito de identificar los factores claves que impiden la escalabilidad de la startups en Lima durante el período 2010 al 2016, establece de manera específica debe determinar si la falta de conocimiento, experiencia y Networking, son factores claves para la escalabilidad de las Startups; ya que, según la hipótesis, estas serían las causas principales; así que, tiene un enfoque cualitativo, descriptivo y explicativo; por lo cual, se hicieron entrevistas a profundidad para recopilar información.

A continuación, se obtuvo de las entrevistas que, la falta de financiamiento es determinante en la escalabilidad de las Startups, y al no contar con ello, se convierte en una gran barrera; no obstante, el análisis revela que la falta de experiencia en gestión empresarial no es un factor clave, ya que, dicho conocimiento se puede adquirir; pero si consideran que el networking es esencial, permite tener una visión más amplia del negocio e incrementa las posibilidades de contactar clientes, inversionistas, socios, talento humano e ingresar a nuevos mercados.

Luego, se rescata de la investigación que, no todas las Startups tienen una base tecnológica, ello pone al descubierto la deficiencia en la calidad y cantidad de profesionales del sector tecnológico; en adición, la mayoría de emprendedores ya había fracasado anteriormente , por lo que contaban con experiencia en la

gestión de empresas; no obstante, su meta no es convertirse en una gran empresa, sino, lograr un crecimiento sostenible a mediano y largo plazo para venderla al mejor portor y luego seguir trabajando en la generación de nuevas startups. Finalmente, sólo se valida la hipótesis para las variables financiamiento y networking, mas no para la experiencia en gestión empresarial.

Ichpas & Ñope (2018), mencionan en su tesis Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (MYPE) de confecciones de prendas de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años; de ahí, que la finalidad de esta tesis es analizar los factores que limitan el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas; para ello, deben en primer lugar, cuál ha sido la evolución del crecimiento económico, identificar cuáles son los factores que limitaron el crecimiento económico y determinar si la innovación y las condiciones de acceso al crédito son factores limitantes; de esta manera, se pretende demostrar si la falta de innovación en los procesos que desarrollan y las condiciones de acceso al crédito son determinantes para el crecimiento de las MYPE.

En cuanto a la metodología, tiene un enfoque cualitativo y ha desarrollado cuestionarios estructurados para recopilar información; de ahí, se obtiene que, los micro y pequeño empresarios lograron mucho crecimiento hasta el año 2012, pero este se vio fuertemente afectado desde la llegada del TLC con China, debido a que no se encontraban en capacidad de competir contra sus bajos costos, siendo esta competencia desleal uno de los principales factores que limitan su crecimiento, así como también la falta de apoyo y promoción por parte del estado en cuanto al consumo nacional.

Del total de empresarios MYPE, el 57% sólo brinda servicios de confección a grandes empresas como Topy Top; por otra parte, son conscientes de que la innovación es un factor a mejorar, ya que, su producción está basada en copiar a las grandes empresas o modelos que encuentran en internet; sin embargo, no están dispuestos a capacitarse para seguir desarrollando sus habilidades y nuevos conocimientos.

Por lo que se refiere al acceso al crédito, la mayoría trabaja con capital propio y en caso de tratarse de una urgencia recurren a préstamos de familiares o conocidos; esto es porque tienen temor de acceder a un crédito en el banco y, posteriormente, no poder cumplir con las condiciones de pago; además de que, muchas veces sólo califican para préstamos de bajos montos. Para finalizar, los microempresarios ofrecen servicios de textilería especializada según la maquinaria con la que cuentan y dedican largas horas al trabajo para así ahorrar en mano de obra; por consiguiente, los microempresarios textiles sólo sobreviven en el mercado.

1.1.2. Antecedentes Internacionales

A continuación, se analizan tesis que buscan determinar el perfil del emprendedor y su influencia en el éxito o fracaso de diversos tipos de negocios, además, se presentan investigaciones que tratan de explicar las causas del fracaso empresarial en diversos contextos.

Bonel (2017), menciona en su tesis titulada Determinación del perfil del emprendedor fracasado en el sector servicios de la provincia de Alicante, de la Universidad Miguel Hernández. Esta investigación tiene la finalidad de establecer el perfil del emprendedor que ha fracasado con su proyecto de emprendimiento en el sector servicios de la provincia de Alicante, así como establecer sugerencias de carácter práctico para los emprendedores y a las instituciones que se dedican a apoyar el desarrollo de proyecto de emprendimiento e informar las Administraciones Públicas sobre las carencias detectadas para que puedan mejorar.

Dicho lo anterior, la tesis se desarrolló bajo un modelo cuantitativo y se demostró que, más del 80% había fracasado en un emprendimiento alguna vez, pero en un tiempo promedio de 3 años, decidieron iniciar un nuevo proyecto. De estos, el 46.03% opera con autónomo y el resto opta por la Sociedad Limitada y otras formas jurídicas, además, se desarrollan en subsectores como actividades de comercio, hotelería y turismo, transporte y otros. Es necesario recalcar que, las

principales variables que generaron el fracaso de estas personas fue la dificultad de acceso al crédito y la gran competencia del mercado, así como también influyen en gran manera los clientes, proveedores, productos sustitutos, trámites burocráticos y carga tributaria. Otros errores comunes son; estar orientados a clientes pequeños, contar con trabajadores desmotivados, descuidarlas cobranzas y culpar a la crisis económica por la baja demanda.

De los Angeles (2016) menciona en su tesis titulada El perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México, de la Universidad Autónoma del Estado de México, 2016. Parte de la hipótesis que las características demográficas, psicológicas y socio-culturales, son rasgos principales que constituyen el perfil emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México, por lo cual, basado en eso, busca analizar, identificar y contrastar sus características, para hallar similitudes y diferencias.

Dicho lo anterior, se empleó un enfoque cualitativo, exploratorio y descriptivo y tras concluir las entrevistas a profundidad, se observó que el 98.36% de floricultores son hombres con edad promedio es de 44 años, de los cuales, la mayoría no cuenta con educación secundaria. Ahora bien, tiene un avanzado conocimiento sobre la floricultura y aunque, el negocio representa un riesgo desde el proceso de producción hasta la venta, tienen la capacidad para resolver problemas, son perseverantes, conscientes del cuidado del medio ambiente, la salud humana y son muy ingeniosos en cuanto a su labor se refiere.

Cabe resaltar que el estudio demostró que cuentan con una baja capacidad innovadora, sin embargo, se presentan oportunidades de mejora, así por ejemplo el nivel de estudios, la creatividad, comunicación, experiencia, asunción de riesgos, resolución de problemas. De esta manera se abre paso a la capacidad que tienen los emprendedores florícolas para tomar ventaja de las oportunidades que se presentan y así cambiar y mejorar lo existente. Se infiere que, existe relación entre el perfil del emprendedor florícola y la capacidad innovadora, ya que, el conocimiento del emprendedor está basado en su mayoría en la experiencia y ello impacta de manera positiva en la organización. Por otro lado, aunque la cultura resultó ser un recurso muy importante en el emprendedor

florícola, porque dicta la forma de generación de conocimiento, existe una fuerte necesidad de elevar el nivel de estudios y capacitarse.

Requena y Samos (2017), mencionan en su tesis El perfil emprendedor de los estudiantes millennial de los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo, Chetumal, 2017. A través de una investigación cuantitativa se establece la finalidad de determinar el perfil emprendedor de los estudiantes Millennial de la Universidad de Quintana Roo, suponiendo que, este se encuentra relacionado con las creencias, la influencia social y con las capacidades asociadas al emprendimiento. Como resultado se obtuvo que, más de la mitad de millennial encuestados eran mujeres, con poca presencia de estudiantes extranjeros y provenientes de una ciudad pequeña de México. En relación con la situación de la carrera el 49.9% se encuentra a mitad de carrera, la mayoría de ellos no trabaja y no tiene otras responsabilidades. Por otra parte, sólo el 31.4% expresó tener amistades o familiares que contaban con un negocio propio y un reducido 6,2% contaba con un negocio propio. No obstante 44.7% indicó querer ser empresario en el futuro.

Concha & Muñoz (2015), menciona en su tesis Perfil del emprendedor chileno basado en el modelo GEM, Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción, Chile. A fin de determinar características que el perfil del emprendedor joven, utiliza el modelo GEM y plantea como objetivos específicos, identificar, determinar y explicar cuáles son las variables claves que caracterizan su perfil, para la cual se utilizó una metodología cuantitativa. De la encuesta GEM se obtuvo que la mayoría de emprendedores son del género masculino y lo hacen principalmente por oportunidad antes que por necesidad.

A su vez, se encuentra los jóvenes cuentan con un nivel de estudios mayor que los adultos, aceptación de riesgos y autoconfianza en relación con los adultos. En relación con el análisis univariado, se dio a conocer que el rango de edad es independiente al sexo, nivel socioeconómico, sentido de oportunidad y miedo al fracaso e innovación, para los emprendedores que recién inician un negocio, y en el caso de los que ya se encuentran en una etapa establecida, el rango de edad es independiente respecto a las variables sexo, edad, nivel de educación,

nivel socioeconómico, toma de riesgo, miedo al fracaso, independencia, autoconfianza e innovación. En cuanto al análisis correlativo se obtuvieron los mismos resultados. Para los emprendedores en etapas iniciales, las variables más significativas son: sexo, nivel educacional, nivel socioeconómico, independencia y sentido de oportunidad.

Asimismo, la variable autoconfianza, aplica tanto para jóvenes como para adultos, ya que, es una característica que posee todo emprendedor. Las variables significativas para los emprendedores que se encuentran en etapas son la motivación y aceptación de riesgos. En la minería de datos se encontraron el nivel socioeconómico, sentido de oportunidad y tolerancia al fracaso como variables significativas. Finalmente, en el focus group los participantes emprendedores que se encuentran en la etapa inicial y lo que ya se encuentran establecidos, mostraron estar de acuerdo con la relación significativa que se halló entre la edad y los variables independientes mencionadas. En cuanto a las habilidades para establecer y alcanzar metas y la capacidad para conocer y resolver problemas, no existe diferencia significativa entre joven y adulto, sino que depende de la experiencia, conocimiento y el entorno.

Para finalizar, no existe un estudio enfocado en el investigador joven de Chile y esta tesis aporta nuevos conocimientos sobre un área poco estudiada, ya que, pone al descubierto la necesidad de fortalecer el emprendimiento joven. Sobre el perfil que caracteriza al emprendedor joven chileno, los resultados afirman que existe una relación positiva entre la edad, sexo, nivel socioeconómico y autoconfianza, pero existe una relación negativa entre la edad, nivel educacional, sentido de oportunidad e independencia. Las variables motivación, aceptación de riesgos, miedo al fracaso e innovación no son significativas en relación a las características del perfil del emprendedor.

Para los emprendedores participantes en etapas establecidas, se emplearon las variables motivación y aceptación de riesgos y, ambas se relacionan negativamente con la edad. Tampoco se encontró relación significativa en las variables sexo, nivel educacional, nivel socioeconómico, sentido de oportunidad, miedo al fracaso, autoconfianza, independencia e innovación, respecto a la

caracterización del perfil del emprendedor joven chileno. A su vez, la minería de datos arrojó que las variables nivel educacional, independencia y autoconfianza forman el modelo para los emprendedores participantes en la etapa inicial y las variables nivel socioeconómico, aceptación de riesgo y miedo al fracaso forman el modelo para los emprendedores participantes en una etapa establecida y adicionalmente se encontraron tres variables significativas que no habían sido reflejadas en el análisis de regresión binaria, estas son: nivel socioeconómico, sentido de oportunidad y tolerancia al fracaso.

Romero, et al (2015), mencionan en su investigación titulada Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. Con la finalidad de identificar las variables financieras que explican la situación de fracaso empresarial en la pyme en Colombia, realizan un análisis descriptivo de la información financiera de las pymes ubicadas en los departamentos de Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca y Cundimarca, que son los de mayor concentración industrial. Del análisis realizado obtuvieron que, en efecto, existe un alto número de fracaso empresarial en estas ciudades, empero, cabe recalcar que, para el caso de Colombia, existe un mayor número de empresas sanas, respecto a las empresas fracasadas.

A partir de ello, se conoció que, el 68.8% son empresas pequeñas y el 31.3% son medianas; a su vez, los sectores que presentan la mayor proporción de fracasos son el comercio, la construcción e industria. Por otro lado, las empresas que oscilan entre los 28 y 41 años de antigüedad, han decidido liquidarse de manera voluntaria, aún, existe un significativo porcentaje de empresas con la misma antigüedad y en gran proporción instituciones más jóvenes que se encuentran en un proceso de liquidación judicial. Ahora bien, haciendo un análisis que muestra la relación entre sector económico, fracaso empresarial y antigüedad, se obtiene que, los sectores con mayores procesos de liquidación voluntaria son el comercio y la construcción.

A continuación, se observa que, el 69% de las empresas que cuentan con una antigüedad de 19 a 27 años en el mercado se encuentran en proceso de reorganización, acción también tomada por las organizaciones más antiguas, es

decir que superan los 28 años, siendo el sector industrial el más representativo. Por otra parte, los sectores comercio y construcción son las que representan un mayor número de empresas fracasadas contando con una antigüedad de 6 a 11 años, mientras que, para las empresas más antiguas, los sectores que más fracasan son comercio, industria y servicios. En relación con el análisis financiero, se dio a conocer que las empresas fracasadas contaban con 34.28% de endeudamiento y una baja solvencia y capacidad de pago, lo cual a su vez evidencia la disminución del capital de trabajo. En consecuencia, las cuentas con mayor representatividad para las empresas son el costo de ventas, y gastos operacionales administrativos y de ventas.

García, et al (2016) García, Sánchez y Tomaseti (2016), mencionan en su investigación Fracaso empresarial y efectos contagio. Un análisis espacial para España. Debido al debilitamiento del entorno económico que ha estado viviendo España, el estudio tiene el propósito de analizar el fracaso y su efecto contagio y se ha centrado en crear un modelo para predecir el fracaso empresarial; a su vez, tiene la finalidad de encontrar las causas tanto internas como externas para comprender mejor el fenómeno. Para ello, realiza un análisis descriptivo y exploratorio sobre los sectores de las empresas de cada provincia de España, incluyendo a aquellas que se encuentran en concursadas como acreedores debido a su situación de insolvencia.

Como resultado se obtuvo que las ciudades que tenían mayor número de empresas concursadas eran las que más contribuían sobre el PIB. Respecto al análisis de auto correlación espacial, de manera global, se obtuvo que, existe un contagio positivo de empresas concursantes respecto al fracaso, pero no se pudo determinar la existencia de contagio en todos los periodos; no obstante, para el sector industrial, se observa que existe contagio positivo significativo entre las empresas concursantes vecinas; más en el sector construcción, no se observó la existencia de contagio entre provincias. En cuanto en análisis de auto correlación espacio – temporal se encontró gran similitud mostrándose un contagio significativo positivo entre las empresas acreedoras vecinas de cada provincia durante los años de crisis económicas y en el sector construcción no se halló contagios significativos. Para finalizar, es en las ciudades de mayor

actividad económica donde se encontró mayor número de empresas concursantes, es decir, que se encontraban enfrentando graves problemas de insolvencia y quiebra, mas no en las ciudades más empobrecidas como se esperaba. Por otra parte, el fenómeno del fracaso tiene un fuerte impacto negativo sobre la economía, afectando de manera global a todas las empresas del territorio.

Heredia (2018), menciona en su tesis "Fracaso empresarial en las Pyme" de la Universidad Politécnica de Cartagena, 2018. Con el objetivo de analizar si la Ley Concursal es un buen instrumento para que las empresas en dificultades puedan superar el concurso de acreedores o por el contrario es un buen instrumento para liquidar aquellas empresas que se encuentren en una peor situación, desarrolló una metodología cualitativa, valiéndose de entrevistas semiestructuradas para recopilar información. En lo que toca a los resultados obtenidos, en la entrevista a los principales agentes que intervienen en el concurso de acreedores, todos manifestaron estar disconformes con la eficiencia de la Ley Concursal; así como también coinciden en que el 92% de las empresas que se presentan al concurso de acreedores, terminen en liquidación debido a la falta de una legislación adecuada; igualmente, consideran que los recursos que aporta la Ley Concursal y el apoyo de los juzgados no son suficientes; en adición, todos manifestaron no estar de acuerdo con la remuneración que reciben, ya que, este no compensa el esfuerzo que conlleva cada proceso que se apertura. Por otro lado, las personas entrevistadas en la Banca y Administración Pública, sí consideran que, la eficiencia de la Ley Concursal ha mejorado en comparación con años anteriores; y afirman que las empresas que se presentan al concurso de acreedores terminan en liquidación debido a que lo hacen cuando se encuentran en una situación de insolvencia crítica; aun así, coinciden en que la legislación es inadecuada, los juzgados son ineficientes y que, además, el desconocimiento de la Ley Concursal, hace que las empresas se presenten tarde a los concursos de acreedores. Por todo esto se concluye que la Ley Concursal de Cartagena es ineficiente, puesto que, los trámites burocráticos obstaculizan que muchas empresas puedan salvarse y evitar quebrar.

Marceca (2020), menciona en su tesis titulada Gasto en innovación y fracaso empresarial: un análisis regional. Tiene la finalidad de analizar el tipo de relación entre la innovación y la probabilidad de fracaso de una empresa, mediante un análisis regional. Por consiguiente, empleó una metodología cuantitativa, a través de análisis estadísticos, tomando como muestra datos de empresas de la región de Murcia; de donde resulta que, el mayoría de empresas son micro, pequeñas y medianas empresas, con una presencia promedio de 20 años en el mercado; a su vez, la mayoría presenta tener un perfil tecnológico, con mínima probabilidad de fracaso; sin embargo, los niveles de rentabilidad son bajos, pero cuentan con buena liquidez a mediano plazo y un alto grado de apalancamiento. Por otro lado, las empresas que cuentan con alta probabilidad de fracasar, son aquellas de menor tamaño y menor tiempo de experiencia en el mercado; además, presentan una rentabilidad negativa, escasa liquidez y elevado nivel de apalancamiento. Luego, se comprueba que, existe una relación positiva entre el perfil tecnológico y la probabilidad de fracaso, por lo que, a mayor perfil tecnológico, menor es la probabilidad de fracaso; así también, en cuanto a mayor innovación, mayor rentabilidad económica y mayor liquidez.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1. Perfil del Emprendedor

1.2.1.1. Definición de Emprendedor

El término emprendedor tiene varias definiciones; al respecto, Lanzas, et al (2009) explican las diversas definiciones según los expertos en la materia; así por ejemplo que, emprendedor es aquel que inicia un cambio y genera oportunidades, está alerta a las nuevas oportunidades, está más apoyado en las oportunidades que los recursos y toma acción sobre su presente para generar condiciones futuras. Por otra parte, determinaron que los factores que definen el perfil del emprendedor son la automotivación, estilo de trabajo visionario, cree en sus capacidades, es líder, asume riesgos y se valora así mismo.

Ahora bien, también existe un perfil del emprendedor de base tecnológica, donde la innovación es un elemento fundamental; estos emprendedores se caracterizan por estar siempre dispuestos a aprender, tener confianza en sí mismos, creer en sus ideales, tener visión de negocio, conocer las implicaciones de emprender y disfrutar de lo que hacen; por otra parte, Sung & Duarte (2015) describen ciertas particularidades sobre los emprendedores en su artículo titulado El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos, como por ejemplo que el emprendedor cuenta con una sensibilidad específica para los inconvenientes, es creativo, toma riesgos, tiene buena autoestima y autoconfianza, tiene mucho criterio, es exigente consigo mismo y es objetivo.

Puchol (2018) expresa que el emprendedor es asertivo, determinado, visionario, toma de decisiones, perseverante, responsable. Asimismo, el artículo titulado Aproximación al perfil del emprendedor en América Latina, señala que “Schumpeter define al emprendedor como una persona innovadora, que propone y aprovecha los cambios a través de cuatro caminos a saber: la introducción de nuevos o mejores productos, el empleo de nuevos y/o mejores métodos de producción” (Quejada & Ávila, 2016, págs. 249-268).

En síntesis, emprendedor es aquella persona visionaria que genera oportunidades, toma decisiones, asume riesgos y es innovador.

Características del Emprendedor

Respecto a las características del emprendedor, Quejada & Ávila (2016) explican además, que existen factores psicológicos y factores no psicológicos; se debe agregar que, en lo psicológico se encuentran los factores demográficos, formación y experiencia; mientras que, en lo no psicológico se encuentran rasgos demográficos como edad, sexo, raza y ubicación. En resumen, los emprendedores exitosos se caracterizan por “la propensión al riesgo, la necesidad de realización, la necesidad de logros y autorrealización, el liderazgo

y creatividad y capacidad de innovación, como factores determinantes del éxito emprendedor” (Quejada & Ávila, 2016, págs. 249-268)

Competencias del Emprendedor

Quejada & Ávila (2016) también señalan que las competencias personales del emprendedor son; adaptabilidad, autonomía, capacidad de asumir riesgos, autoconfianza, trabaja en función a objetivos, innovación, perseverancia, poder de persuasión, proactividad, tolerancia a la incertidumbre; finalmente, añaden que, existen 2 perspectivas desde el punto de vista del emprendedor; estas son demográficas (edad, educación y sexo) y sociológicas (antecedentes familiares, cultura y contexto en el que se encuentra la persona).

De lo anterior, se concluye que el perfil del emprendedor es inherente a características personales que definen una forma diferente de pensar y actuar, lo que, a su vez, les conlleva a emprender; sin embargo, también existen ciertas características que se van formando en el camino, tales como, formación y desarrollo, experiencia y habilidades y personalidad y conducta.

1.2.1.2. Dimensiones

1.2.1.2.1. Formación y Desarrollo

Ruiz (2007), indica que la formación no sólo consiste en adquirir nuevos conocimientos, sino que también se relaciona con construir con una identidad cultural y aportar con la sociedad; es por ello, que también se habla de una formación humanista, “La formación humanista del profesional se expresa en la concepción de la formación de la competencia como proceso complejo de desarrollo de la persona que le conduce a un ejercicio profesional autónomo, ético y responsable” (González, 2008, pág. 176)

Por otra parte, González (2008), expresa que, existen dos enfoques respecto a la competencia laboral; en primer lugar, está el enfoque estructural que requiere la aplicación de atributos personales, tales como conocimientos, habilidades, aptitudes, etc; a continuación está el enfoque dinámico que implica estar preparado para la competitividad, es decir, flexibilidad, perseverancia, autonomía, responsabilidad; cabe recalcar que la formación flexible sólo se puede llevar a cabo con la presencia y uso de TI.

Para profundizar un poco más el tema, Facundo, et al (2007), define el término competencias como “el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que se aplican en el desempeño de una función productiva o académica” (Facundo, et al, 2007, pág. 48); además, sostienen que, desde el enfoque tradicional, las competencias son actividades y conductas que responden a los requerimientos de un determinado contexto; mientras que, desde el punto de vista de la socioformación, son acciones integrales que identifican, interpretan y resuelven problemas del contexto, aplicando siempre la ética y mejora continua.

De acuerdo con García, et al (2017), la finalidad del desarrollo de personas por competencias es desarrollar habilidades, destrezas, valores, hábitos, motivos, etc., para que tengan un comportamiento satisfactorio y permita el logro de objetivos; de ahí que, las capacitaciones más allá de ser un gasto, implican en realidad un valor agregado que incrementa los niveles de competitividad de la persona; en este sentido, Facundo, et al (2007), mencionan que, para potenciar las capacidades, se requiere contar con conocimiento científico, compromiso de compartir resultados de investigaciones y compartir conocimientos; se debe agregar que, Téllez (2005), aclara que, las competencias se aplican de forma conjunta a una determinada función o profesión; en otras palabras, es un aporte, que no es una función en sí, pero debe ser aplicada para que funcione, por ende, está orientada a un logro y este debe ser medible; asimismo menciona que en ámbito empresarial y de negocios, es importante contar con habilidades cognitivas básicas (saber - conocimiento), tales como planeación financiera y manejo de presupuesto, planeación de recursos humanos, mercadeo, adaptabilidad al cambio, habilidades directivas (planificación estratégica, visión de negocio), tecnologías de la información; en cuanto habilidades (saber hacer),

debe tener habilidades de liderazgo, comunicación, adaptación al cambio, negociación, etc., cabe recalcar que estas habilidades se adquieren a través del tiempo y la experiencia; respecto a las actitudes, el individuo debe tener competencias como la perseverancia, disciplina, autocontrol, empatía, interés y motivación.

De lo mencionado en el párrafo anterior, se infiere que, para lograr el desarrollo de competencias, es importante y necesario capacitarse; ante ello, Hernández (2017), indicó que según el modelo de competencias directivas desarrollado por Hellrieger en el año 2011, el individuo debe en primer lugar, poseer la habilidad de autoadministración para planificar su propio desarrollo personal; además, debe tener una correcta planeación y gestión estratégica que le permita organizar tareas y asignar recursos correctamente; asimismo, debe contar con un enfoque de calidad que le permita mantener una actitud positiva para hacer bien las cosas; finalmente, debe estar a la vanguardia de los avances tecnológicos e innovación, de modo que tenga un correcto uso y conocimiento de las herramientas tecnológicas.

El conocimiento es una herramienta muy importante que se convierte en una ventaja competitiva, y en muchas ocasiones sirve como motivación para que las personas decidan dejar un empleo para emprender un negocio. En consonancia con lo mencionado, Kantis, et al (2000), señala que, los empleados deciden asumir el riesgo de crear una empresa, ya que, consideran que el mercado tendrá una mejor respuesta respecto a sus ideas de negocio, en comparación con los beneficios recibidos en empresa en la que trabajan; también mencionan, se trata de propuestas innovadoras con bajas barreras de entrada y con poca competencia en el mercado. Respecto a la gestación de empresas de los emprendedores, también se debe tomar en cuenta “su motivación y experiencia laboral, su nivel de capacitación, las capacidades empresariales, la presencia de modelos de rol familiares y la posesión de activos, entre otros” (Kantis, et al, 2000, pág. 30)

Por otra parte, los valores también son importantes en la determinación del perfil del emprendedor, puesto que más allá de las habilidades y conocimientos que pueda poseer, estos deben ser aplicados de forma ética y con valores.

Los valores “Son guías y principios de conducta que dan sentido a la vida hacia la autorrealización, el progreso y el redimensionamiento humano” (Arana & Batista, 1999, págs. 1-30); a su vez, indican que, los valores se pueden expresar a través de conductas y comportamientos y estos además se pueden adquirir a través del aprendizaje consciente.

Acerca del aprendizaje, es importante mencionar, que con el paso del tiempo se han desarrollado nuevas formas de enseñanza y formación, que permiten que el aprendizaje y desarrollo de competencias cognitivas sea muy fácil. Para ilustrar mejor lo recién mencionado, Salinas (1999), explica que la educación flexible está asociada a la introducción de tecnologías de la información y que esta a su vez, puede solucionar los inconvenientes de la distancia; cabe señalar que educación flexible no sólo busca una formación intelectual y profesional, sino que también involucra lo social y lo humano.

En este sentido, Patrone (1997), detalla que una formación flexible permitiría al individuo aprender a analizar el entorno, además, realizar cambios y mejoras en los métodos y técnicas para la gestión de un negocio, así como también, impulsar la producción de bienes y servicios; por lo que se refiere a las mypes, les permitiría obtener metodologías basadas en el autoanálisis y el desarrollo de actitudes personales, estimular nuevas capacidades creativas, etc.; es por esto que, es importante que tanto empresarios como nuevos emprendedores se capaciten para enfrentar los cambios y tendencias del mercado, así como para poder ofrecer un servicio y/o producto óptimo.

1.2.1.2.2. Experiencia y Habilidades

Si bien la formación y desarrollo son importantes para el éxito de un emprendimiento, es necesario recalcar que también lo son las experiencias y

habilidades del emprendedor; así, por ejemplo, la inteligencia emocional, es uno de los factores más importantes en el éxito de los empresarios. Whetten y Cameron (2005), expresan que la “inteligencia emocional consiste en las habilidades de autoconocimiento, auto reglamentación o autocontrol, motivación, en la habilidad de entender las habilidades emotivas y conductuales de los demás (empatía) y en las habilidades interpersonales”, a su vez, hace hincapié de que el autoconocimiento es uno de los elementos más importante dentro la inteligencia emocional, ya que, permite el manejo de uno mismo; no obstante, también es importante desarrollar el autocontrol, puesto que, permite aclarar metas y prioridades permitiendo trazar una ruta clara en la vida (Whetten & Cameron , 2005, pág. 6).

También se define la inteligencia emocional como:

la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud; la habilidad para acceder y/o generar sentimientos que faciliten el pensamiento; la habilidad para comprender emociones y el conocimiento emocional y la habilidad para regular las emociones promoviendo un crecimiento emocional e intelectual (Palomera, et al, 2008, pág. 443)

Una persona capaz de manejar sus emociones y sentimientos, será capaz de tomar decisiones acertadas en circunstancias complicadas y también será capaz de guiar a la empresa o su emprendimiento hacia el camino correcto, ya que, no se dejará llevar por emociones y evaluará la situación correctamente.

Por otro lado, respecto a las habilidades sociales, Van-der, (2013), indica que, permiten resolver situaciones problemáticas sin complicaciones ni estrés y que la habilidad para comunicarse es crucial para la sociedad y también para el desarrollo profesional; además un buen profesional debe contar con habilidad de comunicación y hablar con carisma demostrando confianza en sí mismo logrando motivar a sus subordinados evitando conflictos internos entre ellos.

Por otra parte, Según Whetten y Cameron (2005) las habilidades directivas son las que permiten que las empresas cumplan sus objetivos, es decir, el directivo

debe ser competente y debe ser capaz de guiar, dirigir, liderar, solucionar problemas, etc., dado que la implementación de un proyecto dependerá del correcto manejo de estas habilidades; asimismo, las habilidades directivas comprenden tres habilidades básicas, que implican habilidades de trato de personal, conocimiento técnico y habilidades conceptuales.

También es importante tomar en cuenta las habilidades sociales; para ilustrar mejor, Roca (2014), lo define como hábitos, pensamientos y emociones que permite comunicarse con los demás de manera eficaz y permite lograr los objetivos propuestos; se debe agregar que son importantes porque son la principal fuente de bienestar de las personas y permiten aumentar la calidad de vida; además, facilita el desarrollo de una buena autoestima, por lo que, las personas con pocas habilidades sociales son propensas a sufrir alteraciones psicológicas y a experimentar emociones negativas con frecuencia; por otra parte, la asertividad es esencial en las habilidades sociales, ya que, ayuda a desarrollar una autoestima sana y mejorar la comunicación interpersonal; hay que mencionar además, que una persona asertiva es capaz de defender sus propios derechos y emociones y expresar sus sentimientos tanto positivos como negativos; dicho lo anterior, es importante señalar que no contar con habilidades sociales puede marcar gran diferencia entre las personas.

Al respecto, Eceiza, et al (2008), expresa que las diferencias se manifiestan en las dimensiones conductuales, cognitivas y fisiológicas; por ejemplo, las personas con pocas habilidades internas tienen diálogos internos negativos y tienen dificultades para relacionarse con otras personas.

En lo que toca a habilidades directivas, Aburto & Bonales (2011), refieren que la habilidad de un administrador se determina en la habilidad para dirigir a la organización hacia el cumplimiento de sus objetivos; además, establecen que las funciones básicas de un administrador se resumen en fijar objetivos, organizar, comunicar y motivar, medir y evaluar, desarrollar y formar personas; también indican que un gerente debe contar con habilidades administrativas básicas, como habilidades técnicas, trato de personal y habilidades conceptuales; estas habilidades, a su vez, exigen desarrollar competencias

personales perdurables, estas son, conocimiento, perspectiva y actitud; finalmente, Puchol, et al (2018), mencionan que las habilidades directivas comprenden: habilidades de comunicación, toma de decisiones y gestión.

1.2.1.2.3. Personalidad y Conducta

Este punto es importante, debido a que, existen determinadas características inherentes al perfil del emprendedor. Se dice sobre la personalidad que:

Permite conocer de forma aproximada los motivos que llevan a un individuo a actuar, a sentir, a pensar y a desenvolverse en un medio; por otro lado, la personalidad permite conocer la manera en la cual una persona puede aprender del entorno (Seelbach, 2013, pág. 3)

La personalidad está compuesta por características psicológicas, conductuales, emocionales y sociales. Existen diversas teorías sobre la personalidad, por ejemplo, el primer modelo desarrollado por Hipócrates en los años 460 y 357 a. C, establece una tipología basada en el fluido, estas son sanguíneo, colérico, flemático y melancólico; esta teoría carece de fundamento científico, pero fue la base para la siguiente clasificación, que establece las personalidades como introvertido, extrovertido, racional y emocional; acorde con esta clasificación, se agrupan los factores de personalidad y Castro & Casullo (2008) explican que estos son neuroticismo o estabilidad emocional, extroversión o introversión, apertura a nuevas experiencias, responsabilidad.

Sobre la conducta del individuo, Begler (1963) menciona que la conducta son acciones guiadas por la mente y es inducida ya sea por motivos internos o incentivos ambientales; ahora bien, Mora (2011) indica que, las creencias y actitudes pueden determinar la conducta, pero también influye en la conducta el entorno y de la seguridad que tenga sobre sí mismo para actuar en diferentes circunstancias, de ahí que, “El comportamiento emprendedor es la actuación emprendedora de una persona resultado de sus creencias, actitudes, talentos, habilidades, motivos, necesidades y valores” (Surdez, 2009, pág. 137), a su vez,

Surdez (2009) expresa que, lo que dirige el comportamiento es la meta, y está guiado por la necesidad de logro y percepción de autoeficacia; menciona además que, los emprendedores se caracterizan por tener un comportamiento orientado al logro; luego, son planificadores, porque antes de actuar piensan sobre las acciones a tomar y también, tienen un gran ejercicio del poder, porque son capaces de generar estados de ánimo positivos.

Mora (2011) señala que, si el emprendedor tiene una actitud positiva hacia la idea de crear una empresa, tiene una percepción positiva generada por la influencia del entorno sobre esta idea y además considera que cuenta con las habilidades y destrezas para crear una empresa, entonces se produce la intención y pasa a la conducta (acción) de crear la empresa; finalmente, establece que, los factores relevantes del perfil del emprendedor que determinan su conducta son; la necesidad de logro, es decir la motivación e impulso para emprender; la innovación, percepción de control, debido a que consideran que pueden controlar los resultados de sus proyectos; además, tienen un autoestima elevado, puesto que se consideran capaces y creen en sí mismos; finalmente, están orientados al riesgo.

De acuerdo con Seelbach (2013) la personalidad está formada por dos componentes; el temperamento y el carácter y define “El temperamento es un componente de la personalidad porque determina, de alguna manera, ciertas características de cognición, comportamiento y emocionales” (Seelbach, 2013, pág. 9). Respecto al carácter explica:

Se denomina carácter a las características de la personalidad que son aprendidas en el medio, por ejemplo, los sentimientos son innatos, es decir, se nace con ellos, pero la manera en cómo se expresan forma parte del carácter. Las normas sociales, los comportamientos y el lenguaje, son sólo algunos componentes del carácter que constituyen a la personalidad (Seelbach, 2013, pág. 9).

Si bien ambos componentes son importantes en la definición de la personalidad, Seelbach (2013), expresa que, según algunos autores, el temperamento es más

importante en el despliegue de la personalidad; por tal motivo, se profundizará un poco más sobre este tema. El término temperamento ha sufrido grandes variaciones y puede entenderse de diferentes formas como:

1) la respuesta a los cambios del entorno, incluidas las reacciones sistemáticas y autónomas, 2) el temor e inhibición ante lo novedoso, 3) la impulsividad, 4) el ánimo positivo o negativo, 5) el nivel general de actividad, 6) la atención constante, la autorregulación (Izquierdo, 2012, pág. 619)

A su vez, Izquierdo (2012), menciona que, el temperamento tiene tres propiedades típicas que son; la emocionalidad, la actividad y la sociabilidad. La emocionalidad está relacionada con la excitación de emociones negativas, por otra parte, la actividad tiene que ver con la perseverancia de las personas y la sociabilidad es el apego y responsividad.

Por otra parte, existen rasgos de personalidad y estos influyen en el fracaso o éxito de una persona, “los rasgos de la personalidad contribuirían a la posibilidad de fracasar o tener éxito en alcanzar los estándares que promueven los ideales culturales adquiridos a lo largo de las diferentes etapas del proceso de socialización” (Gerosa, 2016, pág. 47); ahora bien, las dimensiones de los factores de la personalidad se organizan en las siguientes dimensiones:

- Apertura a la experiencia: es la capacidad de introspección y capacidad intelectual.
- Responsabilidad: se manifiesta por la capacidad de adecuarse a las normas e identificar propósitos para llevar a cabo proyectos.
- Extraversión: es la capacidad de comunicarse con las personas y el asertividad.
- Amabilidad: es la capacidad para establecer vínculos sociales y el nivel de empatía.
- Neuroticismo: manifiesta la inestabilidad emocional y la tendencia a experimentar sentimientos negativos.

Morán y Menezes (2016) resume de los cinco factores de la personalidad de la siguiente manera:

- Neuroticismo: hace referencia a la emocionalidad de la persona, puesto que las personas neuróticas tienen mayor tendencia a experimentar emociones negativas y son propensas a tener ideas irracionales, debido a la falta de capacidad para controlar sus impulsos
- Extroversión: mide la sociabilidad, en síntesis, a las personas extrovertidas les gusta vincularse con otras personas y estar en grupos y reuniones.
- Apertura a la experiencia o apertura mental: son personas que muestran interés tanto por aspectos externos como internos, dispuestas a desarrollar nuevas ideas y experimentar emociones.
- Amabilidad: son las tendencias interpersonales de las personas y son amables y empáticos; mientras que las personas desagradables son antipáticas y egocéntricas.
- Responsabilidad: hace referencia al nivel de planificación y organización de las personas.

A lo largo de los conceptos revisados hasta el momento se han encontrado diversas características que son inherentes al perfil del emprendedor, empero, las estadísticas mostradas inicialmente revelaron que muchos emprendimientos fracasan. Ante esta preocupante realidad, se ha profundizado en la revisión literaria para entender bien el fracaso de los emprendedores.

1.2.2. Fracaso Empresarial

1.2.2.1. Definición

Manzaneque (2006), explica que el fracaso empresarial tiene una definición ambigua, algunos la consideran como insolvencia técnica (incapacidad de atender obligaciones) y otros como insolvencia real (activos menor a los

pasivos); también menciona que Aragonés y González indicaron en el año 1991 que es el incumplimiento de los objetivos, lo cual es muy relativo, ya que, todas las empresas no tienen los mismos objetivos, pero en líneas generales, las empresas tienen 3 objetivos; como son, el valor económico añadido, la rentabilidad y la asignación eficiente de recursos; en base a estas agrupa el fracaso en 3 bloques: el fracaso económico que se traduce en baja rentabilidad, ingresos insuficientes; el fracaso financiero, que es la incapacidad de cumplir obligaciones; y el fracaso legal que implica la quiebra y suspensión de pagos; de manera semejante, Araya, et al (2017), mencionan que, no existe una definición específica para el término fracaso empresarial; no obstante, también se emplean términos como mortalidad, salida, discontinuidad, bancarrota, declive y fracaso; por consiguiente, determinan que la definición más común del fracaso de emprendimientos es la quiebra del negocio, es decir, cuando no se es capaz de solventar los gastos de la empresa por ingresos insuficientes e interrumpe las actividades empresariales; por otro lado, Suárez, et al (2007), expresan que las causas del fracaso empresarial son la falta de financiamiento, ausencia de cultura innovadora, la coyuntura, falta de conocimiento del comportamiento del mercado.

1.2.2.2. Dimensiones

1.2.2.2.1. Financiamiento

Para ampliar un poco más sobre las causas del fracaso empresarial, Butler, et al (2018), indican que el financiamiento permite tener una mayor capacidad de desarrollo y operaciones más grandes; sin embargo, el financiamiento representa una gran barrera para los expendedores; en primer lugar, por las fallas del mercado, características de la conformación de ofertas de crédito y las metodologías empleadas para la evaluación y otorgamiento de crédito; similarmente, Ferraro & Goldstein (2011), expresan que la desigualdad de acceso a financiamiento de las pequeñas empresas, ocasiona que estas tengan dificultades en sus capacidades productivas e inserción a grandes mercado; este problema se hace visible debido a los diversos programas de financiamiento que

se crean para subsanar la situación; no obstante, en su mayoría, las empresas no logran acceder al crédito debido a las altas tasas de interés, poca garantía y dificultades que presentan para completar los trámites burocráticos y porque prefieren trabajar con capital y recursos propios; esto a su vez, ha generado que muchos empresarios prefieran no recurrir a las entidades bancarias; puesto que, si bien consideran que las tasas de interés son muy elevadas, tampoco cuentan con historiales que les sirva de respaldo y no están dispuestos a realizar todos los trámites burocráticos debido a su complejidad.

Asimismo, Bebczuk (2010), considera que las PYME son las más afectadas en cuanto al otorgamiento de créditos debido a que la mayoría cuenta con un sistema contable precario, esto a su vez, dificulta la correcta evaluación en cuanto al riesgo en las entidades bancarias; lo cual se traduce en aumento de costos y solicitudes de mayor garantía, convirtiéndose así en un gran problema, debido a que las pequeñas empresas cuentan con pocos activos para ofrecer como garantía; ahora bien, uno de los factores en los que se basan las entidades financieras para otorgar créditos es en flujos proyectados; es decir, el patrimonio con el que la empresa contará a cabo de cierto tiempo de recibir el crédito; dicho esto y considerando el precario sistema contable de las MYPE, en la práctica el uso de este factor no es aplicable a PYME, debido a la incertidumbre de la proyección y que muchas de ellas están incluso en el mercado informal.

Además, el financiamiento privado está mayormente orientado a dar créditos a corto plazo, orientándose principalmente hacia las grandes empresas excluyendo a las medianas y pequeñas; de esto se puede inferir también que, la oferta de crédito bancario es otra restricción importante para los microempresario; sin embargo, existe el financiamiento por medio de entidades públicas que tratan de apoyar a las medianas, pequeñas y micro empresas mediante, a veces, con políticas contrarias a lo que dicta la economía.

Ante la situación mencionada, Ferraro & Goldstein (2011), mencionan que un considerable número de empresarios presenta una conducta de auto-exclusión; es decir, considera que las entidades bancarias no le brindarían un préstamo si éste lo pidiese, perdiendo así la oportunidad del crédito y optando por usar sus

propios recursos; así, por ejemplo, en Argentina, una de las principales razones de que las empresas opten por utilizar sólo sus recursos propios es la alta tasa de interés debido principalmente a falta de garantías; asimismo, Fernández, (2015), explica que las pequeñas y medianas empresas financian su emprendimientos y operaciones principalmente con recursos propios; ya que el sector bancario y otras entidades de crédito son reacios a financiar sus actividades.

Acerca de los programas de financiamiento, Ferraro & Goldstein (2011) menciona que en América Latina existen múltiples instituciones que facilitan el financiamiento a las pymes; tales como, agencias de promoción de pymes, organismos con planes sectoriales que tienen como objetivo apoyar a los pequeños productores y las bancas de desarrollo, que garantizan el acceso a préstamos a mediano y largo plazo para que las pymes puedan invertir libremente; cabe señalar que, los programas de financiamiento se justifican debido a la falla en los sistemas privados en cuanto al otorgamiento de préstamos a pymes; no obstante, existe poca evidencia en cuanto a la efectividad de estos programas subsidiados por el estado; sirva de ejemplo que sí existen impactos positivos en cuanto a la cantidad de empleo generado, pero no directamente en la empresa beneficiaria del crédito.

1.2.2.2.2. Toma de decisiones

En otra instancia, la toma de decisiones es un factor importante que determina el éxito o fracaso de un emprendimiento; Rodríguez y Pinto (2017) expresan:

La toma de decisiones organizacionales constituye un proceso de información que se desarrolla por individuos o grupos para solucionar problemas y aprovechar oportunidades organizacionales. En éste se analizan, mediante la consecución de determinadas etapas, un conjunto de alternativas de solución/ decisión para identificar la mejor de ellas, de forma que el decisor pueda desplazarse de una posición actual, en la que se encuentra, a la posición en la que desea estar (ideal), en consecuencia,

con las metas, objetivos y razón de ser de la organización (Rodríguez & Pinto, , 2017, págs. 175-189)

Solano (2003), explica que para tomar una decisión debe haber dos o más alternativas; asimismo menciona que, según lo expresado por Paul Moody en el año 1983, para tomar una decisión, debe identificarse la existencia de un problema; a continuación algunos factores a tomar en cuenta para la toma de decisiones son la importancia y el compromiso que implica determinada decisión, la flexibilidad de los planes, la certeza de los objetivos según las políticas de la empresa, los costos que involucrarían tomar una y otra decisión y el impacto humano; de acuerdo con García (2014) , la toma de decisiones orientadas al problema puede tomarse desde una perspectiva tanto positiva como negativa; en el sentido positivo el problema puede ser un reto, donde se buscan y encuentran soluciones y pone en manifiesto la capacidad para enfrentar problemas; desde el punto de vista negativo, se considera que no hay solución, la personas duda de sus habilidades genera frustración.

Por otro lado, Acevedo, et al (2010) consideran dos enfoques para definir el problema; en primer lugar, está el enfoque racional que busca la solución del problema mediante la aplicación de técnicas; y en segundo lugar está el enfoque de sistemas, donde la solución no se basa en la asignación de recursos, sino que, estudia modelos de comportamiento y amplía los proceso empresariales; ahora bien, la calidad de la información también es un aspecto importante a la hora de tomar decisiones; al respecto, Rodríguez y Pinto (2017) sostienen que la situación problema se identifica a través de las señales informativas; entonces la toma de decisiones estratégicas están vinculadas al uso adecuado de la información, por lo que se considera que la información es una herramienta estratégica para la toma de decisiones; esto es porque. en su mayoría se toman decisiones en contextos de incertidumbre y se requiere la cooperación entre miembros; por otra parte, Rodríguez (2015), manifiesta que, la gestión de la información y conocimiento enriquecen los procesos para la toma de decisiones; sin embargo, muchas veces no se cuenta con información completa sobre las opciones factibles y la incapacidad para procesar información genera dificultades en el proceso de toma de decisiones; por tanto, cuando se trata de un asunto de

suma importancia, en ocasiones buscan reunir gran cantidad de información antes de tomar una decisión, pero también, contar con mucha información adicional puede generar problemas al momento de tomar decisiones.

La adecuada resolución de problemas ha de cubrir los cuatro elementos clave del mundo de la empresa: asignación eficiente de recursos, sistemas empresariales productivos, mantenimiento o mejora de los procesos de transformación y desarrollo y el efecto sobre las personas, como usuarios o como recursos (Acevedo, et al, 2010, págs. 18-27)

Con esto se entiende que hay varios elementos que influyen en una correcta toma de decisiones y que, existen herramientas que facilitarían este proceso de forma sistemática; por ejemplo, según Jorge (2011), se pueden aplicar métodos matemáticos cuantitativos para tomar decisiones operativas orientadas a una finalidad, pero para aplicar métodos cuantitativos se requiere un modelo matemático.

1.2.2.2.3. Cultura Innovadora

Finalmente, la innovación también es relevante para el éxito de una empresa; es así que Suárez, et al (2007), aseveran que la innovación facilita la competitividad empresarial y contribuye al desarrollo económico.

En ocasiones con el término innovación se hace referencia a todo el proceso de innovación, el cual puede ser definido como el proceso de creación, desarrollo, producción, comercialización y difusión de nuevos y mejores productos, procesos y procedimientos en la sociedad, abarcando el conjunto de actividades solapadas que van desde la concepción de la idea hasta la primera aplicación comercial. (Fernández & Peralta, 1998, págs. 66-85)

Ahora, fomentar una cultura innovadora no es algo que se puede dar de un momento a otro, Vilela (2015) explica que cuando una empresa recién inicia el

proceso hacia la innovación, por lo general empieza con un área crítica, pero se va implementando paulatinamente en todas las áreas; se hace de esta manera porque este proceso implica un cambio de habilidades y prácticas de dirección. Araujo (2010), menciona que el proceso de innovación debe estar enfocado en todas las áreas y no sólo a un grupo reducido de la empresa; cabe señalar que los valores y creencias son importantes para lograr una cultura innovadora, ya que, una cultura innovadora implica, procedimientos, formas de trabajar en conjunto y criterios para tomar decisiones; asimismo, la innovación es clave para el cambio tecnológico y desarrollo endógeno; con todo esto, es importante recalcar que, el ser humano es el centro de la innovación y para ello se requiere creatividad, lo cual implica utilizar técnicas, habilidades e ideas originales para solucionar problemas; en consecuencia, la creatividad va de la mano con la innovación, tan es así, que Schnarch señaló en el año 2001 que no es posible innovar sin creatividad.

Por otro lado, de acuerdo a lo indicado por Rico en 1995, la creatividad está estructurada por pensamientos nuevos en lo esencial y pensamientos útiles y aplicables; por tanto, define que “Creatividad es entonces, según diversas opiniones revisadas, la capacidad para dar origen a nuevos productos y servicios o mejorar los actuales y para formar nueva tecnología o adecuar la existente a las nuevas necesidades del mercado.” (Araujo, 2010, págs. 219-239)

Fernández & Peralta (1998) expresan que La creatividad puede ser innata, pero también puede mejorarse mediante entrenamiento constante, a través de estrategias, métodos y herramientas para mejorar la creatividad; se debe agregar que, las personas creativas cuentan con ciertas características como componentes cognitivos y conocimientos básicos, ciertos rasgos de personalidad, determinados intereses y motivaciones.

Dicho lo anterior, la creatividad y la innovación se pueden convertir en una forma de crear oportunidades.

Las oportunidades de mercado incluyen actividades para aumentar las ventas de productos o acceder un nuevo mercado, mientras que las

oportunidades de mercadeo implican nuevas relaciones con otros actores de una cadena productiva, con el fin de reducir los costos de producción y comercialización y/o aumentar los beneficios obtenidos por los grupos empresariales. (Donovan, 2006, pág. 2)

Algunos ejemplos que plantea sobre cómo crear oportunidades son mejorar la calidad en el proceso productivo, reducir costos mediante el desarrollo de tecnología, desarrollar nuevos productos y penetrar nuevos mercados.

La forma en la que se da solución a los problemas también es parte de la cultura innovadora y la creatividad. El problema es “una situación que un individuo o grupo requiere resolver y para el cual no dispone de un camino rápido y directo que le lleve a la solución” (Pozo, et al, 1994, págs. 199-202)

García & Zayas (2010) indican que no existe un método correcto para solucionar problemas, pero sí, que se debe contar con ciertas capacidades y habilidades; asimismo, menciona que se debe seguir un proceso estructurado para dar solución a una problemática; en primer lugar se debe identificar el problema, a continuación se debe analizar para así poder generar alternativas de solución, de estas se debe seleccionar una y planificar cómo se va llevar a cabo, finalmente se debe aplicar y posteriormente evaluar la solución otorgada al problema.

Arroyo & Castillo (2017), mencionan que, en el ámbito empresarial, las decisiones para la solución de problemas, en su mayoría de veces son tomadas en base a los factores externos e internos, es decir, los clientes, proveedores, capacidad de recursos intangibles y las competencias laborales de los trabajadores; sin embargo, los conocimientos y las habilidades no siempre son aprovechados de la mejor manera.

1.3. Definición de Términos Básicos

- **Capital:** Son recursos que permiten que un negocio o empresa puedan operar para seguir generando ingresos, estos pueden ser activos físicos o bienes.
- **Competencias:** Son cualidades, habilidades y aptitudes que permiten a las personas generar cambios, innovar y tomar iniciativa para el desarrollo de nuevos proyectos y emprendimientos.
- **Conducta:** Es la forma en la que una persona actúa en determinada circunstancia o contexto.
- **Conocimiento:** Es la información que tienen las personas y han sido adquiridas por estudios o por experiencia. Este conocimiento les permite tomar decisiones y desarrollar estrategias para la mejora y crecimiento de su negocio.
- **Cultura:** Son los valores, creencias, costumbre, etc. Bajo los que se rige una empresa, ello con el fin de que todos los trabajadores y colaboradores estén orientados a los mismos objetivos.
- **Desarrollo:** Es el crecimiento y mejora de la empresa.
- **Formación:** Consiste en adquirir nuevos conocimientos para formarse en el ámbito empresarial y administrativo con el objetivo de desarrollar técnicas y estratégicas que permitan el crecimiento del negocio o empresa.
- **Emprendedor:** Es aquella persona que identifica oportunidades de negocio, tiene iniciativa y toma acciones con el objetivo de sacar de provecho de las oportunidades identificadas.

- **Emprendimiento:** Es la acción que toma una persona para iniciar un nuevo negocio con el objetivo de obtener ganancias económicas.
- **Experiencia:** Es el conocimiento sobre adquirido empíricamente a lo largo de los años.
- **Financiamiento:** Es la acción de obtener capital para que un proyecto o negocio pueda llevarse a cabo
- **Fracaso:** Es la incapacidad de las empresas de poder cumplir con sus obligaciones y continuar con sus actividades para seguir generando ingresos.
- **Habilidad:** Es la capacidad de una persona para llevar a cabo acciones que permitan el crecimiento y desarrollo de su empresa.
- **Innovación:** Es crear nuevos productos y mejorar procesos con el fin de generar competitividad y permanecer en el mercado.
- **Perfil:** Son características inherentes al emprendedor cómo sus actitudes y forma de actuar ante diferentes circunstancias, así como también engloba sus capacidades, habilidades y conocimientos, lo que determina a una persona como aprendedora.
- **Personalidad:** Son características o cualidades que tiene cada persona y la diferencia del resto.
- **Problema:** Es una situación determinada en una empresa que presenta dificultades para su crecimiento y desarrollo. Estas dificultades pueden ser operativas, administrativas, de financiamiento, etc.

CAPITULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas

2.1.1. Hipótesis principal

- El perfil del emprendedor influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil en Lima metropolitana en el año 2020

2.1.2 Hipótesis específicas

- La formación y desarrollo del emprendedor influye significativamente en el financiamiento de los negocios de importación del sector textil de Lima metropolitana en el año 2020.
- La experiencia y habilidades del emprendedor influye significativamente en la toma de decisiones de los negocios de importación del sector textil de Lima metropolitana en el año 2020
- La personalidad y conducta del emprendedor influye significativamente en la cultura innovadora de los negocios de importación del sector textil de Lima metropolitana en el año 2020

2.2 Variables y Definición Operacional

2.2.1. Variable independiente

- El perfil del emprendedor

2.2.1.1. Dimensiones

- Formación y desarrollo
- Experiencia y habilidades
- Personalidad y conducta

2.2.2. Variable Dependiente

- El fracaso empresarial

2.2.2.1 Dimensiones

- Financiamiento
- Toma de decisiones
- Cultura innovadora

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico

Para el desarrollo de esta investigación se ha empleado un enfoque cuantitativo. “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 4).

Este enfoque permite obtener un resultado medible respecto a las características inherentes al perfil del emprendedor y a su vez, establecer de qué manera estas características influyen en el fracaso o éxito de un emprendimiento.

La investigación tiene un alcance descriptivo correlacional, debido a que tiene la finalidad de describir el perfil de los emprendedores y definir la correlación que este tiene con el fracaso de los emprendimientos. Respecto al alcance descriptivo se refiere a “...cuando recolectan datos sobre cada una de las categorías, conceptos, variables, contextos, comunidades o fenómenos, y reportan lo que arrojan esos datos son descriptivos...” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 165). En cuanto al análisis correlacional, explican que “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 81)

El diseño es no experimental transversal, porque se recopila la información en un tiempo único, sólo se observan los fenómenos y no se manipulan las variables. “La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes; se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 165)

3.2 Diseño Muestral

3.2.1. Población

Para delimitar la población de esta investigación, se tomó como unidad de muestra a los importadores del sector textil según la partida arancelaria 5407690000 (los demás tejidos c/contenido de filamentos de poliéster texturados $\geq 85\%$ en peso).

De acuerdo a las importaciones según partida arancelaria encontradas en la página de Sunat Operatividad aduanera, en el año 2020 se registraron 313 DAM (Declaración aduanera de Mercancías), es decir, se realizaron 313 importaciones de este producto.

Tabla 1 Importaciones textiles SPN 5407690000

MES	CANTIDAD
Enero	50
Febrero	33
Marzo	20
Abril	8
Mayo	12
Junio	10
Julio	26
Agosto	22
Setiembre	18
Octubre	35
Noviembre	30
Diciembre	49
Total	313
Importaciones	

Elaboración propia (SUNAT, 2020), extraído de:

<http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/FrmListadoPartidas.jsp>

De las 313 importaciones realizadas en el 2020, se halló que las importaciones fueron realizadas por 117 importadores, ya sea por persona jurídica o persona natural, siendo esta la población a tomar en cuenta para el trabajo de campo a realizar.

- **Criterios de Inclusión:** Personas Peruanas o Empresas que tengan un negocio en el rubro de importaciones textiles, de ambos géneros, sin distinguir tipo de negocio, religión, creencias, cultura, orientación, nivel educativo, etc.
- **Criterios de Exclusión:** Personas Peruanas o Empresas con negocios fuera de Lima y/o relaciones a otros rubros que no sean textiles, menores de edad.

3.2.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot P \cdot Q}$$

Se desarrolló el trabajo considerando un nivel de confianza del 95%, y un margen de error del 5%, reemplazando valores se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 2 Datos para cálculo de la muestra

Z (0.95) =	1.95996		
Z ² =	3.841443202		
N =	117		
N-1 =	116		
P =	0.5		
Q =	0.5	Reemplazando valores en la fórmula:	
E =	5%	n =	112.36 = 90
E ² =	0.0025		1.25

Elaboración propia

Tabla 3 Niveles de confianza

Valores Z:	ERROR	
Niveles de confianza:	α	Z(1- α /2)
90%	10%	Z(0.95)= 1.64485
95%	5%	Z(0.975)= 1.95996
99%	1%	Z(0.995)= 2.57583

Elaboración propia

Obteniendo un resultado para la muestra de 90 usuarios, a quienes se les aplicará el instrumento de enfoque cuantitativo, cabe mencionar que, para el enfoque cualitativo, se elegirá especialistas en el rubro que puedan aportar a la investigación con experiencia y conocimientos.

3.2.3. Unidad de Análisis

La unidad de análisis para esta investigación son los emprendedores que se dedican al rubro de las importaciones textiles en Lima Metropolitana. Para el análisis cuantitativo se utilizará la encuesta como técnica de recolección de datos, y el cuestionario como instrumento; para que los resultados sean analizados mediante la herramienta estadística SPSS.

Como instrumento de la encuesta, se aplica el cuestionario, ya que, permite colocar opciones en las respuestas, las cuales, a su vez, se pueden medir ya sea de forma escalar u ordinal. En este caso se aplicará la escala de Likert, con una escala de respuestas del 1 al 5. Los resultados obtenidos finalmente fueron ingresados al sistema SPSS para poder aplicar las fórmulas estadísticas correspondientes y así poder analizar los resultados.

3.3 Técnicas de Recolección de Datos

La técnica que se utilizará para recolectar los datos será encuestas, de esta manera se obtendrá información real y sistemática sobre los emprendedores de acuerdo a la muestra obtenida. Se realizarán preguntas de forma verbal y se registrarán de forma escrita para con los especialistas.

El instrumento para la recolección de datos mediante la encuesta son cuestionarios, dichos según la escala de Likert. Las respuestas pueden ser; totalmente de acuerdo, de acuerdo, parcialmente de acuerdo, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo.

El cuestionario está orientado a contestar preguntas directamente relacionadas con las dimensiones del tema de investigación. Los encuestados proporcionarán información sobre su formación, experiencia, personalidad, acceso a financiamiento, habilidades para toma de decisiones e innovación. De esta manera se logrará corroborar o no las hipótesis específicas que han sido planteadas al inicio de la investigación.

3.4 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información

Para el análisis estadístico se empleó el software SPSS, ya que esta herramienta que permite analizar de forma sistemática las variantes de las investigaciones.

3.5 Aspectos Éticos

La USMP promueve la aplicación de valores con el objetivo de formar profesionales con principios éticos en la sociedad, siendo así sus principales valores el respeto a la persona, compromiso, conservación ambiental y búsqueda de la excelencia, es por ello que en este trabajo también se toma en cuenta fomentar los valores, respetando siempre la autoría de las investigaciones que se toman como referencia, utilizando siempre información confiable.

Durante el desarrollo del trabajo se han tomado en cuenta los tres principios fundamentales para asegurar la ética de esta investigación, estos son el respeto por las personas, beneficencia y justicia.

Todas las personas que desarrollan trabajos de investigación suman muchos esfuerzos para que este pueda ser concluido, por tal motivo, toda fuente de investigación debe ser citada y no se debe dejar pasar por alto en ninguna circunstancia, de esta manera se está mostrando respeto por el investigador y su trabajo.

Se basa también en el principio de la beneficencia, ya que, tiene como objetivo beneficiar a todos los involucrados en la investigación. Los resultados obtenidos servirán como pautas para que las personas puedan tomar decisiones acertadas al momento de implementar un negocio o realizar un emprendimiento, asimismo, podrán establecer procesos que serán útiles para obtener éxito y no fracasar en el intento.

El principio de la justicia se aplica en el sentido de que se ha hecho una selección adecuada de la muestra, trabajando con aquellas personas que están directamente relacionadas con el problema. Esto permite que los resultados obtenidos sean específicos según el espacio que se ha delimitado.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

La información ha sido procesada en base a las dos variables de investigación, donde el 100% de la información ha sido procesada correctamente de acuerdo con la tabla inferior, es decir, no se presentan valores perdidos.

Tabla 4 Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcenta je	N	Porcenta je	N	Porcenta je
El perfil del Emprendedor	90	100,0%	0	0,0%	90	100,0%
Fracaso Empresarial	90	100,0%	0	0,0%	90	100,0%

4.1.1. Medida de resumen por dimensión

Tabla 5 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Formación y Desarrollo

Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Formación y Desarrollo	
Media	5.5778
Desviación estándar	1.68255
Mínimo	3.00
Máximo	11.00

- Media: El promedio de los valores obtenidos en la dimensión formación y desarrollo equivale a 5.5778.

- Desviación estándar: La desviación de los valores obtenidos tras la encuesta realizada a 90 personas con respecto a su promedio es de 1.68255.
- Mínimo: El valor mínimo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión formación y desarrollo es 3.00.
- Máximo: El valor máximo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión formación y desarrollo es 11.00.

Tabla 6 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Experiencia y Habilidades

Resumen de procesamiento de casos – Experiencia y Habilidades	
Media	6.0667
Desviación estándar	2.17648
Mínimo	4.00
Máximo	16.00

- Media: El promedio de los valores obtenidos en la dimensión experiencia y habilidades equivale a 6.0667
- Desviación estándar: La desviación de los valores obtenidos tras la encuesta realizada a 90 personas con respecto a su promedio es de 2.17648.
- Mínimo: El valor mínimo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión formación y desarrollo es 4.00.
- Máximo: El valor máximo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión experiencia y habilidades es 16.00.

Tabla 7 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Personalidad y Conducta

Resumen de procesamiento de casos – Personalidad y Conducta	
Media	3.9778
Desviación estándar	1.72866
Mínimo	3.00
Máximo	15.00

- Media: El promedio de los valores obtenidos en la dimensión personalidad y conducta equivale a 3.9778.
- Desviación estándar: La desviación de los valores obtenidos tras la encuesta realizada a 90 personas con respecto a su promedio es de 1.72866.
- Mínimo: El valor mínimo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión personalidad y conducta es 3.00.
- Máximo: El valor máximo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión personalidad y conducta es 15.00.

Tabla 8 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Financiamiento

Resumen de procesamiento de casos – Financiamiento	
Media	11.4000
Desviación estándar	3.10780
Mínimo	5.00
Máximo	21.00

- Media: El promedio de los valores obtenidos en la dimensión financiamiento equivale a 11.400.

- Desviación estándar: La desviación de los valores obtenidos tras la encuesta realizada a 90 personas con respecto a su promedio es de 3.10780.
- Mínimo: El valor mínimo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión financiamiento es 5.00.
- Máximo: El valor máximo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión financiamiento es 21.00.

Tabla 9 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Toma de decisiones

Resumen de procesamiento de casos – Toma de decisiones	
Media	4.7778
Desviación estándar	1.70114
Mínimo	3.00
Máximo	10.00

- Media: El promedio de los valores obtenidos en la dimensión toma de decisiones equivale a 4.7778.
- Desviación estándar: La desviación de los valores obtenidos tras la encuesta realizada a 90 personas con respecto a su promedio es de 1.70114.
- Mínimo: El valor mínimo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión toma de decisiones es 3.00.
- Máximo: El valor máximo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión toma de decisiones es 10.00.

Tabla 10 Resumen de procesamiento de casos – Dimensión Cultura Innovadora

Resumen de procesamiento de casos – Cultura innovadora	
Media	4.2222
Desviación estándar	1.53446
Mínimo	3.00
Máximo	9.00

- Media: El promedio de los valores obtenidos en la dimensión cultura innovadora equivale a 4.2222.
- Desviación estándar: La desviación de los valores obtenidos tras la encuesta realizada a 90 personas con respecto a su promedio es de 1.53446.
- Mínimo: El valor mínimo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión cultura innovadora es 3.00.
- Máximo: El valor máximo obtenido en los resultados de las encuestas respecto a la dimensión cultura innovadora es 9.00.

4.2. Análisis de Frecuencia

“El nivel descriptivo está referido al estudio y análisis de los datos obtenidos en una muestra (n) y como su nombre lo indica describen y resumen las observaciones obtenidas sobre un fenómeno un suceso o un hecho.” (Flores L. , 2009, pág. 2)

Para poder realizar el análisis descriptivo se debe elaborar las tablas de frecuencia, asimismo, los resultados obtenidos en las tablas de frecuencia deben

ser representados mediante una gráfica que facilite la comprensión de la información. Al respecto, (Fernández & Guitart, S.f.) expresan que, “Aunque una tabla de frecuencias nos proporciona un resumen de datos, en la práctica hay que observar, generalmente, más de un conjunto de datos y compararlos para conseguir una apreciación global y rápida de los mismos.” (pág. 9)

4.2.1. Variable Perfil del Emprendedor

Tabla 11 Análisis de frecuencia Variable Perfil del Emprendedor

VARIABLE_INDEPENDIENTE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10,00	6	6,7	6,7	6,7
	11,00	8	8,9	8,9	15,6
	12,00	11	12,2	12,2	27,8
	13,00	10	11,1	11,1	38,9
	14,00	7	7,8	7,8	46,7
	15,00	8	8,9	8,9	55,6
	16,00	9	10,0	10,0	65,6
	17,00	6	6,7	6,7	72,2
	18,00	6	6,7	6,7	78,9
	19,00	4	4,4	4,4	83,3
	20,00	5	5,6	5,6	88,9
	21,00	2	2,2	2,2	91,1
	22,00	4	4,4	4,4	95,6
	24,00	1	1,1	1,1	96,7
	26,00	2	2,2	2,2	98,9
	42,00	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

4.2.1.1. Dimensión 1: Formación y Desarrollo

- Indicador: Desarrollo de competencias

Tabla 12 Análisis de Frecuencia Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	62	68,9	68,9	68,9
	De acuerdo	25	27,8	27,8	96,7
	Parcialmente de acuerdo	1	1,1	1,1	97,8
	Totalmente en desacuerdo	2	2,2	2,2	100,0
Total		90	100,0	100,0	

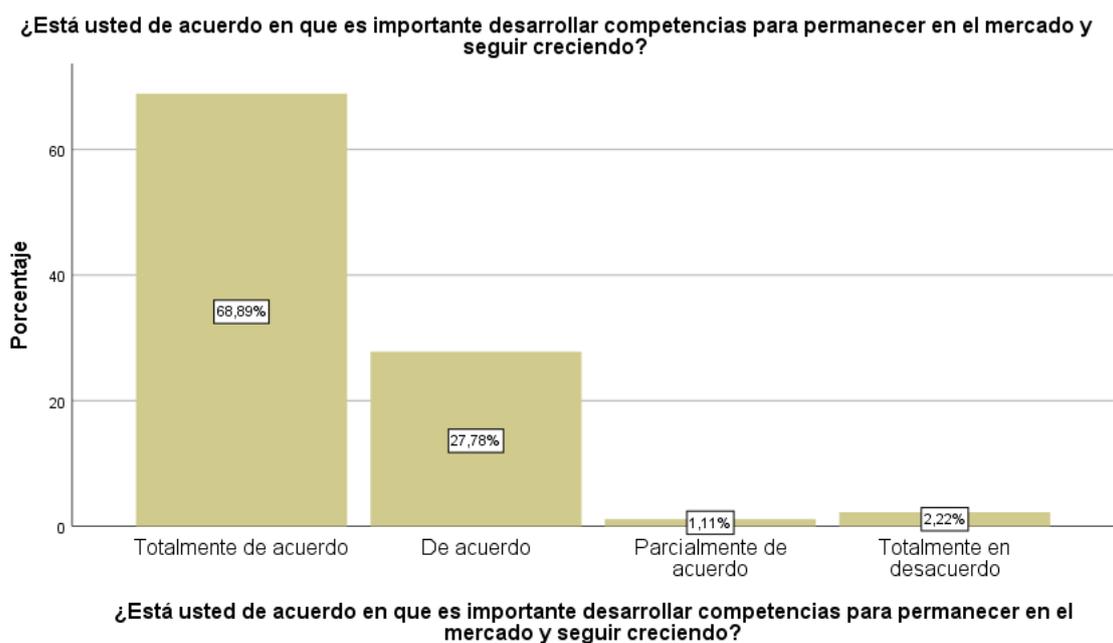


Figura 1 Pregunta 1

De los encuestados, 62 personas, equivalente al el 68.89% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la importancia de desarrollar competencias en el mercado y seguir creciendo, el 27.78% está de acuerdo, el 1.11% está parcialmente de acuerdo y 2.22% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Conocimiento técnico y valores

Tabla 13 Análisis de Frecuencia Pregunta 2

¿Está usted de acuerdo en que tiene el conocimiento técnico necesario referente a su negocio y las importaciones?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	19	21,1	21,1	21,1
	De acuerdo	35	38,9	38,9	60,0
	Parcialmente de acuerdo	31	34,4	34,4	94,4
	En desacuerdo	4	4,4	4,4	98,9
	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

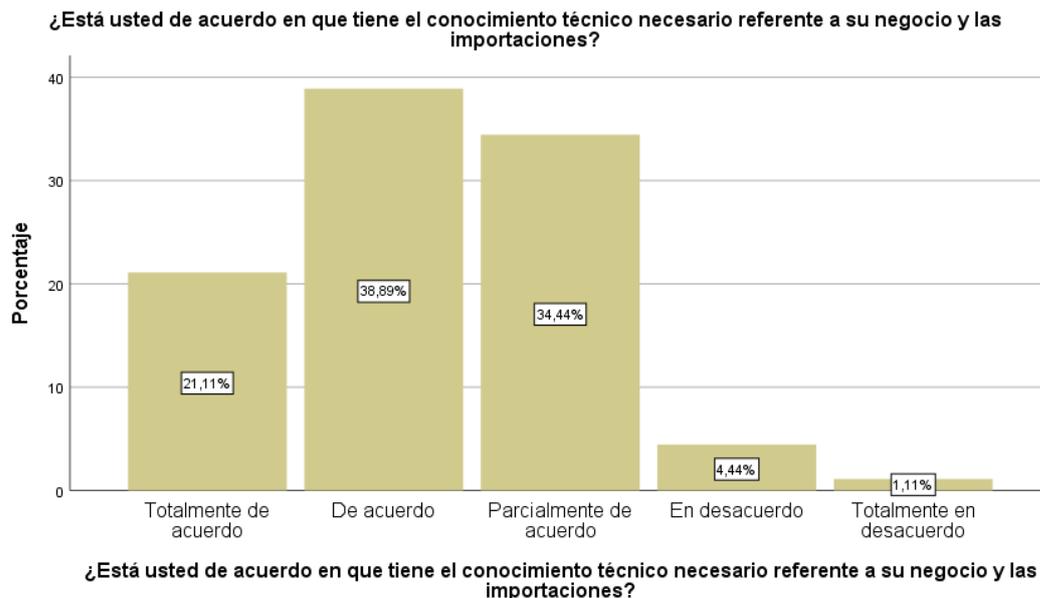


Figura 2 Pregunta 2

Del total de encuestados, 19 personas, equivalente al el 21.11% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo respecto tener el conocimiento técnico referente a su negocio y las importaciones, el 38,69% está de acuerdo, el 34.44% está parcialmente de acuerdo, el 4.44% está en desacuerdo y el 1,11% está totalmente en desacuerdo

- Indicador: Formación flexible

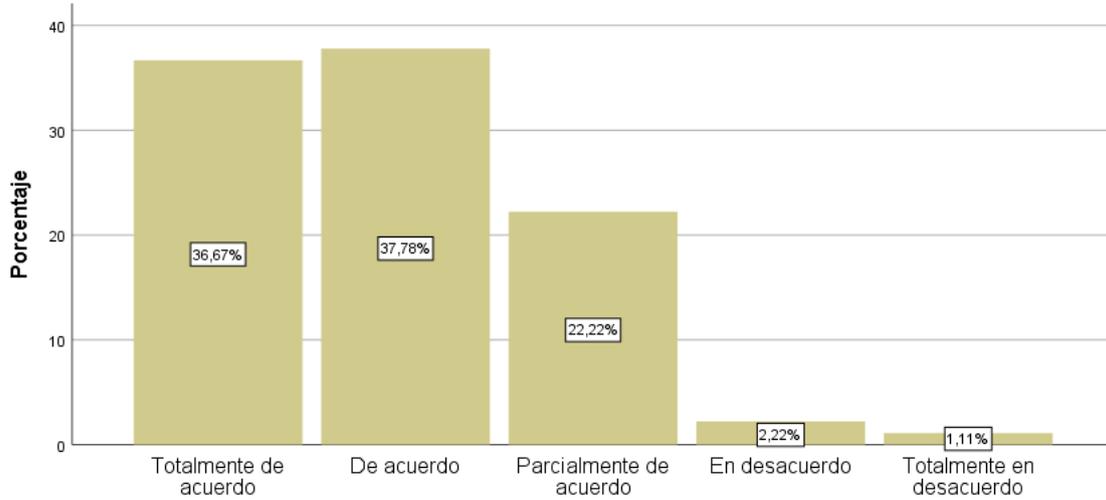
Tabla 14 Análisis de Frecuencia Pregunta 3

¿Está usted de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	33	36,7	36,7	36,7
	De acuerdo	34	37,8	37,8	74,4

Parcialmente de acuerdo	20	22,2	22,2	96,7
En desacuerdo	2	2,2	2,2	98,9
Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio?



¿Está usted de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio?

Figura 3 Pregunta 3

Del total de encuestados, 33 personas, equivalente al el 36.76% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio, el 37,78% está de acuerdo, el 22.22% está parcialmente de acuerdo, 2.22% está en desacuerdo y el 1,11% está totalmente en desacuerdo.

4.2.1.2. Dimensión 2: Experiencia y Habilidades

- Indicador: Inteligencia emocional
-

Tabla 15 Análisis de Frecuencia Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	48	53,3	53,3	53,3
	De acuerdo	33	36,7	36,7	90,0
	Parcialmente de acuerdo	2	2,2	2,2	92,2
	En desacuerdo	4	4,4	4,4	96,7
	Totalmente en desacuerdo	3	3,3	3,3	100,0
Total		90	100,0	100,0	

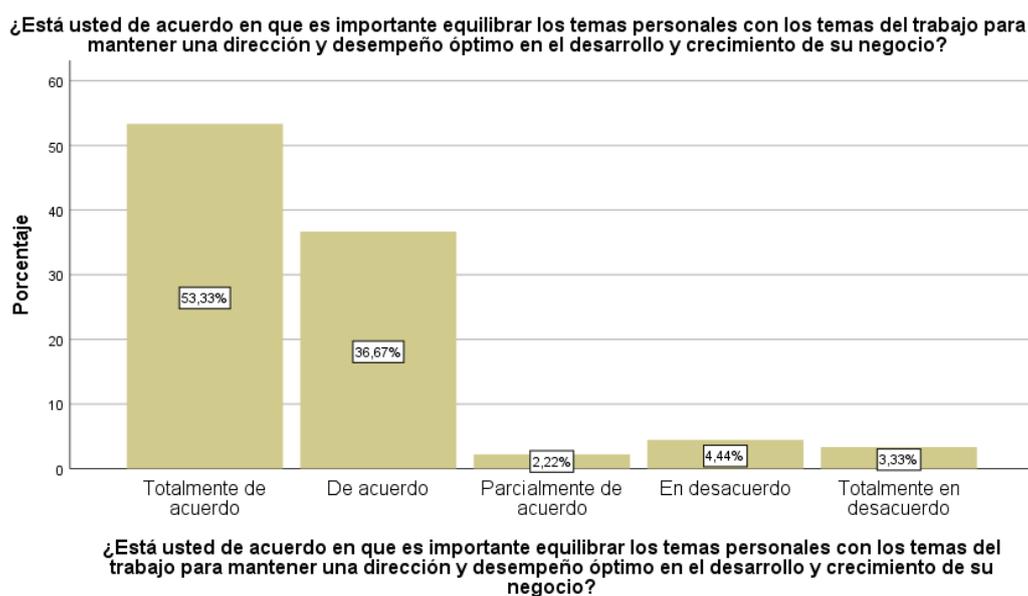


Figura 4 Pregunta 4

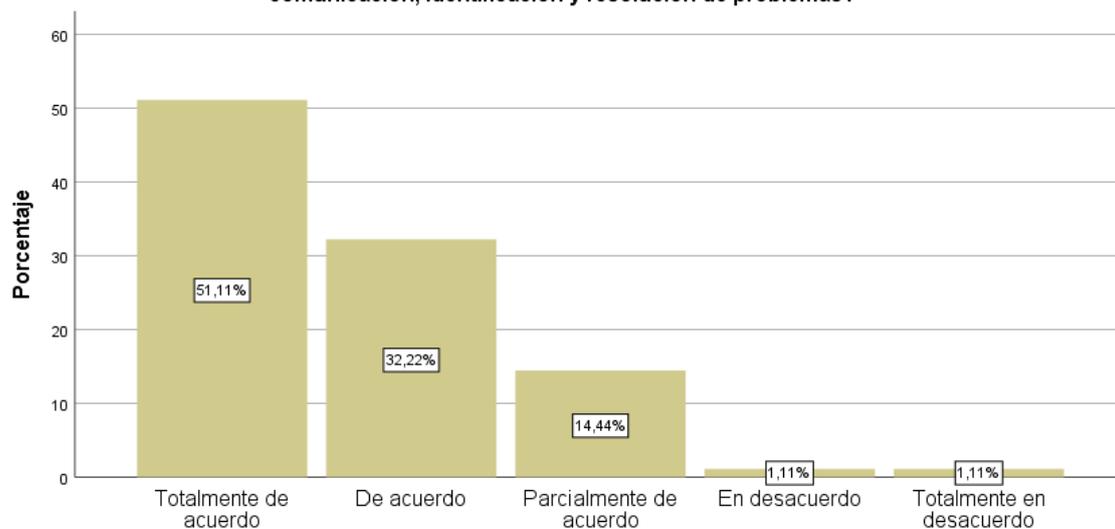
Del total de encuestados, 48 personas, equivalente al el 53.33% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que es importante equilibrar los temas personales con los temas del trabajo para mantener una dirección y desempeño óptimo en el desarrollo y crecimiento de su negocio, el 36.67% está de acuerdo, el 2.22% está parcialmente de acuerdo, 4.44% está en desacuerdo y el 3.33% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Habilidades sociales

Tabla 16 Análisis de Frecuencia Pregunta 5

		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaj	Porcentaje
		a	e	e válido	acumulado
Válid o	Totalmente de acuerdo	46	51,1	51,1	51,1
	De acuerdo	29	32,2	32,2	83,3
	Parcialmente de acuerdo	13	14,4	14,4	97,8
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	98,9
	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total		90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que cuenta con habilidad para realizar negociaciones, así como habilidades de comunicación, identificación y resolución de problemas?



¿Está usted de acuerdo en que cuenta con habilidad para realizar negociaciones, así como habilidades de comunicación, identificación y resolución de problemas?

Figura 5 Pregunta 5

Del total de encuestados, 46 personas, equivalente al el 51.11% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo respecto a contar con habilidad para realizar negociaciones, así como habilidades de comunicación, identificación y resolución de problemas, el 32.22% está de acuerdo, el 14.44% está parcialmente de acuerdo, 1.11% está en desacuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Habilidades directivas

Tabla 17 Análisis de Frecuencia Pregunta 6

¿Está usted de acuerdo en que es importante trabajar en base a metas y objetivos para lograr un mayor crecimiento y desarrollo de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	e válido	acumulado
Válido	Totalmente de	75	83,3	83,3
o	acuerdo			
	De acuerdo	13	14,4	97,8

Parcialmente de acuerdo	1	1,1	1,1	98,9
Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

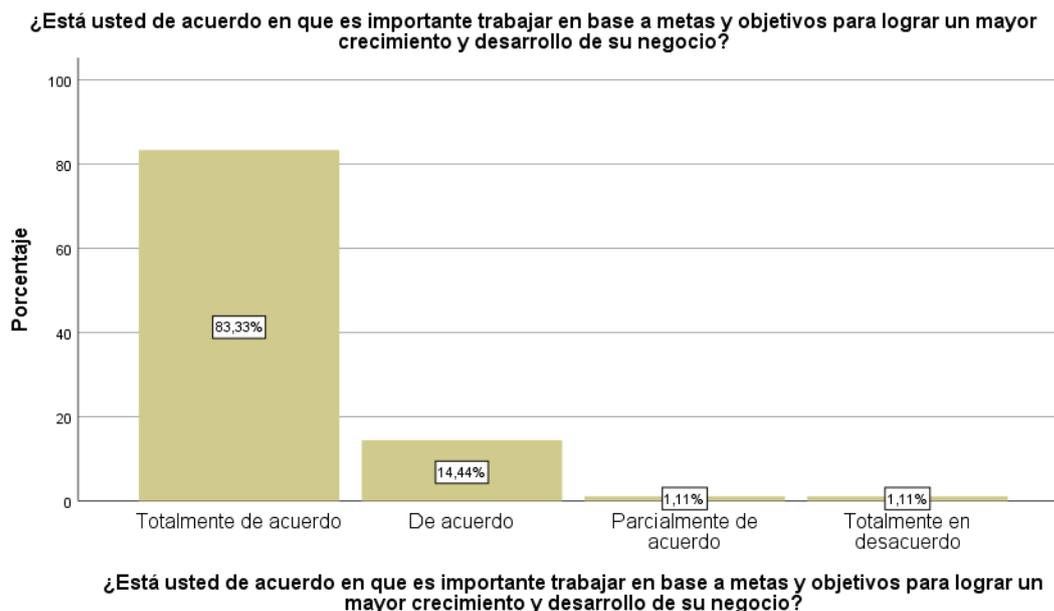


Figura 6 Pregunta 6

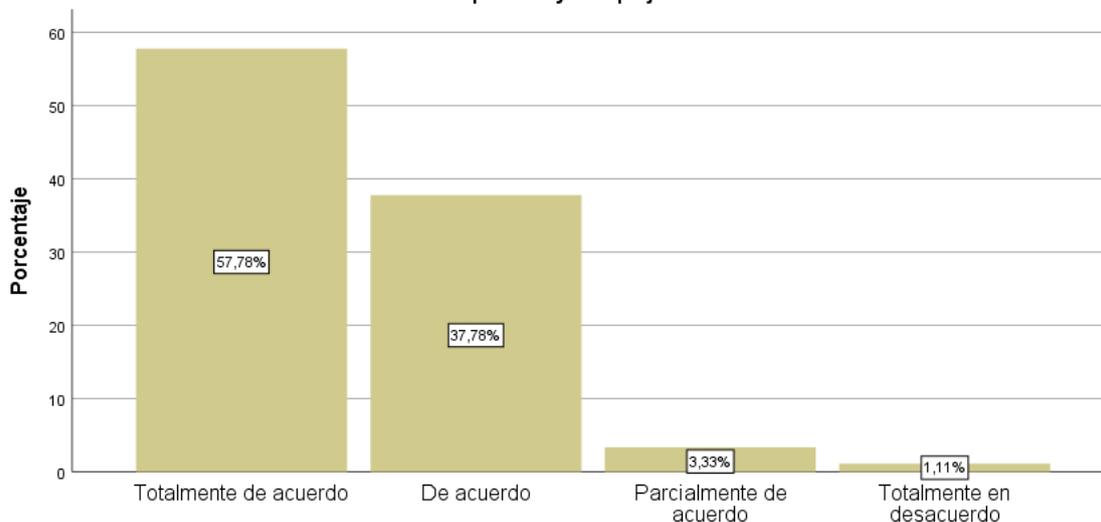
Del total de encuestados, 75 personas, equivalente al el 83.33% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la importancia de trabajar en base a metas y objetivos para lograr un mayor crecimiento y desarrollo de su negocio, el 14.44% está de acuerdo, el 1.11% está en desacuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 18 Análisis de Frecuencia Pregunta 7

¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con la habilidad para tomar decisiones en situaciones en de alta presión y complejidad?

		Frecuenc ia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente de acuerdo	52	57,8	57,8	57,8
	De acuerdo	34	37,8	37,8	95,6
	Parcialmente de acuerdo	3	3,3	3,3	98,9
	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total		90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con la habilidad para tomar decisiones en situaciones en de alta presión y complejidad?



¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con la habilidad para tomar decisiones en situaciones en de alta presión y complejidad?

Figura 7 Pregunta 7

Del total de encuestados, 52 personas, equivalente al el 57.78% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que es necesario contar con

la habilidad para tomar decisiones en situaciones en de alta presión y complejidad, el 37.78% está de acuerdo, el 3.33% está parcialmente de acuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

4.2.1.3. Dimensión 3: Personalidad y Conducta

- Indicador: Comportamiento y conducta

Tabla 19 Análisis de Frecuencia Pregunta 8

		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaj	Porcentaje
		a	e	e válido	acumulado
Válid	Totalmente de	71	78,9	78,9	78,9
o	acuerdo				
	De acuerdo	16	17,8	17,8	96,7
	Parcialmente de	1	1,1	1,1	97,8
	acuerdo				
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	98,9
	Totalmente en	1	1,1	1,1	100,0
	desacuerdo				
Total		90	100,0	100,0	

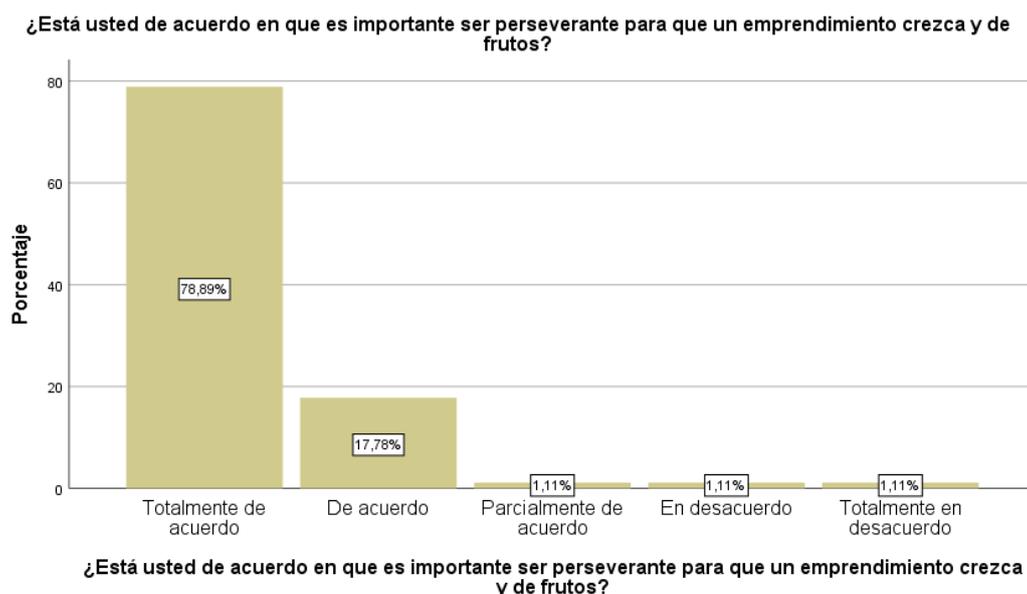


Figura 8 Pregunta 8

Del total de encuestados, 71 personas, equivalente al el 78.89% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la importancia de ser perseverante para que un emprendimiento crezca y de frutos ser perseverante para que un emprendimiento crezca y de frutos, el 17.78% está de acuerdo, el 1.11% está parcialmente de acuerdo, 1.11% está en desacuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Carácter y temperamento

Tabla 20 Análisis de Frecuencia Pregunta 9

		Frecuenc	Porcenta	Porcentaje	Porcentaje
		ia	je	válido	acumulado
Válid o	Totalmente de acuerdo	58	64,4	64,4	64,4
	De acuerdo	28	31,1	31,1	95,6

Parcialmente de acuerdo	2	2,2	2,2	97,8
En desacuerdo	1	1,1	1,1	98,9
Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

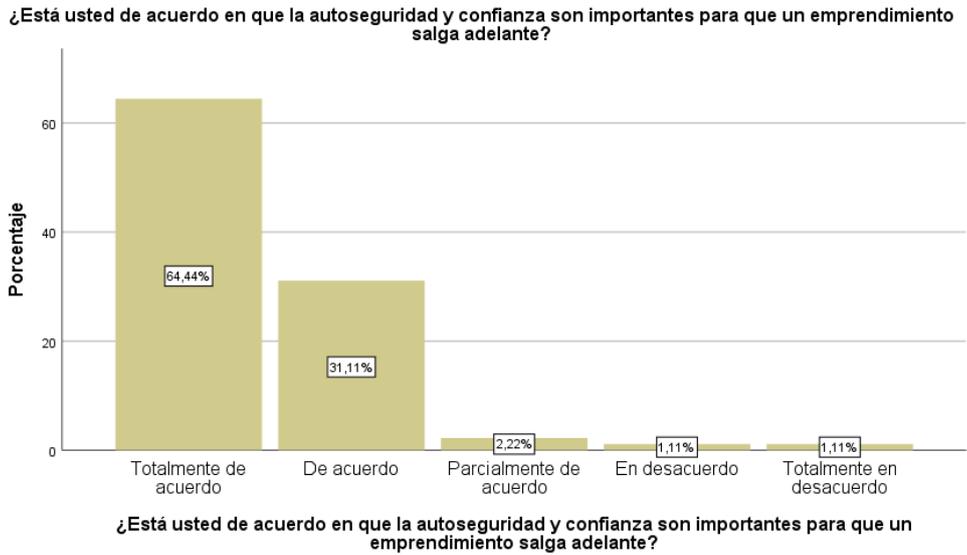


Figura 9 Pregunta 9

Del total de encuestados, 58 personas, equivalente al el 64.44% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que la autoseguridad y confianza son importantes para que un emprendimiento salga adelante, el 31.11% está de acuerdo, el 2.22% está parcialmente de acuerdo, 1.11% está en desacuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Factores de la personalidad

Tabla 21 Análisis de Frecuencia Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	70	77,8	77,8	77,8
	De acuerdo	18	20,0	20,0	97,8
	Parcialmente de acuerdo	1	1,1	1,1	98,9
	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total		90	100,0	100,0	

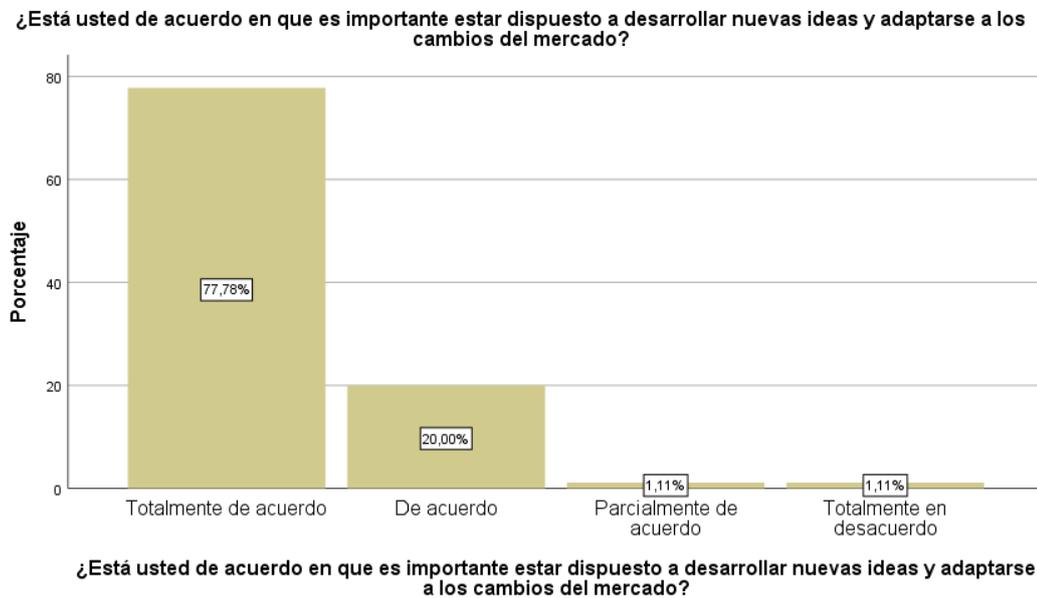


Figura 10 Pregunta 10

Del total de encuestados, 70 personas, equivalente al el 77.78% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la importancia de estar

dispuesto a desarrollar nuevas ideas y adaptarse a los cambios del mercado, el 20.00% está de acuerdo, el 1.11% está parcialmente de acuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

4.2.2. Variable Fracaso Empresarial

Tabla 22 Análisis de frecuencia Variable Fracaso Empresarial

VARIABLE_DEPENDIENTE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	11,00	3	3,3	3,3	3,3
	13,00	3	3,3	3,3	6,7
	14,00	5	5,6	5,6	12,2
	15,00	4	4,4	4,4	16,7
	16,00	8	8,9	8,9	25,6
	17,00	4	4,4	4,4	30,0
	18,00	7	7,8	7,8	37,8
	19,00	9	10,0	10,0	47,8
	20,00	5	5,6	5,6	53,3
	21,00	6	6,7	6,7	60,0
	22,00	7	7,8	7,8	67,8
	23,00	4	4,4	4,4	72,2
	24,00	7	7,8	7,8	80,0
	25,00	3	3,3	3,3	83,3
	26,00	3	3,3	3,3	86,7
	27,00	3	3,3	3,3	90,0
	28,00	5	5,6	5,6	95,6
	29,00	1	1,1	1,1	96,7
	30,00	1	1,1	1,1	97,8
	32,00	1	1,1	1,1	98,9
	36,00	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

4.5.2.1. Dimensión 1: Financiamiento

- Indicador: Acceso a financiamiento

Tabla 23 Análisis de Frecuencia Pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	18,9	18,9	18,9
	De acuerdo	22	24,4	24,4	43,3
	Parcialmente de acuerdo	40	44,4	44,4	87,8
	En desacuerdo	5	5,6	5,6	93,3
	Totalmente en desacuerdo	6	6,7	6,7	100,0
Total		90	100,0	100,0	

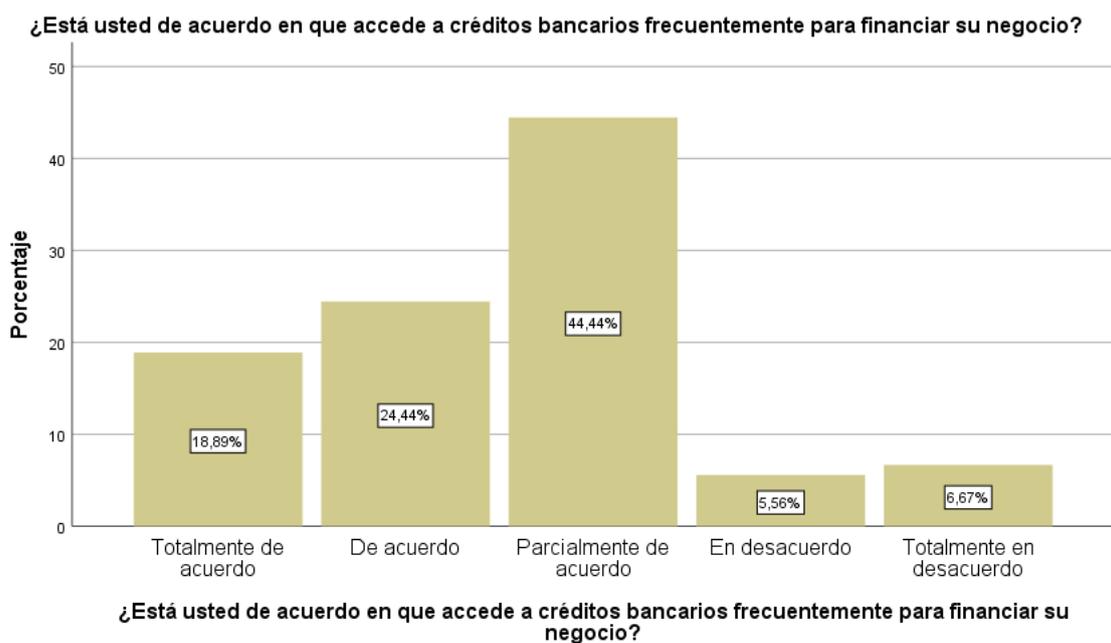


Figura 11 Pregunta 11

Del total de encuestados, 17 personas, equivalente al el 18.89% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que utiliza capital propio con frecuencia para financiar su negocio, el 24.44% está de acuerdo, el 44.44% está parcialmente de acuerdo, el 5.56% está en desacuerdo y el 6.67% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 24 Análisis de Frecuencia Pregunta 12

¿Está usted de acuerdo en que existen facilidades por parte de las entidades bancarias para acceder a préstamos y créditos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	18	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	25	27,8	27,8	47,8
	Parcialmente de acuerdo	30	33,3	33,3	81,1
	En desacuerdo	14	15,6	15,6	96,7
	Totalmente en desacuerdo	3	3,3	3,3	100,0
Total		90	100,0	100,0	

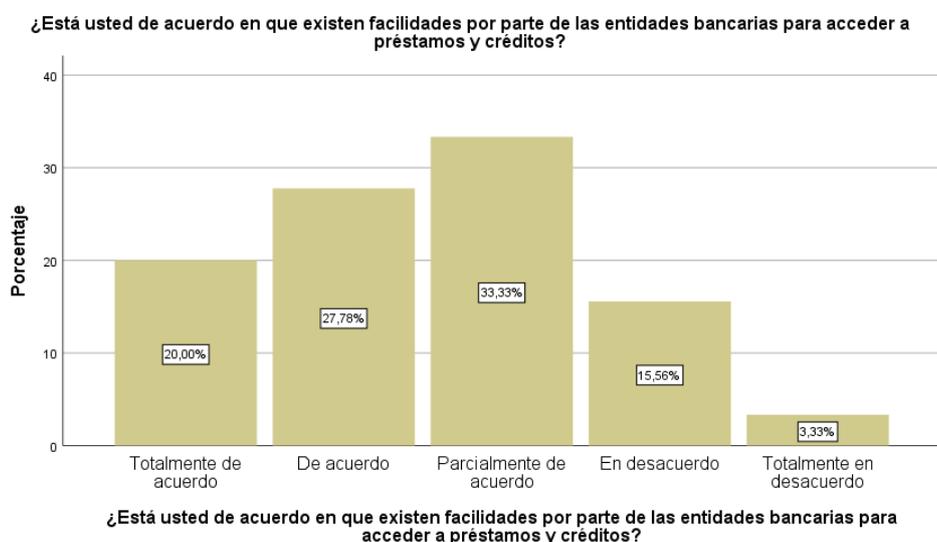


Figura 12 Pregunta 12

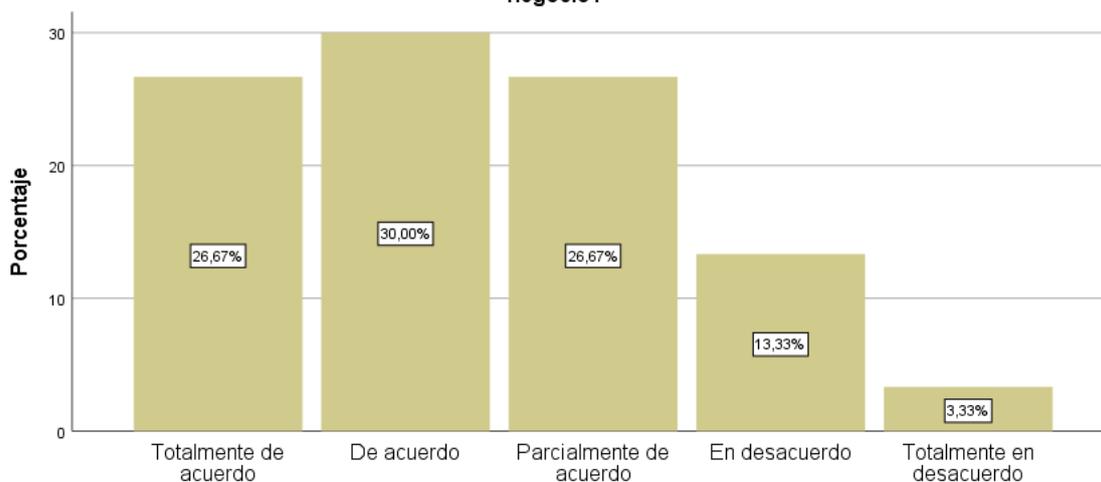
Del total de encuestados, 18 personas, equivalente al el 20.00% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la existencia de facilidades por parte de las entidades bancarias para acceder a préstamos y créditos, el 27.78% está de acuerdo, el 33.33% está parcialmente de acuerdo, el 15.56% está en desacuerdo y el 3.36% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Programas de financiamiento

Tabla 25 Análisis de Frecuencia Pregunta 13

¿Está usted de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio?		Frecuenc	Porcenta	Porcentaje	Porcentaje
		ia	je	válido	acumulado
Válid	Totalmente de	24	26,7	26,7	26,7
o	acuerdo				
	De acuerdo	27	30,0	30,0	56,7
	Parcialmente de	24	26,7	26,7	83,3
	acuerdo				
	En desacuerdo	12	13,3	13,3	96,7
	Totalmente en	3	3,3	3,3	100,0
	desacuerdo				
Total		90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio?



¿Está usted de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio?

Figura 13 Pregunta 13

Del total de encuestados, 24 personas, equivalente al el 26.67% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio, el 30.00% está de acuerdo, el 26.67% está parcialmente de acuerdo, el 13.33% está en desacuerdo y el 3.33% está totalmente en desacuerdo.

- Indicador: Autofinanciamiento
-

Tabla 26 Análisis de Frecuencia Pregunta 14

¿Está usted de acuerdo en que utiliza capital propio con frecuencia para financiar su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	42	46,7	46,7	76,7

Parcialmente de acuerdo	17	18,9	18,9	95,6
En desacuerdo	3	3,3	3,3	98,9
Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

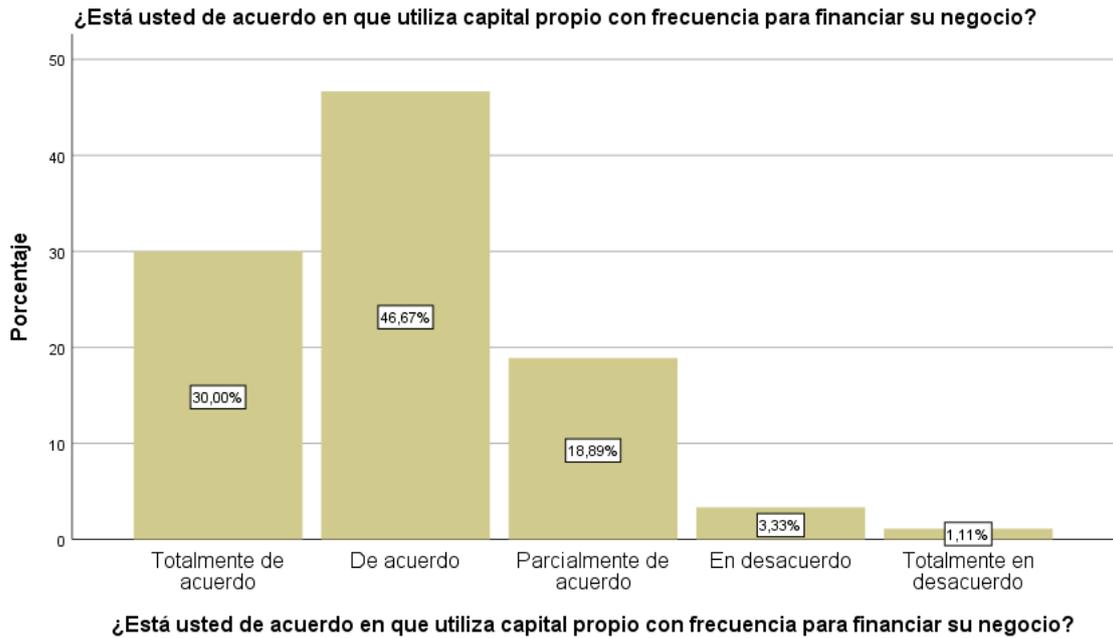


Figura 14 Pregunta 14

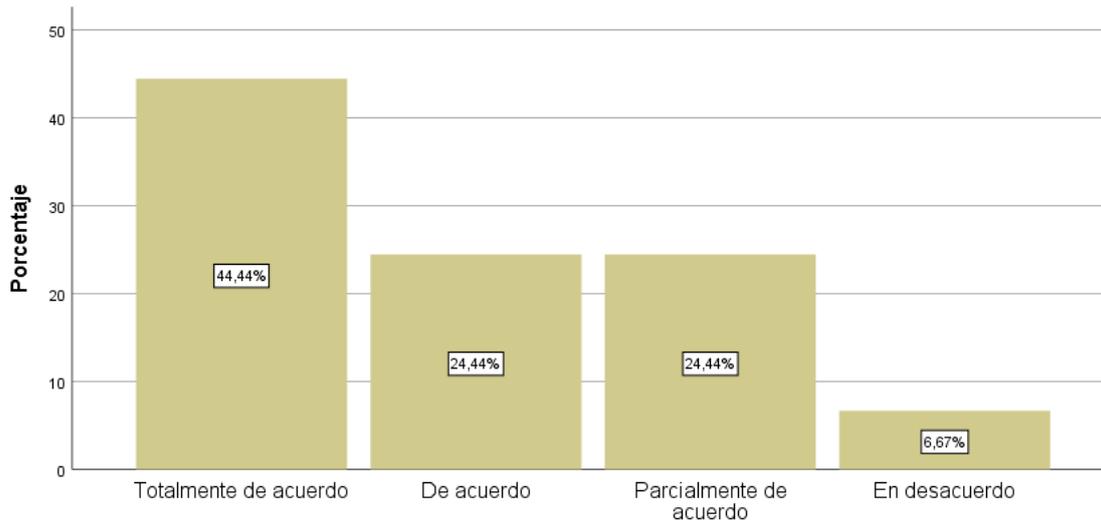
Del total de encuestados, 27 personas, equivalente al el 30.00% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que en que utiliza capital propio con frecuencia para financiar su negocio, el 46.67% está de acuerdo, el 18.89% está parcialmente de acuerdo, el 3.33% está en desacuerdo y el 1.11% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 27 Análisis de Frecuencia Pregunta 15

¿Está usted de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	40	44,4	44,4	44,4
	De acuerdo	22	24,4	24,4	68,9
	Parcialmente de acuerdo	22	24,4	24,4	93,3
	En desacuerdo	6	6,7	6,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse?



¿Está usted de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse?

Figura 15 Pregunta 15

Del total de encuestados, 40 personas, equivalente al el 44.44% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse, el 24.44% está de acuerdo, el 24.44% está parcialmente de acuerdo y el 6.67% está en desacuerdo.

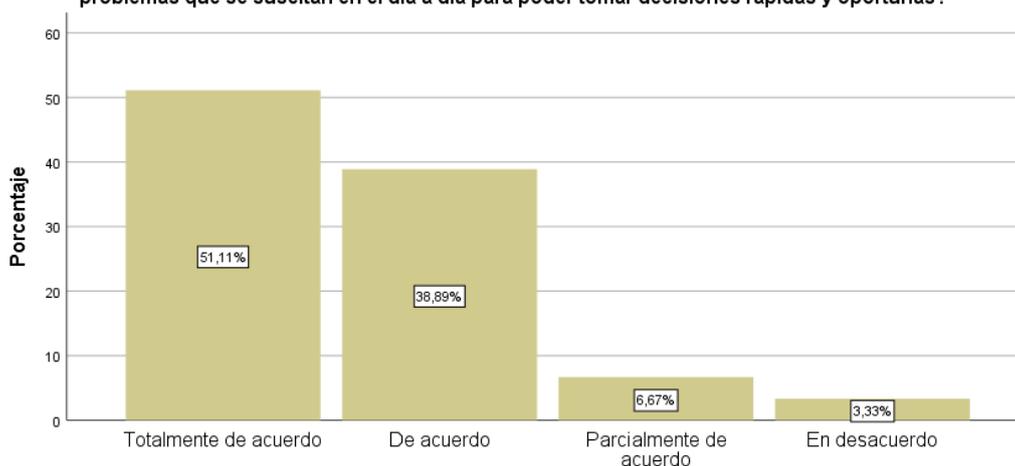
4.2.2.2. Dimensión 2: Toma de decisiones

- Indicador: Comprensión del problema

Tabla 28 Análisis de Frecuencia Pregunta 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	46	51,1	51,1	51,1
	De acuerdo	35	38,9	38,9	90,0
	Parcialmente de acuerdo	6	6,7	6,7	96,7
	En desacuerdo	3	3,3	3,3	100,0
Total		90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo que es importante y necesario contar con la habilidad de identificar y comprender los problemas que se suscitan en el día a día para poder tomar decisiones rápidas y oportunas?



¿Está usted de acuerdo que es importante y necesario contar con la habilidad de identificar y comprender los problemas que se suscitan en el día a día para poder tomar decisiones rápidas y oportunas?

Figura 16 Pregunta 16

Del total de encuestados, 46 personas, equivalente al el 51.11% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la importancia y necesidad de contar con la habilidad de identificar y comprender los problemas que se suscitan en el día a día para poder tomar decisiones rápidas y oportunas, el 38.89% está de acuerdo, el 6.67% está parcialmente de acuerdo y el 3.33% está en desacuerdo.

- Indicador: Calidad de la información
-

Tabla 29 Análisis de Frecuencia Pregunta 17

¿Está usted de acuerdo en que contar con información precisa y oportuna facilitan los procesos de toma de decisiones?					
		Frecuenc	Porcenta	Porcentaje	Porcentaje
		ia	je	válido	acumulado
Válid	Totalmente de	49	54,4	54,4	54,4
o	acuerdo				
	De acuerdo	33	36,7	36,7	91,1
	Parcialmente de	8	8,9	8,9	100,0
	acuerdo				
Total		90	100,0	100,0	

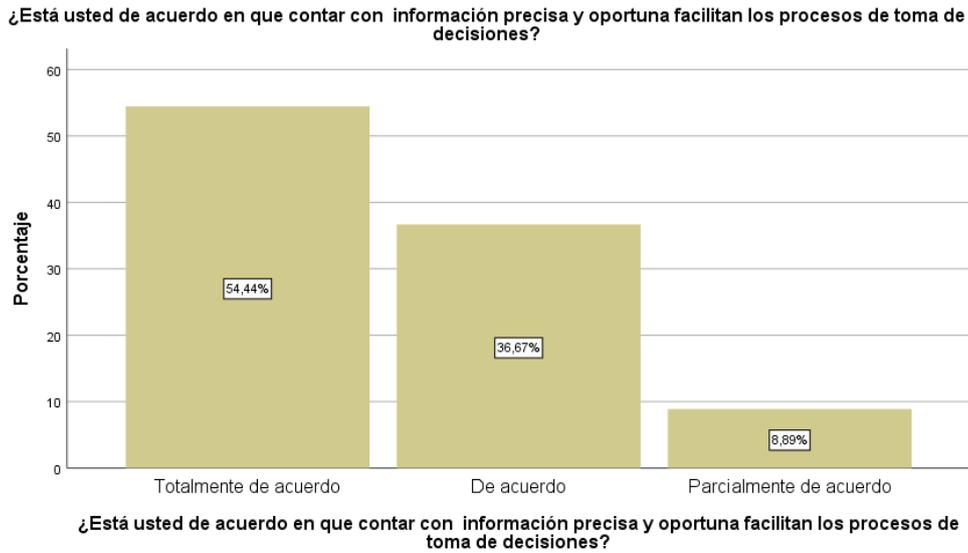


Figura 17 Pregunta 17

Del total de encuestados, 49 personas, equivalente al el 54.44% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que contar con información precisa y oportuna facilitan los procesos de toma de decisiones, el 36.67% está de acuerdo y el 8.89% está de acuerdo.

- Indicador: Herramientas y recursos estratégicos
-

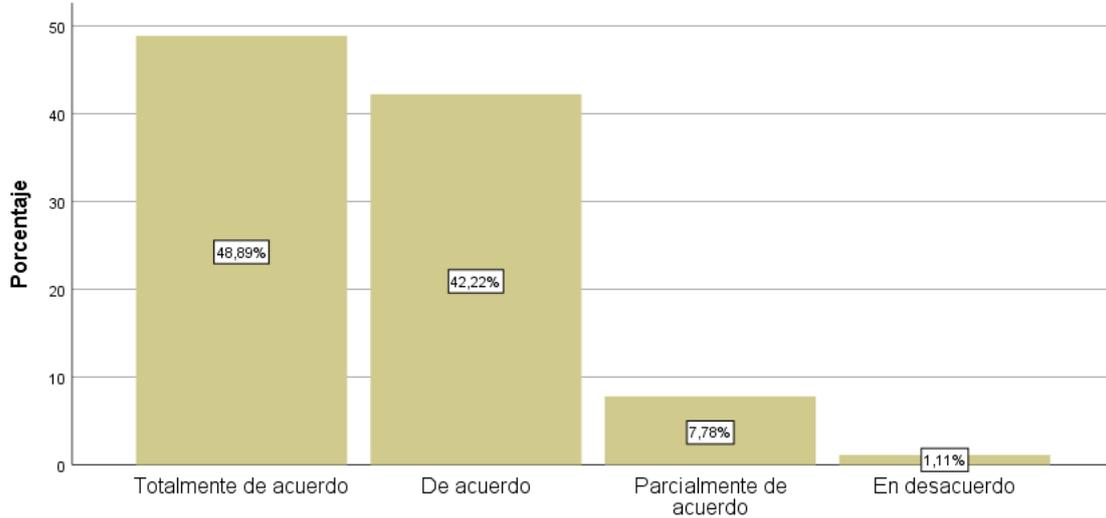
Tabla 30 Análisis de Frecuencia Pregunta 18

¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	44	48,9	48,9	48,9
	De acuerdo	38	42,2	42,2	91,1
	Parcialmente de acuerdo	7	7,8	7,8	98,9

En desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas?



¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas?

Figura 18 Pregunta 18

Del total de encuestados, 44 personas, equivalente al el 48.89% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la necesidad de contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas, el 42.22% está de acuerdo, el 7.78% está parcialmente de acuerdo y el 1.11% está en desacuerdo.

4.2.2.3. Dimensión 3: Cultura innovadora

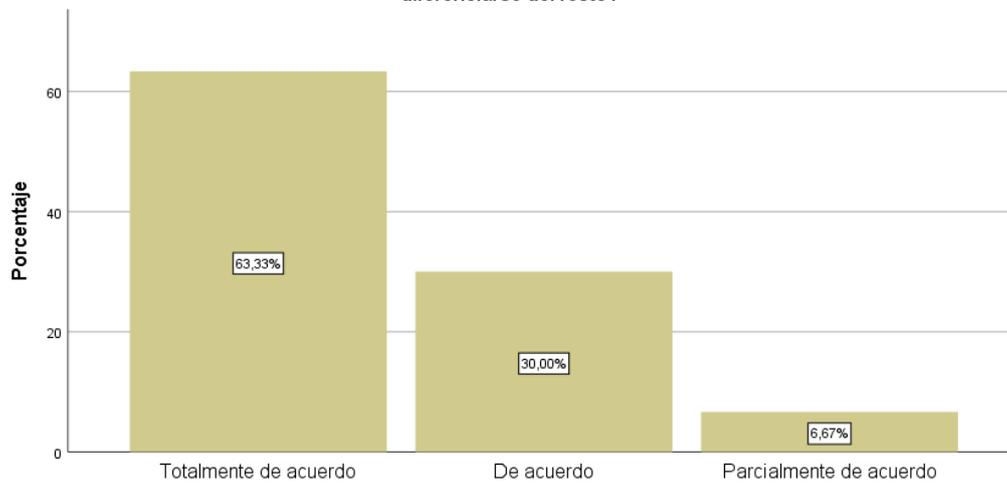
- Indicador: Criterios creativos

Tabla 31 Análisis de Frecuencia Pregunta 19

¿Está usted de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto?

		Frecuenc	Porcenta	Porcentaje	Porcentaje
		ia	je	válido	acumulado
Válid	Totalmente de	57	63,3	63,3	63,3
o	acuerdo				
	De acuerdo	27	30,0	30,0	93,3
	Parcialmente de	6	6,7	6,7	100,0
	acuerdo				
	Total	90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto?



¿Está usted de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto?

Figura 19 Pregunta 19

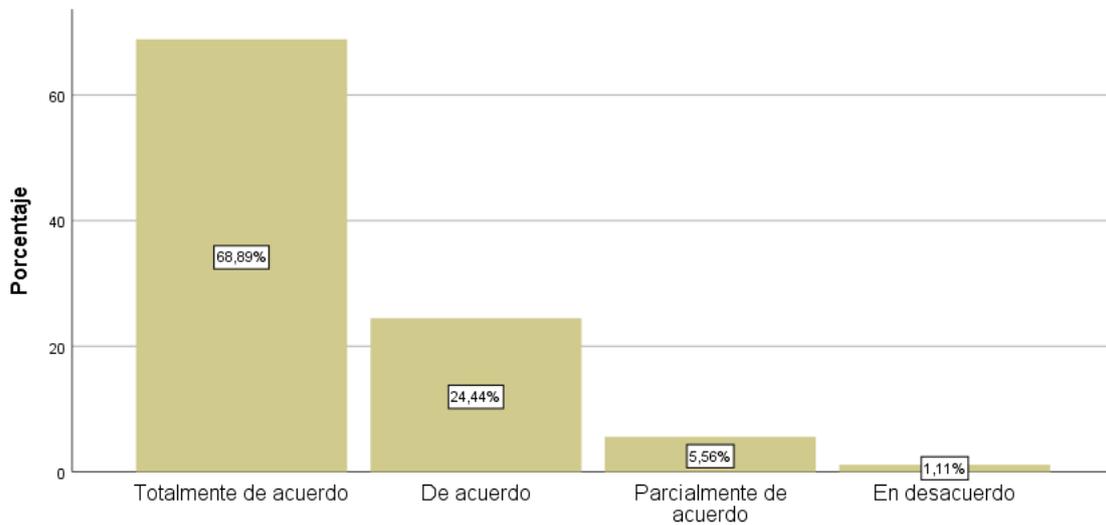
Del total de encuestados, 49 personas, equivalente al el 63.33% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto, el 30.00% está de acuerdo y el 6.67% está de acuerdo.

- Indicador: Sensibilidad de oportunidades

Tabla 32 Análisis de Frecuencia Pregunta 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	62	68,9	68,9	68,9
	De acuerdo	22	24,4	24,4	93,3
	Parcialmente de acuerdo	5	5,6	5,6	98,9
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	100,0
Total		90	100,0	100,0	

¿Está usted de acuerdo en que es importante ser creativo e innovar constantemente para crear oportunidad de desarrollo?



¿Está usted de acuerdo en que es importante ser creativo e innovar constantemente para crear oportunidad de desarrollo?

Figura 20 Pregunta 20

Del total de encuestados, 62 personas, equivalente al el 68.89% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo sobre la importancia de ser

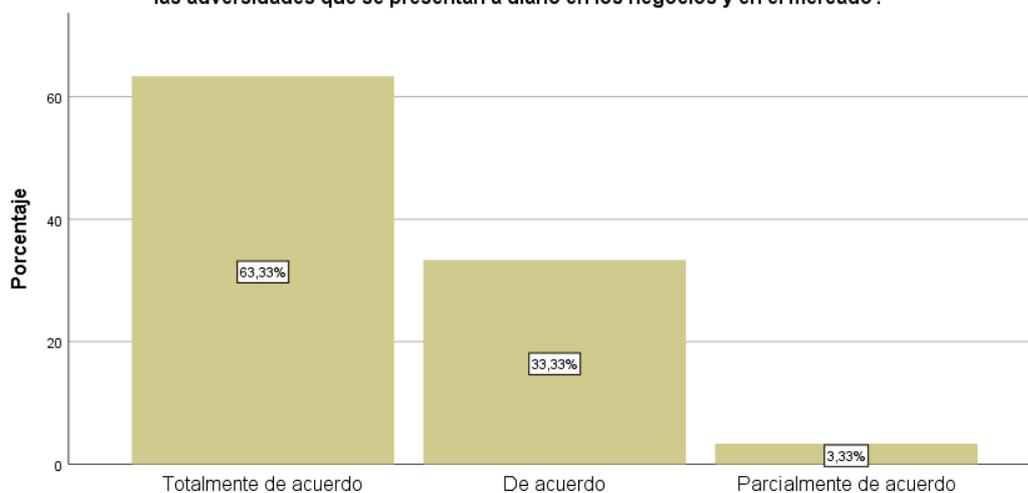
creativo e innovar constantemente para crear oportunidad de desarrollo, el 24.44% está de acuerdo, el 5.56% está parcialmente de acuerdo y el 1.11% está en desacuerdo.

- Indicador: Solución de problemas
-

Tabla 33 Análisis de Frecuencia Pregunta 21

		Frecuenc	Porcenta	Porcentaje	Porcentaje
		ia	je	válido	acumulado
Válid	Totalmente de	57	63,3	63,3	63,3
o	acuerdo				
	De acuerdo	30	33,3	33,3	96,7
	Parcialmente de	3	3,3	3,3	100,0
	acuerdo				
Total		90	100,0	100,0	

¿Considera usted que es importante solucionar problemas con creatividad y rapidez para poder hacer frente a las adversidades que se presentan a diario en los negocios y en el mercado?



¿Considera usted que es importante solucionar problemas con creatividad y rapidez para poder hacer frente a las adversidades que se presentan a diario en los negocios y en el mercado?

Figura 21 Pregunta 21

Del total de encuestados, 57 personas, equivalente al el 63.33% del total de la muestra, respondió estar totalmente de acuerdo en que es importante solucionar problemas con creatividad y rapidez para poder hacer frente a las adversidades que se presentan a diario en los negocios y en el mercado, el 33.33% está de acuerdo y el 3.33% está de acuerdo.

4.3. Análisis de confiabilidad de variables – Alpha de Cronbach

El análisis de confiabilidad se realiza con el fin de verificar si el instrumento utilizado en la investigación es lo suficientemente confiable para medir las variables de investigación. Para tener mayor claridad sobre este concepto, “los autores definen la confiabilidad como la ausencia relativa de errores de medición en un instrumento de medida”. (Quero, 2010, pág. 248)

Existen diversos instrumentos para medir la confiabilidad de un instrumento y, en la presente investigación se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach que, en resumidas palabras, “es el promedio de las correlaciones entre los ítems que hacen parte de un instrumento” (Celina & Campo, 2005, pág. 575), también señalan que, “Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados.” (Pág. 575)

En cuanto a la interpretación, Celina & Campo (2005) explican:

El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es 0,90; por encima de este valor se considera que hay redundancia o duplicación. (pág. 577)

La validación de este trabajo, se hizo en base a las 33 preguntas del cuestionario, de las cuales, las 10 primeras preguntas están relacionadas a la variable Perfil

del Emprendedor y los 11 restantes corresponden a la variable Fracaso Empresarial.

Tabla 34 Cuestionario

N°	Enunciado
1	¿Está usted de acuerdo en que es importante desarrollar competencias para permanecer en el mercado y seguir creciendo?
2	¿Está usted de acuerdo en que tiene el conocimiento técnico necesario referente a su negocio y las importaciones?
3	¿Está usted de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio?
4	¿Está usted de acuerdo en que es importante equilibrar los temas personales con los temas del trabajo para mantener una dirección y desempeño óptimo en el desarrollo y crecimiento de su negocio?
5	¿Está usted de acuerdo en que cuenta con habilidad para realizar negociaciones, así como habilidades de comunicación, identificación y resolución de problemas?
6	¿Está usted de acuerdo en que es importante trabajar en base a metas y objetivos para lograr un mayor crecimiento y desarrollo de su negocio?
7	¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con la habilidad para tomar decisiones en situaciones de alta presión y complejidad?
8	¿Está usted de acuerdo en que es importante ser perseverante para que un emprendimiento crezca y de frutos?
9	¿Está usted de acuerdo en que la autoseguridad y confianza son importantes para que un emprendimiento salga adelante?
10	¿Está usted de acuerdo en que es importante estar dispuesto a desarrollar nuevas ideas y adaptarse a los cambios del mercado?
11	¿Está usted de acuerdo en que accede a créditos bancarios frecuentemente para financiar su negocio?
12	¿Está usted de acuerdo en que existen facilidades por parte de las entidades bancarias para acceder a préstamos y créditos?

- 13** ¿Está usted de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio?
- 14** ¿Está usted de acuerdo en que utiliza capital propio con frecuencia para financiar su negocio?
- 15** ¿Está usted de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse?
- 16** ¿Está usted de acuerdo que es importante y necesario contar con la habilidad de identificar y comprender los problemas que se suscitan en el día a día para poder tomar decisiones rápidas y oportunas?
- 17** ¿Está usted de acuerdo en que contar con información precisa y oportuna facilitan los procesos de toma de decisiones?
- 18** ¿Está usted de acuerdo en que es necesario contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas?
- 19** ¿Está usted de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto?
- 20** ¿Está usted de acuerdo en que es importante ser creativo e innovar constantemente para crear oportunidad de desarrollo?
- 21** ¿Considera usted que es importante solucionar problemas con creatividad y rapidez para poder hacer frente a las adversidades que se presentan a diario en los negocios y en el mercado?

Tabla 35 Análisis de confiabilidad General

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	21

Se observa como valor alfa 0.849, por lo tanto, las variables si tienen relación lineal con los indicadores y el instrumento empleado tiene un alto nivel de confiabilidad.

Tabla 36 Alfa de Variable Perfil del Emprendedor

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,822	10

Se observa como valor alfa 0.822, por lo tanto, las variables si tienen relación lineal con los indicadores y el instrumento empleado tiene un alto nivel de confiabilidad.

Tabla 37 Alfa de Variable Fracaso Empresarial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,762	11

Se observa como valor alfa 0.762, por lo tanto, las variables si tienen relación lineal con los indicadores y el instrumento empleado tiene un alto nivel de confiabilidad.

4.4. Prueba de normalidad - Kolmogorov

“La aplicación de las pruebas de normalidad de los datos pretende garantizar la robustez de los análisis estadísticos” (Flores & Flores, 2021, págs. 83-106)

Díaz & Fernández (2001) mencionan:

Una de las distribuciones teóricas mejor estudiadas en los textos de bioestadística y más utilizada en la práctica es la distribución

normal, también llamada distribución gaussiana. Su importancia se debe fundamentalmente a la frecuencia con la que distintas variables asociadas a fenómenos naturales y cotidianos siguen, aproximadamente, esta distribución. (pág. 268-274)

Existen diversas pruebas que permiten determinar si la distribución de una población es normal o no, la más conocidas son Shapiro-Wilk y Kolmogórov – Smirnov. Flores & Flores (2021) explican que sobre la prueba de Shapiro Wilk que, “Según Novales (2010), este test se emplea para contrastar normalidad cuando el tamaño de la muestra es menor a 50 observaciones y en muestras grandes es equivalente al test de Kolmogórov Smirnov.” (págs.83-106)

De acuerdo con lo señalado en el párrafo anterior, se utilizó la prueba de Kolmogórov Smirnov, ya que, la muestra consta de 90 personas, es decir, mayor a 50 personas.

Entonces, se realiza el siguiente enunciado:

Hipótesis Nula (H0): La distribución de los datos es normal

Hipótesis Alternativa (H1): La distribución de los datos es no normal

Tabla 38 Prueba de normalidad de la Variable Dependiente e Independiente

Pruebas de Normalidad - Kolmogorov-Smirnov ^a			
El perfil del Emprendedor	,124	90	,002
Fracaso Empresarial	,087	90	,090

Elaboración propia

En la tabla se obtiene que la variable El Perfil del Emprendedor tiene un nivel de significancia menor a 0.05, en este sentido, se rechaza la hipótesis nula, ya que, la distribución no es normal.

A continuación, el histograma permite ver la distribución de los valores, así como también la media y la desviación estándar. La media “es el valor que resulta de dividir la suma de todos los valores observados entre el número de datos considerados” (Salazar & Del Castillo, 2018, pág. 50), mientras que la desviación estándar “indica qué tan dispersos están los datos con respecto a la media. Mientras mayor sea la desviación estándar, mayor será la dispersión de los datos.” (Minitab, s.f.)

Se visualiza que la variable Perfil del Emprendedor tiene una distribución asimétrica hacia la derecha, observándose también la presencia de un valor atípico y el promedio de los valores obtenidos equivale a 15.62, con una desviación estándar de 4.723

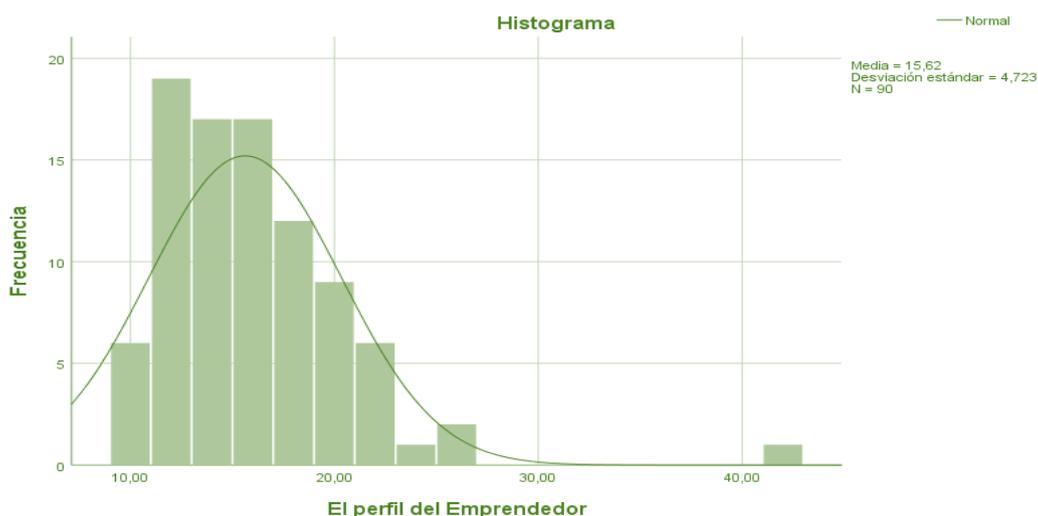


Figura 22 Prueba de normalidad variable Perfil del Emprendedor

Referente a la variable Fracaso Empresarial se obtiene que, tiene un nivel de significancia mayor a 0.05, sin embargo, en el histograma se observa un elemento alejado, también se observa que, el promedio de los valores obtenidos equivale a 20.40 con una desviación estándar de 5.05. En ese sentido, se rechaza la hipótesis nula, ya que, la distribución es no normal, asimismo, ello se ve reflejado en el histograma.

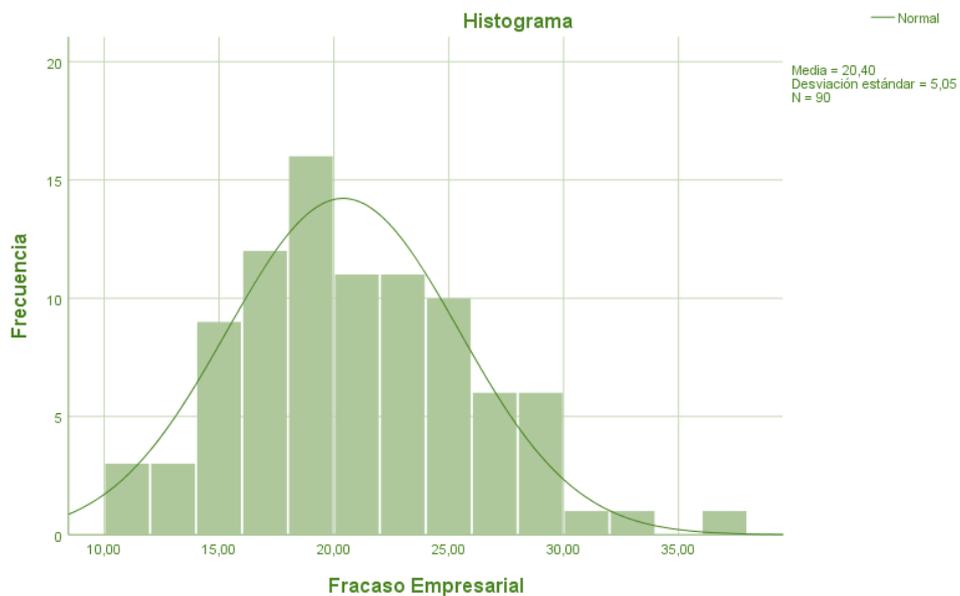


Figura 23 Prueba de normalidad variable Fracaso Empresarial

Otra forma de obtener información estadística de manera rápida y resumida, es mediante el diagrama de caja y bigotes, ya que, la representación de este diagrama es muy sencilla y fácil de entender.

Minnaard, et al (2005) señalan que:

El gráfico es una de las herramientas más útiles en el estudio de la mayoría de las disciplinas, ya que permite una visión de conjunto del fenómeno sometido a investigación, más rápidamente perceptible que la observación directa de los datos numéricos. (pág. 1)

El diagrama de caja y datos refleja de valor mínimo y máximo, el primer y tercer cuartil y la mediana. El diagrama se representa en un gráfico rectangular, cuyos lados representan los cuartiles, además, tiene una división vertical, que es donde se posiciona la mediana, finalmente, cuenta con un segmento en los extremos izquierdo y derecho, estos se conocen como bigotes y representan el valor mínimo y máximo.

Para tener mayor claridad acerca de estos valores estadísticos, (Minitab, s.f.) explica que “Los cuartiles son valores que dividen una muestra de datos en cuatro partes iguales. Utilizando cuartiles puede evaluar rápidamente la dispersión y la tendencia central de un conjunto de datos, que son los pasos iniciales importantes para comprender sus datos.”

La mediana, es una medida de tendencia central y dispersión y “representa la cifra o valor que divide la muestra en dos mitades, es decir, el valor donde 50% de la población está por debajo o arriba del mismo.” (Rendón, Villasís, & Miranda, 2016, págs. 397-407)

Los valores máximo y mínimo representan el valor de datos más grande y más pequeño de la muestra respectivamente y se utilizan para identificar valores atípicos o posibles errores en los datos. (Minitab, s.f.)

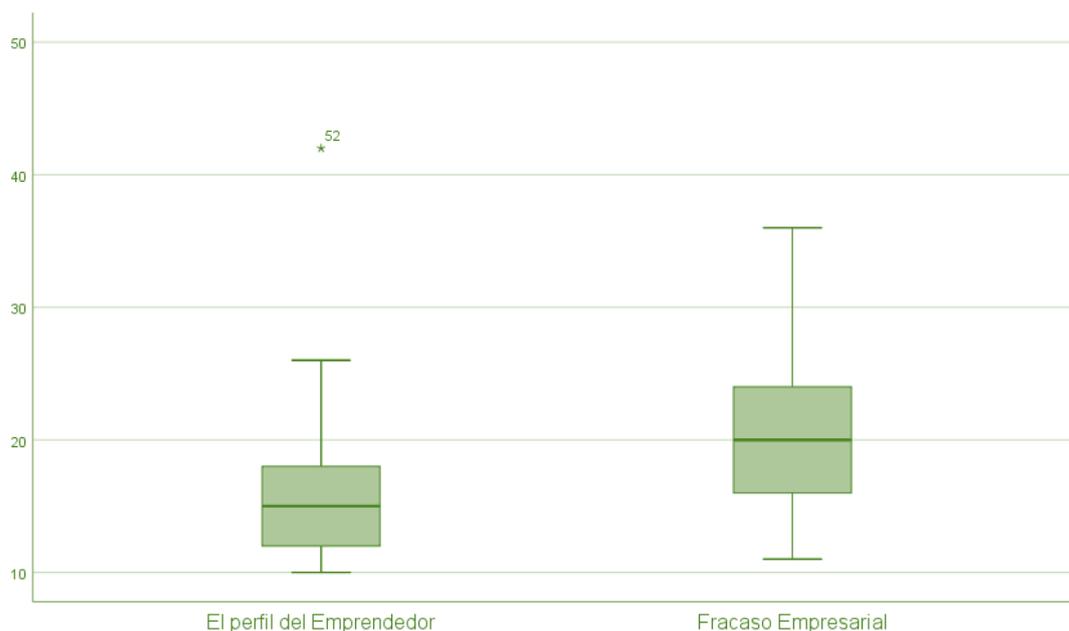


Figura 24 Diagrama de caja y bigotes

En la variable Perfil del Emprendedor, el 50% de los valores obtenidos en la encuesta es menor o igual a 15, el valor mínimo obtenido equivale a 10 y el valor máximo 27, asimismo, se observa un valor atípico que está por encima del valor máximo.

En la variable Fracaso empresarial, el 50% de los valores obtenidos en la encuesta es menor o igual a 20, el valor mínimo obtenido equivale a 11 y el valor máximo 36. No se observa valores atípicos.

A continuación, se realiza la prueba de normalidad de cada una de las dimensiones; formación y desarrollo, experiencia y habilidades y personalidad y conducta, financiamiento, toma de decisiones, y cultura innovadora.

Tabla 39 Prueba de Normalidad Dimensiones

	Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Personalidad y Conducta	,292	90	,000
Formación y Desarrollo	,179	90	,000
Experiencia y Habilidades	,171	90	,000
Financiamiento	,099	90	,030
Toma de decisiones	,185	90	,000
Cultura Innovadora	,276	90	,000

4.5. Análisis Correlacional

Dado que en la prueba de normalidad arrojó datos no paramétricos, en el presente capítulo se desarrolló el análisis correlacional Rho de Spearman. Restrepo & González (2007) mencionan que “Un coeficiente de correlación, mide el grado de relación o asociación existente generalmente entre dos variables aleatorias.” (pág. 185) y precisamente en este apartado se tiene como objetivo determinar si existe correlación entre las variables de estudio del presente trabajo.

Hipótesis General

El perfil del emprendedor influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Nula

El perfil del emprendedor no influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Alterna

El perfil del emprendedor influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Tabla 40 Correlación variable Perfil del Emprendedor y Fracaso Emprendedor

Correlaciones				
			El perfil del Emprendedor	Fracaso Empresarial
Rho de Spearman	El perfil del Emprendedor	Coefficiente de correlación	1,000	,600**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	Fracaso Empresarial	Coefficiente de correlación	,600**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

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

El índice de correlación entre las variables El perfil del emprendedor y el Fracaso Empresarial da como resultado 0.600, lo que significa que existe una correlación fuerte entre las variables. Además, se obtiene un nivel de significancia de $p=0.000$, que es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

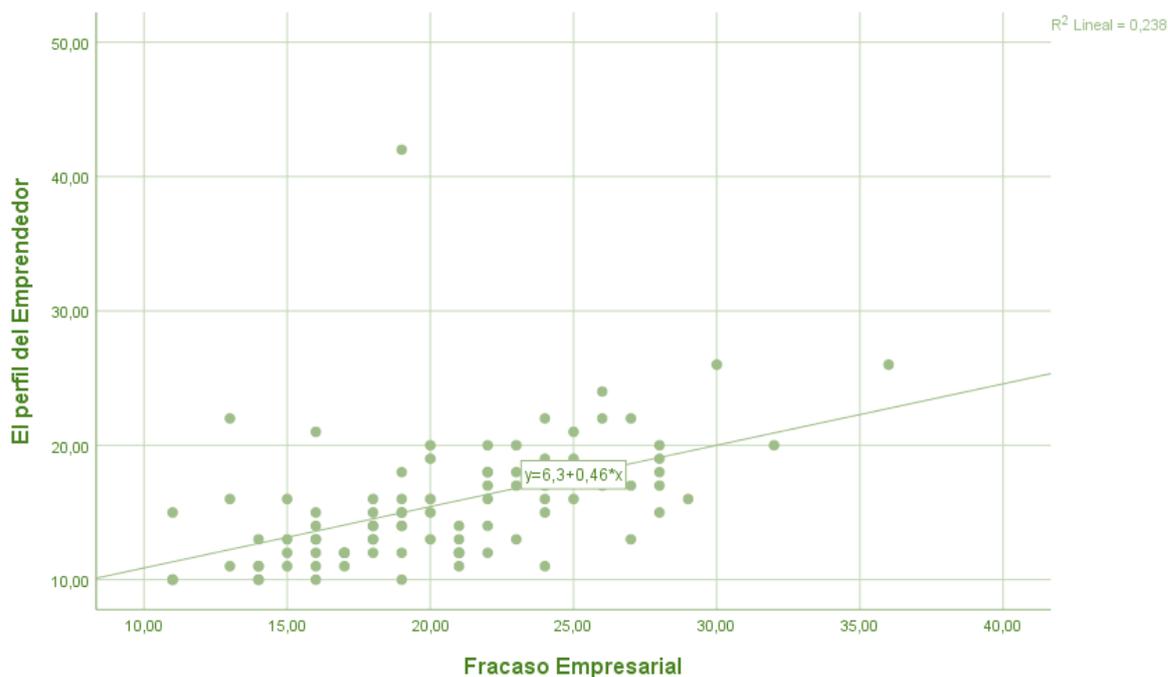


Figura 25 Dispersión variables Perfil del Emprendedor y Fracaso Emprendedor

4.5.1. Hipótesis Específicas

4.5.1.1. Hipótesis Específica 1

La formación y desarrollo del emprendedor influye significativamente en el financiamiento de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Nula

La formación y desarrollo del emprendedor no influye significativamente en el financiamiento de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Alternativa

La formación y desarrollo del emprendedor influye significativamente en el financiamiento de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Tabla 41 Correlación Formación y Desarrollo y Financiamiento

Correlaciones			Formación y Desarrollo	Financiamiento
Rho de Spearman	Formación y Desarrollo	Coeficiente de correlación	1,000	,355**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	90	90
	Financiamient o	Coeficiente de correlación	,355**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	90	90

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

El índice de correlación entre las Formación y Desarrollo y Financiamiento da como resultado 0.355, lo que significa que existe una correlación moderada entre las variables. Además, se obtiene un nivel de significancia de $p=0.001$, que es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

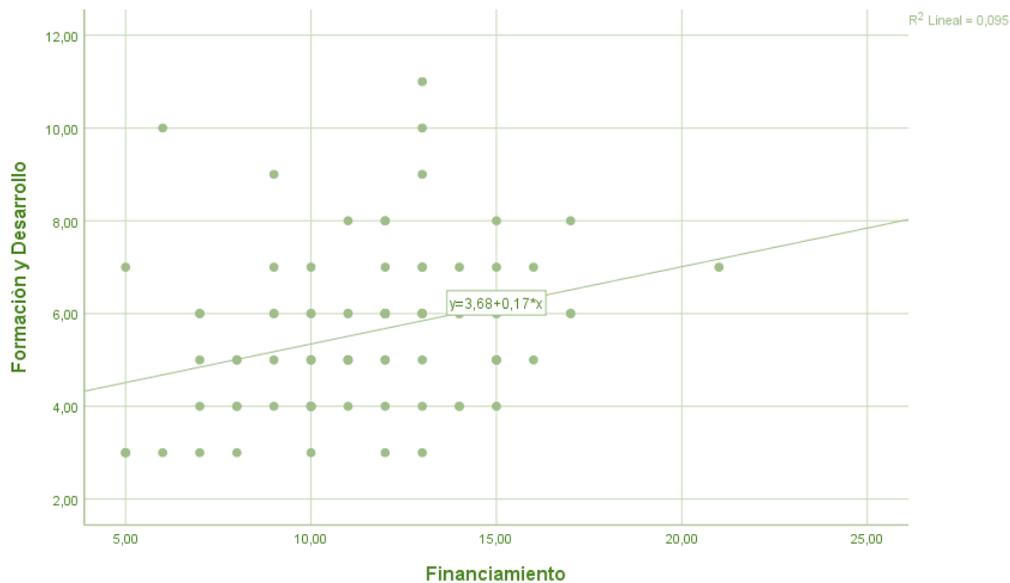


Figura 26 Dispersión variables Formación y Desarrollo y Financiamiento

4.5.1.2. Hipótesis Específica 2

La experiencia y habilidades del emprendedor influye significativamente en la toma de decisiones de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Nula

La experiencia y habilidades del emprendedor no influye significativamente en la toma de decisiones de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Alternativa

La experiencia y habilidades del emprendedor influye significativamente en la toma de decisiones de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Tabla 42 Correlación Experiencia y Habilidades y Toma de Decisiones

Correlaciones			Experiencia y Habilidades	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Experiencia y Habilidades	Coeficiente de correlación	1,000	,435**
n		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	,435**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

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

El índice de correlación entre la Experiencia y Habilidades y Toma de decisiones da como resultado 0.435, lo que significa que existe una correlación moderada entre las variables. Además, se obtiene un nivel de significancia de $p=0.000$, que es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

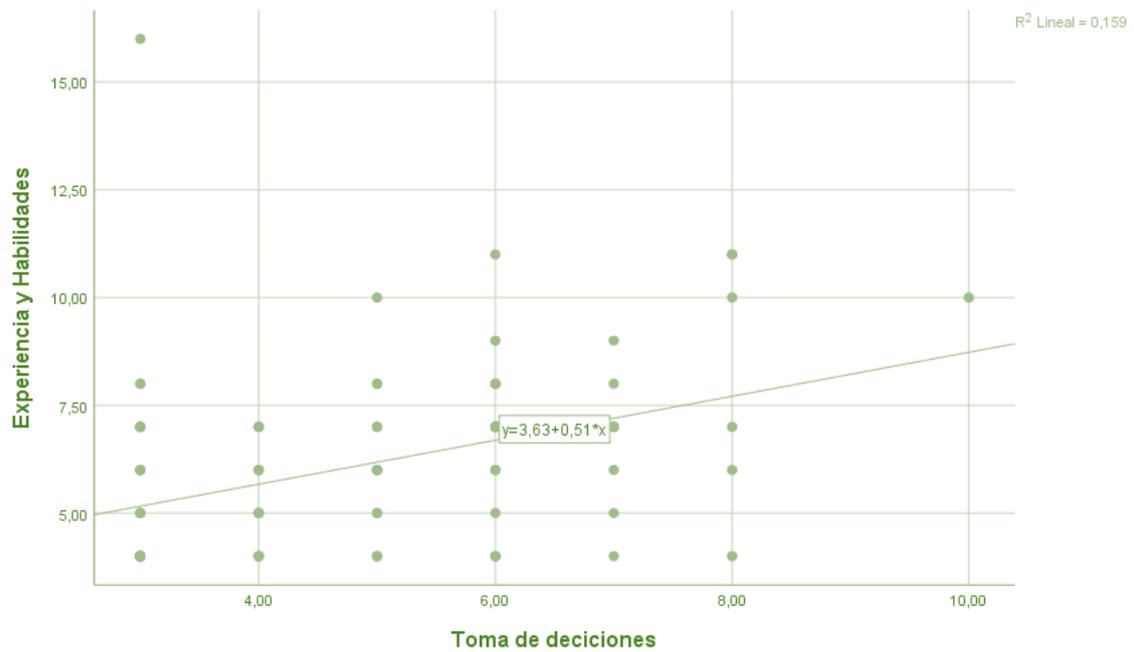


Figura 27 Dispersión variables Experiencia y Habilidades y Toma de Decisiones

4.5.1.3. Hipótesis Específica 3

La personalidad y conducta del emprendedor influye significativamente en la cultura innovadora de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Nula

La personalidad y conducta del emprendedor no influye significativamente en la cultura innovadora de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis Alterna

La personalidad y conducta del emprendedor influye significativamente en la cultura innovadora de los negocios de importación de productos textiles en Lima Metropolitana en el año 2020.

Tabla 43 Correlación Personalidad y Conducta y Cultura Innovadora

Correlaciones			Personalidad y Conducta	Cultura Innovadora
Rho de Spearman	Personalidad y Conducta	Coeficiente de correlación	1,000	,561**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	Cultura Innovadora	Coeficiente de correlación	,561**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

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

El índice de correlación entre la Personalidad y Conducta y la Cultura Innovadora da como resultado 0.561, lo que significa que existe una correlación fuerte entre las variables. Además, se obtiene un nivel de significancia de $p=0.000$, que es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

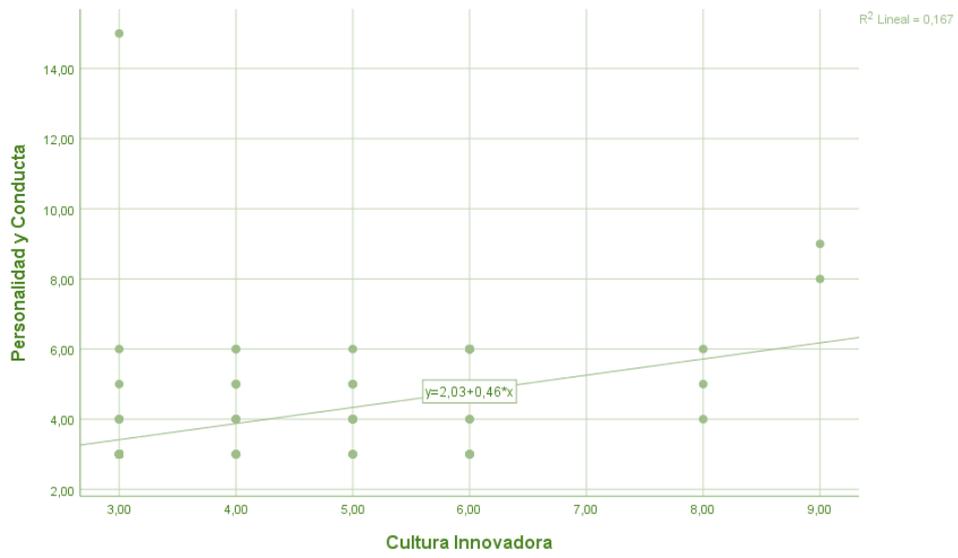


Figura 28 Dispersión variables Personalidad y Conducta y Cultura Innovadora

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La discusión de resultados se hace en base a los resultados sobre la investigación de “El perfil del emprendedor y su influencia en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil en el año 2020”. Se utilizó una muestra probabilística de 90 personas, emprendedores, empresarios y negociantes que se dedican a la importación de textiles. Esta discusión de resultados toma como referencia las hipótesis general y específica, donde se realiza un contraste entre los resultados de las encuestas y la literatura.

5.1. Discusión de resultados de la hipótesis general

La hipótesis general de la presente investigación establece que “El perfil del emprendedor influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios del sector textil de importación de Lima Metropolitana en el año 2020”. Dicha hipótesis fue aceptada, ya que, mediante el análisis exploratorio se obtuvo que existe una fuerte correlación entre variables.

Este resultado guarda relación con lo mencionado por García, et al (2010):

Aunque son varios los factores que condicionan el resultado de una empresa, muchos de ellos dependen o están bajo el control del propio emprendedor.

García, et al (2010) también señala que, de acuerdo con el modelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor) además de las condiciones del entorno, para individuo debe contar con ciertas capacidades emprendedoras.

5.2. Discusión de resultados de la hipótesis específico 1

La hipótesis específica 1 establece que “La formación y desarrollo del emprendedor influye significativamente en el financiamiento de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020”. Esta

hipótesis fue aceptada, ya que, mediante el análisis exploratorio se obtuvo que existe una correlación moderada entre variables.

(Ortiz, 2003) señala que “tener una educación media o algún nivel de educación superior incrementa las posibilidades de sobrevivencia de los negocios.”, es decir, que una persona con mayor nivel de educación tendrá mayores capacidades para tomar decisiones de diversa índole, entre ellas decisiones financieras. Además de ello, Valenzuela, et al (2018), menciona que, “la educación financiera básica tiene un efecto positivo sobre el éxito de un emprendimiento empresarial”. De ello se puede inferir que es importante contar con conocimiento y base respecto a las finanzas para poder elegir el mejor instrumento para financiar un negocio. Sin embargo, CEPAL (2011), explica de manera más específica lo siguiente respecto al financiamiento:

La escasa utilización del crédito bancario por parte de las pymes se adjudica, principalmente, a la insuficiencia de información y a los altos riesgos atribuidos a su financiamiento, lo que genera reticencia en las entidades bancarias a otorgarles préstamos; pero también se debe a los elevados costos del financiamiento, a las exigencias de los bancos y a la insuficiencia de garantías de las empresas.

Lo detallado en el párrafo anterior explica por qué se obtuvo como resultado una correlación moderada y no fuerte, ya que, si bien existe una relación entre las variables formación y desarrollo y financiamiento, esta es bastante general y no es lo suficientemente explícita como para establecerse una correlación fuerte.

5.3. Discusión de resultados de la hipótesis específico 2

La hipótesis específica 2 establece que “La experiencia y habilidades del emprendedor influye significativamente en la toma de decisiones de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020”. Esta

hipótesis fue aceptada, ya que, mediante el análisis exploratorio se obtuvo que existe una correlación moderada entre variables.

Heredia (2018) menciona que los “Atributos del capital humano (educación y experiencia profesional): la educación o la experiencia de los propietarios disminuye la probabilidad de fracaso”. De ello se puede inferir que una persona con experiencia en determinado rubro cuenta con la habilidad para tomar decisiones acertadas en determinadas situaciones, mas, al contrario, no contar con experiencia, la probabilidad de fracaso es mayor. En adición, Dolores (2021), señala que, el individuo toma decisiones basadas en los recursos disponibles con los que cuenta, entendiéndose como recursos personalidad, historias personales, conocimientos, experiencia laboral y profesional y el entorno.

5.4. Discusión de resultados de la hipótesis específico 3

La hipótesis específica 3 establece que “La personalidad y conducta del emprendedor influye significativamente en la cultura innovadora de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020”. Esta hipótesis fue aceptada, ya que, mediante el análisis exploratorio se obtuvo que existe una correlación fuerte entre variables.

Espíritu, et al. (2012) expresan que la capacidad emprendedora está relacionada con la innovación, con la creación de negocios y/o empresas, es así que, a través de su investigación, establecen como resultado que las personas que tienen la intención de crear su propia empresa son personas innovadoras, tienen nuevas ideas y retos y aplican nuevas tecnologías.

CONCLUSIONES

1. Existe una fuerte correlación entre el perfil del emprendedor y el fracaso empresarial, ya que, se obtuvo un nivel de significancia de 0.6. Esto quiere decir que hay ciertas características inherentes al perfil de los emprendedores que son necesarias para que un negocio crezca, tales como la formación y desarrollo, experiencia y habilidades y personalidad y conducta que influirán. De no contar con tales características el negocio tiene mayores probabilidades de fracaso.
2. Existe una correlación moderada entre la Formación y Desarrollo y Financiamiento, ya que, se obtuvo un nivel de significancia de 0.355. Esto quiere decir que, aquellos emprendedores que se han formado y han adquirido ciertos conocimientos sobre el negocio y financiamiento, podrán tomar mejores decisiones para un correcto apalancamiento sin sobreendeudamiento.
3. Existe una fuerte correlación entre la Experiencia y Habilidades y Toma de decisiones, ya que, se obtuvo un nivel de significancia de 0.435. Esto quiere decir que, aquella persona que cuenta con cierto nivel de experiencia en un determinado sector y que haya desarrollado habilidades emocionales, sociales y directivas, tendrá una mayor capacidad para tomar decisiones adecuadas y asertivas para beneficio de su negocio.
4. Existe una fuerte correlación entre la Personalidad y Conducta y la Cultura Innovadora, ya que, se obtuvo un nivel de significancia de 0.561. Esto quiere decir que, existen ciertos factores de la personalidad del emprendedor, que influyen en la creación de nuevas ideas y oportunidades que promuevan el crecimiento de su emprendimiento.
5. El perfil del emprendedor va a determinar el fracaso o éxito de un negocio. No basta con sólo tener actitud y deseos de superación, sino que, aquella persona que decide emprender debe estar preparada en todo sentido para todos los retos y obstáculos que se presentarán en el camino. La

persona que decide emprender sin contar con las herramientas necesarias como conocimiento, experiencia y habilidades además de actitud, no será capaz de incrementar su nivel producción por falta de conocimientos financieros y no podrá tomar decisiones acertadas sobre el mercado que permita el crecimiento de su negocio.

RECOMENDACIONES

1. Adquirir experiencia y conocimientos relacionados al rubro de las importaciones textiles, así como desarrollar habilidades sociales y gerenciales para evitar un fracaso inminente de su emprendimiento.
2. Llevar cursos y capacitarse en el rubro, así como formarse en otras materias como desarrollo de productos, comercialización y ventas, contabilidad y finanzas, de modo que pueda tener una visión más amplia sobre decisiones a tomar en su negocio, asimismo, se recomienda investigar sobre las diversas campañas de financiamiento otorgadas por el Estado a través de entidades estatales con el fin de promover el crecimiento de las micro y pequeño empresas.
3. Adquirir experiencia en el rubro antes de iniciar un emprendimiento, ya que, de esta forma adquirirá un conocimiento empírico que le permitirá saber cómo funciona el negocio, inclusive podría predecir determinados acontecimientos del mercado y actuar de forma rápida tomando decisiones acertadas para evitar así, pérdidas en el negocio o fracaso.
4. Mantener una actitud perseverante, autoconfianza y seguridad que le permita salir adelante aún con las dificultades que se presentan en el camino, así como también debe ser responsable, consecuente, visionario y creativo, de lo contrario, es muy fácil perder la dirección darse por vencidos en el complicado camino del emprendimiento.
5. No permitir que la decisión de emprender se convierta en una acción llevada a cabo sólo por las emociones, ya que, tan pronto como puede iniciar una idea de negocio, también inician las adversidades que pueden terminar por destruir la emoción de emprender, por tanto, se debe tomar el emprendimiento como una decisión importante que necesita mucho esfuerzo y dedicación para lograr el éxito, de lo contrario, el fracaso llegará más pronto de lo que espera.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aburto, H., & Bonales, J. (enero-abril de 2011). Habilidades directivas: Determinantes en el clima organizacional. *Investigación y Ciencia*, 19(15), 41-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/674/67418397006.pdf>
- Accinelli, A. (9 de Junio de 2020). *Educación* . Obtenido de Educación : <https://www.educacionperu.org/adios-a-los-colegios-privados-paradojas-de-la-educacion-peruana/>
- Aceveo, A., Linares, C., & Cachay, O. (2010). Herramientas para superar el dilema gerencial: Toma de decisiones o resolución de problemas. *Industrial Data*, 13(1), 18-27. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81619989003.pdf>
- Alegre, V., Alvarado, M., & Martínez, I. (2017). *¿Por qué fracasan los nuevos productos en su lanzamiento al mercado? Un estudio de casos múltiple en la industria de bebidas en el Perú*. Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10349/ALEGRE_ALVARADO_MART%c3%8dNEZ_FRACASAN_NUEVOS_subir.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 76-90. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/eyd/v158n2/eyd05217.pdf>
- Arana, M., & Batista, N. (1999). La educación en valores: una propuesta pedagógica para la formación profesional. *Pedagogía Universitaria*, 4(3), 1-30. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34561258/Propuesta_educacion_en_valores.pdf?1409232486=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLA_EDUCACION_EN_VALORES_UNA_PROPUUESTA_PE.pdf&Expires=1599245936&Signature=A4AdL9VaEkeV3V1O2UFYdIBLgUZnqMKV-6eLB
- Araujo, A. (julio-diciembre de 2010). La cultura organizacional innovadora desde una perspectiva valorativa. *Visión Gerencial*(2), 219-239. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545889010.pdf>
- Araya, P., Sebastián, C., Rojas, E., Luperfina, E., Ruiz, R., & Enrique, P. (2017). Aspectos importantes en la consolidación de una empresa: Una mirada desde el sector

- comercio. *Revista Academia & Negocios*, 3(1), 11-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560863102002>
- Arroyo, S., & Castillo, V. (2017). Las habilidades gerenciales para solucionar problemas durante el proceso de adaptación tecnológica. *Revista de Investigación en Ciencias y Administración*, 8(14), 12-25. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/8c5b/2f0e422d2d013e44fe6046c0f15b2709dbe0.pdf>
- Atlas.ti. (2014). *Atlas.ti*. Obtenido de https://atlasti.com/wp-content/uploads/2014/07/atlas.ti_brochure_2009_es.pdf
- Banco Mundial. (12 de 11 de 2018). *Educación*. Obtenido de Educación: <https://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview>
- Baquedano, M., Alcántara, S., Morón, L., & Carrillo, J. (2017). *Características del perfil del emprendedor de las Startups en Lima y su implicancia en el modelo de negocio*. Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621871/CARRILLO_AJ.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Bebczuk, R. N. (2010). *Acceso al financiamiento de las pymes en Argentina: estado de situación y propuestas de política*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5207/lcl3241e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bleger, J. (1963). *Psicología de la Conducta* (1a ed.). Benos Aires: Eudeba. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59731928/psico1-1-fusionado20190614-124024-4r05bg.pdf?1560562105=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPsico1_1_fusionado.pdf&Expires=1599288853&Signature=YGERFMPNScVESz3JvNLMWeEewTD9nv3b0U5dyP6QeNtMc1u5Y
- Blog de la Defensoría del Pueblo. (02 de Noviembre de 2017). *BLOG DE LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO*. Obtenido de BLOG DE LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO: <https://www.defensoria.gob.pe/blog/escuelas-rurales-en-el-peru-la-infraestructura-bajo-supervision/>
- Bloghemia. (29 de 05 de 2019). *Bloghemia*. Obtenido de Bloghemia: <https://www.bloghemia.com/2019/05/10-paises-con-los-mejores-sistemas.html>
- Bonel, I. (2017). *Determinación del perfil del emprendedor fracasado en el sector servicios de la provincia de Alicante*. Alicante. Obtenido de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4071/1/TFG%20Bonel%20Torres%2C%20Ignacio.pdf>

- Butler, I., Guiñazu, S., Giuliadori, D., Martínez Correa, J., Rodríguez, A., & Tacsir, E. (2018). *Programas de financiamiento productivo a pymes, acceso al crédito y desempeño de las firmas: evidencia de Argentina*. Argentina: Banco de desarrollo de América Latina. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1151/programas-de-financiamiento-productivo-a-pymes-acceso-al-credito-y-desempeno-de-las-firmas-evidencia-de-argentina%20%28002%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Canseco, D. (2018). *El Perfil Emprendedor y Uso de Herramientas de Gestión en los Egresados de la Universidad San Ignacio de Loyola*. Universidad, Lima. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3911/1/2018_Diez-Canseco-Terry.pdf
- Castro, A., & Casullo, M. (2008). Rasgos de personalidad, bienestar psicológico y rendimiento académico en adolescentes argentinos. *Interdisciplinaria*, 18(1), 65-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/180/18011326003.pdf>
- Cavero, N., Quispe, Y., Montoya, J., & Monteza, D. (2017). *Factores clave que impiden la escalabilidad de las Startups en Lima Perú, durante el período 2010 al 2016*. Lima. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621914/Factores+claves+que+impiden+la+escalabilidad+de+las+Starups+en+Lima+Per%C3%BA,+durante+el+per%C3%ADodo+2010+al+2016.pdf?sequence=14>
- Celina, H., & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 14(4), 572-580. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Chávez, L. (17 de enero de 2019). *Gestión*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tu-dinero/10-emprendimientos-peruanos-llegan-exito-parte-fracaso-255933-noticia/?ref=gesr>
- Cid, A. D., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación, Fundamentos y Metodología* (1a. ed.). (H. Rivera, Ed.) México: Pearson Education.
- Concha, V., & Muñoz, A. (2015). *Perfil del emprendedor joven chileno basado en el modelo del Gem*. Concepción. Obtenido de <http://repositoriodigital.ucsc.cl/bitstream/handle/25022009/246/Perfil%20de%20emprendedor%20joven%20chileno%20basado%20en%20el%20modelo%20del%20GEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cumpla, A., & lhedy, M. (2018). *Perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Inca Garcilazo de la Vega*. Lima. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4267/Tesis%20->

%20Cumpa%20Olaya%20Armando%20y%20Martinez%20Huatuco%20Ihedy.pdf?sequence=3&isAllowed=y

De los Angeles, H. (2016). *El perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México*. Estado de México. Obtenido de <http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/65506/2016%20TESIS%20PCARN%20HERMINIA%20APA.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Díaz, P., & Fernández, P. (2001). La distribución normal. *FISTERRA*, 8(4), 268-274. Obtenido de https://www.fisterra.com/mbe/investiga/distr_normal/distr_normal2.pdf

Donovan, J. (2006). *Identificación de las Oportunidades de Mercado y Mercadeo en Cadenas de Valor*. Turrialba: Centro para la Competitividad de Ecoempresas. Obtenido de http://201.207.189.89/bitstream/handle/11554/7017/Identificacion_de_las_oportunidades_de_mercado_y_mercadeo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

DW Made for Minds. (09 de 01 de 2020). *DW Made for Minds*. Obtenido de DW Made for Minds: <https://www.dw.com/es/cu%C3%A1nto-invierte-am%C3%A9rica-latina-en-educaci%C3%B3n/a-51940410>

Eceiza, M., Arrieta, M., & Alfredo, G. (2008). Habilidades sociales y contexto de la conducta social. *Revista de Psicodidáctica*, 13(1), 11-26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/175/17513102.pdf>

Educación al Futuro.com. (2018). *Educación al Futuro.com*. Obtenido de Educación al Futuro.com: <https://educacionalfuturo.com/articulos/situacion-de-colegios-privados/>

Educación al Futuro.com. (2019). *Educación al Futuro.com*. Obtenido de Educación al Futuro.com: <https://educacionalfuturo.com/articulos/la-heterogenea-oferta-de-la-educacion-privada/>

El Peruano. (1 de Mayo de 2020). *El Peruano*. Obtenido de El Peruano: <https://elperuano.pe/noticia-el-60-de-escolares-estudia-un-colegio-privado-paga-s-300-pension-95253.aspx>

El Universo. (17 de 12 de 2019). *EL UNIVERSO*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/17/nota/7648094/claves-mejores-sistemas-educativos-mundo>

Eurostat. (s.f.). *Eurostat*. Obtenido de <https://ec.europa.eu/eurostat/about/who-we-are>

Eurostat. (s.f.). *Eurostat*. Obtenido de Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/about/who-we-are>

Facundo, L., Landazábal, D., Hernández, J., Ruiz, Y., Claro, A., Vanegas, H., & Cruz, S. (abril-junio de 2007). Visibilidad y formación en investigación. Estrategias para el desarrollo

- de competencias investigativas. *Revista Studiositas*, 2(2), 43-56. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2719652>
- Fernández, D., & Guitart, M. (S.f.). *Estadística Descriptiva y Análisis de Datos*. Mendoza: Universidad Tecnológica Nacional. Obtenido de <http://www1.frm.utn.edu.ar/estadistica/documentos/20NotaClase.pdf>
- Fernández, F. (2015). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa "Negociaciones Ángeles SAC"*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4575/FINANCIAMIENTO_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_FERNANDEZ_VILLANUEVA_FANY_ELISA.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttps://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35358/S2011124_es.pdf?sequence=1&isAl
- Fernández, R., & Peralta, F. (1998). Estudio de tres modelos de creatividad: criterios para la identificación de la producción creatividad. *Revista de Altas Capacidades*, 67-85. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=ESTUDIO+DE+TRES+MODELOS+DE+CREATIVIDAD%3A+CRITERIOS+PARA+LA+IDENTIFICACION+DE+LA+PRODUCCION+CREATIVA&btnG=
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo*, 4(3), 65-76. Obtenido de <http://espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/207/275>
- Ferraro, C., & Goldstein, E. (2011). *Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3909/S2011082_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, C., & Flores, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner Shapiro-Wilk Y Komolgorov-Smirnov ,. *Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas*, 23(2), 83-106. Obtenido de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2302/2137>
- Flores, L. (2009). *Análisis Estadístico Descriptivo* (1a. ed.). Lima: Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37458674/analisis-estadistico-descriptivo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1628047560&Signature=TCpxEvBAqWWV1zHSY5p2LiKUX7tGq2Lp0q->

xJ-pZDtCTpEk0toZRb5UD725vOH7ombfdnhbAVv7~fBrvQW~XzD-
Z7e~YvXk3wh~d2zZqc-GhqPvUYD-C8zi0I8u

- García, F., & Fernando, C. (27 de junio de 2019). *Cadena Ser*. Obtenido de Cadena Ser: https://cadenaser.com/ser/2019/06/27/economia/1561626595_830938.html
- García, G., & Zayas, E. (2010). *El proceso de solución de problemas*. Eumed.net. Obtenido de http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55764.pdf
- García, J. (2014). *El proceso de toma de decisiones y de resolución de problemas*. Obtenido de Psicoterapeutas: <http://files.fundamentosdeorientacion.webnode.es/200000026-0c0fd0e03b/El%20proceso%20de%20toma%20de%20decisiones%20y%20de%20resoluci%C3%B3n%20de%20problemas.pdf>
- García, J., Duran, S., & Prieto, R. (2017). Políticas de gestión de talento humano para el desarrollo de competencias gerenciales en empresas de metalmecánica. *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 130-141. Obtenido de <http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2905/Pol%c3%adticas%20de%20gesti%C3%b3n%20de%20talento%20humano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, J., Sánchez, J., & Tomaseti, E. (abril-junio de 2016). Fracaso empresarial y efectos contagio. Un análisis espacial para España. *El Trimestre Económico*, 83(330), 429-449. Obtenido de <http://repositorio.bib.upct.es/bitstream/handle/10317/7656/fee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gerosa, F. (2016). Personalidad, autoestima y desempeño académico. Una aproximación complementaria a partir de los cinco factores de la personalidad. *Revista de Investigación en Psicología Social*, 2, 46-53. Obtenido de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/psicologiasocial/article/view/2146>
- Gestión. (17 de 02 de 2019). *Gestión*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/peru/60-colegios-publicos-privados-cuentan-certificados-calidad-nivel-nacional-nndc-258946-noticia/#:~:text=Giovanni%20Arias%2C%20gerente%20general%20del,hay%20alrededor%20de%2024%20mil>.
- Giraldo, J. (3 de abril de 2019). *La República*. Obtenido de La República: 7. <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/los-tres-factores-que-aumentan-el-fracaso-de-los-emprendedores-en-colombia-2846985>
- González, V. (2008). La Formación de competencias profesionales en la universidad. Reflexiones y experiencias desde una perspectiva educativa. *Revista de educación*, 175-188. Obtenido de

- <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2010/b15168074.pdf?sequence=1>
- GRADE. (2018). *Creciendo con las Escuelas Rurales Multigrado del Perú*. Obtenido de Creciendo con las Escuelas Rurales Multigrado del Perú:
<http://www.grade.org.pe/creer/educacion-rural-en-el-peru/cifras/>
- Gutierrez, R. Q. (2018). *Perfil emprendedor de un grupo de alumnos del último año de una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el año 2017*. Lima. Obtenido de
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13977/QUISPE_GUTIEEREZ_PERFIL_EMPRENDEDOR_DE_UN_GRUPO_DE_ALUMNOS_DEL_ULTIMO_A%C3%91O_DE_UNA_ESPECIALIDAD_DE_NEGOCIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Heredia, L. (2018). *Fracaso empresarial en las Pyme*. Cartagena. Obtenido de
<http://repositorio.bib.upct.es/bitstream/handle/10317/7423/tfg-herfra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, B. (julio-diciembre de 2017). Desarrollo de competencias gerenciales en los docentes de la Licenciatura en Administración de Empresas de UNEDL. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(15), 1-26. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v8n15/2007-7467-ride-8-15-00419.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5a. ed.). México DF: Mc Graw Hill.
- Ichpas, M., & Ñope, I. (2018). *Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de confecciones de prendas de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años*. Lima. Obtenido de
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624891/%c3%91o_pe_ci.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática:
<http://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/#lista>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (s.f.). *INEGI*. Obtenido de INEGI:
<https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/>
- Izquierdo, Á. (2012). Temperamento, carácter personalidad. Una aproximación a su concepto e interacción. *Revista Complutense de Educación*, 13(2), 617-643. Obtenido de
https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Temperamento%2C+car

- %C3%A1cter+personalidad.+Una+aproximaci%C3%B3n+a+su+concepto+e+interacci%C3%B3n&btnG=
- Jorge, P. (2011). *Herramientas para la Gestión y la Toma de Decisiones* (2a. ed.). Argentina: Editorial Hanne.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2000). *Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia?* Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000215&pid=S1657-6276201500010001000047&lng=en
- Lanzas, V., Lanzas, F., & Lanzas, Á. (diciembre de 2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *15*(43), 267-272. Obtenido de <http://dev.pue.itesm.mx/DoctoradoNebrija/MaterialGral/Propuesta%20para%20medir%20el%20perfil%20de%20los%20emprendedores%20de%20base%20tecnol%C3%B3gica.pdf>
- Manzanaque, M. (2006). *Caracterización y predicción de los desenlaces del fracaso empresarial*. Cuenca: Universidad de Catilla -La Mancha. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=74501>
- Marceca, E. (2020). *Gasto en innovación y fracaso empresarial: un análisis regional*. Cartagena. Obtenido de <http://repositorio.bib.upct.es/bitstream/handle/10317/8424/tfm-margas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meléndez, H. (19 de enero de 2017). *Gestión*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/innovacion-emprendimientos-fracasan-126886-noticia/?ref=gesr>
- Ministerio de Educación. (2018). *Resultados Evaluación Internacional PISA*. Obtenido de Resultados Evaluación Internacional PISA: <http://umc.minedu.gob.pe/resultadospisa2018/>
- Minitab. (s.f.). *Minitab*. Obtenido de <https://support.minitab.com/es-mx/minitab/18/help-and-how-to/graphs/how-to/boxplot/interpret-the-results/quartiles/>
- Minitab. (s.f.). *Minitab*. Obtenido de <https://support.minitab.com/es-mx/minitab/18/help-and-how-to/calculations-data-generation-and-matrices/column-statistics-and-row-statistics/select-the-statistics/>
- Miñán, W. (05 de 03 de 2020). *Gestión*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/peru/el-56-cree-que-calidad-de-ensenanza-en-colegios-sigue-igual-aun-con-cambios-noticia/>
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista EAN*(71), 70-83. Obtenido de

- <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/10222/10537.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morán, C., & Menezes, E. (2016). La motivación de logro como impulso creador de bienestar: su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. *Revista Infad de Psicología*, 2(1), 31-40. Obtenido de <http://infad.eu/RevistaINFAD/OJS/index.php/IJODAEP/article/view/292/207>
- Moreno, C. N. (10 de 07 de 2019). *Federación de Periodistas del Perú*. Obtenido de Federación de Periodistas del Perú: <https://fpp.org.pe/por-que-el-peruano-promedio-lee-muy-poco/>
- Ortiz, M. (2003). El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en República Dominicana. *FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW*, 2(3), 39-48. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/handle/10317/4322>
- Palomera, R., Fernández, P., & Bracket, M. (setiembre de 2008). La inteligencia emocional como una competencia básica en la formación inicial de los docentes: algunas evidencias. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 6(2), 437-454. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2931/293121924010.pdf>
- Paredes, S. (13 de marzo de 2018). *Forbes México*. Obtenido de Forbes México: 5. <https://www.forbes.com.mx/un-fracaso-rapido-lo-que-necesitan-los-emprendedores-mexicanos-asem/>
- Patrone, A. (1997). *Metodología de formación flexible para pequeños empresarios latinoamericanos*. Montevideo: Cinterfor. Obtenido de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/papeles3.pdf
- Paueducation. (31 de 01 de 2020). *Paueducation*. Obtenido de Paueducation: <http://www.paueducation.com/paises-con-los-mejores-sistemas-educativos-2/>
- Perú21. (14 de 02 de 2019). *Perú21*. Obtenido de Perú21: <https://peru21.pe/peru/datum-crece-preferencia-colegios-privados-459736-noticia/>
- Pozo, I., Del Puy, M., Domínguez, J., Gómez, M., & Postigo, Y. (1994). La solución de problemas. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 199-202. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54335731/2._La_Solucion_de_problemas_-_1._Aprender_a_resolver_problemas_y_resolver_problemas_para_aprender._Juan_Ignacio_Pozo.pdf?1504551282=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_solucion_de_problemas.
- Puchol, L., Martíin, J., Núñez, A., Ongallo, C., Puchol, I., & Sánchez, G. (2018). *El libro de las habilidades directivas* (3a. ed.). Madrid: Diaz de Santos. Obtenido de

- <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/13506/9788479789756.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quejada, R., & Ávila, N. (octubre de 2016). Aproximación al perfil del emprendedor en América Latina. *Panorama Económico*, 24, 249-268. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/7949/14..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y Coeficiente Alpha de Cronbach. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12(2), 48-252. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Real Academia Española. (04 de 10 de 2020). *RAE*. Obtenido de RAE: <https://www.rae.es/>
- Redacción Economía y Negocios. (16 de febrero de 2016). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16511594>
- Rendón, M., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). Estadística Descriptiva. *Revista Alergia México*, 63/(4), 397-407. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755026009>
- Requena, J., & Samos, V. (2017). *El perfil emprendedor de los estudiantes millenials de la Universidad de Quintana Roo*. Chetumal. Obtenido de <http://192.100.164.85/bitstream/handle/20.500.12249/1877/HF5415.32.2017-1877.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Roca, E. (2014). *Cómo mejorar tus habilidades sociales* (4a. ed.). (W. Orellana, Ed.) Valencia: ACDE Ediciones. Obtenido de <http://www.cop.es/colegiados/pv00520/pdf/Habilidades%20sociales-Dale%20una%20mirada.pdf>
- Rodríguez, H. (08 de abril de 2020). *VALOR.PE*. Obtenido de VALOR.PE: <https://valor.pe/la-problematika-educativa-en-el-peru/>
- Rodríguez, Y. (2015). Gestión de información y del conocimiento para la toma de decisiones organizacionales. *Bibliotecas anales de investigación*(11), 150-163. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5704545>
- Rodríguez, Y., & Pinto, M. (2017). Requerimientos informacionales para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información. *Transformación*, 29(2), 175-189. Obtenido de <https://www.scielo.br/pdf/tinf/v29n2/0103-3786-tinf-29-02-00175.pdf>
- Romero, F., Melgarejo, Z., & Vera, M. (enero-junio de 2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. *Suma de negocios*, 6(13), 29-41. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2215910X15000087?token=C8B32FCE9E98>

999D978AB9D8F38878D82B2CEA626607E8F7C437A6461E4DCCCA3BA0D9013755F50
9EF43637F04AC826F

- RPP Noticias. (30 de 10 de 2018). *RPP Noticias*. Obtenido de RPP Noticias:
<https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/5-retos-que-enfrenta-la-educacion-en-el-peru-noticia-1156259#>
- RPP Noticias. (12 de Febrero de 2020). *RPP Noticias*. Obtenido de RPP Noticias:
<https://rpp.pe/economia/economia/ano-escolar-2020-estos-son-los-colegios-privados-mas-caros-de-lima-noticia-1244950?ref=rpp>
- Ruiz, L. (2007). Formación integral: desarrollo intelectual, emocional,. *Revista Universidad de Sonora*, 7, 11-13. Obtenido de
<http://convivejoven.semsys.itesi.edu.mx/cargas/Manuales/FORMACI%C3%93N%20INTEGRAL%20DESARROLLO%20INTELECTUAL,%20EMOCIONAL,%20SOCIAL%20Y%20C3%89TICO%20DE%20LOS%20ESTUDIANTES.pdf>
- Salazar, C., & Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos Básicos de Estadística* (Primera ed.). Quito: Sin editorial. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/13720>
- Salinas, J. (1999). *¿Qué se entiende por una institución de educación flexible y a distancia?* España: Universidad de Islas Baleares. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/232242561_Que_se_entiende_por_una_institucion_de_educacion_flexible_y_a_distancia
- Sánchez, A. R. (5 de Diciembre de 2019). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:
<https://elcomercio.pe/peru/en-el-peru-hay-mas-colegios-rurales-pero-adolescenc-servicios-basicos-infraestructura-y-docentes-noticia/?ref=ecr>
- Seelbach, G. (2013). *Teorías de la personalidad* (1a ed.). (E. Buendía, Ed.) Ciudad de México: Red Tercer Milenio. Obtenido de
http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/701/1/Teorias_de_la_personalidad.pdf
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor* (1 ed.). (A. Ampuero, Ed.) Lima: Universidad Esan. Obtenido de
<https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2018/11/12/GEM%202017-2018%20FINAL.pdf>
- Solano, A. (2003). Toma de decisiones gerenciales. *Tecnología en marcha*, 16(3), 44-51. Obtenido de https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/1467/1349
- Suárez, J., Albisu, L. M., Sotolongo, N., & Blanco, F. (2007). Factores de éxito y fracaso en el comportamiento innovador de las empresas ganaderas cubanas. *Pastos y Forrajes*, 30(3), 381-394. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/pyf/v30n3/pyf08307.pdf>

- Sung, S., & Duarte, S. (diciembre de 2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación de Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v11n2/v11n2a10.pdf>
- Surdez, E. (2009). El empresario de la pequeña empresa y su comportamiento emprendedor. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 15(43), 135-138. Obtenido de <http://www.revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/947>
- Téllez, L. (julio de 2005). Pensamiento estratégico y desarrollo de competencias gerenciales: una perspectiva desde las unidades de información. *Revista Códice*(2), 115-123. Obtenido de <http://eprints.rclis.org/20313/1/Pensamiento%20estrat%C3%A9gico%20y%20desarrollo%20de%20competencias%20gerenciales%20una%20perspectiva%20desde%20las%20Unidades%20de%20informaci%C3%B3n.pdf>
- Tobón, S. (2013). *Los proyectos formativos: transversalidad y desarrollo de competencias para la sociedad del conocimiento*. Universidad Complutense de Madrid, México DF. Obtenido de https://seminariorepensarlabioquimica.files.wordpress.com/2016/01/s26-srbq-fad910_serjio_tobon-_3_.pdf
- UNESCO. (2020). *UNESCO*. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/themes/liderar-ods-4-educacion-2030>
- Universidad de Cantabria. (21 de febrero de 2018). *Universidad de Cantabria*. Obtenido de Universidad de Cantabria: https://web.unican.es/noticias/Paginas/2018/febrero_2018/Informe-Mundial-GEM.aspx
- Van-der, C. (2013). *El libro de las habilidades de comunicación* (2a. ed.). España: Diaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?hl=en&lr=&id=7ldQbFzhRBkC&oi=fnd&pg=PR15&dq=habilidades&ots=7fxuRQ8LKA&sig=3STN3PfmB08QkgGBFA-bAUundhU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Vilela, J. (2015). *Cultura Innovadora: valores, principios y prácticas de primerose ejecutivos en empresas altamente innovadoras*. (1a ed.). BBVA. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2011/02/BBVA-OpenMind-Cultura-innovadora-valores-principios-y-practicas-de-ejecutivos-en-empresas-altamente-innovadoras-Joaquim-Vila.pdf.pdf>

Whetten, D., & Cameron, K. (2005). *Desarrollo de habilidades directivas* (6a. ed.). (M. Treviño, Trad.) México: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?hl=en&lr=&id=PtcDj2ONvl8C&oi=fnd&pg=PA40&dq=habilidades&ots=8QFmK_8_zD&sig=2KFpHFKBWpYy0w6vddcHeAYaAiM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. (K. Schwab, Ed.) Geneva: World Economic Forum. Obtenido de World Economic Forum: https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2019/10/WEF-2019-Reporte-Global-de-Competitividad-_2013-14.pdf

ANEXOS

ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO II: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

ANEXO III: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

ANEXO IV: INSTRUMENTO DE TRABAJO DE CAMPO

ANEXO V: EVIDENCIA DE INICIO DE TRABAJO DE CAMPO

ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:		EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR Y SU INFLUENCIA EN EL FRACASO EMPRESARIAL DE LOS NEGOCIOS DE IMPORTACIÓN DEL SECTOR TEXTIL EN EL AÑO 2020			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿De qué manera el perfil del emprendedor influye en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020?	Determinar la influencia del perfil del emprendedor en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil de Lima	El perfil del emprendedor influye significativamente en el fracaso empresarial de los negocios de importación del sector textil en Lima	VI: EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR	FORMACIÓN Y DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> ● Enfoque: cuantitativo ● Alcance: aplicada ● Tipo: descriptivo correlacional ● Diseño: no experimental
				EXPERIENCIA Y HABILIDADES	
				PERSONALIDAD Y CONDUCTA	
			VD: FRACASO EMPRESARIAL	FINANCIAMIENTO	
				TOMA DE DECISIONES	

	Metropolitana en el año 2020	Metropolitana en el año 2020		CULTURA INNOVADORA	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de análisis: Importadores del sector textil
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	Indicadores	Medios de Certificación

					(Fuente / Técnica)
¿De qué manera la formación y desarrollo del emprendedor influye en el financiamiento de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020?	Determinar la influencia de la formación y desarrollo del emprendedor en el financiamiento de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020	La formación y desarrollo del emprendedor influye significativamente en el financiamiento de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020.	FORMACIÓN Y DESARROLLO	Desarrollo de competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario en Escala de Likert
				Conocimiento técnico y valores	
				Formación flexible	
			FINANCIAMIENTO	Acceso a financiamiento	
				Programas de financiamiento	
				Autofinanciamiento	
¿De qué manera la experiencia y habilidades del	Determinar la influencia de la experiencia y	La experiencia y habilidades del emprendedor	EXPERIENCIA Y HABILIDADES	Inteligencia emocional	
				Habilidades sociales	

emprendedor influyen en la toma de decisiones de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020?	habilidades del emprendedor en la toma de decisiones de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020	influye significativamente en la toma de decisiones de los negocios de importación del sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020	TOMA DE DECISIONES	Habilidades directivas	
				Comprensión del problema.	
				Calidad de la información	
				Herramientas y recursos estratégicos	
¿De qué manera la personalidad y conducta del emprendedor influyen en la cultura innovadora de los negocios de importación del sector textil de Lima	Determinar la influencia de la personalidad y conducta del emprendedor en la cultura innovadora de los negocios de importación del	La personalidad y conducta del emprendedor influye significativamente en la cultura innovadora de los negocios de importación del	PERSONALIDAD Y CONDUCTA	Comportamiento y conducta	
				Tipos de personalidad	
				Factores de personalidad	
			CULTURA INNOVADORA	Criterios creativos	
				Sensibilidad de oportunidades	
				Toma de decisiones	

Metropolitana en el año 2020?	sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020	sector textil de Lima Metropolitana en el año 2020			
-------------------------------	--	--	--	--	--

ANEXO I: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Operacionalización de la variable 1

Variable: El Perfil del Emprendedor			
Definición conceptual: Son características inherentes a los emprendedores que los diferencian de los demás, dentro de estos se considera la personalidad, habilidades, conocimientos y motivaciones personales.			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta	
Escala: Likert			
Estatus Lógico: Independiente			
Nivel de Medición: Ordinal			
Unidad de Análisis: Emprendedores de Negocios de Importación de Los Olivos			
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	3 ítems del instrumento por cada indicador (Enunciados dirigidos a la población)	Valores y Categorías (Elección de la escala de Likert)
Formación y Desarrollo	Indicador 1: Desarrollo de competencias	Está usted de acuerdo en que es importante desarrollar competencias para permanecer en el mercado y seguir creciendo.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

	Indicador 2: Conocimiento técnico y valores	Está usted de acuerdo en que tiene el conocimiento técnico necesario referente a su negocio y las importaciones.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 3: Formación flexible	Está usted de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Experiencia y Habilidades	Indicador 1: Inteligencia emocional	Está usted de acuerdo en que es importante equilibrar los temas personales con los temas del trabajo para mantener una dirección y desempeño óptimo en el desarrollo y crecimiento de su negocio.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

	Indicador 2: Habilidades sociales	Está usted de acuerdo en que cuenta con habilidad para realizar negociaciones, así como habilidades de comunicación, identificación y resolución de problemas.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 3: Habilidades directivas	Está usted de acuerdo en que es importante trabajar en base a metas y objetivos para lograr un mayor crecimiento y desarrollo de su negocio.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Está usted de acuerdo en que es necesario contar con la habilidad para tomar decisiones en situaciones en de alta presión y complejidad.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

Personalidad y Conducta	Indicador 1: Comportamiento y conducta.	Está usted de acuerdo en que es importante ser perseverante para que un emprendimiento crezca y de frutos.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 2: Carácter y temperamento	Está usted de acuerdo en que la autoseguridad y confianza son importantes para que un emprendimiento salga adelante	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 3: Factores de la personalidad.	Está usted de acuerdo en que la responsabilidad es clave en la planificación y organización de un negocio	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Está usted de acuerdo en que es importante estar dispuesto a desarrollar nuevas ideas y adaptarse a los cambios del mercado.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso

			En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
--	--	--	---

Operacionalización de la variable 2

Variable: Fracaso empresarial			
Definición conceptual: Es la paralización de actividades debido a que los gastos son mayores a los ingresos y la empresa no se puede sostener.			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta	
Escala: Likert			
Estatus Lógico: Dependiente			
Nivel de Medición: Ordinal			
Unidad de Análisis: Emprendedores de Negocios de Importación de Los Olivos			
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento	Valores y Categorías
Financiamiento	Indicador 1: Acceso a financiamiento	Está usted de acuerdo en que accede a créditos bancarios frecuentemente para financiar su negocio	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

		Está usted de acuerdo en que existen facilidades por parte de las entidades bancarias para acceder a préstamos y créditos.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 2: Programas de financiamiento	Está usted de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 3: Autofinanciamiento	Está usted de acuerdo en que utiliza capital propio con frecuencia para financiar su negocio	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

		Está usted de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Toma de decisiones	Indicador 1: Comprensión del problema	Está usted de acuerdo que es importante y necesario contar con la habilidad de identificar y comprender los problemas que se suscitan en el día a día para poder tomar decisiones rápidas y oportunas.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 2: Calidad de la información	Está usted de acuerdo en que contar con información precisa y oportuna facilitan los procesos de toma de decisiones	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

	Indicador 3: Herramientas y recursos estratégicos	Está usted de acuerdo en que es necesario contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Cultura innovadora	Indicador 1: Criterios creativos	Está usted de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 2: Sensibilidad de oportunidades	Está usted de acuerdo en que es importante ser creativo e innovar constantemente para crear oportunidad de desarrollo.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Indicador 3: Solución de problemas	Considera usted que es importante solucionar problemas con creatividad y rapidez para poder hacer frente a las adversidades que se	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo

		presentan a diario en los negocios y en el mercado.	Totalmente en desacuerdo
--	--	---	--------------------------

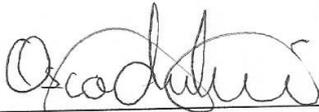
ANEXO III: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

14

Validado por:

Alumna: Yeplac Rojas, Karla Rocío.

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	CHAMOCHUMBI CABANILLAS Oscar Enrique
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	Economista
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()


 Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) (Docente USMP)
Apellidos y nombres:	JUAN JOSÉ PUGA POMAREDA
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	ADMINISTRACIÓN
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input type="checkbox"/>) Doctor (<input checked="" type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactar	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)

Juan José Puga Pomareda
DNI N°42461054
Firmado



Firma Validador Externo

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de Investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Gamarra Chávez Carlos Antonio
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	Biólogo
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: cgamarra@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)

Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

ANEXO IV: INSTRUMENTO DE TRABAJO DE CAMPO

CUESTIONARIO

Buenos tardes estoy realizando una investigación para obtener el grado de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad San Martín de Porres.

El objetivo de esta investigación es: “Determinar la influencia del perfil del emprendedor en el fracaso empresarial de los negocios de importaciones del rubro textil”

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta. La información brindada será tratada de forma confidencial y no será utilizada para ningún propósito distinto al de la presente investigación. **Tener en cuenta que esta encuesta dura aproximadamente 5 minutos.** De antemano se le agradece su participación y apoyo en sus respuestas.

I INSTRUCCIONES:

- a) Leer con atención las preguntas y contestar con sinceridad de acuerdo con su criterio.
- b) Consultar con la persona que le entrega el cuestionario alguna duda que pueda tener.
- c) No se sienta presionado al contestar alguna pregunta

II. INFORMACIÓN GENERAL:

NOMBRE:

EDAD:

a)	De 20 a 30 años	
b)	De 31 a 40 años	
c)	De 41 a 50 años	

II. INFORMACIÓN ESECÍFICA:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario
---	--------------

Autor del Instrumento	Karla Rocío Yoplac Rojas
Variable 1:	Variable independiente: El perfil del emprendedor
Dimensión/Indicador	Formación y desarrollo: Desarrollo de competencias; conocimiento técnico y valores; formación flexible. Experiencia y habilidades: Inteligencia emocional; habilidades sociales; habilidades directivas. Personalidad y conducta: Comportamiento y conducta; carácter y temperamento, factores de la personalidad.
Población:	Emprendedores, empresarios y negociantes dedicados a la importaciones del rubro textil

Por favor evaluar cada indicador con un aspa en la casilla que califique mejor su opinión considerando la siguiente leyenda:

1: Totalmente en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

Indicador	Enunciado	1	2	3	4	5
Desarrollo de competencias	Está usted de acuerdo en que es importante desarrollar competencias para permanecer en el mercado y seguir creciendo					
Conocimiento técnico y valores	Está usted de acuerdo en que tiene el conocimiento técnico necesario referente a su negocio y las importaciones.					
Formación flexible	Está usted de acuerdo en que las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje facilitan una formación flexible para obtener nuevos conocimientos y capacidades que le permitan mejorar en su negocio.					
Inteligencia emocional	Está usted de acuerdo en que es importante equilibrar los temas personales con los temas del trabajo para mantener una dirección y desempeño óptimo en el desarrollo y crecimiento de su negocio.					

Habilidades sociales	Está usted de acuerdo en que cuenta con habilidad para realizar negociaciones, así como habilidades de comunicación, identificación y resolución de problemas.					
Habilidades directivas	Está usted de acuerdo en que es importante trabajar en base a metas y objetivos para lograr un mayor crecimiento y desarrollo de su negocio.					
	Está usted de acuerdo en que es necesario contar con la habilidad para tomar decisiones en situaciones en de alta presión y complejidad.					
Comportamiento y conducta.	Está usted de acuerdo en que es importante ser perseverante para que un emprendimiento crezca y de frutos.					
Carácter y temperamento	Está usted de acuerdo en que la autoseguridad y confianza son importantes para que un emprendimiento salga adelante					
Factores de la personalidad.	Está usted de acuerdo en que es importante estar dispuesto a desarrollar nuevas ideas y adaptarse a los cambios del mercado					

Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario
Autor del Instrumento	Karla Rocío Yoplac Rojas
Variable 1:	Variable dependiente: Fracaso empresarial
Dimensión/Indicador	Financiamiento; Acceso a financiamiento, programas de financiamiento, autofinanciamiento. Toma de decisiones: Comprensión del problema, calidad de la información, herramientas y recursos estratégicos. Cultura innovadora: Criterios creativos, sensibilidad de oportunidades, solución de problemas
Población:	Emprendedores, empresarios y negociantes dedicados a la importaciones del rubro textil

Por favor evaluar cada indicador con un aspa en la casilla que califique mejor su opinión considerando la siguiente leyenda:

1: Totalmente de acuerdo

2: De acuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: En desacuerdo

5: Totalmente en desacuerdo

Indicador	Enunciado	1	2	3	4	5
Acceso a financiamiento	Está usted de acuerdo en que accede a créditos bancarios frecuentemente para financiar su negocio					
	Está usted de acuerdo en que existen facilidades por parte de las entidades bancarias para acceder a préstamos y créditos					
Programas de financiamiento	Está usted de acuerdo en que tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento otorgados por el Estado y considera que acceder a uno de estos programas serían un gran aporte para el crecimiento de su negocio.					
Autofinanciamiento	Está usted de acuerdo en que utiliza capital propio con frecuencia para financiar su negocio					
	Está usted de acuerdo en que es mejor utilizar capital propio antes que acceder a créditos bancarios para financiarse					
Comprensión del problema	Está usted de acuerdo que es importante y necesario contar con la habilidad de identificar y comprender los problemas que se suscitan en el día a día para poder tomar decisiones rápidas y oportunas.					
Calidad de la información	Está usted de acuerdo en que contar con información precisa y oportuna facilitan los procesos de toma de decisiones					
Herramientas y recursos estratégicos	Está usted de acuerdo en que es necesario contar con recursos como sistema de gestión para la toma de decisiones y resolución de problemas					
Criterios creativos	Está usted de acuerdo en que es necesario integrar sistemas tecnológicos e innovadores en su negocio para diferenciarse del resto					
Sensibilidad de oportunidades	Está usted de acuerdo en que es importante ser creativo e innovar constantemente para crear oportunidad de desarrollo					

Solución de problemas	Considera usted que es importante solucionar problemas con creatividad y rapidez para poder hacer frente a las adversidades que se presentan a diario en los negocios y en el mercado.					
-----------------------	--	--	--	--	--	--

ANEXO V: EVIDENCIA DE INICIO DE TRABAJO DE CAMPO

Link del Instrumento Virtual:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdrztYhZRXpNGT_3C4p3GahDtbV-8lr5bVNRVQswtJJwqYQWw/viewform?usp=sf_link

