



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN
EMPRENDIMIENTO Y LAS OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO EN LOS MICROEMPRESARIOS DE LA
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES CAMPO
FERIAL TÚPAC AMARU KM. 11-COMAS, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Italo Fabrisio Esteban Pacheco

Jean Carlo Suarez Saavedra

Asesor:

Mg. Daniel Amadeo Robles Fabian

<https://orcid.org/000-0002-1975-4406>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Luis José Alvarado Yupanqui	20025251
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Elizabeth Emperatriz García Salirrosas	09725194
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	José Antonio Coral Morante	41632040
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo, ante todo a Dios quien me acompaña y guía mis pasos, y a mis padres porque con su apoyo me impulsan a esforzarme más y luchar para que mis metas académicas se den de la mejor manera.

Italo Fabrisio Esteban Pacheco

Me gustaría dedicar este trabajo a Dios quien representa todo y a mi familia quienes celebran conmigo siempre cada logro en mi vida y es este apoyo el que hace que me esfuerce por ser mejor persona y profesional.

Jean Carlo Suarez Saavedra

AGRADECIMIENTO

Primeramente, me gustaría agradecerle a la Universidad Privada del Norte por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. De igual manera agradecer a mi asesor de Tesis de Pregrado, Mg. Daniel Amadeo Robles Fabian por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación me ayudaron a formarme como persona e investigador.

Italo Fabrisio Esteban Pacheco

Agradezco a la Universidad Privada del Norte la cual me albergó durante mi etapa universitaria y permitió formar parte de su alumnado. Asimismo, a mi asesor de tesis Mg.

Daniel Amadeo Robles Fabian, quien me brindó su experiencia, tiempo y dedicación para poder culminar este trabajo de manera satisfactoria.

Jean Carlo Suarez Saavedra

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	20
1.3. Objetivos	21
1.4. Hipótesis	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	23
CAPÍTULO III: RESULTADOS	27
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS	37
ANEXOS	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población y muestra	24
Tabla 2. Escala de tipo Likert	25
Tabla 3. Validación del cuestionario sobre oportunidades de negocio	25
Tabla 4. Niveles de confiabilidad	25
Tabla 5. Niveles de confiabilidad del instrumento para la pretest	26
Tabla 6. Niveles de confiabilidad del instrumento para la postest	26
Tabla 7. Niveles de la variable oportunidades de negocio	28
Tabla 8. Prueba de normalidad de la diferencia de oportunidades de negocio (pre-post)	29
Tabla 9. Rangos estadísticos de Wilcoxon	31
Tabla 10. Estadísticos de contraste de Wilcoxon	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de oportunidades de negocio

28

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar de qué manera el programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru m. 11 – Comas, 2019. La investigación se desarrolló bajo un diseño experimental, con enfoque cuantitativo y de alcance explicativa.

La muestra está conformada por 30 microempresarios. Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario como pretest y postest. Para mejorar la información requerida, previamente a los instrumentos, se demostró la validez mediante la técnica de opinión de expertos y la confiabilidad por medio de alfa de cronbach. En la presente investigación se arribó a la conclusión que de los resultados estadísticos obtenidos de la Prueba de Wilcoxon para la variable oportunidades de negocio se demuestra la hipótesis general, y se concluyó que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la asociación de comerciantes campo ferial túpac amaru km. 11 – Comas, 2019 con un valor calculado para $p = 0.000$. Esto confirmó la hipótesis y el objetivo general del estudio.

PALABRAS CLAVES: Programa de capacitación en emprendimiento, oportunidades de negocio.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine how the entrepreneurship training program influences business opportunities in the microentrepreneurs of the trade fair field Túpac Amaru m. 11 - Comas, 2019. The research was developed under an experimental design, with a quantitative approach and explanatory scope. The sample consists of 30 microentrepreneurs. The survey technique and the questionnaire instrument were used as pretest and posttest. To improve the required information, prior to the instruments, validity was demonstrated by the expert opinion technique and reliability by means of cronbach alpha. In the present investigation it was concluded that from the statistical results obtained from the Wilcoxon Test for the business opportunities variable the general hypothesis is demonstrated, and it was concluded that the training program in entrepreneurship influenced the business opportunities in the microentrepreneurs of the Trade Fair Association Túpac Amaru Km. 11 - Comas, 2019 with a value calculated for $p = 0.000$. This confirmed the hypothesis and the overall objective of the study.

KEY WORDS: Entrepreneurship training program, business opportunities.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Al respecto, Bances (2018) menciona que actualmente se estima al emprendimiento como una oportunidad de desarrollo internacional, ante las necesidades que enfrentan o por las barreras socioeconómicas que estén atravesando en la actualidad. El emprendimiento da espacio al incremento y desarrollo de empresas pequeñas, por lo que se diferencia al mismo como la elección revolucionaria para el desarrollo de un territorio en expansión, con ideas de negocio o con lograr producir un trabajo estable para el que lo realice.

Asimismo, Olortegui y Vizcarra (2020) manifiesta que en el Perú somos el país de los emprendedores del que siempre se habla, pero tan cierto es que según el “informe GEM y ESAN, el 43% de peruanos están listos para emprender en los próximos tres años”, porque hay esperanzas de crear lo que puede llamarse: negocio unipersonal, persona que inicia un negocio, que inicialmente tiene la intención de trabajar allí y de lo contrario será un negocio mediano, donde se espera contratar a más de cinco empleados.

A pesar de ser un país de emprendedores como se menciona, se tiene aún muchas deficiencias en cuanto al emprendimiento que limitan la expansión del mismo. La realidad es que actualmente los microempresarios cuentan con un conocimiento muy escaso en cuanto a los pilares necesarios para emprender un negocio y que éste sea exitoso y progrese. Además de ello, no se encuentra apoyo por parte del gobierno en cuanto a educación y financiamiento, es decir, los microempresarios no reciben las suficientes capacitaciones o programas que hablen de emprendimiento, que alimenten sus conocimientos y con los cuales hagan crecer sus negocios.

Adicionalmente a esto, los microempresarios no cuentan con facilidades económicas como préstamos para sus Mypes. Por otro lado, se podría decir también que los impuestos cobrados a los emprendimientos emergentes es bastante alto y debido a esto muchos de ellos

optan por no formalizar sus negocios lo que también los limita de alguna manera pues no pueden acceder a los pocos y escasos beneficios brindados por el gobierno, y todo esto es resultado de la dificultad que tienen muchos de ellos para formalizar sus negocios. Por lo tanto con la presente investigación se pretende encontrar que la aplicación de una adecuada capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio, y finalmente se puede brindar una orientación más amplia para poder fortalecerse en este mercado competitivo a los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Pita (2018) en su tesis que lleva por título “Creación de una empresa de formación y capacitación para jóvenes emprendedores, Cantón Santa Elena, provincia Santa Elena” de Ecuador. Esta investigación tuvo como objetivo poder determinar la viabilidad de una empresa de formación y capacitación mediante un análisis de mercado que contribuya al desarrollo de habilidades y conocimientos de los emprendedores del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. El método que utilizaron fue de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), con diseño no experimental de corte transversal, de nivel exploratorio y de alcance descriptivo. El resultado del estudio mostró que el proyecto fue aceptable después de analizar los aspectos relevantes y factores importantes para la cimentación de la obra, además, es viable pues se demostró la rentabilidad del proyecto a través de los estados financieros.

El aporte obtenido de la investigación es la demostración de la contribución que se le puede brindar a los jóvenes y microempresarios para el desarrollo de sus habilidades mediante la creación de una empresa que pueda formarlos y capacitarlos.

Lucio (2017) en su tesis denominada “Análisis sobre el conocimiento y acción del emprendimiento de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la

universidad Central del Ecuador”. Esta investigación tuvo como objetivo analizar el conocimiento existente y la acción del emprendimiento de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la universidad Central del Ecuador. El método que utilizaron fue de enfoque cuantitativo de tipo aplicada, con diseño no experimental de corte transversal y de alcance descriptivo. El resultado del estudio fue que en la carrera de administración de empresas no hay un ente que estimule la industria del emprendimiento y la información que existe sobre ello es deficiente y de difícil acceso por lo que se encuentra fundamental que se tome en cuenta el desarrollo de un proyecto de emprendimiento alternativo para poder adquirir el título de ingeniería en administración de empresas.

El aporte obtenido es la demostración que se necesita fortalecer la investigación en emprendimiento e innovación de productos y servicios e impulsar el mismo, para orientar a estudiantes y se formen con una mentalidad emprendedora.

Dávalos (2018) en su tesis que lleva por título “Planificación Administrativa de un emprendimiento deportivo: Complejo de futbol en la Autopista Circunvalación Oeste de Salta (Barrio Praderas) en el año 2017”. Esta investigación tuvo como objetivo analizar los aspectos administrativos necesarios en la planificación de un emprendimiento deportivo en la Autopista Circunvalación Oeste de Salta (Barrio Praderas) en el año 2017 para que el mismo resulte viable. El método que se utilizó fue de enfoque cualitativo y cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal y de alcance descriptivo. El resultado del estudio arrojó que los aspectos administrativos para la viabilidad del proyecto van desde los requisitos solicitados por la Municipalidad, cumplimiento de leyes hasta la ubicación, costo de terreno, posibilidad de obtener materiales para la construcción, puesta en marcha y aceptación de habitantes.

El aporte obtenido dio a conocer que el licenciado en Administración de Empresas interviene puntualmente en la organización y planificación coordinando esfuerzos para lograr los

objetivos en tiempo y forma, para esto requiere la combinación de recursos y un sistema efectivo de soporte.

Aguilar (2018) en la tesis denominada “Análisis de la capacidad de emprendimiento de los talleres de costuras, dedicados a arreglo y confección de ropa en la ciudadela El Recreo del Cantón Durán”, se tuvo como objetivo determinar los factores que influyen en la capacidad de emprendimiento de los talleres de costura dedicados al arreglo y confección de ropa en la ciudadela El Recreo del Cantón Durán. La metodología que utilizaron fue de enfoque cuantitativa y cualitativa, con diseño no experimental de corte transversal y de alcance explicativo. Como resultado de la investigación se determinó que la falta de conocimientos es el factor que influye de manera negativa en el desarrollo de los microempresarios y se vio la necesidad de realizar un seminario de emprendimiento ya que los microempresarios dedicados al rubro de arreglo y confección no cuentan con conocimientos básicos administrativos.

El aporte de este proyecto consiste en el diseño de un plan de capacitación que sirva para el proceso de educación de los microempresarios ubicados en el Cantón Durán con la finalidad que puedan adquirir habilidades y desarrollarlas en el sector al que se dedican.

Chiriboga (2020) en la tesis que lleva por título “Estudio del marketing estratégico para el emprendimiento: El caso de estudio de la zona rural de Manta en Ecuador” tuvo como objetivo planteado, pretenden generar unos resultados a partir de una metodología diseñada para diagnosticar el comportamiento y tendencias del emprendimiento rural y posteriormente, generar una propuesta que valide la investigación y el aporte investigativo que proponen mediante esta tesis. La investigación que utilizaron fue de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), de diseño no experimental de corte trasversal, de nivel exploratorio y alcance descriptiva. Se concluyó en esta investigación que las comunidades rurales vienen potenciando su presencia en el ámbito empresarial y es necesario que desarrollen estrategias vinculadas a

las demandas sectoriales del entorno rural de esta manera podrán ofertar y vender productos donde reside el consumidor potencial.

El aporte de la investigación permitió establecer una propuesta de marketing estratégico digital tanto en la planificación, desarrollo, aplicación y evaluación que sirve para el crecimiento del emprendimiento rural en Ecuador.

Antecedentes Nacionales

Huaraca (2018) señala en su investigación “Emprendimiento y capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 Continentes, Lima - 2018”. Tuvo como objetivo la relación entre el emprendimiento y la capacitación empresarial en la asociación de comerciantes propietarios importadores de los 5 Continentes, Lima - 2018. Su enfoque fue cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo y de alcance correlacional. En el resultado se contrastó la hipótesis por medio de la prueba Rho de Spearman, obteniendo una correlación moderada de 0,218, con un Sig. (Bilateral) 0.010. En conclusión, lo que mostró que, si existe relación entre emprendimiento y capacitación empresarial, esto conlleva a que los microempresarios de esta asociación si tienen la capacidad de mejorar sus conocimientos en cada uno de sus rubros.

El aporte de esta investigación permitió comparar el emprendimiento y la capacitación empresarial de esa manera medir el nivel de conocimiento que tenían los microempresarios con relación al tema del emprendimiento y la capacitación empresarial para mejora de sus actividades comerciales.

Huanca y Loayza (2017) explica en su investigación “La capacitación empresarial y el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho - Apurímac”. Tuvo como objetivo determinar el nivel de influencia de la capacitación empresarial en el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho. Su enfoque fue cuantitativo de tipo

aplicada, con diseño no experimental de corte transeccional y de alcance explicativo. El resultado demostró que la correlación de Pearson entre la capacitación empresarial y el crecimiento interno es de 0,535 lo que significa una influencia positiva moderada de la capacitación empresarial en el crecimiento interno. En conclusión, la investigación determinó que, si existe una influencia de nivel moderado de la capacitación empresarial en el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho, sustentado en el 65% de las empresas estudiadas.

El aporte de esta investigación es demostrar que tanto una capacitación empresarial puede servir de gran ayuda para la mejora del crecimiento interno de diversos proyectos empresariales de un grupo determinado de empresas de ese distrito.

Castillo y Medina (2019) determina en su investigación “El emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector La Libertad, Comas, 2019”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre el emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector “La Libertad” Comas, 2019. En lo que respecta a la metodología, el enfoque fue cuantitativo de tipo aplicada, con diseño de investigación no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo y de alcance correlacional. Según los resultados y la conclusión después de procesar y analizar la información nos mostró que el coeficiente de correlación Rho de Spearman con un valor de 0.864, determina que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables. Asimismo, se observó que el nivel de significancia es $p = 0.000$ ($p < 0.05$) establecido como valor máximo para su aceptación, es decir que si existe una relación significativa de 86,4% entre el emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector “La Libertad” Comas.

El aporte de esta investigación es medir el nivel de relación que existe entre el emprendimiento y la informalidad, ya que esto conlleva que un pequeño grupo de microempresarios tengan la

iniciativa de emprender su negocio, pero por factores externos del país se vean obligados a formar parte de la informalidad.

Salvador (2018) menciona en su investigación “Nivel educativo y el emprendimiento empresarial en Centro de abastos de Lima Norte, 2017”. Se tuvo como objetivo describir y explicar la relación entre el nivel educativo y el emprendimiento empresarial en Centro de Abastos de Lima Norte, 2017. Referente a la metodología, el enfoque fue cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo y de alcance correlacional. Los resultados demostraron que luego de aplicar la prueba de Rho de Spearman se aprecia que la relación entre las variables tiene un nivel de correlación positiva débil siendo el nivel de correlación 0,372 (Rho de Spearman = 0,372 y $\alpha = 0,001 < 0,05$). En conclusión, el nivel educativo se relacionó de manera directa con el emprendimiento empresarial dentro del Centro de Abastos de Lima Norte en el periodo 2017, pero es débil ya que también dentro del Centro de Abastos se evidencian a personas con un bajo nivel educativo llegar a un emprendimiento empresarial alto.

El aporte de esta investigación explica que el nivel educativo es muy bajo ante el emprendimiento empresarial y a pesar de eso las personas del Centro de Abastos de Lima Norte se esfuerzan en continuar adelante con el negocio que tienen.

Sallago (2019) señala en su investigación “El emprendimiento juvenil y su relación con la competitividad empresarial en la provincia de Talara, año 2019”. Tuvo como objetivo analizar la relación del emprendimiento juvenil con la competitividad empresarial en la provincia de Talara, año 2019. La cual fue analizada mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo también llamado mixto de acuerdo con los datos que registraron, donde el diseño fue no experimental de corte transversal o transaccional, de nivel descriptivo y de alcance correlacional. Según los resultados en general se concluyó que el emprendimiento juvenil se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de la provincia de Talara, año

2019, reflejando que existe una serie de deficiencias durante los procesos de emprendimiento por parte de la población joven, a diferencia de la competitividad del sector que aún presenta mercados sin desarrollo, siendo optimo su aprovechamiento.

El aporte de esta investigación define la importancia del emprendimiento juvenil con relación a la competitividad empresarial, ya que la población juvenil tiene la aspiración del emprendimiento, pero por falta de conocimientos tienen que afrontar la realidad de pertenecer a un mercado competitivo.

Bases Teóricas

Definición de Variable Independiente: Programa de capacitación en el emprendimiento

Según, Franco y Castro (2011, p. 9) determina que la formación que recibe el empresario para administrar su negocio es esencial, ya que tienen herramientas cognitivas y les permiten desarrollar las habilidades para dirigir su negocio de manera efectiva.

De tal manera, Chiavenato (2009, p. 371) afirma que aumentar la productividad del talento y prepararse para contribuir al logro de los objetivos de una organización es el proceso del programa de capacitación. La finalidad de la capacitación es influir en el comportamiento de las personas para aumentar la productividad en el lugar de trabajo.

Chiavenato (2009, p. 367) menciona que el programa de la capacitación del emprendimiento comprende: el diagnóstico de las necesidades, el diseño de la capacitación, la ejecución de la capacitación y la evaluación de resultados.

Definición de dimensión: Diagnóstico de las necesidades

Chiavenato (2009, p. 378) define que la necesidad de capacitación es una falta en la preparación profesional de las personas. Es la diferencia entre lo que uno sabe y hace y lo que realmente sabe y hace. Significan una discrepancia entre lo que debería ser y lo que realmente es.

Definición de dimensión: Diseño de la capacitación

Chiavenato (2009, p. 379) señala que está relacionado con la planificación de las actividades de capacitación y debe tener una finalidad específica. Esto significa que una vez que sus necesidades de capacitación hayan sido diagnosticadas y asignadas a la brecha entre las habilidades disponibles y requeridas, debe considerarse como un programa integral y consistente que puede satisfacer esas necesidades.

Definición de dimensión: Ejecución de la capacitación

Chiavenato (2009, p. 381) determina que la gestión, implementación y ejecución del programa son la tercera fase del proceso. La tecnología avanzada y está disponible para la capacitación. También hay una variedad de técnicas para transmitir la información que se necesita y desarrollar las habilidades que se requiere para su programa de capacitación.

Definición de dimensión: Evaluación de resultados

Chiavenato (2009, p. 388) analiza que lo principal es evaluar si el programa de capacitación responde a las necesidades diseñadas. La capacitación es un costo de inversión que incluye el material, el tiempo del instructor y la pérdida de producción mientras un individuo se capacita y no realiza sus funciones, por lo que es imperativo que haya un retorno razonable de esa inversión.

Definición de Variable Dependiente: Oportunidad de negocio

Según, Weinberger (2009, p. 24) define que las oportunidades de negocio no surgen sólo de los buenos inventos y desarrollos tecnológicos. Incluso en los países desarrollados, la mayoría de las nuevas empresas están encontrando oportunidades comerciales en pequeñas innovaciones, cambios en los procesos tradicionales, cambios en los productos o servicios existentes y dirigiendo las actividades de marketing a segmentos del mercado que antes se habían descuidado.

Asimismo, Baron (2006) citado por García y García (2008) explica que el reconocimiento de oportunidades de negocio se define como el proceso cognitivo mediante el cual una persona llega a una conclusión al identificar una oportunidad (p. 111)

Lumpkin (2004) y Ardichvili (2003) considera que el proceso de oportunidades negocio comprende: percepción, descubrimiento, creación y evaluación.

Definición de dimensión: Percepción

Fletcher (2006) citado por García y García (2008) define que la percepción es el reconocimiento de un individuo de la existencia de necesidades de mercado insatisfechas o recursos infrautilizados que podrían asignarse de manera más eficiente. Estas oportunidades pueden ser reconocidas por algunas personas sensibles y alertas a ellas (p. 112)

Definición de dimensión: Descubrimiento

Lumpkin (2005) citado por García y García (2008) menciona que el descubrimiento es la etapa donde el individuo analiza la oferta actual, en términos de recursos, productos/servicios, mercados, en busca de nuevos ajustes que se puedan realizar de manera más eficiente y/o que den valor agregado en el mercado. Por lo tanto, esta es la etapa del proceso de ideación, durante la cual pueden surgir nuevas combinaciones (p. 112).

Definición de dimensión: Creación

Ardichvili (2003) citado por García y García (2008) señala que esta última solución implica la recombinación de recursos con el objetivo de crear valor más allá de lo que está disponible y puede ir desde una ligera reestructuración de la oferta actual hasta una innovación radical (p. 112)

Definición de dimensión: Evaluación

Corbett (2005) citado por García y García (2008) analiza que la evaluación debe realizarse en cada etapa del reconocimiento de oportunidades y esta evaluación puede ser de naturaleza

formal o informal. En la evaluación informal, el emprendedor discute con quienes lo rodean para tratar de determinar si vale la pena aprovechar la oportunidad de negocio (p. 112).

Justificación

Justificación teórica

La presente investigación tiene como finalidad explicar por qué el programa de capacitación en emprendimiento es un elemento importante dentro de cualquier empresa y resulta un elemento clave en las oportunidades de negocio. Este estudio tiene relevancia social, dado que los resultados se pueden utilizar de dos formas: (a) por parte de los microempresarios, para generar nuevos negocios, lo que se traduciría en una generación de fuentes de empleo; y (b) para el país generaría un aporte importante en cuanto a la competencia de diversos sectores en el mercado nacional o internacional mejorando e innovando los productos.

Justificación práctica

Esta investigación es de gran importancia por cuanto, el programa de capacitación en emprendimiento sea útil para el microempresario que amplíe su negocio generando mejores resultados en la productividad y en la rentabilidad, logrando con ello que el microempresario sea cada vez más emprendedor por excelencia, y genere nuevos productos para competir con el mercado nacional y desarrollarse mejor en su sector que pertenezca.

1.2. Formulación del problema

Problema general:

¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?

Problemas específicos:

- ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?
- ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?
- ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?
- ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?

1.3. Objetivos

Objetivo General

Determinar de qué manera el programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
- Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

- Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
- Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

1.4. Hipótesis

Hipótesis general

El programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis específicas

- El programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
- El programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
- El programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
- El programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Enfoque de investigación

La investigación según su enfoque es cuantitativa, ya que usaremos la recolección de datos con el propósito de probar la efectividad del programa.

Según, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 4)) define que el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar la hipótesis basado en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin implantar pautas de comportamiento y probar teorías.

Diseño de investigación

La investigación es de diseño pre-experimental, este consiste en aplicar un estímulo o tratamiento experimental, para luego administrar el tratamiento, antes de ello aplicar la prueba y medición posterior.

Como afirma, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 141), el diseño no resulta conveniente para fines científicos, porque no hay manipulación de la variable independiente ni grupo de control o comparación, además varias fuentes de invalidación pueden actuar, por ejemplo, la historia.

Alcance de investigación

La investigación es de alcance explicativa, porque mediremos la causa y efecto del programa de capacitación en emprendimiento y explicar la variación de cierto conocimiento.

Como señala, Tacillo (2016, p. 91) la investigación explicativa se caracteriza por conocer las razones de un hecho, en una interacción de causa y efecto. Trata de explicarse un fenómeno o hecho por sus razones o principios. Este grado es el más profundo, intensivo y agudo. Podría ser empírico si se manipula la variable libre, o explicativa por los hechos que han pasado, o una vez que se da en el instante de la investigación.

Población y muestra

La muestra utilizada es de tipo censal puesto que todas las unidades de la población fueron utilizadas como muestra, esto debido a que la población es menor a 50.

Según, Hernández et al., (2014, p. 172) señala que no constantemente, sin embargo en la mayoría de las situaciones sí realizamos el análisis en una muestra. Sólo una vez que deseamos realizar un censo debemos integrar todos los casos (personas, animales, plantas, objetos) del mundo o la población.

Tabla 1
Población y Muestra

Total de Microempresarios	Total de Muestra
30	30

Fuente: Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru km. 11, Comas

Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnica

La técnica que se usó para esta investigación fue la encuesta, que fue a tomada por un total de 30 de microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru km. 11 en Comas.

Según, López y Fachelli (2015, p. 8) indica en la investigación, la encuesta se estima en primer lugar como una técnica de recogida de datos que se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la manera protocolaria de hacer las cuestiones (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra amplia.

Instrumento

El instrumento utilizado en la recolección de datos fue el cuestionario, a través de 20 preguntas de la variable Oportunidades de Negocio conformado por: 4 preguntas de la dimensión Percepción, 6 preguntas de la dimensión Descubrimiento, 6 preguntas de la dimensión

Creación y 4 preguntas de la dimensión Evaluación, con alternativas mediante una escala de Likert como se muestra a continuación.

Tabla 2
Escala de tipo Likert

S	Siempre	5
CS	Casi Siempre	4
AV	Algunas Veces	3
CN	Casi Nunca	2
N	Nunca	1

Fuente: Elaboración propia, basada en Hernández et al., (2014)

Validación del instrumento:

Validez

La validez del contenido del cuestionario se estableció a través del juicio de expertos, la aceptación de la validez de los ítems permitió que se procediera a la aplicación del cuestionario.

Los valores hallados de acuerdo con las orientaciones e instructivo para la validación por criterio de jueces se muestran en la tabla adjunta.

Tabla 3
Validación del cuestionario sobre oportunidades de negocio

Expertos	Nombres	Apreciación
1	Acevedo Carrillo, Mauricio	Aplicable
2	Chocobar Reyes, Emilio José	Aplicable
3	Tarmeño Bernuy, Luis Edgar	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

Para la confiabilidad del instrumento de investigación, fue analizada a través del método estadístico alfa de Cronbach cuyo niveles de cálculo son los siguientes:

Tabla 4
Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Fuente: Elaboración propia, basada en Hernández et al., (2006)

Estas tablas permitieron ubicar los resultados en el rango que correspondió de acuerdo con el alfa de Cronbach.

Tabla 5
Niveles de confiabilidad del instrumento para el pretest

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,764	20

Fuente: Resultado de encuesta procesada con SPSS V25

Tabla 6
Niveles de confiabilidad del instrumento para la postest

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,936	20

Fuente: Resultado de encuesta procesada con SPSS V25

Se observa en la tabla que la confiabilidad de las 20 preguntas del instrumento de oportunidades de negocio es altamente confiable como consta en la tabla 6.

Para analizar datos:

Análisis Descriptivo

Permitirá evidenciar el comportamiento de la muestra en estudio, procediéndose a:

- Codificar y tabular los datos obtenidos del cuestionario.
- Organizar los datos en una base.
- Elaborar las tablas y figuras de acuerdo con el formato APA7, para presentar los resultados.
- Interpretar los resultados obtenidos.

Análisis estadístico

El análisis y tabulación de datos se realizó mediante los Software SPSS V25 y Excel para Windows10. Por ser un estudio de naturaleza pre-experimental en un solo grupo, el análisis se realizó mediante la prueba de Wilcoxon.

Procedimiento

Para el proceso de recolección de datos en la presente investigación se realizó a través de un cuestionario de 20 preguntas mediante la escala de Likert. También se solicitó la participación de los microempresarios para el programa de capacitación en emprendimiento, asimismo, el desarrollo del preprueba-posprueba del cuestionario para poder medir y recopilar la información en una base de datos, y posteriormente analizarla e interpretarla en tablas y gráficos considerando las dimensiones de la variable estudiada.

Aspectos Éticos

La información brindada en esta investigación fue extraída de fuentes y documentos, y procesada de manera honesta manteniendo la veracidad y originalidad sin alteraciones. Se mantuvo el respeto hacia los autores señalando referencias bibliográficas así como datos relevantes de cada publicación usando las normas APA. Se requirió la participación de terceras personas por lo que se realizó encuestas donde se mantuvo el respeto sin prejuizamiento y manteniendo los datos de cada participante en el anonimato para evitar conflicto de intereses. La aplicación de la encuesta se estableció a través de la validación a juicio de expertos y cada participante brindó aportes de manera voluntaria. Finalmente, la información se procesó mediante el software SPSS, sin alteraciones y con la finalidad de brindar un aporte de calidad. La información recaudada servirá para el desarrollo de la presente investigación y no para otros fines.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Análisis Descriptivo

De la Variable Oportunidades de Negocio

Tabla 7

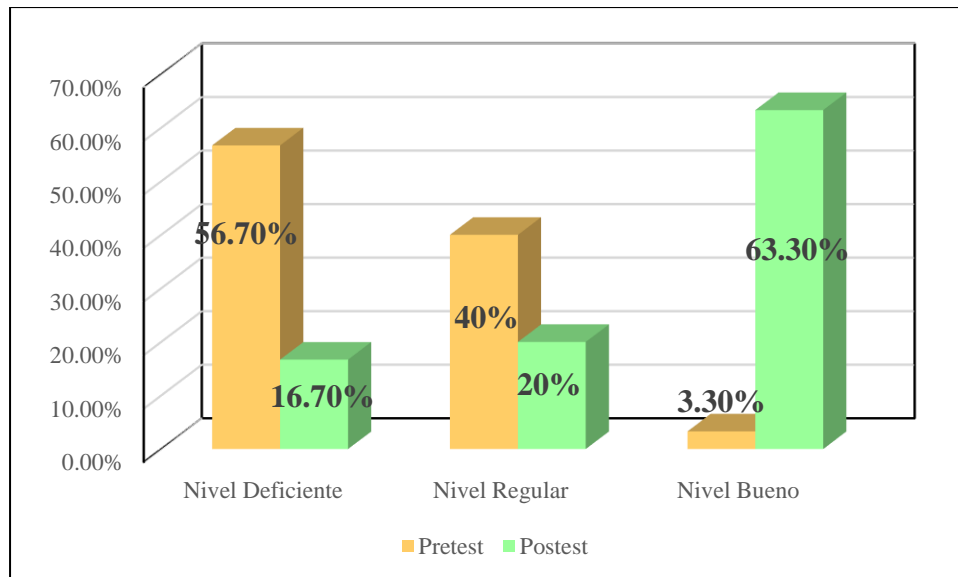
Niveles de la variable oportunidades de negocio

Nivel	Pretest		Postest	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Deficiente	17	56,7	5	16,7
Regular	12	40,0	6	20,0
Buena	1	3,3	19	63,3
Total	30	100,0	30	100,0

Fuente: Resultado de encuesta procesada con SPSS V25

Figura 1

Niveles de oportunidades de negocio



Interpretación

Se observa en los resultados de la figura 1 en la fase de pretest prima el nivel deficiente de las oportunidades de negocio. En cambio, en la fase de postest, se evidencia diferencias significativas en los niveles destacando, del nivel bueno con el 63,3% frente al nivel bueno de pretest con el 3,3%. Asimismo, el nivel regular alcanzó el 20,0% frente al pretest que tiene el 40%. Finalmente, en el nivel deficiente se logró el 16,7% frente al pretest que alcanzó el 56,7%.

Estos resultados demostraron que el programa fue muy efectivo para los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Análisis Inferencial

Prueba de Normalidad

Tabla 8

Prueba de normalidad de la diferencia de oportunidades de negocio (pretest-postest)

Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.
Diferencia	,825	30	,000

Fuente: Resultado de encuesta procesada con SPSS V25

Interpretación

Como el tamaño de la muestra es de 30 se toma la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk cuyo el $p_valor = 0,000 < 0,05$ entonces la distribución de datos es no normal, por lo tanto se usará una prueba estadística No Paramétricas.

Prueba de Wilcoxon

Hipótesis general estadístico:

Hipótesis Nula (H0): El programa de capacitación en emprendimiento no influye en la generación de oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis Alternativa (HA): El programa de capacitación en emprendimiento influye en la generación de oportunidades de negocio en los microempresarios del distrito de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis específica 1 estadístico:

Hipótesis Nula (H0): El programa de capacitación en emprendimiento no influye en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis Alternativa (HA): El programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis específica 2 estadístico:

Hipótesis Nula (H0): El programa de capacitación en emprendimiento no influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis Alternativa (HA): El programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis específica 3 estadístico:

Hipótesis Nula (H0): El programa de capacitación en emprendimiento no influye en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis Alternativa (HA): El programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis específica 4 estadístico:

Hipótesis Nula (H0): El programa de capacitación en emprendimiento no influye en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Hipótesis Alternativa (HA): El programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Tabla 9

Rangos estadísticos de Wilcoxon para oportunidades de negocio y dimensiones

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Oportunidades de negocio - Oportunidades de negocio	Rangos negativos	0 ^a	,00	,00
	Rangos positivos	30 ^b	15,50	465,00
	Empates	0 ^c		
	Total	30		
Percepción - Percepción	Rangos negativos	0 ^d	,00	,00
	Rangos positivos	29 ^e	15,00	435,00
	Empates	1 ^f		
	Total	30		
Descubrimiento - Descubrimiento	Rangos negativos	0 ^g	,00	,00
	Rangos positivos	28 ^h	14,50	406,00
	Empates	2 ⁱ		
	Total	30		
Creación - Creación	Rangos negativos	0 ^j	,00	,00
	Rangos positivos	26 ^k	13,50	351,00
	Empates	4 ^l		
	Total	30		
Evaluación - Evaluación	Rangos negativos	0 ^m	,00	,00
	Rangos positivos	24 ⁿ	12,50	300,00
	Empates	6 ^o		
	Total	30		

Fuente: Resultado de encuesta procesada con SPSS V25

- a. Oportunidades de negocio (A) < Oportunidades de negocio (D)
- a. Oportunidades de negocio (A) > Oportunidades de negocio (D)
- b. Oportunidades de negocio (A) = Oportunidades de negocio (D)
- c. Percepción (A) < Percepción (D)
- d. Percepción (A) > Percepción (D)
- e. Percepción (A) = Percepción (D)
- f. Descubrimiento (A) < Descubrimiento (D)
- g. Descubrimiento (A) > Descubrimiento (D)
- h. Descubrimiento (A) = Descubrimiento (D)
- i. Creación (A) < Creación (D)
- j. Creación (A) > Creación (D)
- k. Creación (A) = Creación (D)
- l. Evaluación (A) < Evaluación (D)
- m. Evaluación (A) > Evaluación (D)
- n. Evaluación (A) = Evaluación (D)

Tabla 10

Estadísticos de contraste de Wilcoxon para oportunidades de negocio y dimensiones

	Oportunidades de negocio - Oportunidades de negocio	Percepción - Percepción	Descubrimiento - Descubrimiento	Creación - Creación	Evaluación - Evaluación
Z	-4,784 ^a	-4,712 ^a	-4,628 ^a	-4,464 ^a	-4,301 ^a
Sig. Asintót (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000

Fuente: Resultado de encuesta procesada con SPSS V25

a. Basado en los rangos negativos.

Interpretación

Se observa que el $p_valor = 0.000 < 0,05$ entonces se puede decir que existen diferencias entre el porcentaje de incidencias inicial y final, en otras palabras hay un incremento significativo del promedio de las oportunidades de negocio y sus dimensiones: percepción, descubrimiento, creación y evaluación. En conclusión, con un nivel de confianza del 95% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

Según los hallazgos encontrados en la investigación se demostró el objetivo general que era, determinar de qué manera el programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019 y se reafirma con lo que mencionó Huanca y Loayza (2017) en su investigación “La capacitación empresarial y el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho - Apurímac” y esto corrobora con Baron (2006) citado por García y García (2008) explica que el reconocimiento de oportunidades de negocio se define como el proceso cognitivo mediante el cual una persona llega a una conclusión al identificar una oportunidad.

Según los resultados del objetivo específico 1 sobre determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019, se reafirma lo indicado por Aguilar (2018) en la tesis denominada “Análisis de la capacidad de emprendimiento de los talleres de costuras, dedicados a arreglo y confección de ropa en la ciudadela El Recreo del Cantón Duran”. Esto se corrobora con lo mencionado por Fletcher (2006) citado por García y García (2008) quien define que la percepción es el reconocimiento de un individuo de la existencia de necesidades de mercado insatisfechas o recursos infrutilizados que podrían asignarse de manera más eficiente.

Según los resultados del objetivo específico 2 sobre determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019, el cual se reafirma con lo indicado por Chiriboga (2020) en la tesis que lleva por título “Estudio del marketing estratégico para el emprendimiento: El caso de estudio de la

zona rural de Manta en Ecuador”. Asimismo, esto se corrobora con lo indicado por Lumpkin (2005) citado por García y García (2008) quien menciona, que el descubrimiento es la etapa donde el individuo analiza la oferta actual, en términos de recursos, productos/servicios, mercados, en busca de nuevos ajustes que se puedan realizar de manera más eficiente y/o que den valor agregado.

Según los resultados del objetivo específico 3 sobre determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019, donde se cumple lo indicado por Pita (2018) en su tesis “Creación de una empresa de formación y capacitación para jóvenes emprendedores, Cantón Santa Elena, provincia Santa Elena de Ecuador”. Esto se corrobora con Ardichvili (2003) citado por García y García (2008) señala que esta última solución implica la recombinación de recursos con el objetivo de crear valor más allá de lo que está disponible y puede ir desde una ligera reestructuración de la oferta actual.

Según los resultados del objetivo específico 4 sobre determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019, y se reafirma con lo mencionado por Lucio (2017) en su tesis denominada “Análisis sobre el conocimiento y acción del emprendimiento de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la universidad Central del Ecuador”. Esto se corroboró con Corbett (2005) citado por García y García (2008) quien analiza que la evaluación debe realizarse en cada etapa del reconocimiento de oportunidades y esta evaluación puede ser de naturaleza formal o informal.

Conclusiones

De los resultados estadísticos obtenidos de la Prueba de Wilcoxon para la variable oportunidades de negocio se demuestra la hipótesis general, y se concluyó que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019 hallando con un valor calculado para $p_valor = 0.000 < 0,05$. Esto niega la hipótesis nula y confirma la hipótesis de investigación y el objetivo general del estudio.

De los resultados estadísticos obtenidos de la Prueba de Wilcoxon para la dimensión percepción se demuestra la hipótesis específica 1 y se concluyó que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en la percepción en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019 hallando con un valor calculado para $p_valor = 0.000 < 0,05$. Esto niega la hipótesis nula y confirma la hipótesis de investigación y el objetivo general del estudio.

De los resultados estadísticos obtenidos de la Prueba de Wilcoxon para la dimensión descubrimiento se demuestra la hipótesis específica 2 y se concluyó que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en la descubrimiento en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019 hallando con un valor calculado para $p_valor = 0.000 < 0,05$. Esto niega la hipótesis nula y confirma la hipótesis de investigación y el objetivo general del estudio.

De los resultados estadísticos obtenidos de la Prueba de Wilcoxon para la dimensión creación se demuestra la hipótesis específica 3 y se concluyó que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en la creación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019 hallando con un valor calculado para $p_valor = 0.000 < 0,05$. Esto niega la hipótesis nula y confirma la hipótesis de investigación y el objetivo general del estudio.

De los resultados estadísticos obtenidos de la Prueba de Wilcoxon para la dimensión evaluación se demuestra la hipótesis específica 4 y se concluyó que el programa de capacitación en emprendimiento influyó en la evaluación en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes del Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019 hallando con un valor calculado para $p_valor = 0.000 < 0,05$. Esto niega la hipótesis nula y confirma la hipótesis de investigación y el objetivo general del estudio.

REFERENCIAS

- Aguilar, J. (2018). *Análisis de la capacidad de emprendimiento de los talleres de costuras, dedicados a arreglo y confección de ropa en la ciudadela El Recreo Del Cantón Duran* (Tesis de Licenciatura). Universidad De Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/29279>
- Bances, V. (2018). *Emprendimiento empresarial juvenil en el Perú*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Piura, Piura. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1717>
- Castillo, J y Medina, I. (2019). *El emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector La Libertad, Comas, 2019* (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/49931>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. McGraw-Hill Interamericana Editores. <https://jgestiondeltalentohumano.files.wordpress.com/2013/11/gestion-del-talento-humano-idalberto-chiavenato-3th.pdf>
- Chiriboga, F. (2020). *Estudio del marketing estratégico para el emprendimiento: El caso de estudio de la zona rural de Manta en Ecuador*. (Tesis de Doctorado). Universidad de Cádiz, Andalucía, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=286841>
- Davalos, F. (2018). *Planificación administrativa de un emprendimiento deportivo: Complejo de fútbol en la Autopista Circunvalación Oeste de Salta (Barrio praderas) en el año 2017* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Salta, Salta, Argentina. <http://bibliotecavirtualoducal.uc.cl:8081/handle/123456789/1424063>
- Franco, J. y Castro, N. (2011). *Capacitación en emprendimiento empresarial para el fomento de la creación y el mejoramiento de pequeños negocios en el barrio Quintas de Santana del municipio de Soacha* (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1212&context=contaduria_publica
- García, A. Y García, M. (2008) Proceso de reconocimiento de la oportunidad. *Reconocimiento de la oportunidad y emprendeduría de base tecnológica: Un modelo dinámico*, Vol. 14 (No 2) <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120248006.pdf>
- Hernández, R. y Fernández, C. y Baptista, M. (2014) *Metodología de la investigación*, Sexta Edición. McGraw-Hill Interamericana Editores. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Huanca, F. y Loayza, H. (2017). *La capacitación empresarial y el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho – Apurímac* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay. <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/629>
- Huaraca, E. (2018). *Emprendimiento y capacitación empresarial en la Asociación de comerciantes Propietarios Importadores de los 5 Continentes, LIMA - 2018* (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63469>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Creative Commons. <https://ddd.uab.cat/record/163567>
- Lucio, B. (2017). *Análisis sobre el conocimiento y acción del emprendimiento de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Universidad Central del Ecuador* (Tesis de Licenciatura). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/14237>
- Olórtegui, L. y Vizcarra G. (2020). *Emprendimiento en tiempos de crisis. La estrella del emprendimiento*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27985>
- Pita, M. (2018). *Creación de una empresa de formación y capacitación para jóvenes emprendedores, Cantón Santa Elena, Provincia Santa Elena, año 2018* (Tesis de Licenciatura). Universidad Estatal Península de Santa Elena, La libertad, Ecuador. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/5114>
- Sallago, C. (2019). *El emprendimiento juvenil y su relación con la competitividad empresarial en la provincia de Talara, año 2019* (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Piura. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59952>
- Salvador, L. (2018). *Nivel educativo y el emprendimiento empresarial en centro de abastos Lima Norte, 2017* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Lima. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/15268>
- Tacillo, E. (2016). *Metodología de la investigación científica*. Universidad Jaime Bausate y Meza. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/36>
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Nathan Associates Inc. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf

ANEXOS

ANEXO N° 1.

Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA TESIS: “PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN EMPENDIMIENTO Y LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LOS MICROEMPRESARIOS DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES CAMPO FERIAL TÚPAC AMARU KM. 11-COMAS, 2019”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1: Programa de capacitación en emprendimiento	Población
¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?	Determinar de qué manera el programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	El programa de capacitación en emprendimiento influye en las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	Dimensiones: * Diagnóstico de las necesidades * Diseño de la capacitación * Ejecución de la capacitación * Evaluación de resultados	30 microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable 2: Oportunidad de negocio	Muestra
* ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?	* Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	* El programa de capacitación en emprendimiento influye en la percepción en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	Dimensiones: * Percepción * Descubrimiento * Creación * Evaluación	30 microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.
* ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?	* Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	* El programa de capacitación en emprendimiento influye en el descubrimiento en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.		
* ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?	* Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	* El programa de capacitación en emprendimiento influye en la creación en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.		
* ¿De qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019?	* Determinar de qué manera un programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.	* El programa de capacitación en emprendimiento influye en la evaluación en los microempresarios de la Asoc. De Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.		
				Técnicas e Instrumentos
				* Técnica: Encuesta * Instrumento: Cuestionario (Escala de Likert) Se realizó 20 preguntas sobre oportunidades de negocio.
				Enfoque: Cuantitativo
				* Tipo: Aplicada * Diseño: Pre-experimental * Alcance: Explicativo
				Estadística
				* Confiabilidad del instrumento: Alpha de Cronbach * Estadística Descriptiva: Distribución de frecuencias * Estadística Inferencial: Prueba de Normalidad Prueba de Wilcoxon

ANEXO N° 2.

Matriz de Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Programa de capacitación en emprendimiento	Según Chiavenato (2009) afirma que aumentar la productividad del talento y prepararse para contribuir al logro de los objetivos de una organización es el proceso del programa de capacitación. La finalidad de la capacitación es influir en el comportamiento de las personas para aumentar la productividad en el lugar de trabajo. (p.371)	Diagnóstico de las necesidades	Objetivos de la organización Competencias necesarias Problemas de producción Problemas del personal		
		Diseño de la capacitación	Métodos de capacitación Temas de capacitación Objetivos de capacitación		
		Ejecución de la capacitación	En razón del uso En razón del tiempo (época) En razón del local		
		Evaluación de resultados	Monitoreo de procesos Evaluación y medición de resultados Análisis de costo y beneficio		Escala de Likert 5:
Oportunidad de negocio	Según Weinberger (2013) define que las oportunidades de negocios no sólo se encuentran con grandes invenciones o desarrollo de tecnología. La gran mayoría de empresas nuevas, inclusive en países desarrollados, descubren oportunidades de negocios en pequeñas innovaciones tecnológicas, en cambios en procesos convencionales, en modificaciones a productos o servicios ya existentes, en la orientación de los esfuerzos de marketing a segmentos de mercado tradicionalmente desatendidos. (p.265)	Percepción	Identifica la necesidad	1	Siempre
			Identifica el producto o servicio	2	4: Casi siempre
			Identifica la inversión	3	3: A veces
			Identifica el financiamiento	4	2: Casi nunca
		Descubrimiento	Descubre el mercado establecido	5	1: Nunca
			Descubre materia prima disponible Descubrimiento de oferta y demanda Descubrimiento de clientes potenciales	6 7, 8 9, 10	
Creación	Crear producto o servicios que satisfacen la necesidad.	11			
	Utilizar los recursos apropiados Presenta productos o servicios innovadores Utiliza la tecnología	12 13, 14 15, 16			
Evaluación			Diálogo con las personas sobre el producto o servicio	17	
			Analiza la oportunidad	18	
			Estudio de mercado	19	
			Analiza la calidad del producto o servicio.	20	

ANEXO N° 3.
Cuestionario

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

TESIS

El Programa de Capacitación en Emprendimiento y las Oportunidades de Negocio en los Microempresarios de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019.

Cuestionario dirigido a: Los Microempresarios de la Asoc. de Com. Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas.

Objetivo: Recoger información sobre el emprendimiento y las oportunidades de negocio en los microempresarios de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru Km. 11 – Comas, 2019

Indicaciones: Estimado(a) conteste las siguientes preguntas con mucha sinceridad lo que percibes en tu negocio donde laboras, puedes marcar con un aspa (x) la respuesta de acuerdo a las siguientes opciones:

S	Siempre	5
CS	Casi Siempre	4
AV	Algunas Veces	3
CN	Casi Nunca	2
N	Nunca	1

Oportunidades de Negocio	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Percepción	1	2	3	4	5
1. ¿Usted identifica las necesidades que el cliente busca en el mercado?					
2. ¿Usted identifica el producto que prefiere el cliente y su presencia en el mercado es escaso?					
3. ¿Usted considera que invertir en un negocio sería rentable?					
4. ¿Considera usted conocer que un producto requiere financiamiento para su producción o comercialización?					
Dimensión 2: Descubrimiento	1	2	3	4	5
5. ¿Usted conoce el mercado establecido para colocar su producto?					
6. ¿Usted conoce la materia prima disponible que sirva como insumo para producir su producto?					
7. ¿Usted considera que su producto tendrá una demanda favorable?					
8. ¿Usted conoce que ofertando a precio justo su producto ganará el mercado?					
9. ¿Usted conoce los posibles clientes potenciales que comprarán su producto?					
10. ¿Usted conoce que los clientes potenciales se convertirán en fieles clientes?					

Dimensión 3: Creación	1	2	3	4	5
11. ¿Usted produce o comercializa productos que satisfacen la necesidad del cliente?					
12. ¿Usted utiliza los recursos apropiados para fabricar los productos que los clientes requieren?					
13. ¿Usted brinda servicio de calidad a los clientes que garantice la venta del producto?					
14. ¿Usted piensa utilizar productos innovadoras que satisface la necesidad del cliente?					
15. ¿Usted piensa utilizar tecnología de punta para fabricar el producto?					
16. ¿Usted considera que con el uso de la tecnología apropiada el producto será de calidad?					
Dimensión 4: Evaluación	1	2	3	4	5
17. ¿Usted aplica una encuesta para saber la necesidad del cliente?					
18. ¿Usted considera que analizar la oportunidad es importante antes de fabricar o comercializar el producto?					
19. ¿Usted realizó el estudio de mercado antes de producir o comercializar su producto?					
20. ¿Usted piensa producir productos de acuerdo a los estándares de calidad?					

Gracias por su colaboración...

ANEXO N° 4.

Confiabilidad del instrumento pretest

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,764	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
GA1	40,37	63,137	-,072	,777
GA2	39,90	63,748	-,124	,779
GA3	40,03	57,413	,378	,751
GA4	40,40	56,455	,421	,748
GA5	40,23	60,530	,191	,762
GA6	40,37	54,171	,655	,733
GA7	40,13	60,740	,067	,774
GA8	40,13	61,706	,033	,773
GA9	40,30	54,769	,512	,741
GA10	39,97	54,033	,617	,734
GA11	40,20	56,028	,343	,754
GA12	40,43	52,806	,569	,734
GA13	40,20	53,200	,623	,732
GA14	40,23	54,806	,638	,736
GA15	40,03	55,137	,511	,742
GA16	40,10	55,955	,518	,743
GA17	39,90	63,197	-,079	,779
GA18	40,03	60,171	,047	,784
GA19	40,23	55,220	,372	,751
GA20	40,50	55,086	,419	,747

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO N° 5.

Confiabilidad del instrumento postest

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics interface. The main window displays the 'Estadísticas de fiabilidad' (Reliability Statistics) for a scale named 'Fiabilidad'. The Cronbach's Alpha is .936 and the number of items is 20. Below this, the 'Estadísticas de total de elemento' (Total Item Statistics) table provides detailed data for each item (GD1 to GD20), including the mean score, variance, total correlation, and the Cronbach's Alpha if the item were removed.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	20

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
GD1	74,57	293,013	,125	,939
GD2	74,90	274,438	,647	,933
GD3	74,50	272,534	,596	,933
GD4	74,70	265,252	,672	,932
GD5	74,53	270,189	,600	,933
GD6	74,63	263,551	,779	,930
GD7	74,47	270,395	,709	,932
GD8	74,57	267,082	,789	,930
GD9	74,57	275,220	,614	,933
GD10	74,70	272,217	,544	,934
GD11	74,60	270,455	,509	,935
GD12	75,27	265,513	,492	,937
GD13	74,17	262,489	,823	,929
GD14	74,67	252,092	,868	,928
GD15	74,80	263,890	,772	,930
GD16	74,63	272,930	,425	,937
GD17	75,33	280,989	,342	,938
GD18	74,23	266,599	,757	,931
GD19	75,13	253,706	,740	,931
GD20	74,43	259,013	,886	,928

ANEXO N° 6.

Validación del Instrumento de la Variable 2: Oportunidades de negocio
Ficha Validada por el Dr Adm. Mauricio Acevedo Carrillo

ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: ACEVEDO CARRILLO, MAURICIO

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magíster () Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE


FECHA: 13/05/19

TITULO DE LA INVESTIGACION

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

Sugerencias: Aplicación Inmediata

Firma del Experto: 
Nombres y Apellidos: Mauricio Acevedo Carrillo

Ficha Validada por el Mg Adm. Emilio José Chocobar Reyes

ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Chocobar Reyes, Emilio José

TITULO Y GRADO

Ph.D () Doctor () Magíster () Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: UP NORTE

FECHA: 13/05/2019

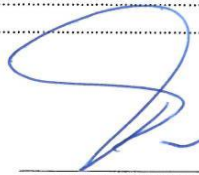
TITULO DE LA INVESTIGACION

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TOTAL				

Sugerencias:

Firma del Experto:



Nombres y Apellidos

Emilio José Chocobar Reyes.

Ficha Validada por el Mg Adm. Luis Edgar Tarmeño Bernuy

ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: TARMEÑO BERNUY Luis

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magíster () Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: UPN

FECHA: 13-05-2015

TITULO DE LA INVESTIGACION

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TOTAL				

Sugerencias: Aplicar.

Firma del Experto:


Nombres y Apellidos

ANEXO N° 7.

Carta de Presentación



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Comas, 17 de mayo de 2019

SOLICITO: AUTORIZACIÓN PARA
REALIZAR EL TEMA DE CAPACITACIÓN
DE EMPRENDIMIENTO

Señor: ALEJANDRO SOTELO GONZALES

Presidente del Consejo Directivo de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru km 11 Comas – ACCAFTA – Inscrita en la Partida N° 01927396 del Registro de Personas Jurídica de la SUNARP.

PRESENTE.-

De mi mayor consideración:

Yo, ITALO FABRISIO ESTEBAN PACHECO, alumno de la Facultad de Administración de la Universidad Privada del Norte, identificado con DNI 47045350.

Es grato dirigirme a usted con mis cordiales saludos, a la vez sirva el presente para solicitarle la posibilidad de capacitar a los Microempresarios de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru – ACCAFTA, mediante un “PROGRAMA CAPACITACIÓN DE EMPRENDIMIENTO QUE LE SERVIRÍA PARA LA GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO” dentro de su rubro, proponiendo como **día domingo 26 de Mayo del presente año**, a horas 11:00 a.m con 4 temas didácticos, este programa es gratuito y con el apoyo de mibanco - banco de la microempresa s.a. que se encargaría de dar los recursos necesarios para dar inicio a esta capacitación. Ya que es uno de los requisitos para optar mi grado de Bachiller de la Facultad de Administración de la Universidad Privada del Norte.

Sin otro en particular y en espera que mi solicitud sea aceptada, aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal al Presidente del Consejo de ACCAFTA.

Atentamente,

Italo Fabrisio Esteban Pacheco
Alumno de la Facultad de
Administración – UPN



ANEXO N° 8.

Carta de Autorización de uso de Información



Formato 4

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA
PARA OBTENCIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL**

Yo Alejandro Sotelo Gonzalez
(Nombre del representante del área de la empresa)
identificado con DNI N° 15698649 en mi calidad de Presidente
(Nombre del puesto del representante del área de la empresa)
del área de Consejo Directivo
(Nombre del área de la empresa)
de la empresa/institución Asociación de comerciantes
(Nombre de la empresa)
Campo Ferial Tupac Amaru Km-11 Comas.
con R.U.C N° 20207188621 ubicada en la ciudad de Av. Tupac Amaru # 595 Km 8 1/2 Comas.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Italo Fabrisio Esteban Pacheco
(Nombre completo del bachiller)
identificado con DNI N° 47045350 bachiller en la carrera de Administración
(Nombre de la carrera profesional)
para que utilice la información del área de Consejo Directivo
(Nombre completo del área) de esta empresa/institución;
con la finalidad de que pueda desarrollar su Tesis () o Trabajo de Suficiencia Profesional () y de esta manera optar al Título Profesional.

18 de Mayo del 2019

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

() **Sólo Para Modalidad Suficiencia Profesional:** Adjunta Vigencia Poder Del Representante Legal de la Empresa con vigencia no menor a 90 días.



Alejandro Sotelo Gonzalez
PRESIDENTE
CONSEJO DIRECTIVO (ACCAFTA)

Firma del Representante de la Empresa
DNI: 15698649

El Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Bachiller será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; y asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Italo
Firma del Bachiller
DNI: 47045350

ANEXO N° 9.

Credenciales del Consejo Directivo

**ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES CAMPO FERIAL
TÚPAC AMARU KM. 11 –COMAS**

Ubicado en la Av. Túpac Amaru #595 KM-8.5 Urb. Huaquillay, distrito de Comas,
Provincia Y Departamento de Lima

Inscrita en La Ficha de Personas Jurídica N° 15813 en los Registros Públicos de
Lima y Callao,

CREDECIAL

El Comité Electoral de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru KM.11 - Comas, otorga el presente **CREDECIAL** al Consejo Directivo periodo 2017-2019, elegidos en la Asamblea General Extraordinaria del día 08 de noviembre del 2017.

PRESIDENTE. ALEJANDRO SOTELO GONZALES DNI 15698649

VICE. PRESIDENTE. MODESTO URBINA RUIZ DNI 07164202

SECRETARIA DE ACTAS Y ARCHIVOS. EUGENIA SABENA LUCIANO TINEO DNI 09029402

SECRETARIO DE ECONOMIA. SEBASTIAN MAURO BRUNO CARLOS DNI 06944329

1^{ER} VOCAL JOSE ALEJANDRO ACEBEDO GUTIERREZ DNI 06876598

2^{DO} VOCAL. CACILDA EPIFANIA GIRON GORDILLO DE BRAVO DNI 06899087

SUPLENTE. CONSUELO GUEVARA CRUZADO DNI 09514194

Se expide el presente Credencial para los fines que cumpla con su función
dirigencial como representantes de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial
Túpac Amaru Km-11.

En señal de conformidad firman el Comité Electoral.

Comas, 09 de noviembre del 2017


.....
ARBILDO NOEL ARRASCUE DAVILA
DNI N° 09765661
PRESIDENTE COMITÉ ELECTORAL


.....
BRENILDA JARA HERNANDEZ
DNI N° 09749971
TESORERA COMITÉ ELECTORAL


.....
EUGENIA GUSPE LAPIN QUINO
DNI N° 0683
SECRETARIA COMITÉ ELECTORAL

ANEXO N° 10.

Constancia de la Capacitación

ASOC. DE COM. CAMPO FERIAL "TUPAC AMARU KM. 11"

Inscrita en la partida N° 01927396 del registro de personas jurídicas de la SUNARP

"El Primer Campo Ferial del Cono Norte"

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

CONSTANCIA

Que suscribe, Sr. Alejandro Sotelo Gonzales presidente de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru Km 11- Comas, inscrita en la partida 01927396. Expide Constancia de programa de capacitación de emprendimiento, al estudiante de la Facultad de Administración de la universidad PRIVADA DEL NORTE UPN.

ITALO FABRISIO ESTEBAN PACHECO

HACE CONSTAR:

Qué, ha participado como ponente del tema "RECONOCER OPORTUNIDADES DE NEGOCIO" a los asociados de la Asociación de Comerciantes Campo Ferial Túpac Amaru Km 11- Comas - ACCAFTA. Realizado el día 26 de mayo de 2019 a horas 10:30.a.m. Habiendo demostrado capacidad, eficiencia, puntualidad, responsabilidad y ética profesional.

Se expide la presente constancia, a solicitud del interesado para los fines que considere pertinente.

COMAS 28 DE MAYO DEL 2019.


ALEJANDRO SOTELO GONZALES
DNI N° 15698649

PRESIDENTE ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL
CAMPO FERIAL TÚPAC AMARU KM 11 COMAS



Mz. A Lt. 1 Jr. República del Perú # 163 - 169 con Psje Guyana S/N Urb. Huaquillay - Comas / Telf.: 535-8317

ROPA SPORT Y DE VESTIR - ZAPATOS - ARTÍCULOS DE CUERO EN GENERAL - ELECTRODOMÉSTICOS
JOYERÍA - PERFUMERÍA - LIBRERÍA - LOCERÍA - REGALOS - JUGUERIAS - FUENTES DE SODA - REFRIGERIOS

ANEXO N° 11.
Fotos de la Capacitación

