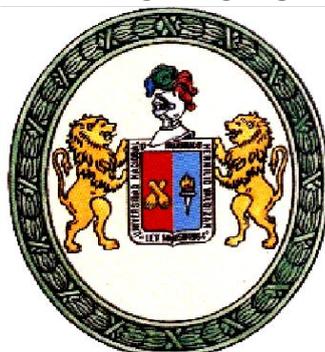


**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**TESIS:**

---

---

**“FACTORES QUE INCIDEN EN EL EMPRENDIMIENTO  
DE LAS PYMES EN HUÁNUCO 2017”**

---

---

**TESISTAS : CALDERON ATENCIO Alex**  
**MENDOZA LOARTE Javier Paolo**  
**VICENTE ROJAS Abraham Ángel**  
**ASESOR : Dr. GARCIA CESPEDES Juan**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2017**

## ***DEDICATORIA***

Esta tesis lo dedicamos:

A nuestros padres que nos han dado su apoyo incondicional, tanto afectivo como económico, por sus buenos consejos, comprensión y ayuda para llegar a ser profesionales, con valores y principios.

## **AGRADECIMIENTO**

La felicidad persigue siempre a las personas que se sienten AGRADECIDOS con Dios, tranquilos con la conciencia, y fiel a sus valores. Es por eso que queremos expresar nuestra gratitud primero a Dios, por ser el dador de la vida, y por regalarnos fuerzas para este camino duro pero hermoso.

El agradecimiento es la virtud más digna del ser humano, por eso agradezco a la “UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN”, y muy especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas, al señor Decano, Cuerpo Docente y Personal Administrativo, a nuestro asesor por su valiosa ayuda y sabios consejos en la consecución de nuestro trabajo, guiándonos en el desarrollo de esta tesis desde el inicio hasta el final.

Queremos expresar también nuestro más sincero agradecimiento a las pequeñas empresas de servicios del Departamento de Huánuco quienes nos brindaron información para cristalizar nuestros resultados.

**Los Tesistas.**

## RESUMEN

La presente investigación, referida al “FACTORES QUE INCIDEN EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS PYMES EN HUANUCO, 2017”, se realizó en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huánuco, durante el período comprendido entre abril a octubre del 2017. El objetivo del presente trabajo de investigación consistió establecer de qué manera el factor motivacional se relaciona con el emprendimiento de las pymes en Huánuco, 2017. Participaron en esta investigación, por un lado, los suscritos en calidad de investigadores, y por la muestra a 12 microempresarios escogidos a interés de los investigadores. El presente estudio tiene una utilidad práctica para la profesión del licenciado en administración, por cuanto al establecer de qué manera el factor motivacional se relaciona con el emprendimiento en la micro y pequeñas contribuye a mejorar la situación socio económico y laboral de la población en general, incrementando ventas y como consecuencia de ello elevar los ingreso y la rentabilidad de los microempresarios. Ha quedado establecido de que los factores motivacionales, como la perseverancia, honestidad, se relaciona con el emprendimiento de las pymes en Huánuco, 2017. Se ha determinado que los factores motivacionales, como el liderazgo, la seguridad, se dan en las Pymes en la ciudad de Huánuco. Se ha determinado que la voluntad y criterios de cambios no se dan el emprendimiento de la pymes en la ciudad de Huánuco. Se ha identificado a la creatividad como uno de los factores que intervienen como motivadores para el emprendimiento de las pymes en la ciudad de Huánuco.

## **SUMMARY**

The present investigation, referred to the "MOTIVATIONAL FACTOR AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ENTREPRENEURSHIP OF THE SMES IN HUANUCO, 2017, was carried out in the micro and small companies of the city of Huánuco, during the period between April and October of the 2017. The objective of this research work consisted of how to do the motivational factor related to the entrepreneurship of SMEs in Huánuco, 2017. Participants in this research, on the one hand, the undersigned as researchers, and the sample to 12 microentrepreneurs chosen to interest of the researchers The present study has a practical utility for the profession of the graduate in administration, reason why the factor that motivated it is related to the entrepreneurship in the micro and small contribution to the economic and labor situation of the population in general , increasing sales and as a consequence of this increasing the income and profitability of the. Established that the motivational factors, such as perseverance, honesty, is related to the entrepreneurship of SMEs in Huánuco, 2017. It has been said that motivational factors, such as leadership, security, are found in SMEs in the city of Huánuco. It has been ascertained that the will and the criteria for change do not occur in the entrepreneurship of SMEs in the city of Huánuco. Creativity has been identified as one of the factors that act as motivators for entrepreneurship of SMEs in the city of Huánuco.

## INTRODUCCIÓN

La Tesis tiene la siguiente estructura:

En el capítulo 1 se presenta la problemática del “FACTORES QUE INCIDEN EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS PYMES EN HUANUCO, 2017”, el problema general, los problemas específicos y los objetivos. Asimismo, se presenta los antecedentes de la investigación, la justificación y limitaciones que se presentaron en el desarrollo de la investigación.

En el capítulo 2 se presenta el marco teórico- conceptual que fundamenta la base teórica, necesario para la comprensión de los enfoques y conceptos utilizados; se fundamenta el problema para luego formularla en dos dimensiones genéricas y específicas, se desarrolla la base conceptual de los factores motivaciones y del emprendimiento de las pymes.

En el capítulo 3 corresponde a la metodología utilizada en la investigación, precisando los niveles y tipo de investigación, la población y muestra de estudio, las técnicas de investigación utilizadas, los instrumentos de recolección de información y para el análisis realizado.

En el capítulo 4 se presentan los resultados y su interpretación,

El capítulo 5 discusión de resultados, finalmente las conclusiones y sugerencias.

## INDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

SUMMARY

INTRODCUCION

## CAPITULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 1.1. Descripción del Problema.....    |  |
| 1.2. Formulación del Problema.....    |  |
| 1.3. Objetivos.....                   |  |
| 1.4. Hipótesis.....                   |  |
| 1.5. Variables e Indicadores.....     |  |
| 1.6. Justificación e Importancia..... |  |
| 1.7. Viabilidad.....                  |  |
| 1.8. Limitaciones.....                |  |

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

|  |  |
|--|--|
| 2.1. Antecedentes de la Investigación..... |  |
| 2.2. Bases Teóricas.....                   |  |
| 2.3. Definición de términos básicos.....   |  |

### **CAPITULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

- 3.1. Nivel de investigación.....**
- 3.2. Tipo de investigación.....**
- 3.3. Diseño de investigación.....**
- 3.4. Métodos.....**
- 3.5. Población y Muestra.....**
- 3.6. Técnicas e Instrumentos.....**
- 3.7. Procesamiento de datos.....**

### **CAPÍTULO IV**

- 4.1. Resultado del trabajo de campo.....**

### **CAPITULO V**

- 4.2. Discusión de resultados.....**

**CONCLUSIONES**

**SUGERENCIAS**

**BIBLIOGRAFÍA**

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Antecedentes y fundamentación del problema.

El problema motivo del presente, está fundamentado por antecedentes referidos por autores nacionales e internacionales, que en su momento desarrollaron estudio sobre el tema, como se cita a Soriano (2005) "Las cifras de fracaso de las Pymes son abrumadoras en cualquier país que se analicen. Las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las Pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de Pymes, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias Pymes y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables.

Según Araque. (2012) "La maximización en el uso de la capacidad productiva que tienen instaladas las PYME, sobre todo de aquellas dedicadas a actividades manufactureras, es un desafío importante que se debe atacar con el objetivo de contribuir al proceso de transformación de la estructura de la matriz productiva nacional."

Barrera (2001) "Si el sector recibiera el suficiente apoyo de las instituciones oficiales y de las organizaciones de asistencia técnica internacional, tiene muchas condiciones para constituirse en el motor del desarrollo y tener mayor participación de producir para el mercado internacional".

Según EKOS (2013, pág. 2) “Las Pymes forman parte del motor de la economía por la generación de efectos directos e indirectos causados a través de su ejercicio normal de negocio; la formación de empleo y competencia dejan como resultado un aumento de productividad, ingresos y, con ello, un alto beneficio social”.

Como menciona Farías (2013) “en este ambiente globalizado y muy competitivo, es clave que las empresas tengan una cultura de calidad fuerte, saludable y que apoye su estrategia, de tal manera, que los empleados puedan desempeñar sus tareas con una alta productividad. No cabe duda que el tener una cultura de calidad única, es una fuerza poderosa que ha permitido a muchas pequeñas empresas convertirse con el paso del tiempo en grandes multinacionales con operaciones en todas partes del mundo”.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera el Factor Motivacional se Relaciona con el Emprendimiento de las Pymes en Huánuco, 2017?

### **1.2.2. Problemas Específicos.**

¿Cómo se da el factor motivacional en las Pymes en la ciudad de Huánuco?

¿Cómo se da el emprendimiento de la pymes en la ciudad de Huánuco?

¿Qué factores intervienen como motivadores para el emprendimiento de pymes en la ciudad de Huánuco?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Establecer de qué manera el factor motivacional se relaciona con el emprendimiento de las pymes en Huánuco, 2017

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Determinar Cómo se da el factor motivacional en las Pymes en la ciudad de Huánuco.
- Determinar Cómo se da el emprendimiento de la pymes en la ciudad de Huánuco
- Identificar qué factores intervienen como motivadores para el emprendimiento de pymes en la ciudad de Huánuco.

### **1.4. Formulación de Hipótesis**

#### **1.4.1. Hipótesis General**

El Factor Motivacional se Relaciona de manera positiva con el Emprendimiento de las Pymes en Huánuco, 2017

#### **1.4.2 Hipótesis Específicos**

- El factor motivacional se da de manera positiva en las Pymes en la ciudad de Huánuco
- El emprendimiento se da de manera positiva en las pymes de la ciudad de Huánuco
- Los factores intervienen de manera positiva como motivadores para el emprendimiento de pymes en la ciudad de Huánuco.

## 1.5. Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE (X)

FACTOR MOTIVACIONAL

VARIABLE DEPENDIENTE (Y)

EMPRENDIMIENTO DE PYMES

## 1.6. Operacionalización de Variables, Dimensiones e Indicadores.

| VARIABLE INDEPENDIENTE: FACTOR MOTIVACIONAL   |                        |   |   |
|---|------------------------|---|---|
| Definición Conceptual   | Definición Operacional |   |   |
|   | Dimensión              | Indicadores   | Técnicas e Instrumentos   |
| El conjunto de necesidades que explican el comportamiento de las personas son lo que denominamos factores motivadores o motivos | Honestidad             | Paciencia<br>Respeto<br>Responsabilidad<br>Perseverancia  | <b>Técnica:</b><br>Entrevista<br><b>Instrumento:</b><br>Guía de entrevista.<br><b>Técnica:</b><br>Observación<br><b>Instrumento:</b><br>Guía de observación |
|   | Fidelidad              | Lealtad<br>liderazgo  |   |
|   | Progreso               | Seguridad<br>Tenacidad<br>Voluntad<br>cambios<br><br>compromiso<br>creatividad<br>constancia<br>confianza |   |

| <b>VARIABLE DEPENDIENTE: EMPRENDIMIENTO DE PYMES</b>  |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <b>Definición Conceptual</b>  | <b>Definición Operacional</b>                                  |   |  |
|   | <b>Dimensión</b>   | <b>Indicadores</b>  | <b>Técnicas e Instrumentos</b>   |
| El Emprendimiento es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. | <b>Creatividad</b><br><br><b>Voluntad</b><br><br><b>visión</b> | Confianza<br>Adaptación<br><br>Interés<br>Cambio<br><br>Crecimiento<br>desarrollo | <b>Técnica:</b><br>Entrevista<br><b>Instrumento:</b><br>Guía de entrevista.<br><b>Técnica:</b><br>Observación<br><b>Instrumento:</b><br>Guía de observación. |

### 1.7. Justificación e importancia

El presente trabajo de investigación se justifica por que establece la relación entre los factores motivacionales para el emprendimiento de las Pymes en la ciudad de Huánuco, y de esta manera coadyuvar al mejor desempeño de las pequeñas y medianas, como soporte para el desarrollo de la economía de esta parte del país.

Así mismo tiene radical importancia, por cuanto se busca el fortalecimiento e impulso de las pymes como eje del desarrollo de nuestra región.

### **1.8. Viabilidad**

El factor motivacional de los suscritos, al igual que la investigación nos impulsa a la prioridad que debería de darse en los futuros profesionales de las ciencias administrativas, como gestores de unidades económicas, a partir del emprendimiento, esta acción es viable, solo el deseo y la voluntad es el motor para desarrollar las pymes en nuestra región central del país.

### **1.9. Limitaciones**

- Escasa información relacionada con los factores motivacionales para el emprendimiento de la pymes. El factor tiempo fue otra de las limitantes, por cuanto los suscritos desarrollamos actividades laborales de distinta naturaleza. El factor económico es otra limitante, en tanto que el desarrollo del presente trabajo es autofinanciado.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL Y CONCEPTUAL

#### 2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

Cardozo Crowe :Conclusiones luego de analizar a autores como *Bruyat y Julián* (2000) plantean una dificultad central al abordar la investigación en el campo del desarrollo empresarial, que consiste en que aún no estaría resuelto en realidad en la literatura la definición de “emprendedor” y el establecimiento de los límites de dicho campo<sup>1</sup>. La principal motivación para emprender es la “autorrealización” y esta es independiente del año de fundación de la empresa. La autorrealización encabeza la clasificación en un 95% de los emprendedores analizados. El resto de las motivaciones para emprender según orden de importancia son “Deseaba poner en práctica mis conocimientos”, “Deseaba ser mi propio jefe”, “Deseaba enriquecerme”, “Deseaba contribuir a la sociedad.”<sup>2</sup>

**“FACTORES QUE CONTRIBUYERON A LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MICRO EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO. CASO: PROYECTO JOVENES PILAS DEL PROGRAMA DE EMPLEO JUVENIL DE INPET (2007-2009)” TESIS PARA OPTAR EL**

---

<sup>1</sup> Alejandro Pablo Cardozo Crowe Tesis Doctoral La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. Universidad Nacional de Educación a Distancia Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

<sup>2</sup> <http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo>

**GRADO DE MAGISTER EN GERENCIA SOCIAL CONCLUSIONES: Sobre las características de los jóvenes emprendedores que el *Programa de Empleo Juvenil* ha apoyado, Durante** la juventud se empiezan a satisfacer aspiraciones personales, asumir independencia económica y hallar un lugar en la sociedad. Las dificultades para ingresar al mundo laboral repercuten en un mayor riesgo de pobreza y pérdida de capacidades para la sociedad. Muchos jóvenes permanecen atrapados en trabajos temporales y de bajos ingresos, usualmente en el sector informal, por esa razón los más emprendedores optan por tener un negocio propio, pero solo en pocos casos sus negocios llegan a ser sostenibles.

Esta investigación ha permitido identificar qué factores han contribuido a la sostenibilidad de los micros emprendimientos. Uno de ellos tiene que ver con el perfil y características de los jóvenes. Los y las participantes del *Programa de Empleo Juvenil* con emprendimientos más sostenibles, están caracterizados por el siguiente perfil: Proviene en su mayoría de zonas de nivel socio-económico bajo, del distrito de San Juan de Lurigancho. A mayor edad (tramo de 26 a 32 años) presentan mayor potencial emprendedor. Poseen cierto nivel de instrucción educativa y ya respondían a una amplia carga familiar. Son puntuales, tienen una baja autocrítica y saben aprovechar las oportunidades. Se capacitan para mejorar sus ventas, manejan registros básicos y han adquirido conocimientos en gestión de negocios. La mayoría se dedica a los servicios, perciben un ingreso mensual promedio de S/. 1500, y operan generalmente en condiciones informales. No tuvieron recursos financieros suficientes al iniciar, pero cuando tienen los medios invierten montos significativos. Estos elementos del perfil han sido los más recurrentes. Aunque, hay un pequeño grupo menos homogéneo, que se caracterizaría por: Tener buena respuesta a las

capacitaciones a pesar de su corta edad. Priorizar las metas del negocio sobre las metas personales. Educación secundaria básica y corta experiencia laboral acumulada. Confundir emprendimiento por necesidad con emprendimiento por oportunidad. No ir más allá de la subsistencia o sobrevivencia del negocio (diferente al crecimiento o consolidación, justamente para la sostenibilidad). Elección del negocio teniendo en cuenta barreras de entrada y monto de inversión, y no el conocimiento técnico, la experiencia, ni la demanda. Se cree que es necesaria la profesionalización o tecnificación para tener éxito en un negocio. Han convertido sus redes espontaneas en importantes redes de apoyo.

**Sobre las competencias adquiridas por los jóvenes a través del *Programa de Empleo Juvenil*, y su relación con las competencias emprendedoras personales.** Dentro de las múltiples competencias que desarrollaron los jóvenes emprendedores en la capacitación, destacan tres competencias asociadas al logro: el buscar oportunidades, el compromiso y la calidad. Con la combinación de estas, los emprendedores habrían iniciado una sólida ruta hacia la consolidación de sus negocios a largo plazo. La importancia de estas competencias, se ve reflejada en la actitud demostrada por los emprendedores en momentos apremiantes de su negocio y vida personal, pues se han superado numerosos obstáculos y limitaciones, de índole comercial, tributaria, legal y territorial. Aunado a ello, el limitado nivel de instrucción, el escaso apoyo de agentes externos y una seria de desventajas económicas y financieras, que sin embargo no han detenido no solo la permanencia sino el crecimiento, aunque desordenado, de la actividad comercial de los emprendedores.

De forma complementaria, las demás competencias desarrolladas como el buscar información, formar redes de apoyo y tener autoconfianza, han fortalecido

esa ruta inicial que mencionamos. Dichas competencias, sustentan el hecho de poder disponer de información relevante que permita una correcta elección y toma de decisiones respecto del negocio, tanto en el ámbito comercial, productivo, financiero y humano.

Es importante evidenciar que la mayoría de los emprendedores han adaptado la práctica de la ética en sus negocios, además que han puesto de manifiesto los valores personales y espirituales que poseen; la permanente combinación de todas estas competencias y prácticas han sido fundamentales para el éxito y la sostenibilidad del micro emprendimientos.

Asimismo, la creatividad que han desarrollado los emprendedores los ha diferenciado claramente de sus competidores, básicamente en la atención al cliente, y también les ha ayudado en la adaptación de herramientas utilizadas en las PYME a sus emprendimientos.

Por el lado de las competencias que menos se desarrollaron en los emprendedores, encontramos que estas estaban asociadas a competencias relacionadas a la planificación, tales como el fijarse metas, planeación y monitoreo sistemático. Esto de algún modo podría justificarse, ya que los emprendedores no cuentan con disponibilidad de tiempo exclusivo para realizar las acciones mencionadas. Sin embargo, es innegable que ello los pondría en desventaja frente, ya que difícilmente puede gestionarse bien lo que no se mide, además de generarse incertidumbre en las expectativas que tienen.

Adicionalmente, hubo debilidades en la adquisición de competencias como la perseverancia (la cual se confundía con terquedad) y con el asumir riesgos, que de cierto modo también se confundía, ya que dicha asunción de riesgos necesariamente reposa sobre una serie de características ventajosas en el contexto en el que se desenvuelve un emprendedor, la cual muchas veces no era tomada con esas referencias. **Sobre la correspondencia entre los micro emprendimientos juveniles y las necesidades del mercado.**

Existe una estrecha relación entre las necesidades del mercado que atienden los emprendimientos y los productos y/o servicios que ofrecen; los emprendedores al ser buenos conocedores de la zona donde operan, han implementado la venta de bienes y/o servicios siendo conscientes de las necesidades latentes y reales de los consumidores y potenciales consumidores de su entorno.

La inserción del negocio al mercado no garantiza sostenibilidad por sí solo, es necesario que los emprendedores busquen constantemente ganar nuevos clientes o buscar nuevos mercados, enfocándose en descubrir gustos y preferencias de los consumidores. Para lograr esa correspondencia, los emprendedores han identificado las necesidades existentes en su ámbito comercial, para ir descubriendo ello se apoyaron en competencias desarrolladas como la empatía y la capacidad de escucha, lo que les permitió recoger necesidades concretas y orientarse a satisfacerlas; esto concuerda con el enfoque al cliente<sup>40</sup>, que sustenta-las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes<sup>41</sup>. De ese modo, se logró establecer vínculos afines

con el cliente lo cual facilitó la identificación de necesidades y un mayor conocimiento del mercado<sup>3</sup>.

El programa aportó fuertemente a ello, pues se enfocó en desarrollar habilidades y competencias para que los emprendedores ofrezcan productos y/o servicios de calidad y con garantía, con el objetivo de fidelizar más clientes, asimismo se trabajó en el desarrollo de marcas para darle mayor identidad a la actividad emprendedora, y se resaltó la importancia del control de calidad sobre todo en los puntos críticos del proceso producción.

De otro lado, los vacíos que se ubicaron desde el programa estarían relacionados a cuestiones más técnicas (asistencia técnica), que en realidad escapaban a las estrategias del programa (capacitación y asesoría), dichos vacíos no alcanzaron a cubrir emprendimientos productivos (a excepción de confecciones y calzado) en los aspectos técnicos de mantenimiento, pruebas de sus equipos, revisión de sus instalaciones, verificación de sus implementos, entre otros que incluso requerían de áreas de trabajo específicas. **Sobre la percepción de los jóvenes acerca de la metodología participativa “aprender haciendo”**

Esta metodología ayudo a que los jóvenes descubran sus habilidades para iniciar un negocio y hacer empresa. La riqueza metodológica se rescata en el nivel de participación de los emprendedores tanto en la capacitación como en la asesoría, en ambas se dio un alto grado de involucramiento del emprendedor

---

<sup>3</sup>[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA\\_MEJIA\\_DAVID\\_FACTORES\\_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA_MEJIA_DAVID_FACTORES_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

con los objetivos que se plantearon. Hay que mencionar que el hecho de participar, manifestar sus ideas y ver que sus aportes servían para la construcción de información posterior, generó en los emprendedores mucha expectativa y compromiso.

La metodología fue adecuada para el grupo meta al que se dirigió, pues había previsto que habría una alta heterogeneidad entre los participantes, sobre todo en el nivel de instrucción y la experiencia laboral acumulada, además de los rasgos personales distintivos entre ellos, ello ayudó a un manejo más horizontal del grupo.

Los aspectos que se valoran más de la metodología es que esta les ha mostrado de modo constructivo lo que les estaría faltando como persona para que puedan auto educarse, generándoles la necesidad de aprender. También, se rescata el hecho de que la metodología permite conocer nuevas personas con expectativas similares e interactuar con ellas, incluso después de finalizado el proceso de capacitación.

Esta valoración de parte de los jóvenes se justificaría por qué les habría permitido una mayor inclusión social, en diferentes ámbitos y aspectos económicos, laborales y culturales, este sería un claro rasgo distintivo del programa, toda vez que la mejora en su bienestar personal a partir de la inclusión no estaría aislada, ya que reconocen la importancia de la persona más que como cliente, como ser humano.

Quedan por revisar aspectos de forma en los ejercicios lúdicos desarrollados en la capacitación, los cuales muchas veces son inadecuadamente planteados y mal vistos como simples-juegos, confundiendo las estrategias de formación como actividades de distracción o entretenimiento. Asimismo, es importante establecer y desarrollar un perfil para el capacitador y asesor; y proponer estrategias para los objetivos de largo plazo de los emprendedores. **Lecciones aprendidas:**

El *Programa de Empleo Juvenil* ha tenido componentes interesantes que aplicados secuencialmente han brindado apoyo integral a los emprendedores participantes del programa; las capacitaciones buscaban despertar el espíritu emprendedor y mostrar las herramientas básicas para la gestión exitosa de un negocio. Luego de esta etapa, se dieron las asesorías, las cuales se dirigieron más a la parte comercial del negocio, aquí se aterrizaron mejor las ideas que habían pensado inicialmente los emprendedores. Habría resultado de mucha utilidad el poder contar con un diagnóstico de la población a la que se atendió.

Las capacitaciones no solo habrían contribuido a la mejora de los negocios sino también tuvieron un impacto favorable al interior del hogar de los emprendedores. El factor financiero sería un determinante menor para el crecimiento y desarrollo del negocio, teniendo en cuenta la accesibilidad y el costo del crédito.

La culminación brusca del proceso de capacitación habría generado un fuerte descontento en los involucrados, sobre todo en los emprendedores. Esto habría repercutido en el desaprovechamiento de la oportunidad de generar contactos y

formar aliados entre los emprendedores, además que la institución promotora ya no pudiera presentarlos ni recomendarlos a otras instituciones que necesitarían de sus productos/servicios.

Las iniciativas para la formación de consorcios tendrían mejores resultados si se elaboraran previamente estrategias de ventas direccionadas a potenciales mercados, y si se tuviera en cuenta el perfil de cada consorciado para integrarlos al perfil del consorcio.

Sobre la disyuntiva de si el emprendedor nace o se hace, concluimos que no ocurre ni lo uno ni lo otro. Por un lado, existe un núcleo básico de características innatas, sin las cuales la personalidad emprendedora no sería posible, por otro lado, se afirma, que son los agentes de socialización y los factores del contexto social, político y económico los que constituyen eventuales potenciadores de tales características, y los que, en definitiva, determinarán si tales cualidades se desplegarán o no.

En relación al apelativo de-exitosoll o-no exitosoll de un perfil de emprendedor, cabe señalar que esta terminología conlleva un sesgo de evaluación siguiendo un criterio económico. Éste, sin embargo, no constituye el único criterio por el cual es conveniente calificar los emprendimientos productivos, menos aun tratándose de iniciativas llevadas a cabo por jóvenes de escasos recursos. Entre pobladores pobres, tales iniciativas pueden jugar una función de integración social que no son cumplidas por otras instancias y que, en caso de no existir, elevarían los conflictos sociales e incrementarían los nefastos efectos que la pobreza y el desempleo acarrearán para la sociedad.

Persiste una alta informalidad laboral y tributaria, la misma que se concentra en el nuevo micro emprendimientos. Estos a su vez, cumplen una doble función: la de unidad empresarial y la familiar, ello constituye un importante mercado de consumo y producción, por esa razón es importante promover adecuadas políticas para las MYPE y los nuevos emprendimientos.

Para el micro emprendimientos, queda pendiente el reto de modificar su estrategia de sostenibilidad para posicionarse en el mercado, garantizar su sobrevivencia y alcanzar la competitividad, con la intervención del Estado, el sector empresarial y los profesionales.

#### **Debilidades en el programa y el trabajo con los emprendedores(as)**

Hay básicamente 4 factores, por parte de los emprendedores(as), que limitan o impactan desfavorablemente: Sus costumbres o hábitos, los cuales representan el mayor problema de resistencia al cambio, a la adaptación, a la tolerancia. Es muy difícil romper este esquema en los emprendedores(as). Parecería un tema de idiosincrasia, el cual no solo está arraigado en los jóvenes, sino en la mayoría de los hombres y mujeres del país; el temor o miedo, generalmente ocurre cuando deben dar un paso importante en su idea, negocio o empresa. Este factor representaría un determinante para comprobar el perfil emprendedor de un joven. Pues es donde más deserción se observa, tanto de ideas de negocios, así como de acciones puntuales que conlleven a una mejora del negocio; la economía, raramente encontramos un plan de negocio o uno en funcionamiento que tenga asignado cierto porcentaje de utilidad o algún monto mínimo como presupuesto para publicidad, campañas publicitarias, capacitación, asesoría, etc. Esto habla en sí, de la situación económica real de un negocio, que si realmente quiere consolidarse y crecer, debe necesariamente invertir en aspectos vitales

del negocio; y, el horario, la disponibilidad de tiempo que no sea para el mismo negocio es muy escasa. De allí otra ventaja de la asesoría sobre la capacitación, la cual se da en el mismo negocio y de manera personalizada. De otro modo, no sería viable una asistencia a los emprendedores, puesto que el convocarlos para una fecha difícilmente resultaría efectivo.

### **Facilidades en el programa y el trabajo con los emprendedores(as)**

El diagnóstico del negocio junto con las visitas realizadas al emprendedor(a), da una aproximación de su perfil emprendedor y del nivel de desarrollo del mismo. Aunque tampoco nos muestra el verdadero potencial de un emprendedor(a), ayuda a determinar ciertas características que definen más o menos las competencias emprendedores personales. Cuando nos encontramos con un emprendedor(a) potencial o uno en desarrollo, la asesoría, capacitación, asistencia técnica o transferencia de conocimientos en general, se hace más fluida, más dinámica y más efectiva. Debido a que los jóvenes con potencial emprendedor poseen cualidades tales como: generadores de ideas, mente positiva, capacidad para asociarse, desarrollo familiar, iniciativa, asumir riesgos y creatividad, es que el trabajo en su conjunto se facilita y se vuelve más práctico y didáctico a la vez.

Ante la realidad diversa y heterogénea de las unidades económicas es necesario conjugar las estrategias de focalización en sectores y especificidad en los instrumentos para atenderlos a efectos de tener mejores resultados y efectos. Para ello es imprescindible que conjugando las estrategias de largo, corto y mediano plazo se segmente y se tenga intervenciones diferenciadas. Indudablemente lo mejor es el tratamiento individualizado aunque es poco rentable. Por eso es necesario segmentar a la población a fin de determinar el

mejor instrumento (o la mejor combinación de instrumentos) para brindarles el soporte técnico adecuado.

**Necesidad de una estrategia que llegue hasta la articulación comercial.**

Las necesidades de asistencia técnica de las MYPE son integrales, la separación entre servicios, incluso entre temas (de gestión y lo técnico productivo) son simples ensayos teóricos que orientan una mejor profundización y especialización, pero las necesidades reales son más integrales. Se requiere contar con servicios que permitan atender de forma integral al emprendedor. Ello es bastante difícil pues requeriría de instituciones de gran envergadura, por lo que lo más adecuado es apostar por la articulación de instrumentos que tengan capacidad de ser flexibles y conjugarse coherentemente. Se ha comprobado el efecto sinérgico de la articulación de diversos instrumentos en el soporte a las MYPE y emprendimientos, en especial en las que se ha cerrado el ciclo con la articulación comercial o de mercado efectiva. Además también es necesario avanzar hacia servicios especializados, la innovación y el valor agregado, no sólo en los productos sino en los procesos productivos y la gestión misma, todo ello con un enfoque orientado hacia la productividad y rentabilidad. Otro tema de gran importancia que no ha sido suficientemente trabajado es la promoción de mecanismos de cooperación empresarial y la conformación de redes.

Los resultados obtenidos de ésta experiencia evidencian la necesidad de abordar los instrumentos de promoción empresarial desde una perspectiva más amplia, facilitando su vinculación con los servicios de promoción del empleo, a efectos de atender a un importante segmento de la población juvenil que transita entre el empleo dependiente y la generación de ingresos, y viceversa. En estos

procesos la población emprendedora de bajos ingresos, requiere de oportunidades para desarrollar una competencia específica en el corto plazo que les permita generar ingresos propios; de allí la importancia de los bonos de capacitación para las personas que, sin tener un negocio, demandan y utilizan este instrumento para acceder a los cursos cortos.

**Centro de Desarrollo Empresarial y Posgrado: Conclusiones de la Investigación.** (En este trabajo de investigación se realizó la aplicación en 94 encuestas a empresarios /gerentes de empresas del sector manufacturero en cinco municipios del Área Metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA, de las cuales están distribuidas con un 25% que corresponde al municipio de San Nicolás de los Garza, el 21% en el municipio de Monterrey, un 18% se encuentra localizado en el municipio de Guadalupe, un 14% en el municipio de Apodaca y en el municipio de Santa Catarina 11% y el 11% restante que prefirió omitir esta información. Se identificó que la edad de los empresarios/gerentes de las empresas corresponde a un 27% que se encuentra en un rango de 30-40 años, seguido del 24% correspondiente empresarios entre 40-50 años. Y que el 58% de las empresas del sector manufacturero<sup>4</sup>.

**ZORRILLA\_MEJIA (2009):** conclusiones. Durante la juventud se empiezan a satisfacer aspiraciones personales, asumir independencia económica y hallar un lugar en la sociedad. Las dificultades para ingresar al mundo laboral repercuten en un mayor riesgo de pobreza y pérdida de capacidades para la sociedad. Muchos jóvenes permanecen atrapados en trabajos temporales y de bajos ingresos, usualmente en el sector informal, por esa razón los más

---

<sup>4</sup> Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA.

emprendedores optan por tener un negocio propio, pero solo en pocos casos sus negocios llegan a ser sostenibles. Esta investigación ha permitido identificar qué factores han contribuido a la sostenibilidad del micro emprendimientos. A mayor edad (tramo de 26 a 32 años) presentan mayor potencial emprendedor. Se capacitan para mejorar sus ventas, manejan registros básicos y han adquirido conocimientos en gestión de negocios. □ No tuvieron recursos financieros suficientes al iniciar, pero cuando tienen los medios invierten montos significativos. Sobre las competencias. El buscar oportunidades, el compromiso y la calidad. Con la combinación de estas, los emprendedores habrían iniciado una sólida ruta hacia la consolidación de sus negocios a largo plazo.

Existe una estrecha relación entre las necesidades del mercado que atienden los emprendimientos y los productos y/o servicios que ofrecen; los emprendedores al ser buenos conocedores de la zona donde operan, han implementado la venta de bienes y/o servicios siendo conscientes de las necesidades latentes y reales de los consumidores y potenciales consumidores de su entorno<sup>5</sup>

**Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA<sup>6</sup> Conclusiones de la Investigación.** En este trabajo de investigación se realizó la aplicación en 94 encuestas a empresarios /gerentes

---

<sup>5</sup> Zorrilla Mejia David: **FACTORES QUE CONTRIBUYERON A LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MICRO EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO. CASO: PROYECTO JOVENES PILAS DEL PROGRAMA DE EMPLEO JUVENIL DE INPET (2007-2009)**” [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA\\_MEJIA\\_DAVID\\_FACTORES\\_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA_MEJIA_DAVID_FACTORES_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

<sup>6</sup> <http://redi.uta.edu.ec/handle/123456789/18329>

de empresas del sector manufacturero en cinco municipios del Área Metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA, de las cuales están distribuidas con un 25% que corresponde al municipio de San Nicolás de los Garza, el 21% en el municipio de Monterrey, un 18% se encuentra localizado en el municipio de Guadalupe, un 14% en el municipio de Apodaca y en el municipio de Santa Catarina 11% y el 11% restante que prefirió omitir esta información. Se identificó que la edad de los empresarios/gerentes de las empresas corresponde a un 27% que se encuentra en un rango de 30-40 años, seguido del 24% correspondiente empresarios entre 40-50 años. Y que el 58% de las empresas del sector manufacturero está representado por el género masculino y un 34% al género femenino y el 8% restante corresponde a los que omitieron esta información.

Una vez que se validó el instrumento de medición con los valores del alfa de Cronbach, se concluye que los ítem de cada constructo son válidas ya que no existe correlación, el factor de inflación de la varianza (FIV), nos proporciona que no existe multicolinealidad para las variables independientes (X1, X2, X3), por lo tanto se valida el modelo propuesto para futuras líneas de investigación.

**“CULTURA DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA PERVIVENCIA DE LAS PYMES EN EL CANTÓN AMBATO”<sup>7</sup> Conclusiones** Después de haber procesado toda la información obtenida a través de la encuesta y observación directa dirigida a las pequeñas y medianas empresas del cantón Ambato se obtuvieron las siguientes conclusiones: Las PYMES, del cantón Ambato han

---

<sup>7</sup> <http://redi.uta.edu.ec/handle/123456789/18329>

hecho conocer que el nivel de producción actual cubre las necesidades de los clientes, ya que cuentan con una calidad que es aceptada pero tienen que llegar a una satisfacción total de los clientes, para incrementar su cuota de mercado para lo cual las empresas deben estar dispuestas a colaborar con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad que les ayude a incrementar su eficiencia y productividad. Actualmente las pequeñas y medianas empresas de Ambato están preparadas para competir en el mercado nacional, pero deben llegar a tener mejor control en los procesos que realizan para mejorar su calidad y así brindar un mejor producto o servicios con el fin de lograr fidelización y confianza por parte de los clientes. La mayor parte de empresas que fue objeto de encuesta estuvo de acuerdo que con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad se podrá incrementar la productividad y eficiencia de las empresas, lo que les haría ganar una mayor cuota de mercado y por ende mejorar su rentabilidad. El mayor número de PYMES, sobre todo las que se encuentran en el sector servicios, no ha implementado algún tipo de normas de calidad en la organización por ende estas no cuentan con la documentación necesaria para tener un modelo de gestión de calidad dentro. Las pequeñas y medianas empresas del cantón Ambato no han diseñado procedimientos documentados que le ayuden a tener una herramienta de seguimiento y medición de un modelo de gestión de calidad.

## 2.2. BASES TEORICAS

**Morris (1998)** sugieren que en realidad el desarrollo empresarial ocurre en distintas intensidades. Desde esta perspectiva toda persona y toda organización

realiza tareas emprendedoras en algún momento. Algunos las hacen más seguido y algunos hacen cosas más innovadoras.

Morris plantea también que los niños que han tenido ejemplos de emprendedores durante su infancia son más propensos a realizar una actividad emprendedora que aquellos que no los han tenido. Aquí tendríamos una base de validación del modelo de rol.

La realidad es que los emprendedores se hacen con el aprendizaje y la experiencia. El Desarrollo empresarial tendría poco que ver con una cuestión genética y todo que ver con el ambiente familiar, escolar, social y laboral al cual está expuesto el individuo<sup>103</sup>.

En ese marco se suma además la abundante bibliografía sobre desarrollo empresarial y temas relacionados que se ha ido generando en los últimos años y que significado un notorio avance al menos en volumen en el estudio del emprendedor y la génesis empresarial.

A pesar de las diferentes visiones de los investigadores existen ciertos conceptos básicos compartidos como el rol del empresario como tomador de decisiones y su contribución en la generación de riqueza y valor en una sociedad; por lo expuesto en este trabajo y a pesar que una de las investigaciones presentadas así lo propugna, como hemos mencionado anteriormente no existiría tal consenso en lo referente a la influencia del ambiente en el proceso empresarial.

En lo referente a lo estrictamente económico sí podemos ubicar un consenso a nivel académico en que las pequeñas nuevas empresas son la mayor fuente de crecimiento del trabajo, fuente de innovaciones y proveedoras de oportunidades.

Es difícil asegurar el origen de las nuevas empresas; el estudio citado de la *OCDE* (1999) indicaría que países con incremento de la demanda, diversidad de actividad económica, altos predomios de adultos jóvenes bien educados tenderían a tener los más altos índices de nacimientos de empresas.

Surge también de lo expuesto diferentes tendencias para promover el desarrollo empresarial desde un punto de vista de políticas públicas. Quizá la más asentada es aquella que considera que la creación de empresas es potenciada al hacer el ambiente nacional más favorable a empresarios nacies y que esto a su vez tendrá impacto en la performance. Otra sugiere (sobre todo en lo referido a dicha performance) que el empresariado aumenta si el medio requiere a los emprendedores que “disputen”. Esta disputa de recursos intensifica las habilidades empresariales de los emprendedores y las mejores firmas sobrevivirán dentro de un proceso de selección ambiental.

Entendemos que el vínculo entre ambos en realidad es que el sistema (país, región, etc.) facilite la generación e instalación de nuevas empresas (disminuyendo las regulaciones diversas y los tiempos involucrados en ellas) y que sea el mercado que determine la sobrevivencia de los emprendimientos.

De allí, nuevamente la postura acerca de la importancia del medio ambiente o entorno como facilitador, estimulador y catalizador de nuevas empresas y el estudio e identificación de las variables que impulsan o restringen el proceso de creación.

Sabemos relativamente poco aún sobre los detalles asociados al proceso empresarial y los factores determinantes del éxito, fracaso y performance de la nueva empresa. De allí la importancia de poder continuar con estudios empíricos, particularmente en la etapa de arranque que permita describir áreas problemáticas para la marcha de nuevas empresas.

En particular la aplicación de un pensamiento estratégico en las etapas iniciales de la gestación de una empresa plantea también ciertas divergencias en los investigadores. También la relación de esta aplicación y el desarrollo y performance de la empresa. La formación de estrategia por el emprendedor parecería estar más ligada hacia un enfoque emergente que planeado. El enfoque emergente sería más relevante que la aplicación de un planeamiento o esquema decisional generalmente ejemplificado en las empresas nacientes con la realización de un plan de negocio.

**Cochrane (1960)** comparte a su vez posturas como la de Morris ya que sostiene que la crianza, la educación y la vida familiar son los principales procesos por el cual la cultura y la personalidad son perpetuadas con una alta estabilidad. Conforme a las ideas de desarrollo de personalidad, las características favorables o desfavorables para el desarrollo empresarial y el crecimiento económico son adquiridas en este estadio inicial, con lo cual tendríamos también aquí presente la influencia del modelo de rol.

Desde una perspectiva de cultura nacional en primer lugar puede mencionarse que la investigación presentada de *McGrath, Mac Millan y Scheimberg (1992)* ha sugerido que ciertas creencias predecibles pueden ser identificadas en personas

que han iniciado una empresa en comparación con aquellas que no lo han hecho. En ese “micro” nivel, esta aseveración profundiza las investigaciones pasadas sobre características psicológicas y tendencias de los emprendedores incluyendo un componente cultural. En un “macro” nivel el estudio ha sugerido que la cultura como reflejo de las instituciones y prácticas de una sociedad dada puede tener una relación predecible con la propensión de iniciar una empresa.

Una segunda derivación de dicha investigación establece la importancia de poder determinar la relación causal de los valores con la creación de empresas. En desarrollo empresarial y como en la mayoría de los aspectos que hacen a la teoría organizacional hay un debate continuo sobre el rol de la decisión individual en oposición a la influencia del ambiente.

**Mc Grath, Mac Millan y Scheimberg** nos plantean el descubrimiento que los emprendedores de diferentes países parecen compartir un conjunto de valores comunes, aunque dejando abierto el interrogante de si estas diferencias de valores afectan la elección de vida de las personas o si experiencias como iniciar una nueva empresa llevan a importantes cambios en los valores. Los resultados sugieren que los emprendedores tienen una orientación del valor persistente y característica, que no toma en cuenta los valores de su cultura base.

Incluso estos valores parecen estar alineados junto con las cuatro dimensiones identificadas por *Hofstede* (1999), enfoque sobre el cual nos hemos extendido ampliamente dada su aplicación en la mayoría de las investigaciones; en los países estudiados por dichos autores el desarrollo empresarial está asociado con el alto individualismo, alta distancia del poder, baja evasión de la

incertidumbre y alta masculinidad. Estos resultados corroboran el análisis de *Hofstede* y algunos de los trabajos previos sobre la creación de empresas.

**Mueller y Thomas (2001)**, señalan el apoyo hacia la proposición que establece que algunas culturas son más conductivas para el desarrollo empresarial que otras. Hallaron que el individualismo incrementa la probabilidad de una orientación hacia el control apoyando el argumento de que las culturas individualistas fomentan valores de desarrollo empresarial más fuertes, que prometen confianza en sí mismos, y una acción independiente; lo contrario de las culturas colectivistas.

También aquí hubo apoyo para la hipótesis que establece que una orientación emprendedora definida en este caso como la combinación de control interno con innovación, es más probable en las culturas individualistas y con bajo nivel de evasión de la incertidumbre que en las culturas colectivistas y con una alta evasión de la incertidumbre.

Además sugieren que el predominio de la innovación quizá no debe ser asociado con una cultura o país en particular estableciendo así un descubrimiento importante que requerirá exámenes posteriores.

**Mueller y Thomas** exhiben finalmente que la capacidad de innovar es igualmente probable en culturas que cuentan una baja evasión de la incertidumbre como en culturas que cuentan con una alta evasión de la misma; la explicación para este descubrimiento quizá se sitúe en cómo se mide la orientación innovadora.

En el trabajo elaborado por el autor para el curso “La excelencia en la empresa” correspondiente al Período de Docencia del Doctorado, se establecieron varias pautas sobre dicha definición.

Si bien la orientación emprendedora varía en su frecuencia en las diferentes culturas, algo que también exhibe el proyecto *GEM*, la participación de la creatividad en dicho proceso parecería, de acuerdo al trabajo de estos autores que sería una característica universal no influenciada por la cultura. Es decir que la creatividad y el pensamiento creativo serían comunes en una variedad de contextos culturales. Sin embargo, la innovación, en lo referido al proceso de creación de una empresa y los problemas que encuentra y debe resolver el desarrollo empresarial sería otra cuestión.

De dicha investigación podemos además inferir que los emprendedores difieren de los no emprendedores en los estilos de toma de decisiones (los emprendedores tienen un estilo de resolución de problemas más innovador que los directivos de grandes organizaciones de EE.UU. por ejemplo) y que la cultura es una variable importante a la hora de determinar el potencial emprendedor a nivel nacional o regional.

Parecería entonces que la cultura puede condicionar el potencial emprendedor generando diferencias entre las naciones y regiones.

Como demostraron los autores algunas culturas, particularmente las culturas con baja evasión de la incertidumbre e individualistas parecen apoyar más a los emprendedores que otras culturas. Una conclusión tentativa es que una cultura que lo apoye aumenta, *ceteris paribus*, el potencial emprendedor de un país.

También plantean que el apoyo de los líderes políticos, sociales y empresariales es fundamental para alentar la actividad emprendedora. Este apoyo es generalmente provisto en forma de programas de incentivos o alicientes para alentar la formación de nuevas empresas, y el GEM aboga también en ese sentido. Este tema es particularmente objeto de debate, vinculado también a los factores *pull* y *push* mencionados

En el curso Dirección estratégica correspondiente al Período de Docencia de este Doctorado, el autor analizó este tema a través del vínculo entre la fase de arranque (*start up*) y la estrategia empresarial.

*Mueller y Thomas* sugiere además que es igualmente importante que exista una cultura alentadora para cultivar la mente y el carácter de los potenciales emprendedores. Para estar motivados para actuar, los potenciales emprendedores deben percibirse a sí mismos como capaces y equipados psicológicamente para enfrentar los desafíos de un mercado competitivo y global. También han aportado que las características como centro de control interno e innovación no son necesariamente inmutables.

La conocida afirmación en desarrollo empresarial acerca que “los emprendedores se hacen y no nacen” implica que éste puede ser enseñado y que puede aumentarse la auto percepción de un individuo y su potencial.

Quienes enseñan desarrollo empresarial son conscientes de que la educación empresarial puede jugar un rol importante en este aspecto al proveer no solo las herramientas técnicas (contabilidad, marketing, finanzas, etc.) necesarias para todo emprendimiento sino también ayudando a los estudiantes a desarrollar las habilidades necesarias para la administración personal y para que enfrenten la adversidad e incertidumbre. La complejidad en todo caso se presenta al realizar el análisis sobre el verdadero impacto o eficiencia de estos programas en la obtención de dichos logros (tema sobre el cual se volverá al analizar líneas posibles de investigación a futuro).

**Hayton, George y Zahra (2002)** ayuda a establecer una cierta base sobre las investigaciones más relevantes que han intentado avanzar en el conocimiento de la relación cultura y el desarrollo empresarial.

Los autores avanzan sobre la necesidad de desarrollar un modelo de comprensión teórica de la asociación entre la cultura y los diferentes resultados del comportamiento emprendedor. Tomando en cuenta la cultura pero apuntando específicamente al modelo de rol.

**Kantis, Ishida y Komori** avanzó en la identificación de las diferencias entre los emprendedores asiáticos y latinoamericanos. Entre los primeros es mayor la influencia de modelos de empresarios ejemplares, difundidos profusamente por

los medios de comunicación. Además el deseo de enriquecerse es más sobresaliente, expresando su mayor orientación hacia el crecimiento como así también sus mayores expectativas en relación con el contexto económico en el cual operan.

Como fruto de estos análisis se concluye que hay evidencia de la relación entre alcances de la motivación y la actividad emprendedora, pero que sin embargo la magnitud de la relación entre los alcances de la motivación y el emprendimiento es poco clara. De hecho, muchos de los estudios revisados mostraron relaciones insignificantes entre los alcances de la motivación y el emprendimiento. La revisión también indicó que hay una variación considerable en los resultados a lo largo de los estudios sugiriendo que debe haber moderadores de la motivación-emprendimiento.

*Murray (1938)*. Define la motivación como el deseo o tendencia para hacer cosas rápidamente como sea posible y/o acompañar algo difícil; para dominar, manipular u organizar objetos psíquicos, seres humanos o ideas; para hacer esto tan rápida e independientemente como sea posible; para sobrellevar obstáculos y alcanzar un alto nivel; para sobrepasarse a uno mismo; para enfrentar y superar a otros; para incrementar el respeto propio mediante un exitoso ejercicio del talento.

Estos estudios muestran resultados muy variados, con consenso general de que las motivaciones de mujeres y varones emprendedores difieren muy poco.

**Kirkwood (2003)** ha sostenido precisamente que el descubrimiento de que la motivación emprendedora difiere muy poco en las mujeres y los hombres genera algunas preguntas interesantes hacia los variados antecedentes de esta motivación, por ejemplo la familia. Más específicamente, el rol y la influencia de los padres y la presencia de los niños en la decisión emprendedora.

La investigación sugiere que la experiencia familiar (además de otros tantos antecedentes) forma una personalidad que favorece la independencia y el logro; en consecuencia asume que existe una conexión entre los antecedentes y las consecuencias motivacionales para convertirse en emprendedor. Los resultados del estudio confirman muchos de los hallazgos de otros investigadores en el mismo campo, especialmente en lo concerniente a la heterogeneidad de las pequeñas empresas y sus fundadores y la influencia de los factores “*push*” y “*pull*” en la decisión de iniciar una nueva empresa.

A criterio de los autores el estudio confirmó también conceptos como que entre las muy pequeñas empresas hay considerables diferencias en los antecedentes y experiencias personales y problemas encontrados al iniciar sus negocios, las motivaciones para iniciar y objetivos al iniciar una empresa y las orientaciones hacia el crecimiento y objetivos para el desarrollo de las empresas. También surge que existirían significativas diferencias en lo relativo al nivel de capacitación y asesoramiento recibido por parte de agencias gubernamentales y, donde es aplicable, las razones de discontinuidad de las empresas. La mayoría de quienes respondieron la encuesta del estudio habían estado desempleados anteriormente a la iniciación de sus empresas (algunos solamente por poco tiempo) y tenían diferencias en los niveles de educación.

**Birley y Westhead (1993)** que sostienen que la organización incubadora puede tener una significativa influencia sobre la empresa. Los resultados de Watson y otros son inconclusos en lo relativo a niveles educacionales, sin embargo, un interesante resultado fue que aquellos que tuvieron un aprendizaje eran más proclives a sobrevivir.

Tomando en cuenta el estudio de *Kantis, Ishida y Komori* los modelos de empresarios ejemplares (tema central de esta tesis) no desempeñarían en América Latina el papel motivador que tienen en otras regiones del mundo. Los emprendedores asiáticos, por ejemplo, otorgan mayor reconocimiento a la influencia motivadora de otros empresarios a quienes admiraban y a quienes deseaban imitar. La mayor presencia en la sociedad de estos casos ejemplo o modelos de rol constituye, nuevamente, un factor sociocultural positivo en la formación de las vocaciones empresarias. En los países del Este de Asia los medios de comunicación juegan un papel importante en la difusión de estos modelos de empresarios. Sin embargo, esta diferente presencia de modelos de rol en una y otra región no sólo debería adjudicarse a los medios. Los autores sostienen que es posible que el distinto grado de desarrollo económico y social alcanzado en ambos tipos de países en el pasado haya contribuido a forjar percepciones muy diferentes entre la población acerca del papel social de los empresarios líderes, en definitiva los más conocidos y difundidos a través de los medios.

Esto continúa planteando la dicotomía entre causa o consecuencia en la relación contexto y motivación.

En particular la imagen de los empresarios en Argentina no suele estar asociada a figuras ejemplares para la sociedad que se destaquen por su capacidad de innovar, crear empleos y contribuir al desarrollo de la sociedad (situación que se verifica en la mayoría de los países latinoamericanos en contraste con la situación observada en el Este de Asia).

En resumen, los estudios mencionados, sobre los emprendedores y la percepción sobre las condiciones de iniciar una nueva empresa varían acorde al género y el nivel de educación; los varones, y mayormente aquellos con educación universitaria, exhiben mayor predisposición para crear una nueva empresa; finalmente la motivación para convertirse en emprendedor está relacionada con la educación y la edad, sin diferencias significativas entre géneros<sup>8</sup>.

## 2.3 DEFINICION CONCEPTUAL.

### 2.1 FACTOR MOTIVACIONAL

La **motivación** proviene de los términos latinos **motus** (“**movido**”) y **motio** (“**movimiento**”). Para la **psicología** y la **filosofía**, la motivación son aquellas cosas que **impulsan** a una persona a realizar determinadas acciones y a **persistir** en ellas hasta el cumplimiento de sus objetivos. El concepto también se encuentra vinculado a la **voluntad** y al **interés**. En otras palabras, la motivación es la voluntad para hacer un esfuerzo y alcanzar ciertas metas. "Es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta

---

<sup>8</sup> Op.cit

u objetivo deseado".<sup>9</sup>

El conjunto de necesidades que explican el comportamiento de las personas son lo que denominamos factores motivadores o motivos.<sup>10</sup>

Está constituida por todos los factores de: capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

También es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos personales.

La motivación hace referencia a un proceso, su origen parte de la necesidad, carencia, deseo o temor, que se traduce en objetivos en torno a los cuales la persona orienta su comportamiento.<sup>11</sup>

Determina lo que realmente lo hace la gente, si carece de llevar a cabo un trabajo concreto, no lo hará, su pericia y su pensamiento creativo quedaran sin aprovechar o se aplicaran a cualquier otra cosa. Las formas de motivación no ejercen el mismo efecto en la creatividad.

Extrínseca e Intrínseca, la Intrínseca es la más importante para la creatividad.

---

<sup>9</sup> [http://motivación laboral. Galeon-com/motivacion.htm](http://motivación%20laboral.%20Galeon-com/motivacion.htm)

<sup>10</sup> <https://sites.google.com/site/lamotivacioncomoherramienta/factores-motivacionales>

<sup>11</sup> <https://sites.google.com/site/lamotivacioncomoherramienta/definicion-proceso-de-motivacion>

## **Motivación Extrínseca**

Proviene fuera de una persona, tanto si la motivación es una flor como si es una galleta, pero este tipo de motivación obliga a llevar a cabo su trabajo con el objeto de conseguir algo deseable o algo penoso. El motivar extrínseco que utilizan los directores es el dinero, que no impide necesariamente la creatividad de las personas. Pero en muchas situaciones, tampoco sirve de ayuda, en especial cuando la gente hace que se sienta sobornada o controlada. Además y lo que es más importante, el dinero por sí solo no consigue que los empleados se apasionen por su trabajo.

Cuando las personas tienen una motivación intrínseca, se comprometen con el trabajo por el reto que supone y porque disfrutan con ello<sup>12</sup>.

## **2.2 EMPRENDIMIENTO DE PYMES**

El Emprendimiento es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

El término entrepreneur se utilizó por primera vez en la Francia del siglo XVIII para designar a quienes se caracterizaban por comprar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos. Esta concepción empezó por asociar el término emprendedor con los elementos de riesgo y recursos. Posteriormente el concepto fue enriqueciéndose con los aportes de J. B. Say

---

<sup>12</sup> <http://definico.de/motivacion/>

a mediados del siglo XIX, aunque este autor dijo muy poco de las características que definían a dicho personaje emprendedor.

De acuerdo a los postulados **deSchumpeter (1912)** es quien termina por refinar el concepto, y quien rompe de forma radical con la economía tradicional al postular al desequilibrio Dinámico producido por el empresario innovador como centro de la teoría económica y su práctica.

**Meyer (2007)**. Una persona con una actitud emprendedora descubre todo lo que se pueda antes de que se emprenda la acción. Hace tu tarea investiga; está preparado; en recursos. Haz todo lo que puedas como preparación de lo que va a venir. Las personas emprendedoras siempre ven el futuro en el presente, encuentran una manera de aprovechar una situación, no deberse cargadas por ella. Estas no son perezosas; no esperan a que las oportunidades vengan a ellas, si no que ellas van tras las oportunidades. Emprender significa encontrar siempre una manera de mantenerte activamente trabajando hacia tu ambición. Emprender es dos cosas. La primera es creatividad. Necesitas creatividad para ver lo que está ahí y para moldearlo para ventaja nuestra. Necesitas creatividad para mirar al mundo de modo un poco diferente. Necesitas creatividad para adoptar un enfoque diferente, para ser diferente. Tener emprendimiento no solo se relaciona con la capacidad de hacer dinero. También significa sentirte bien contigo mismo, tener la suficiente dignidad para querer buscar ventajas y oportunidades que marcaran una diferencia en el futuro, al hacerlo, aumentarás la confianza, el valor, la creatividad y dignidad la naturaleza emprendedora.

Existen varias definiciones sobre emprendimiento según una síntesis de optimismo, pro actividad y desafío. Una persona que tiene emprendimiento es aquél capaz de acometer un proyecto que no es aceptado por la mayoría de las personas de su entorno, es un individuo que supera los obstáculos que se le presentan sin distraer energía en aquello que no apunta hacia su meta y sin temor alguno al fracaso. No pierde tiempo hablando de los errores sino que los convierte en experiencia.

Un emprendedor es aquél capaz de convertir una idea en negocio, que mantiene un ritmo constante de crecimiento y creación, que hasta se podría decir, sin límite. Las personas que viven en un proceso de innovaciones continuas, en el momento que dejan de realizar dejan de ser emprendedores, aunque siga siendo empresario. Bajo este contexto, el espíritu del emprendedor está centrado en el individuo incluyendo sus dimensiones psicológicas, culturales y económicas, más que en su actividad preponderante. Lo que va a mano con la creatividad del emprendedor es la valentía para ser creativo. Necesitas valor para ver las cosas de modo diferente, valor para ir contracorriente, valor para adoptar un enfoque diferente, valor para permanecer solo si tienes que hacerlo, valor para escoger la actividad por encima de la inactividad.

Según lo descrito en la página de la referencia, el término emprendedor, del francés *entrepreneur*, es usado para referirse a un individuo que organiza y opera una o varias empresas, asumiendo cierto riesgo financiero en ello.

Fue definido por primera vez por el economista anglo-francés Richard Cantillon como «la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende tomando decisiones acerca de la obtención y el uso de recursos, y admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento».

Otros estudiosos han definido este término de distintas maneras, entre ellos:

1803: Jean-Baptiste Say: Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

1934: Joseph Alois Schumpeter: Los emprendedores son innovadores que buscan destruir el statu-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.

1964: Peter Druker: Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

1975: Howard Stevenson: El emprendimiento es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente.<sup>13</sup>

### **Etimología del concepto de emprendimiento**

---

El término *emprendedor* deriva de la voz castellana *emprender*, que proviene del latín, coger o tomar, aplicándose originalmente –tanto en España como en otros países– a los que entonces eran considerados aventureros, principalmente militares, término que posteriormente pasó a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades de 1732, todavía con esa connotación, como: "*La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua*". También se le describe como "*Señor esforzado y emprendedor de hazañas notables, como su padre*".

Ese sentido y evolución está estrechamente relacionado con el vocablo francés *entrepreneur*, que surge a principios del siglo XVI. Posteriormente, a principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes y caminos, y a los arquitectos.

Así, *L'Encyclopédie* define el término *entrepreneur* como «*se dice por lo general del que se encarga de una obra: se dice un emprendedor de manufacturas, un emprendedor de construcciones, un manufacturador, un albañil contratista*».

La traducción de la frase anterior no es sencilla, dado que el sentido de las palabras ha cambiado, pero se ha sugerido que el sentido de la frase francesa – a diferencia de la hispana– se relaciona con la persona que obtiene un contrato

---

<sup>13</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

con otros y está a cargo de su ejecución, lo que en España se denominaba en aquellos tiempos "maestros de obra" –personajes tales como Carlín o Alonso Rodríguez– o un contratista en su sentido original: quienes recibían contratos reales –en el sistema de la Casa de Contratación de Indias– y, en general, quienes contrataban la producción de algunos bienes por encargo. El elemento de riesgo no aparece aún, dado que tales personajes financiaban sus actividades sobre la existencia de un contrato con alguna autoridad, y así, sus ingresos estaban por lo general asegurados.<sup>14</sup>

Posteriormente, ese sentido de «entrepreneur» se generalizó para identificar tomadores de riesgos económicos.

Jean-Baptiste Say jugó un papel importante en esa generalización, haciendo en 1803 explícito y coherente ese nuevo sentido. En su "Traité d'économie politique", (traduciendo al español sus dichos), puede decirse que Say presentó al "entrepreneur" (en castellano, empresario) como el que "dirige una empresa, especialmente un contratista, actuando como intermediario entre el capital y el trabajo". Se hace notar que es raro que tales empresarios sean tan pobres que no posean siquiera parte del capital que emplean; sin embargo, para Say lo importante es que "el empresario está expuesto a todos los riesgos, por lo que se aprovecha de todo lo que puede serle favorable".

Esa concepción perduró hasta comienzos del siglo XX, y se puede resumir como la del propietario que maneja empresas y asume riesgos. Esta connotación aún perdura como sentido general de la palabra en países de habla hispana.

No obstante, esto empieza a cambiar con Joseph Schumpeter, quien sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico, y

---

<sup>14</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores. Para Schumpeter, la clave de este concepto es la capacidad de transformar innovaciones desde un invento a un producto práctico, lo que implica un alto riesgo económico. En palabras de Eudald Domènech: “La innovación por la innovación misma no sirve para nada. Innovar es crear productos que hagan la vida más fácil.

Así, en la concepción moderna, el *entrepreneur*/emprendedor pasa de ser principalmente un tomador de riesgos económicos, y en general, a un innovador.<sup>11</sup> Por ejemplo, se ha sugerido que Henry Ford no llegó a ser un emprendedor en 1903, cuando comenzó a producir automóviles, sino en 1908-9, cuando comenzó a producir el modelo T, introduciendo la producción en cadena, y resultando ambas innovaciones en una revolución (un cambio cualitativo) tanto en la industria como en la sociedad estadounidense.

En otras palabras, se sugiere que la diferencia central entre personas del tipo de por ejemplo Bill Gates o Steve Jobs y otros, no es que ellos sean los únicos dispuestos a tomar riesgos o capaces de ello, sino que estos personajes –motivados no necesariamente en forma principal por las ganancias fueron capaces de introducir innovaciones que modificaron profundamente algún área económica o la sociedad entera. Posteriormente aparecerán otros que copian o adoptan esas innovaciones, quienes también asumen un riesgo, pero no necesariamente son –según esta concepción– verdaderos emprendedores, sino más bien hombres de negocios, comerciantes o empresarios.

Ése es el sentido central de la concepción schumpeteriana en relación al emprendedor: los *entrepreneurs* son aquellos capaces de, superando resistencias, incorporar tales innovaciones a los procesos del mundo real: “la

gran mayoría de los cambios en las comodidades del consumo han sido forzados por los productores sobre los consumidores, los que, más a menudo que no, han resistido el cambio, y han tenido que ser educados por las elaboradas técnicas psicológicas de la publicidad”.

Esta visión, del emprendedor como creador de colores especialmente materiales, o desarrollo económico puede ser concebida como un retorno al espíritu del término hispano primigenio, cuando se aplicaba a quienes crearan los elementos físicos básicos –desde catedrales y palacios a máquinas y sistemas de organización– de la Edad Moderna. Hay quienes, conocen ese espíritu, en la actualidad consideran al emprendedor como un héroe cultural.<sup>1718</sup>

<sup>19</sup> Según Fernando Giner y Grima, el emprendimiento no es una moda política, es el espacio económico creativo que ha generado el enorme cambio tecnológico, que suponen las tecnologías de la información, y el agujero negro provocado por la falta de crédito a las pymes, tras la crisis financiera de 2008.<sup>15</sup>

### 2.3. DEFINICION DE TERMINOS.

**Autoestima.-** Según Barksdale (1991) Es un sentimiento de valoración y aceptación de la propia manera de ser que se desarrolla desde la infancia, a partir de las experiencias del niño y de su interacción con los demás. Rechazarse a sí mismo o partes de uno mismo produce un enorme dolor que nos daña emocionalmente. La forma en que uno se percibe y se valora a sí mismo puede cambiar, curándose así las antiguas heridas causadas por el auto rechazo. Este cambio no siempre es fácil. La autoestima no es un estado

---

<sup>15</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

fijo o rígido, sino que cambia en relación a las experiencias y sentimientos. La autoestima es esencial para la supervivencia emocional, sin cierta dosis de autoestima la vida puede resultar enormemente penosa, haciendo imposible la satisfacción de muchas necesidades básicas.

**Autoempleo.-** Se trata de generar su propio puesto de trabajo. De desarrollar personalmente una actividad económica lucrativa de forma habitual, por cuenta propia, con independencia y sin percibir contraprestación alguna de naturaleza salarial.

**Bienes.-** Son todos los artículos o cosas que se producen transformando materias primas, es decir que los bienes pueden ser zapatos, muebles, camisas, teléfonos etc. O sea, los productos físicos de la empresa.

**Cohesión.-** La cohesión refleja la fuerza del deseo de los integrantes de permanecer en el equipo o grupo y de su compromiso hacia el mismo. El grado de compatibilidad entre las metas del grupo y la de sus participantes individuales influye sobre la cohesión. Los integrantes con fuerte deseo de permanecer en el grupo y que aceptan en la forma personal sus metas forman equipos o grupos de alta cohesión.

**Competividad.-** capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

**Cooperación.-**Según wiki pedía, la cooperación consiste en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades mayores hacia un objetivo compartido, generalmente usando métodos también comunes, en lugar de trabajar de forma separada en competición.

**Empresa.-** Para Raúl Mejía es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar bienes y servicios que una sociedad requiere para satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en eje de la producción. Es una entidad económica destinada a producir bienes o servicios, venderlos, satisfacer un mercado y obtener un beneficio<sup>16</sup>.

**Microempresa.-** sus dueños laboran en la misma, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

**Estrés.-** Comienza con estar tan ocupados que no tenemos tiempo para hacer ejercicio, y luego pasa no tener tiempo para comer un almuerzo sano sino agarrar cualquier cosa que haya en la máquina expendedora (si es que comes algo). Beber bebidas con cafeína para darnos energía e ignorar el grito de nuestro cuerpo, pidiendo agua, y tener tantos compromisos que no tenemos suficiente descanso, enseguida nuestro cuerpo está cansado por falta de una buena nutrición e hidratación, y no tenemos tiempo para descansar. Nuestro rendimiento ya sea en el trabajo o en cualquier compromiso diario que tengamos comienza a sufrir, entonces nuestra ansiedad y preocupación se agravan. Es un círculo implacable, pero puede detenerse antes de que lleguen tan lejos. Meyer (2007 pag.268).

---

<sup>16</sup> [raulmejia1983@hotmail.com](mailto:raulmejia1983@hotmail.com)

**Éxito.-** Para Lerma Kirchner y Alejandro E. (2007, p.2) El éxito en los negocios es, equilibrar nuestras potencialidades, limitaciones, adoptándolos con la localización definición de oportunidades necesidades, deseos, gustos insatisfechos de los clientes, para generar soluciones, rápidas, prácticas y competitivas dándolos a conocer y haciéndoles llegar con oportunidad a los receptores.

**Innovación.-** Es la función específica del espíritu emprendedor, tanto en una empresa ya existente o en una institución pública como en un negocio nuevo, montado por una sola persona. Es el medio con que el emprendedor crea nuevos recursos productores de riqueza o potencia los ya existentes.

**Fuente de Innovación.-**Existen, innovaciones que surgen de una inspiración genial, Sin embargo, la mayoría de las innovación y especial, las que tienen éxito, resultan de una búsqueda consciente e intencionada de oportunidades de innovar, que tan solo se hallan en unas cuantas situaciones.

**Éxito.-** Son muchas cosas. Es un concepto y una experiencia, un momento así como una evolución. Es la combinación de sus aspiraciones con realidad; el tejer de sus esperanzas y sueños con sus tareas diarias. Es simultáneamente tangible y efímero, y da la ilusión de ser universal cuantificable. El éxito externamente se evalúa, con todo intrínseco experimentado; es objetivo y subjetivo. La esencia verdadera del éxito, debajo de los marcadores y de las metas visibles, miente en su propio sentido personal de la satisfacción y del

cumplimiento.<sup>17</sup>

**Interés.-** Para Alejandro E y Kirchner. (2007, Pag.3)El interés es la orientación o dirección de la voluntad o animo hacia alguna situación, objeto o resultado.

**Necesidad.-** Para Alejandro E y Kirchner. (2007) La necesidad es la falta de las cosas indispensables para la vida y la forma de vida, respecto a las cuales es difícil, mismas que nos mueven la voluntad o el instinto a realizar acciones para satisfacerlos.

**Negocio.** - Según Alejandro E y Kirchner. (2007,) El negocio es cualquier ocupación, actividad, labor o trabajo que tiene como fin obtener algún provecho o lucro, en esencia de tipo económico.

**Miedo.** - La palabra miedo proviene del término latino metus. Se trata de una perturbación angustiosa del ánimo por un riesgo o daño real o imaginario. El concepto también hace referencia al recelo o aprensión que alguien tiene de que lo suceda algo contrario a lo que desea, es una emoción que se caracteriza por un intenso sentimiento habitualmente desagradable, provocado por la percepción de un peligro, ya que sea presente o futuro, real o supuesto.

**Oportunidad.** - Según Alejandro E. y Kirchner. (2007,) la oportunidad es la situación o coyuntura en el tiempo y lugar que puede producir un beneficio

---

<sup>17</sup> <http://www.mensajespositivos.net>

siempre y cuando se beneficié. Una oportunidad de negocio existe cuando está presente alguna insuficiencia económica o deseo insatisfecho o no satisfecho lo suficiente.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGIA

#### 3.1. Nivel de investigación.

Conforme a los propósitos del estudio se centra en el nivel Descriptivo-correlacionar, ya que nos permitió describir, la relación que existe entre el factor motivacional y el emprendimiento en la pymes de la ciudad de Huánuco.

#### 3.2. Tipo de Investigación

Por las condiciones necesarias, como: “**INVESTIGACION BASICA**”. Es básica ya que los conocimientos teóricos sirvieron para describir la relación entre los factores motivacionales y el emprendimiento, contrastando con la realidad de las MyPes, en la ciudad de Huánuco.

Es **seccional o sincrónica** ya que el trabajo de investigación se realizó en periodo corto 2017.

Es **descriptiva-explicativa**, porque señala las características de los factores motivaciones y su relación con el emprendimiento de pymes.

Es **Micro** porque se estudió de varias empresas seleccionadas en Huánuco.

Es **mixta** porque se utilizó fuentes primarias y secundarias., es decir por un lado se recogerán datos acerca de los factores motivacionales, también se utilizaron datos bibliográficos con la finalidad de contrastar con la realidad existente.

Es **cuantitativa** porque se recurrió a la recolección de datos para el desarrollo del presente trabajo de investigación, la misma que se cuantifico en cuadros y gráficos con la interpretación correspondiente.

Es **empírica** porque permitió describir la relación entre las variables de estudio.

### 3.3. Diseño y esquema de investigación

#### 3.3.1. Diseño de la Investigación.

Se centra en diseño descriptivo-correlacional.

Se tomará una muestra en la cual:

$$M= O_x r O_y$$

Donde:

M = Muestra de.

O = Observación

x = factor motivacional.

y = emprendimiento de las pymes

r = Relación entre variables

### 3.4. Método de Investigación.

En la presente investigación se utilizó el método deductivo-inductivo, estadísticos y de análisis-síntesis, entre otros, que conforme al desarrollo de la investigación.

### 3.5. Población

Cuya dimensión son las pymes

#### Caracterización

Hay 565 pequeñas empresas y están distribuidas en grifos, hoteles y otros, cuyos trabajadores son más de diez. Y en las medianas empresas que son 20 están las exportadoras, como la cooperativa Naranjillo.

### 3.6. Muestra.

Con la finalidad de obtener la muestra adecuada u óptima se escogió de manera intencional por conveniencia de los investigadores 10 pequeñas empresas y 2

medianas empresas de la ciudad de Huánuco, representadas por su dueños, que hacen las veces de gerentes y/o administradores.

### **3.7. Técnicas e instrumentos para el recojo de datos**

Las principales técnicas que se utilizaron en este estudio fue la encuesta análisis documental.

### **3.8. Procesamiento y presentación de datos.**

**3.8.1** Procesamiento, mediante los siguientes pasos:

- a. Organización, discriminación y clasificación de los datos.
- b. La construcción de tablas y cuadros.

#### **3.8.2. Análisis de datos:**

Análisis estadístico, teniendo en cuenta el tipo de investigación se analizó los datos a través de las estadísticas descriptivas.

#### **3.8.3 Interpretación de datos.**

Se interpretaran los datos, para buscar la confirmación de la hipótesis, procediendo a la interpretación progresiva en orden a la aplicación de las técnicas y los instrumentos.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

En este capítulo, se muestra el resultado gráfico y tabular de cada pregunta de mayor importancia de la encuesta y a continuación su interpretación correspondiente para poder determinar la conclusión final de la encuesta como aporte del trabajo.

### RESULTADO DE LA ENCUESTA

**TABLA N° 01**

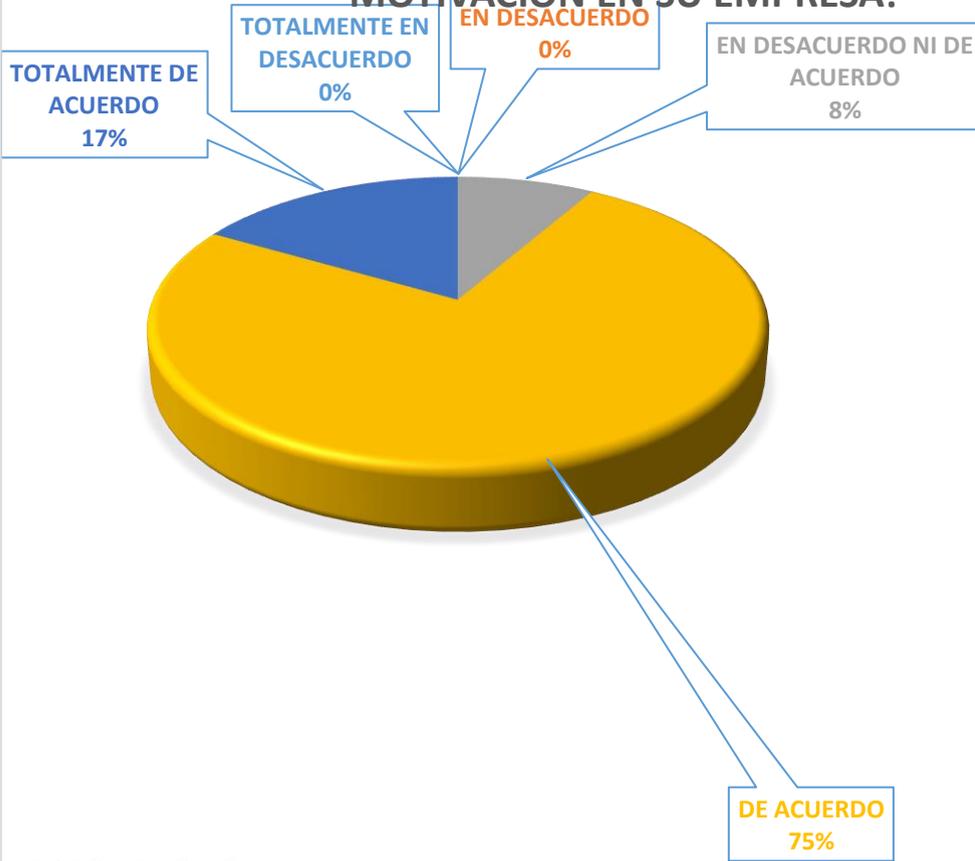
| <b>¿Cree Ud. Que la honestidad y la paciencia son factores de motivación en su empresa?</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---|-------------------|-------------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | <b>0</b>          | <b>0</b>          |
| EN DESACUERDO   | <b>0</b>          | <b>0</b>          |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | <b>1</b>          | <b>8.33</b>       |
| DE ACUERDO  | <b>9</b>          | <b>75.00</b>      |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | <b>2</b>          | <b>16.66</b>      |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>         | <b>100.0</b>      |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración:** Tesisistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 75% respondieron de acuerdo, el 16% totalmente de acuerdo, 8.33% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. Conclusión, que la honestidad y la paciencia de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

## GRAFICO N° 01

¿CREE UD. QUE LA HONESTIDAD Y LA PACIENCIA SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS

0 0 1 9 2

■ TOTALMENTE EN DESACUERDO  
 ■ EN DESACUERDO NI DE ACUERDO  
 ■ TOTALMENTE DE ACUERDO

■ EN DESACUERDO  
 ■ DE ACUERDO

TABLA N° 02

| ¿Cree Ud. Que el respeto y la responsabilidad son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|---|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | 0          | 0            |
| EN DESACUERDO   | 0          | 0            |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | 0          | 0            |
| DE ACUERDO  | 8          | 66.66        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | 4          | 33.33        |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

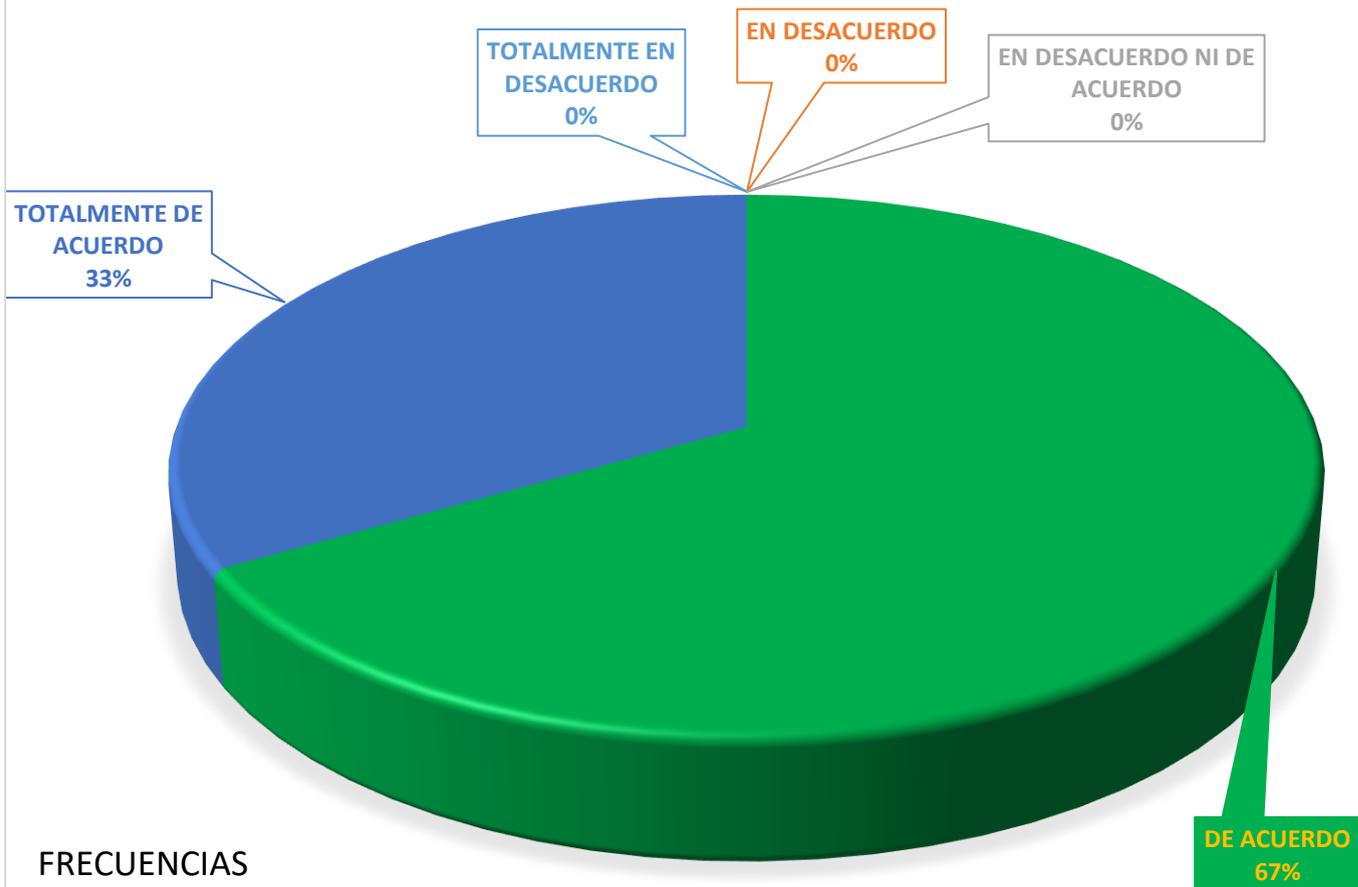
Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 66% respondieron de acuerdo, el 33.33% totalmente de acuerdo, 0% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que el respeto y la responsabilidad de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

GRAFICO N° 02

¿CREE UD. QUE EL RESPETO Y LA RESPONSABILIDAD SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS

0 0 0 8 4

- TOTALMENTE EN DESACUERDO    ■ EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO    ■ DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA N° 03

| ¿Cree Ud. Que la perseverancia y la lealtad son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|---|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO   | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | 1          | 8.33         |
| DE ACUERDO  | 9          | 75.00        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | 2          | 16.00        |
|   |            |              |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

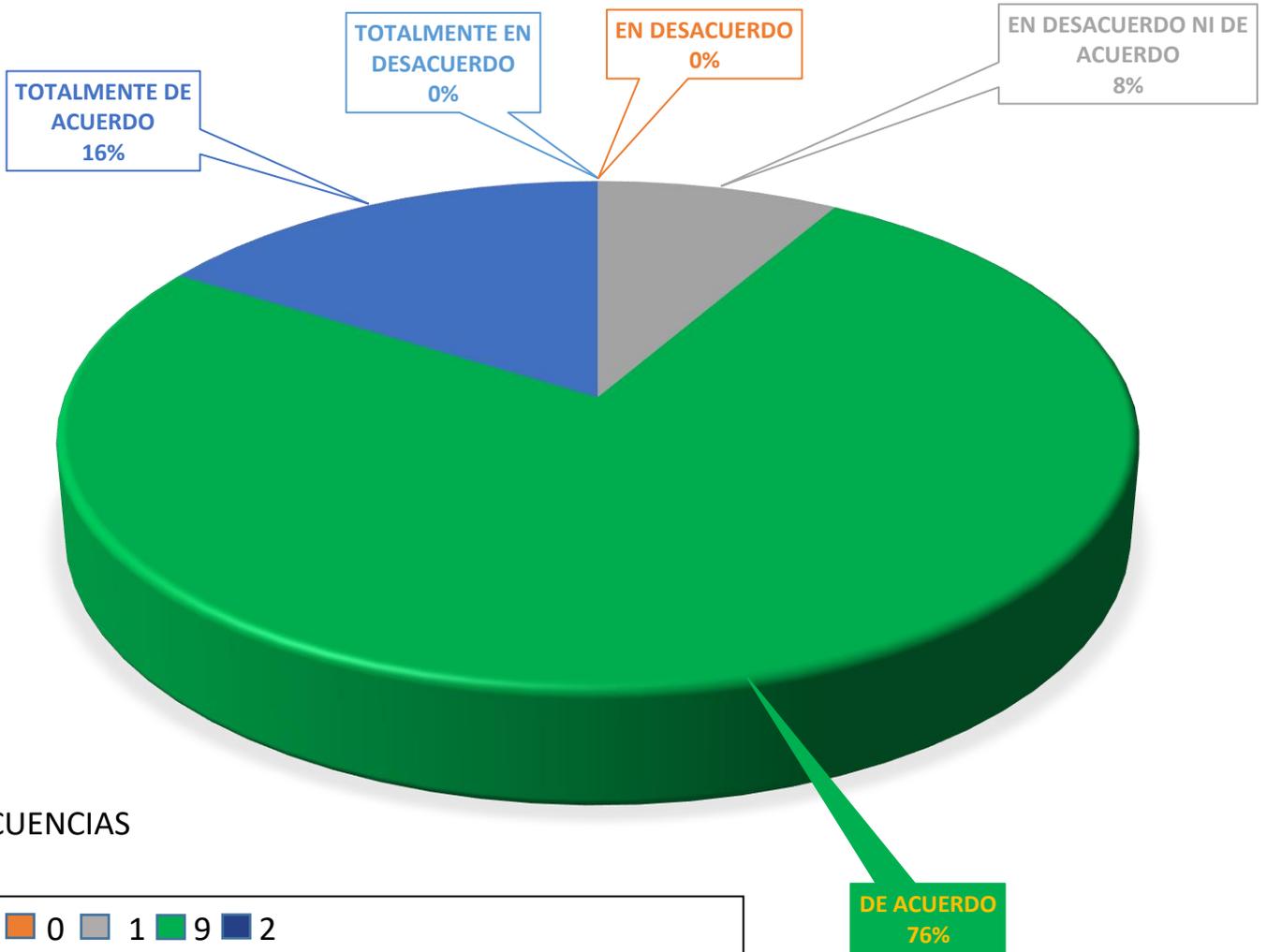
Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 75% respondieron de acuerdo, el 16% totalmente de acuerdo, 8.33% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que la perseverancia y la lealtad de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

GRAFICO N° 03

¿CREE UD. QUE LA PERSEVERANCIA Y LA LEALTAD SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA??



- TOTALMENTE EN DESACUERDO    ■ EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO    ■ DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA N° 04

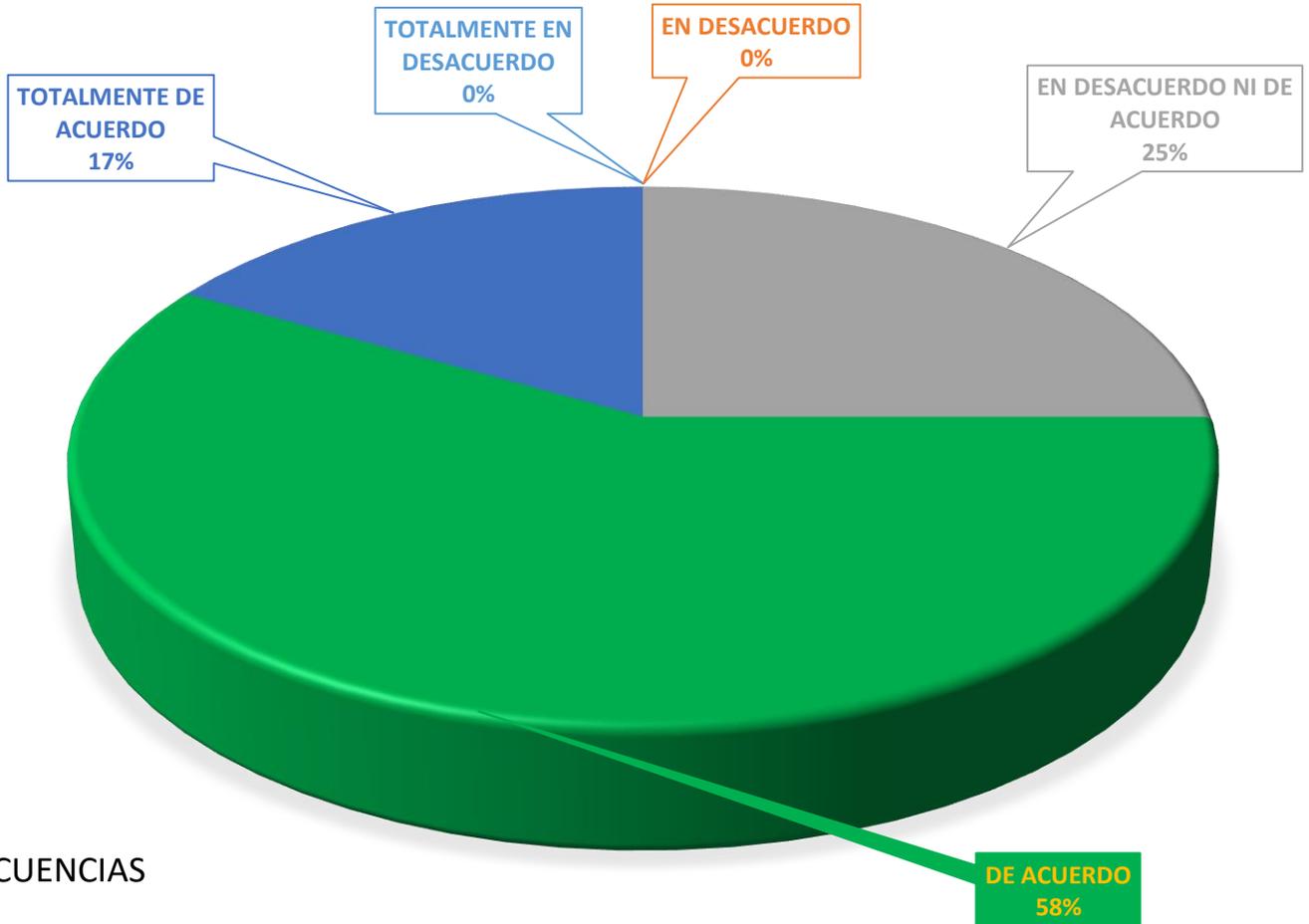
| ¿Cree Ud. Que el liderazgo y la fidelidad son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|---|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO   | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | 3          | 25.00        |
| DE ACUERDO  | 7          | 58.33        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | 2          | 16.66        |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 58.33% respondieron de acuerdo, el 16.66% totalmente de acuerdo, 25.00% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que el liderazgo y la fidelidad de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

GRAFICO N° 04

¿CREE UD. QUE EL LIDERAZGO Y LA FIDELIDAD SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS



- TOTALMENTE EN DESACUERDO
  EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO
  DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA Nº 05

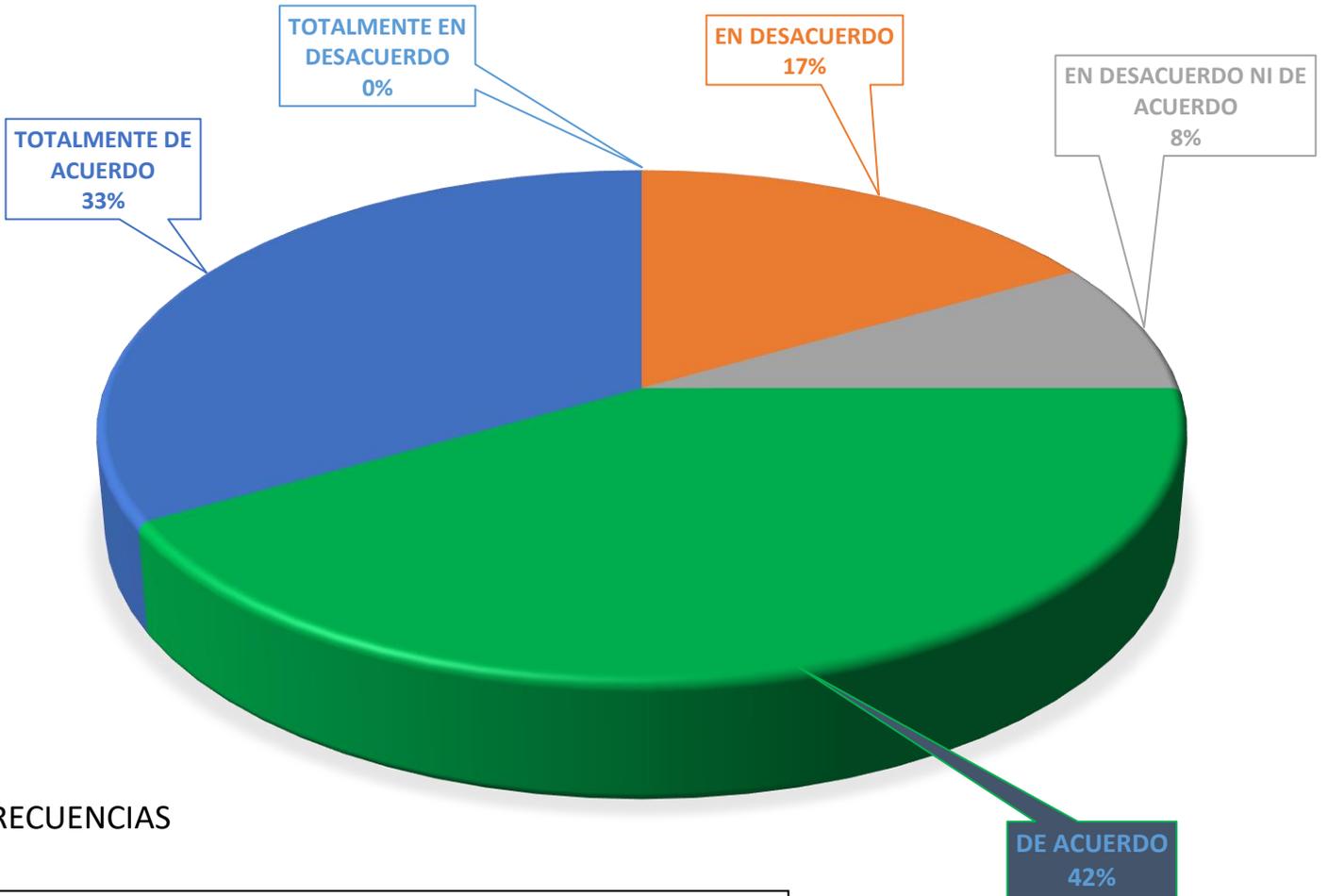
| ¿Cree Ud. Que la seguridad y la tenacidad son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|---|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO   | 2          | 16.66        |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | 1          | 8.33         |
| DE ACUERDO  | 5          | 41.66        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | 4          | 33.33        |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 41.66% respondieron de acuerdo, el 33.33% totalmente de acuerdo, 8.33% en desacuerdo ni de acuerdo, 16.66% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que la seguridad y la tenacidad de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación

GRAFICO N° 05

¿CREE UD. QUE LA SEGURIDAD Y LA TENACIDAD SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS



- 
- TOTALMENTE EN DESACUERDO   
  EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   
  DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA Nº 06

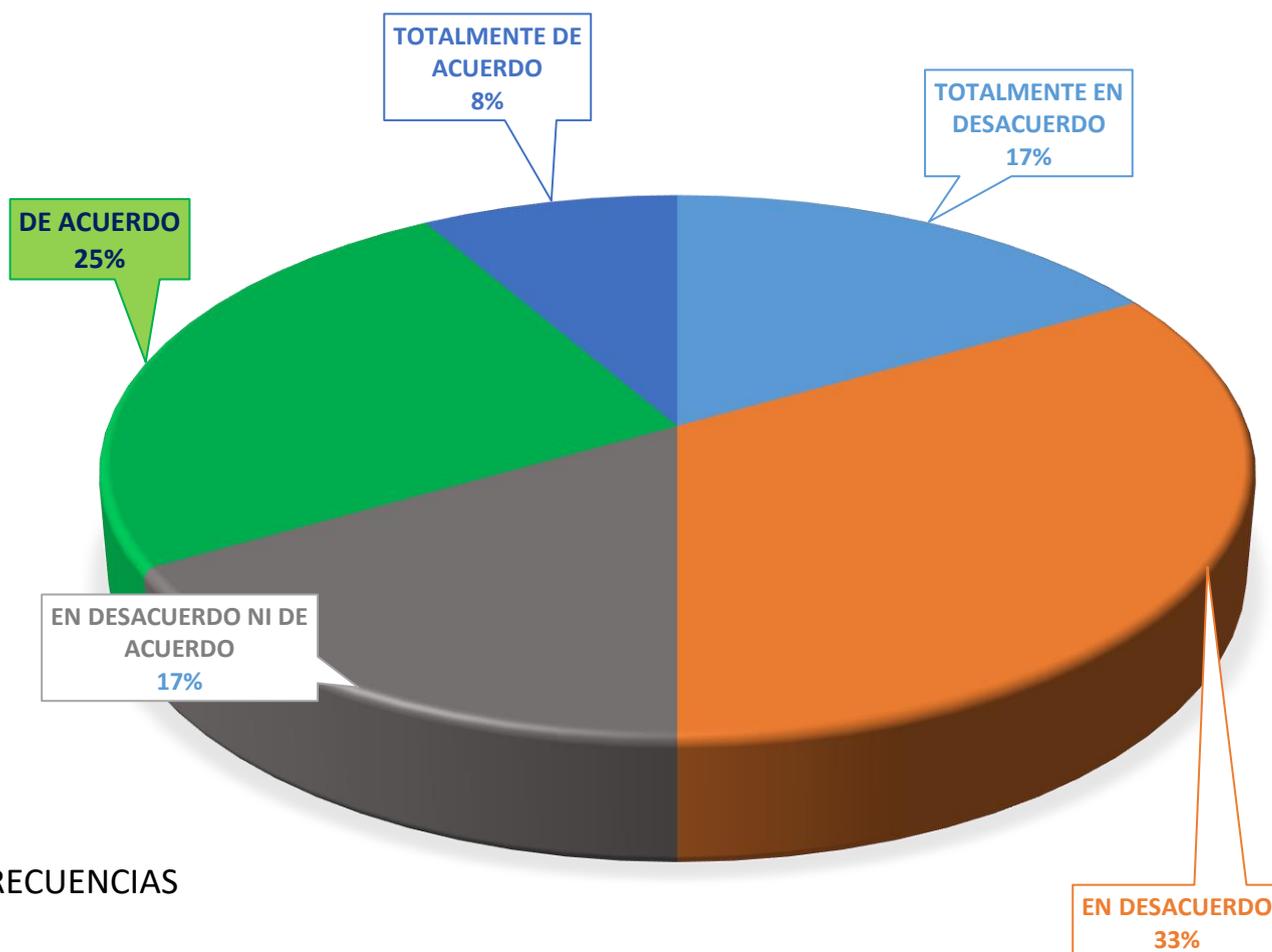
| ¿Cree Ud. Que la voluntad y criterios de cambios son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|--|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO   | 2          | 16.66        |
| EN DESACUERDO  | 4          | 33.33        |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO  | 2          | 16.66        |
| DE ACUERDO   | 3          | 25.00        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO  | 1          | 8.33         |
| <b>Total</b>   | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 25% respondieron de acuerdo, el 8.33% totalmente de acuerdo, 16.66% en desacuerdo ni de acuerdo, 33.33% en desacuerdo y el 16.66% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que la Voluntad y criterios de cambios de los pequeños y medianos empresarios no son factores de motivación.

GRAFICO N° 06

¿CREE UD. QUE LA VOLUNTAD Y CRITERIOS DE CAMBIOS SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS

■ 2 ■ 4 ■ 2 ■ 3 ■ 1

- TOTALMENTE EN DESACUERDO    ■ EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO    ■ DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA Nº 07

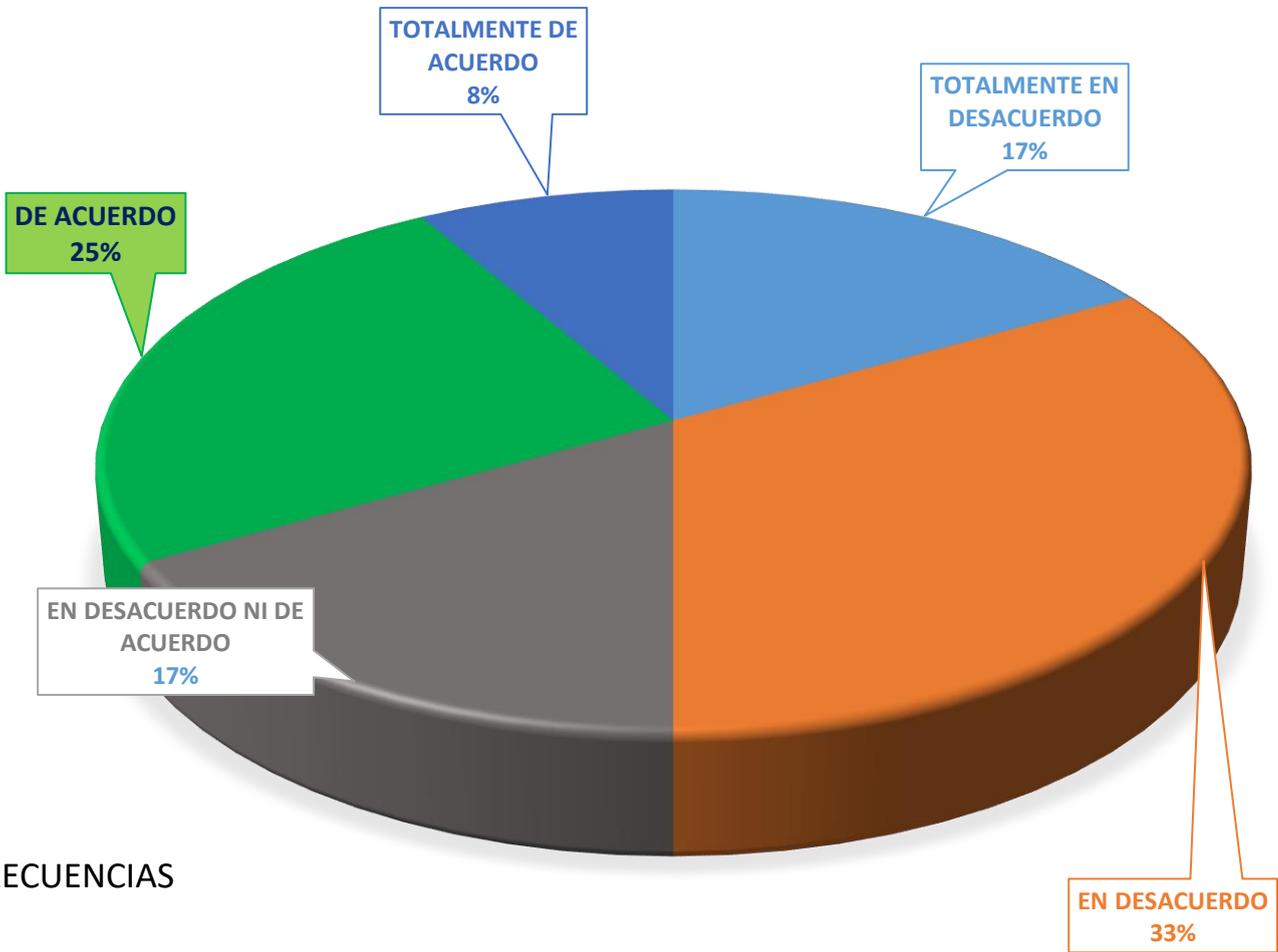
| ¿Cree Ud. Que el progreso y el compromiso son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|---|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO   | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | 1          | 8.33         |
| DE ACUERDO  | 5          | 41.66        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | 6          | 50.00        |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 41.66% respondieron de acuerdo, el 50.% totalmente de acuerdo, 8.33% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que el progreso y el compromiso de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

GRAFICO N° 07

¿CREE UD. QUE LA VOLUNTAD Y CRITERIOS DE CAMBIOS SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS



- 
- TOTALMENTE EN DESACUERDO
  EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO
  DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA N° 08

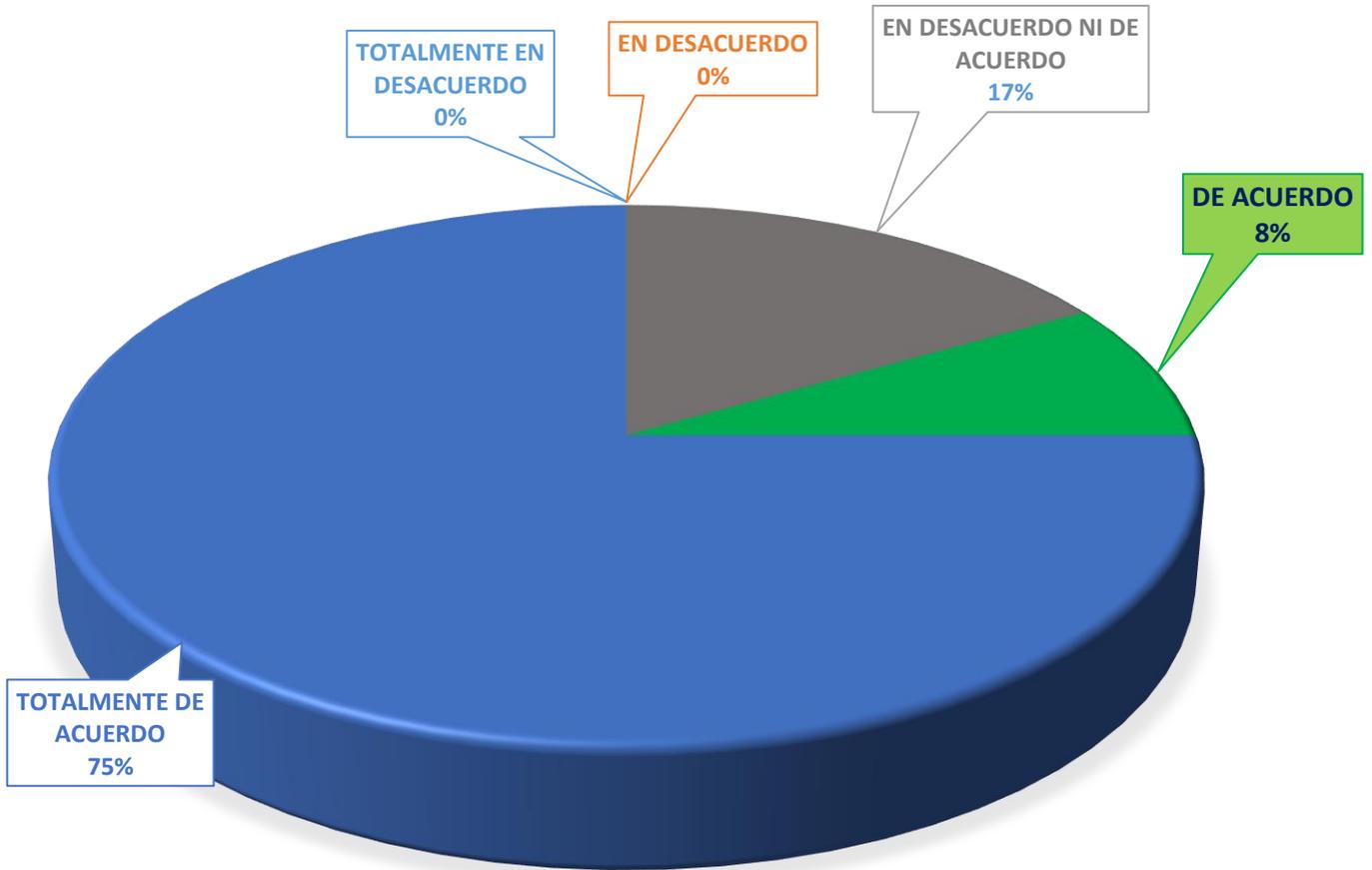
| ¿Cree Ud. Que la creatividad y la constancia son factores de motivación en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|--|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO   | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO  | 2          | 16.66        |
| DE ACUERDO   | 1          | 8.33         |
| TOTALMENTE DE ACUERDO  | 9          | 75.00        |
| <b>Total</b>   | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 8.33% respondieron de acuerdo, el 75% totalmente de acuerdo, 16.66% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que la creatividad y la constancia de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

## GRAFICO N° 08

¿CREE UD. QUE LA CREATIVIDAD Y LA CONSTANCIA SON FACTORES DE MOTIVACIÓN EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS



- 
- TOTALMENTE EN DESACUERDO   
  EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   
  DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA N° 09

| ¿Cree Ud. Que la confianza es factor de emprendimiento en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|---|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO   | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO   | 0          | 0.00         |
| DE ACUERDO  | 1          | 8.33         |
| TOTALMENTE DE ACUERDO   | 11         | 91.66        |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

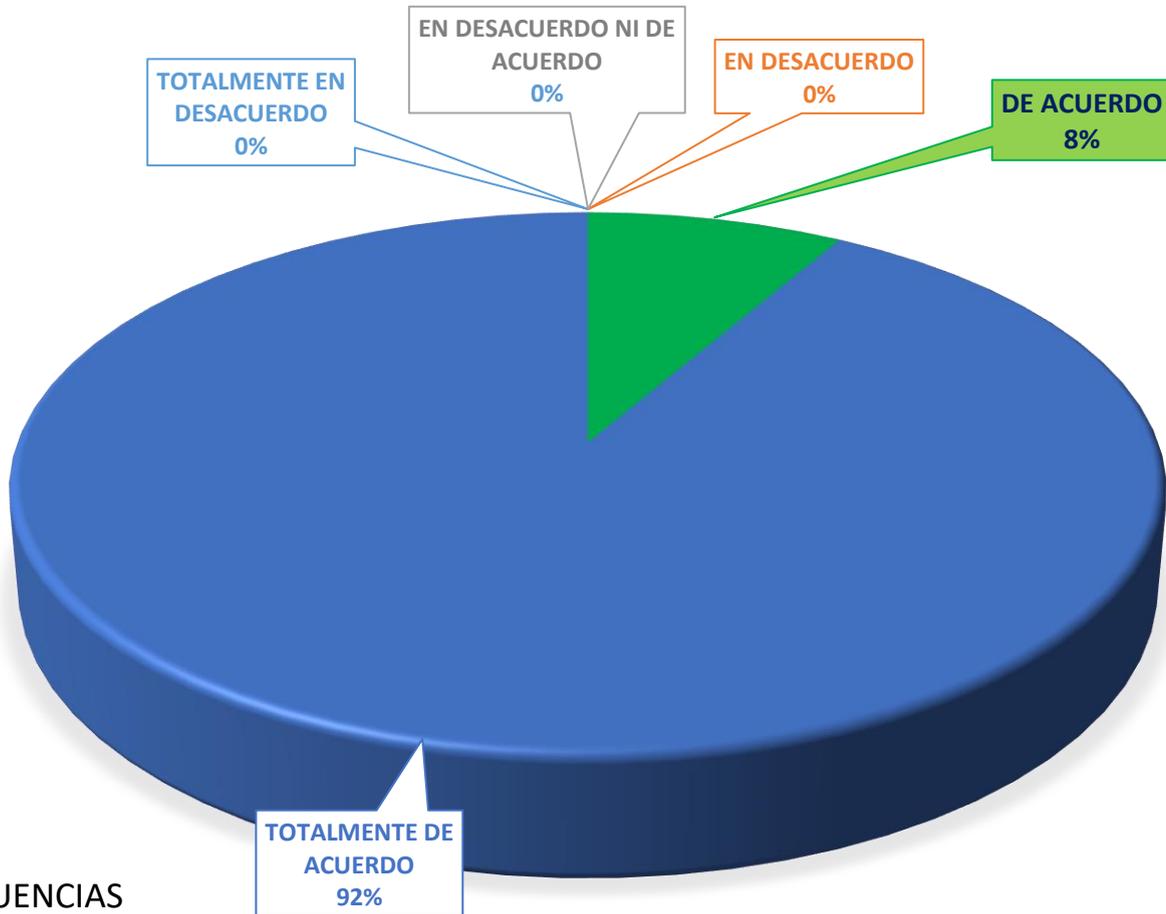
Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 8.33% respondieron de acuerdo, el 91.66% totalmente de acuerdo, 0% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión**, que la confianza de los pequeños y medianos empresarios son factores de motivación.

GRAFICO N° 09

¿CREE UD. QUE LA CONFIANZA ES FACTOR DE EMPRENDIMIENTO EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS

0 0 0 1 11

- TOTALMENTE EN DESACUERDO    ■ EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO    ■ DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA N° 010

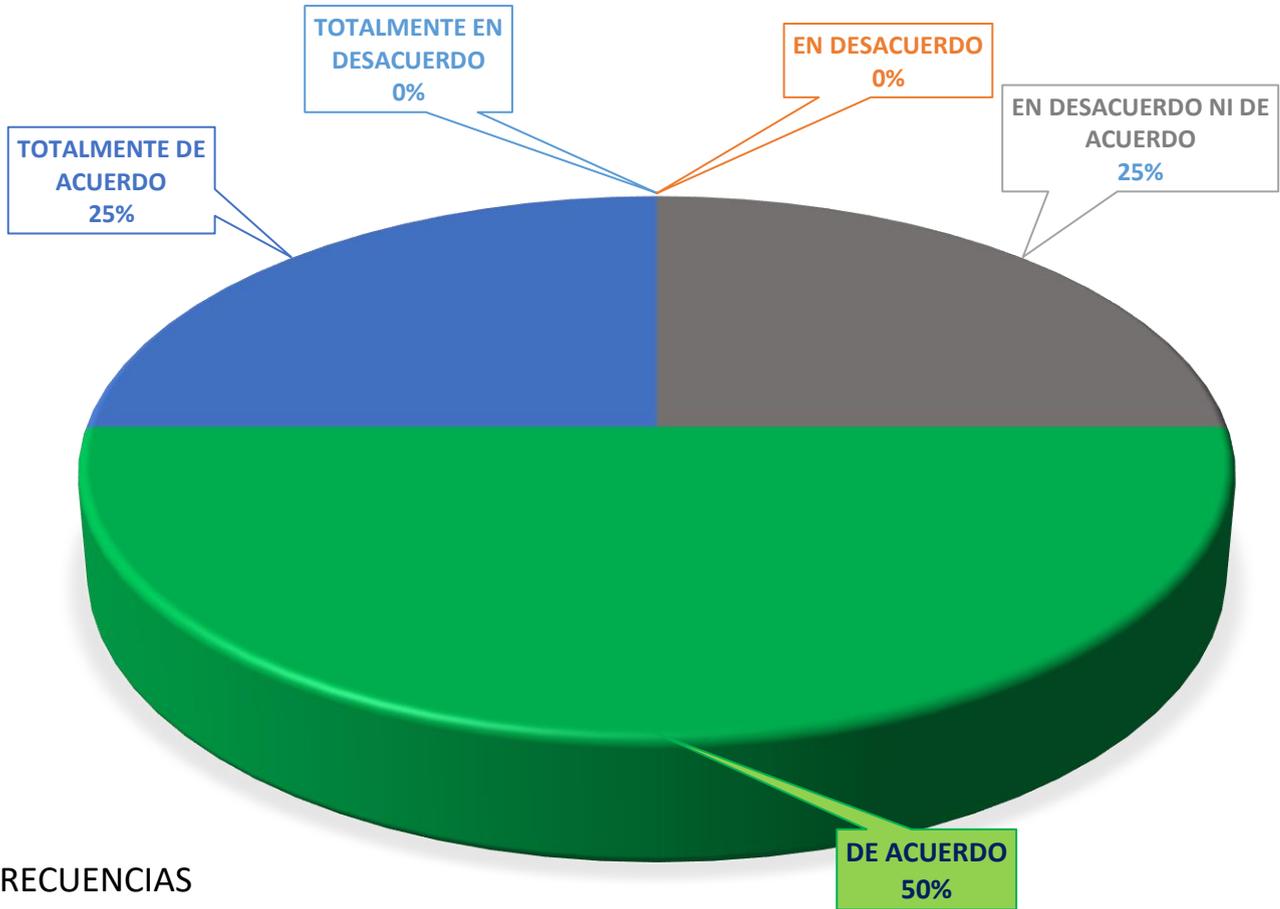
| ¿Cree Ud. Que la adaptación a los cambios y el interés son factores de emprendimiento en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|--|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO   | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO  | 0          | 0.00         |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO  | 3          | 25.00        |
| DE ACUERDO   | 6          | 50.00        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO  | 3          | 25.00        |
| <b>Total</b>   | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 50% respondieron de acuerdo, el 25% totalmente de acuerdo, 25% en desacuerdo ni de acuerdo, 0% en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo. **Conclusión,** que la adaptación a los cambios y el interés de los pequeños y medianos empresarios son factores de emprendimiento.

GRAFICO N° 10

¿CREE UD. QUE LA ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS Y EL INTERÉS SON FACTORES DE EMPRENDIMIENTO EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS

0 0 3 6 3

- TOTALMENTE EN DESACUERDO    ■ EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO    ■ DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

TABLA N° 011

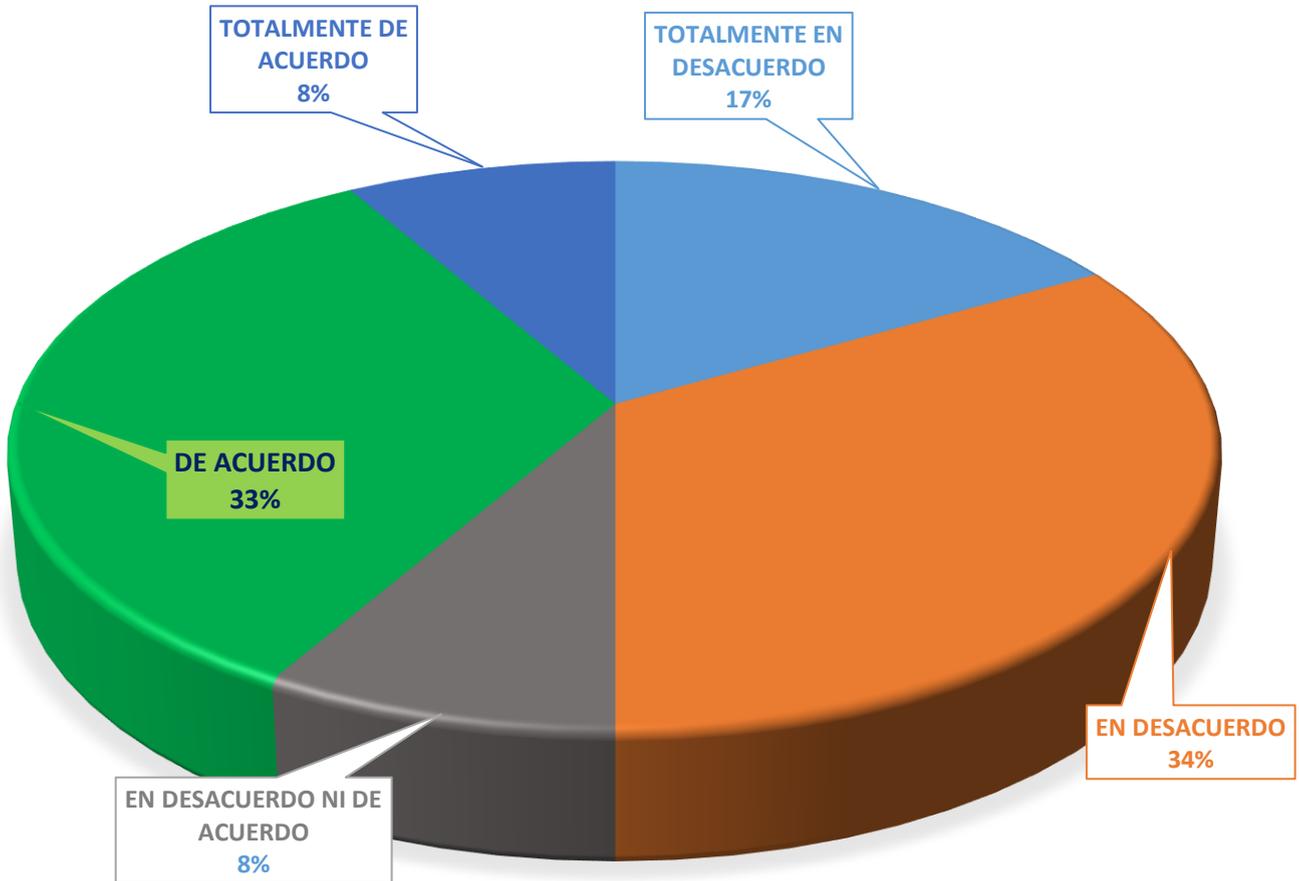
| ¿Cree Ud. Que el crecimiento, y el desarrollo económico, son factores de emprendimiento en su empresa? | Frecuencia | Porcentaje   |
|--|------------|--------------|
| TOTALMENTE EN DESACUERDO   | 2          | 16.66        |
| EN DESACUERDO  | 4          | 33.33        |
| EN DESACUERDO NI DE ACUERDO  | 1          | 8.33         |
| DE ACUERDO   | 4          | 33.33        |
| TOTALMENTE DE ACUERDO  | 1          | 8.33         |
| <b>Total</b>   | <b>12</b>  | <b>100.0</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Tesistas

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.** En lo que respecta a este ítem, de los 12 encuestados, del 100% el 33.33% respondieron de acuerdo, el 8.33% totalmente de acuerdo, 8.33% en desacuerdo ni de acuerdo, 33.33% en desacuerdo y el 16.33% totalmente desacuerdo. **Conclusión,** que el crecimiento y el desarrollo económico, para los pequeños y medianos empresarios no son factores de emprendimiento.

## GRAFICO N° 11

¿CREE UD. QUE LA CRECIMIENTO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO SON FACTORES DE EMPRENDIMIENTO EN SU EMPRESA?



FRECUENCIAS

■ 2 ■ 4 ■ 1 ■ 4 ■ 1

- TOTALMENTE EN DESACUERDO    ■ EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO NI DE ACUERDO    ■ DE ACUERDO
- TOTALMENTE DE ACUERDO

## **CAPITULO V**

### **DISCUSION DE RESULTADOS**

Luego de haber alcanzado el desarrollo de los resultados, como producto del trabajo de campo, nos permitidos discutir con las conclusiones de las investigaciones que se señalan como antecedentes del presente trabajo: Es así, que el trabajo desarrollado en el distrito de San Juan de Lurigancho. Lima Perú. Sobre los factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micros emprendimientos juveniles respecto a las características de los jóvenes emprendedores, se tiene, que la juventud empieza a satisfacer aspiraciones personales, asumir independencia económica y hallar un lugar en la sociedad. Las dificultades para ingresar al mundo laboral repercuten en un mayor riesgo de pobreza y pérdida de capacidades para la sociedad. Comparativamente esta situación respecto a nuestro trabajo, por cuanto es dificultoso desarrollar emprendimiento en tanto que los factores principales que inciden es el económico.

Respecto a las competencia emprendedoras, destacan tres, aquello que corresponde a las oportunidades, compromiso y calidad, comparativamente con los factores motivaciones del emprendimiento, también es coincidente con lo referido por la investigación aludida. Respecto al micro emprendimiento, es de tenerse en cuenta las necesidades del mercado, en tanto los productos y servicios que ofrecen los emprendedores, es porque conocen el mercado. Sobre la correspondencia entre el micro emprendimientos juveniles y las necesidades del mercado y de sus necesidades. Existe una estrecha relación entre las necesidades del mercado que atienden los emprendimientos y los productos y/o servicios que ofrecen. Es coincidente con la investigación motivo del presente, la necesidad de una estrategia

que llegue hasta la articulación comercial, teniendo en cuenta que las necesidades de asistencia técnica de las MYPE son integrales. Otro tema de gran importancia que no ha sido suficientemente trabajado es la promoción de mecanismos de cooperación empresarial y la conformación de redes.

Centro de Desarrollo Empresarial y Posgrado, este trabajo está basado en que la edad de los empresarios/gerentes de las empresas corresponde a un rango de 30-40 años, seguido del 24% correspondiente a empresarios entre 40-50 años. Comparativamente con nuestro trabajo, no se ha tenido en cuenta el factor edad, pero se puede inducir que los jóvenes no están inmerso en el emprendimiento laboral, y están en las empresas del sector manufacturero<sup>18</sup>.

ZORRILLA\_MEJIA (2009): conclusiones. Durante la juventud se empiezan a satisfacer aspiraciones personales, asumir independencia económica y hallar un lugar en la sociedad. Las dificultades para ingresar al mundo laboral repercuten en un mayor riesgo de pobreza y pérdida de capacidades para la sociedad. Muchos jóvenes permanecen atrapados en trabajos temporales y de bajos ingresos, usualmente en el sector informal, por esa razón los más emprendedores optan por tener un negocio propio, pero solo en pocos casos sus negocios llegan a ser sostenibles. Esta investigación ha permitido identificar qué factores han contribuido a la sostenibilidad del micro emprendimientos. A mayor edad (tramo de 26 a 32 años) presentan mayor potencial emprendedor. Al igual que la anterior, este autor señala que el factor edad, respecto a al desarrollo de las actividades empresariales se circunscriben en personas mayores, probablemente por sus necesidades de atender responsabilidades

---

<sup>18</sup> **Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA.**

de carácter familiar y social. Se capacitan para mejorar sus ventas, manejan registros básicos y han adquirido conocimientos en gestión de negocios. No tuvieron recursos financieros suficientes al iniciar, pero cuando tienen los medios invierten montos significativos. Sobre las competencias. El buscar oportunidades, el compromiso y la calidad. Con la combinación de estas, los emprendedores habrían iniciado una sólida ruta hacia la consolidación de sus negocios a largo plazo. Existe una estrecha relación entre las necesidades del mercado que atienden los emprendimientos y los productos y/o servicios que ofrecen; los emprendedores al ser buenos conocedores de la zona donde operan, han implementado la venta de bienes y/o servicios siendo conscientes de las necesidades latentes y reales de los consumidores y potenciales consumidores de su entorno.<sup>19</sup>

Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA<sup>20</sup>. Se identificó que la edad de los empresarios/gerentes de las empresas corresponde a un 27% que se encuentra en un rango de 30-40 años, seguido del 24% correspondiente empresarios entre 40-50 años. Y que el 58% de las empresas del sector manufacturero está representado por el género masculino y un 34% al género femenino y el 8% restante corresponde a los que omitieron esta información. Comparativamente el factor edad también es determinante para desarrollar emprendimientos empresariales.

---

<sup>19</sup> Zorrilla Mejia David:FACTORES QUE CONTRIBUYERON A LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MICRO EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO. CASO: PROYECTO JOVENES PILAS DEL PROGRAMA DE EMPLEO JUVENIL DE INPET (2007-2009)" [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA\\_MEJIA\\_DAVID\\_FACTORES\\_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA_MEJIA_DAVID_FACTORES_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

<sup>20</sup> <http://redi.uta.edu.ec/handle/123456789/18329>

CULTURA DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA PERVIVENCIA DE LAS PYMES EN EL CANTÓN AMBATO"<sup>21</sup> Las PYMES, del cantón Ambato han hecho conocer que el nivel de producción actual cubre las necesidades de los clientes, ya que cuentan con una calidad que es aceptada pero tienen que llegar a una satisfacción total de los clientes, para incrementar su cuota de mercado para lo cual las empresas deben estar dispuestas a colaborar con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad que les ayude a incrementar su eficiencia y productividad. Igualmente las pymes en la ciudad de Huánuco, pese al esfuerzo que se pudiera desarrollar por el interés de sus dueños, no satisfacen las necesidades de sus clientes, situación que está en estrecha relación con los factores motivacionales de los micro empresarios.

**Morris (1998)** sugieren que en realidad el desarrollo empresarial ocurre en distintas intensidades. Desde esta perspectiva toda persona y toda organización realiza tareas emprendedoras en algún momento. Algunos las hacen más seguido y algunos hacen cosas más innovadoras. Y de acuerdo con el presente trabajo encontramos coincidencia con lo manifestado por el autor en referencia.

**Cochrane (1960)** comparte a su vez posturas como la de Morris ya que sostiene que la crianza, la educación y la vida familiar son los principales procesos por el cual la cultura y la personalidad son perpetuadas con una alta estabilidad. Conforme a las ideas de desarrollo de personalidad, las características favorables o desfavorables para el desarrollo empresarial y el crecimiento económico son adquiridas en este estadio inicial, con lo cual tendríamos también aquí presente la influencia del modelo de rol.

---

<sup>21</sup> <http://redi.uta.edu.ec/handle/123456789/18329>

**Mc Grath, Mac Millan y Scheimberg** nos plantean el descubrimiento que los emprendedores de diferentes países parecen compartir un conjunto de valores comunes, aunque dejando abierto el interrogante de si estas diferencias de valores afectan la elección de vida de las personas o si experiencias como iniciar una nueva empresa llevan a importantes cambios en los valores. Los resultados que los emprendedores tienen una orientación del valor persistente y característica, que no toma en cuenta los valores de su cultura base. Situación que encontramos similitud de apreciación con los resultados del presente trabajo.

**Mueller y Thomas (2001)** , señalan el apoyo hacia la proposición que establece que algunas culturas son más conductivas para el desarrollo empresarial que otras. Nuestra cultura no es la del emprendedor, por lo dicho con el autor coincidimos con nuestra apreciación investigativa

## CONCLUSIONES

1. Ha quedado establecido de que los factores motivacionales, como la perseverancia, honestidad, se relaciona con el emprendimiento de las pymes en Huánuco, 2017
2. Se ha determinado que los factores motivacionales, como el liderazgo, la seguridad, se dan en las Pymes en la ciudad de Huánuco.
3. Se ha determinado que la voluntad y criterios de cambios no se dan el emprendimiento de la pymes en la ciudad de Huánuco
4. Se ha identificado a la creatividad como uno de los factores que intervienen como motivadores para el emprendimiento de pymes en la ciudad de Huánuco,

## **SUGERENCIAS**

Es preciso reforzar los factores motivacionales, como la perseverancia, honestidad, y otros para mantener el emprendimiento de las pymes en Huánuco, 2017

Así mismo es preciso reforzar que los factores motivacionales, como el liderazgo, la seguridad, se sigan manteniendo como impulsores de las Pymes en la ciudad de Huánuco.

Considerar aspectos internos para desarrollar actitudes de voluntad y criterios de cambios para impulsar el emprendimiento de la pymes en la ciudad de Huánuco.

Así mismo dotar de confianza a los emprendedores para que sigan desarrollando la creatividad como uno de los factores que intervienen como motivadores para el emprendimiento de pymes en la ciudad de Huánuco.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Alejandro Pablo Cardozo Crowe Tesis Doctoral La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. Universidad Nacional de Educación a Distancia Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales .**

<http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo>

**[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA\\_MEJIA\\_DAVID\\_FACTORES\\_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA_MEJIA_DAVID_FACTORES_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)**

**Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA.**

**Zorrila Mejia David: FACTORES QUE CONTRIBUYERON A LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MICRO EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO. CASO: PROYECTO JOVENES PILAS DEL PROGRAMA DE EMPLEO JUVENIL DE INPET (2007-2009)”**

**[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA\\_MEJIA\\_DAVID\\_FACTORES\\_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5508/ZORRILLA_MEJIA_DAVID_FACTORES_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)**

<http://redi.uta.edu.ec/handle/123456789/18329>

**<http://redi.uta.edu.ec/handle/123456789/18329>**

<http://motivación laboral. Galeon-com/motivacion.htm>

<https://sites.google.com/site/lamotivacioncomoherramienta/factores-motivacionales>

<https://sites.google.com/site/lamotivacioncomoherramienta/definicion-proceso-de-motivacion>

<http://definico.de/motivacion/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

**<https://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>**

[raulmejia1983@hotmail.com](mailto:raulmejia1983@hotmail.com)

<http://www.mensajespositivos.net><sup>1</sup>

<http://www.mensajespositivos.net>

---