

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE **ADMINISTRACIÓN**

“CULTURA EMPRENDEDORA Y CRECIMIENTO
MICROEMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS
FAMILIARES CAJAMARQUINAS 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autor:

Elvira Rosalía Cabrera Cueva

Asesor:

Dr. Alex Miguel Hernández Torres
<https://orcid.org/0000-0002-5682-2500>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Cristhian Paúl Céspedes Ortiz	26732973
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Luis Enrique Céspedes Ortiz	26685956
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Sarai Nelly Saman Chingay	45650843
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Mi tesis lo dedico a Dios sin él no se podría alcanzar ningún propósito a mis padres por darme la vida por guiarme por el camino del bien y así mantenerme firme en lo que me propongo alcanzar, a mis amados hijos por estar conmigo en lo buenos y malos momentos de mi existencia, al amor de mi vida por su valioso tiempo por la constancia y perseverancia para cumplir mi propósito con ello ha sabido fomentar la paciencia con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ayudaron a salir adelante en momentos difíciles e insuperables.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ser maravilloso por darme fuerza y fe para creer lo que me parecía imposible lograr.

A mis Hijos, por hacerme ver la vida de una forma diferente y confiar en mis decisiones. Siempre serán mi motivo para poder lograr lo que me proponga por ellos y por mí. Incluso más que eso sacrifique el tiempo que les pertenecía por dedicarme a desarrollar este trabajo. Gracias, Erick, Rodrigo y Adrián.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
INDICE DE TABLAS	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad Problemática	10
1.2. Formulación del Problema	24
1.3. Objetivos	25
1.4. Hipótesis	25
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	47
REFERENCIAS	52
ANEXOS	54

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Muestra de titulares empresas familiares cajamarquinas, según el tipo de producción.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 2 Escala de valoración de los items.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 3 Análisis de fiabilidad para las variables.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 4 Tabla cruzada Cultura Emprendedora y Crecimiento de la Microempresa.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 5 Tabla cruzada Consideraciones de riesgo y Crecimiento de la empresa.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 6 Tabla cruzada Creatividad e innovación y Crecimiento de la Microempresa.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 7 Tabla cruzada Adaptabilidad al cambio y Crecimiento de la Microempresa.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 8 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable 1 y variable 2.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 9 Prueba de Kolmogorov - Smirnov para las variables consideraciones de riesgo y crecimiento.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 10 Prueba de Kolmogorov - Smirnov para las variables creatividad e innovación y el crecimiento empresarial.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 11 Prueba de Kolmogorov - Smirnov para las variables conocimiento microempresarial y la adaptabilidad al cambio.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 12 Análisis de correlación entre las variables de investigación.....</i>	<i>43</i>

Tabla 13 Análisis de correlación entre las variables Consideraciones de riesgo y

Crecimiento

microempresarial.....44

Tabla 14 Análisis de correlación entre las variables creatividad e innovación de la cultura

emprendedora y el crecimiento microempresarial.....44

Tabla 15 Análisis de correlación entre las variables adaptabilidad al cambio de la cultura

emprendedora y el crecimiento microempresarial.....45

RESUMEN

El presente informe de tesis denominado cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022, tiene por objetivo general determinar la relación entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022, como hipótesis general: Existe relación Directa y significativa entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022. Tiene como marco teórico y conceptual la cultura emprendedora y crecimiento microempresarial, tiene como población 70 titulares o representantes de las empresas familiares Cajamarquinas 2022. Y la muestra consiste en 20 empresas familiares cajamarquinas. Se utilizó el enfoque metodológico cuantitativo, el método científico y como método específico el inductivo deductivo con alcance descriptivo correlacional y diseño no experimental sin manipular variables, diseño de prueba/pos prueba con un solo grupo, siendo los principales resultados: Que existe relación lineal y una correlación moderada de 0,517 entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial en empresas familiares cajamarquinas manifestándose en las diferentes dimensiones presentadas en la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas.

PALABRAS CLAVES: *Cultura emprendedora, crecimiento empresarial familiar*

ABSTRACT

The current research work denominated Enterprising culture and microbusiness growth in Cajamarquinas family business 2022, it has as general objective to determine the relationship between enterprising culture and microbusiness growth in Cajamarquinas familiar business, such as general hypothesis: It exists direct and meaningful relationship between enterprising culture and microbusiness growth in Cajamarquinas family business 2022. It has as theoretical and conceptual framework the enterprising culture and microbusiness growth, it has such as population 70 holders or representatives of the Cajamarquinas family business 2022. And the model consists on 20 Cajamarquinas family business. It carried out the quantitative methodological approach, the scientific method and the inductive-deductive as specific method with correlated-descriptive scope and non-experimental design without manipulating variables, test design/post design with an only one group being the main results: it exists moderated linear and correlation relationship of 0,517 between the enterprising culture and microbusiness growth in Cajamarquinas family business manifesting in the different dimensions presented in the enterprising culture and microbusiness growth of the Cajamarquinas family business.

Key words: Culture, enterprising, growth, family business.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Las empresas familiares a nivel mundial son muy importantes para el crecimiento y desarrollo de un país ya que gracias a ellas la economía se impulsa y genera fuentes de trabajo, sin embargo de acuerdo a todas las investigaciones analizadas es evidente que no son sostenibles en el tiempo, es decir muy pocas sobreviven a la segunda y tercera generación, por consiguiente es importante que estas empresas desarrollen planes estratégicos como la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial y sepan separar la parte sentimental de lo profesional para obtener un adecuado crecimiento empresarial y poder seguir en un mercado que cada vez es más competitivo y exigente.

Las empresas familiares son importantes puesto que desde sus inicios son concebidas como proyectos de vida que deben ser trascendidos por múltiples generaciones, transformándose así en una gran opción de empleo a futuro y es así que Daliborka (2019), sostiene que estas empresas son el motor clave de la economía mundial debido a que un 80% de estudiantes obtienen empleo en estas empresas, mismas que a la vez aportan el 50% del PIB de los diferentes países y en España 2,8 millones son de tipo familiar generando empleos privados en un 75%.

Sin embargo, a criterio de Terreno, Sattler, & Pérez (2017), a pesar de su gran aporte a la economía mundial muchas de ellas no sobreviven a la segunda generación puesto que solo en un 30% son transferidas y en un 13% llegan a la tercera generación, y esto se debe a que cada integrante de la familia poseen sus propias creencias e ideales y no comparte una misma visión empresarial pero sobre todo caen en el error de no saber separar los problemas

familiares y emocionales de lo profesional y sus decisiones tiene un alto grado de poder afectivo y va más allá de la lógica y objetividad que la empresa requiere.

1.1.1. Antecedentes del Estudio

Se realizó una búsqueda de la información referida a cultura emprendedora y crecimiento de las microempresas, en las empresas familiares para nuestra investigación encontramos el trabajo de los investigadores siguientes:

Nivel Internacional.

López (2021), en su tesis Factores que inciden en la continuidad de las empresas familiares en el cantón Milagro. Tuvo como objetivo analizar los factores que influyen en la continuidad de las empresas familiares en el cantón Milagro. El marco metodológico se encuentra constituido por un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), alcance descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Como técnicas de recolección de datos se aplicaron encuestas y entrevistas. La diferenciación entre el patrimonio familiar y empresarial, el protocolo familiar, experiencia y la planificación de sucesión, son los elementos que, a pesar de incidir en la continuidad de empresas familiares, no son aplicados. la diferenciación entre el patrimonio familiar y empresarial, el protocolo familiar, experiencia y la planificación de sucesión, son los elementos que, a pesar de incidir en la continuidad de empresas familiares, no son aplicados.

Gimeno, Baulenas, & Coma (2019), en su tesis “La gestión de las empresas familiares en la segunda generación como factor determinante para el crecimiento y sostenibilidad en las empresas artesanales de calzado de la ciudad de Ambato” tuvo

como objetivo del proyecto el cual pertenece a la línea de investigación de productividad y competitividad empresarial se enfoca en analizar la gestión de las empresas familiares en la segunda generación como factor determinante para el crecimiento y sostenibilidad en las empresas artesanales de calzado del cantón Ambato, provincia de Tungurahua,. Los datos se obtuvieron mediante un enfoque de investigación cuantitativa, al realizar un muestreo por conveniencia, en donde 50 productores de calzado fueron analizados y estudiados a través de una encuesta compuesta por 20 preguntas cerradas, obteniendo como resultado un Alfa de Cronbach de 0,848 lo que significa que existe una excelente confiabilidad, determinando así que en su mayoría estas empresas no poseen modelos de gestión, y su mayor inconveniente para el crecimiento y sostenibilidad es la sucesión y falta de capacitación del recurso humano.

Santamaría (2019). En su tesis Gestión financiera como factor de crecimiento empresarial del sector ferretero de la provincia de Tungurahua ciudad Ambato tuvo como objetivo evaluar la influencia de la gestión financiera en el crecimiento empresarial del sector ferretero de la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato, el estudio está basado en un enfoque dual relacionado con los enfoques cuantitativo y cualitativo, debido a que esta relación estuvo basada en el análisis e interpretación de los datos, la investigación es de diseño no experimental, transversal o de corte transaccional, la encuesta como técnica y el instrumento es un cuestionario, y la población se define como todas las entidades de ferrería en la ciudad de Ambato, la muestra es 121 empresas ferreteras.

Se concluyó que el sector no aplicó procesos técnicos para llevar a cabo una correcta gestión financiera durante las actividades de desarrollo, ya que están basados en el conocimiento empírico, provocando que no hay crecimiento en este sector.

Nivel Nacional.

Bayona (2022), en su tesis la informalidad y el crecimiento empresarial de la micro y pequeña empresa en la industria metal mecánica, en el distrito de Miraflores de la provincia de Arequipa, 2021 tuvo como El objetivo general determinar la relación de la informalidad con el crecimiento empresarial de la micro y pequeña empresa en la industria metal mecánica en el distrito de Miraflores de la provincia de Arequipa 2021.

La metodología de investigación se fundamenta en el enfoque cuantitativo, tipo de investigación correlacional, transversal o transaccional, diseño no experimental, con la aplicación de la técnica de la encuesta para ambas variables, sobre una población de 200 empresarios titulares y gerentes de las micro y pequeñas empresas de la industria metal mecánica, en una investigación de carácter censal de acuerdo a la información proporcionada por la Municipalidad Distrital de Miraflores.

Concluyendo que la informalidad tiene una relación indirecta con el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, de acuerdo a los factores económicos, jurídico - normativos, socio culturales y de las políticas de desarrollo de las MYPE, que no favorecen el crecimiento interno y externo de las mismas, en una relación significativamente negativa entre ambas variables, donde la prueba de hipótesis muestra un nivel de significancia de 0.000, y el coeficiente de correlación de Rho

Spearman es igual a -0.729, es decir, la correlación es alta e inversamente proporcional, a mayor nivel de informalidad, menor crecimiento empresarial.

Pacheco (2020), en su tesis Crédito y crecimiento empresarial: Caso de las Microempresas en Arequipa tuvo como objetivo determinar la relación entre el crédito y el crecimiento empresarial de las microempresas del sector textil en la ciudad de Arequipa, investigación descriptiva, diseño no experimental, transversal.

Concluyendo que los determinantes importantes que impactan positivamente en el aumento de las ventas de las micro empresas textiles de Arequipa son: acceso al crédito, cantidad de empleados, inversiones en activos fijos, grado formativo del microempresario. Las capacitaciones de los empleados.

Eyzaguirre (2019), en su tesis “Estrategias de crecimiento empresarial para el posicionamiento de oso food truck en la ciudad de Chiclayo - 2018.” Tuvo como objetivo general elaborar estrategias de crecimiento empresarial para mejorar el posicionamiento de Oso food truck. Concluyendo que el crecimiento es de manera positiva para lo que es ideal plasmar las estrategias analizadas en la empresa con propósito de obtener el posicionamiento en la mente del consumidor y con ello generar innovación a diferencia de la competencia.

Yalico & Roque (2018), en su tesis “Trabajo en equipo y crecimiento empresarial en la corporación D&R E.I.R.L., 2017” su objetivo es involucrar plenamente al total de los colaboradores de la empresa y desarrollar el sentido de equipo, Concluyendo que el grado de correlación entre las variables determinada por el p-valor igual a 0.035 significa que existe una fuerte relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p=0,000 < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe relación directa y significativa

entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L

Acosta (2017), en su tesis “Gestión Empresarial y el Desarrollo de las Micro y pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco 2017”. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco, 2017. Concluyendo la existencia de una relación positiva y significativa entre gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes de la ciudad de Huánuco.

Choque & Mamani (2017), en su tesis Impacto de las micro finanzas en el desarrollo de los emprendedores de la asociación de comerciantes de la feria del Altiplano de Arequipa 2017 Tuvo como objetivo general determinar el impacto de las micro finanzas en el desarrollo de las MYPE de la asociación de comerciantes de la feria del Altiplano de Arequipa 2017.

La investigación es descriptiva, diseño transversal y correlacional, con población de 1,115 asociados, y muestra de 288 agremiados, el cuestionario consto de 25 interrogantes por medio de las encuestas. La conclusión es que, durante el período de evaluación, sus inversiones aumentaron el capital de trabajo (73 %), el activo fijo (15 %), el pago a proveedores (4 %); también aumentaron los ingresos (67 %) y el crecimiento del negocio (71%). De igual modo, las entidades financieras más dinámicas del sector fueron Caja Arequipa (33 %), seguida de Financiera Compartamos (24 %), los cuales están considerados como los proveedores principales de recursos financieros orientados incrementar el capital de trabajo y obtener activos fijos y pago a proveedores.

Acosta (2017), en su tesis “Gestión Empresarial y el Desarrollo de las Micro y pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco 2017”. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco, 2017. Llega a las conclusiones siguientes: Se determinó la existencia de una relación positiva y significativa entre gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes de la ciudad de Huánuco.

Ballestas & Pérez (2016), en su tesis “Desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena”. Tuvo como objetivo general: Analizar el desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas en la Universidad de Cartagena. Concluyendo que en el programa de Administración de empresas de la Universidad de Cartagena se muestra la necesidad de crear empresas, teniendo en cuenta la falta de empleos y de experiencia de los estudiantes, por lo que se busca generar una verdadera cultura empresarial, donde el pilar sea la innovación y creatividad.; en el trabajo se destacan las ganas que tienen los estudiantes de emprender nuevos proyectos, teniendo en cuenta que quieren mejorar su condición de vida y generar empleo.

1.1.2. Bases Teóricas

1.1.2.1. Cultura Emprendedora. El concepto de cultura referido por Hellriegel (2017) es “el patrón único de los supuestos, valores y normas compartidas que dan forma a la socialización, los símbolos, el lenguaje, los relatos y las prácticas de un grupo de personas”. En tanto que la cultura emprendedora es aquella adecuada para la

fase de arranque o inicio de una nueva empresa. Y también concurre para atender las demandas que se afrontan al desarrollar nuevos productos o servicios. Esta cultura, además, debe reaccionar con rapidez a los cambios del entorno, para lo cual se requiere de diversos factores, entre los que destacan: iniciativa individual, flexibilidad y libertad, creando un ambiente que fomente el dinamismo y la creatividad de las personas.

Ballestas (2016), sostiene que la cultura emprendedora, busca el desarrollo humano del individuo y de la comunidad propiciando comportamientos benéficos para la mejora personal, profesional y a su vez del empleo y del desarrollo socioeconómico, es el conjunto de valores, habilidades y actitudes para la resolución de las situaciones que surgen en el ámbito socio-laboral y socioeconómico de cada sujeto. El hacer el análisis del concepto de cultura emprendedora permite identificar las particularidades de la dimensión de la cultura emprendedora y visualizar las divergencias y convergencias de los valores, habilidades y actitudes de los emprendedores, dando con ello a conocer el desarrollo de la comunidad que se observa.

La cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y a emprendían en algo nuevo e innovad Hernández Rodríguez & Arano Chávez , El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial.

1.1.2.1.1 Consideraciones de Riesgo. De acuerdo a la Guía para la Cultura

Emprendedora en Costa Rica es la actitud relacionada con el logro de una meta y la capacidad de analizar situaciones riesgosas durante el desarrollo de una idea o modelo de negocio y busca poner en práctica capacidades y competencias que permitan mitigar riesgos o tomar riesgos calculados para prevenir las situaciones podrían afectar el cumplimiento de las metas.

Esta es una competencia que está estrechamente relacionada con el emprendimiento y donde el emprendedor o emprendedora se enfrenta a lo desconocido y a situaciones que en algunos casos no van poder controlar por lo que siempre habrá un componente de riesgo inmerso.

1.1.2.1.2 Creatividad e Innovación. Muñoz, (2020) El valor que ha adquirido la creatividad como elemento esencial a desarrollar por los jóvenes es incalculable, teniendo en cuenta que la mayor parte de las profesiones del futuro aún no sabemos si quiera cuáles van a ser. Esta afirmación no es futurología barata: una gran parte de los trabajos que existen hoy no existían hace 10 ó 20 años y la aparición de nuevas profesiones es una constante. La velocidad de los cambios es vertiginosa y saber adaptarse a esta realidad forma parte de la responsabilidad de los conocimientos y habilidades a transmitir en el ámbito educativo.

Gardner, (2017) quien indica que una persona no es creativa en general, sino que expresa su creatividad en un área en particular, ya sea en escribir, enseñar, o en la dirección de una organización, etc. la creatividad se muestra al dar existencia a algo novedoso. Lo esencial aquí está en la novedad y la no existencia previa de la idea o

producto. La creatividad es demostrada inventando o descubriendo una solución a un problema y en la demostración de cualidades excepcionales en la solución del mismo.

1.1.2.1.3 Adaptabilidad a los Cambios. La adaptabilidad es la agilidad con la que la organización responde a sus clientes externos y su disposición al cambio. Es una medida de la flexibilidad de la organización. El grado de adaptabilidad se refiere a la habilidad para asimilar de manera efectiva los cambios que enfrenta Fraga, (2014)

Se parte del criterio que las capacidades son prácticas habituales, llamadas también rutinas del desempeño. Las capacidades son el resultado de la combinación de recursos, la combinación de capacidades genera habilidades esenciales y las capacidades dinámicas combinan esas habilidades para conseguir su evolución en el tiempo a partir del conocimiento de acuerdo con la dinámica del entorno Negocio Cárnico (2017)

1.1.2.1.4 Legislación de la Microempresa. Castillo (2013) sostiene que la Ley N° 30056 (02-07-2013), Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, en su artículo 10°, modificó la denominación del “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE”, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR, por la siguiente: “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”. Además, el artículo 11° de la citada Ley modificó los artículos 1°, 5°, 14° y 42° del Decreto Supremo N° 007-2008- TR, referidos al objeto de la Ley, las características de las micro, pequeñas y medianas

empresas, la promoción de la iniciativa privada y la naturaleza y permanencia en el RLE de la MYPE, respectivamente.

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Castillo, s.f.).

La característica para ser considerada como Micro empresa son las ventas anuales y no deben ser mayor a 150 UIT.

La Ley N° 30056, precisa los instrumentos para alcanzar este objetivo van desde la simplificación de trámites y la reducción de costos de trámites y procedimientos administrativos, la capacitación y asistencia técnica, el acceso al financiamiento, a la investigación, innovación y servicios tecnológicos y a los mercados y la información, hasta el establecimiento de un Régimen Laboral Especial dirigido a la MYPE, y la concesión de una amnistía laboral y de seguridad social

1.1.2.1.5 Desarrollo del Producto. Según Philip & Gary (2017) un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

Lo que pretende es el desarrollo de novedosos productos o complementarios a los actuales para la venta, dirigidos a su mercado actual. Se pueden vender productos

nuevos, adicionales o que están vinculados con el producto actual, o añadir un servicio de post venta Alfaro (2017).

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio".

El desarrollo de nuevos productos se refiere a productos originales, mejoras de los productos, modificaciones de los productos, y marcas nuevas que la compañía desarrolla a través de sus propias actividades de investigación y desarrollo Philip Kotler & Gary Armstrong, (2017)

Para desarrollar nuevos productos seguimos el proceso siguiente:

1.1.2.1.6 Estrategia de Ventas. Kotler (2017) el concepto de venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea.

El concepto de venta supone que es preciso estimular a los consumidores para que compren. Para ello, las empresas que ponen en práctica este concepto, utilizan todo un arsenal de herramientas de venta y promoción para estimular más compras Kotler, (2017)

Kotler, (2017) la estrategia de ventas, es un tipo de estrategia que se diseña para alcanzar los objetivos de venta. Suele incluir los objetivos de cada vendedor, el

material promocional a usar, el número de clientes a visitar por día, semana o mes, el presupuesto de gastos asignados al departamento de ventas, el tiempo a dedicar a cada producto, la información a proporcionar a los clientes (slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios del producto).

Según el mismo autor, para conocer las estrategias de ventas se tiene que conocer los tipos de venta principales que existen:

La venta personal comúnmente llamada tradicional, aquí el vendedor interactúa directamente con el cliente; El vendedor tiene más probabilidad de convencer al cliente con sus estrategias de ventas.

La venta por teléfono este tipo de venta interactúa vendedor y cliente por medio de las herramientas de comunicación conocido como teléfonos o celulares. Las probabilidades de que el vendedor consiga su venta son de un 60%.

La venta Online: aquí ya no interactúa el vendedor, todo es por medio de páginas web directamente con el cliente.

1.1.2.1.7 Evaluación de Resultados. La UNICEF (1992), considera a la evaluación un proceso que se encamina a determinar de manera más sistemática y objetiva posible la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de actividades a la luz de los objetivos específicos. Constituye una herramienta administrativa de aprendizaje y un proceso organizativo orientado a la acción para mejorar tanto las actividades en marcha, como la programación para la toma de resultados.

Para Segovia (2017) la evaluación de resultados hace referencia al intento de analizar los efectos que un programa o intervención tiene en los sujetos directamente

destinados del mismo. En consecuencia, se analiza y se verifica los efectos producidos por una intervención en concreto.

1.1.3. Definición de términos básicos

Adaptación al Cambio. Es la habilidad y el comportamiento para modificar la conducta de la persona para lograr las metas propuestas. Lopez (2018).

Crecimiento Empresarial: El crecimiento empresarial viene determinado por la magnitud de la empresa entre los dos periodos; su tamaño se medirá en relación con la cantidad de empleados o de los activos que tenga; hablando de una pequeña y mediana empresa, el estándar será con base en efectivo, ingresos netos balance general o ingresos netos; de esta manera, el desarrollo de una entidad está determinado por el incremento o reducción de los ingresos netos y empleo entre los dos períodos. Martínez (2010)

Cultura. Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización. Ballestas (2016).

Cultura emprendedora. Representa un complejo elenco de habilidades y actitudes que son las que permitirán a las personas enfrentarse de forma creativa a un nuevo entorno cambiante y globalizado Ballestas (2016).

Cliente. Se refiere a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Gardey (2013)

Creatividad. Se entiende a la facultad que alguien tiene para crear y a la capacidad creativa de un individuo. Consiste en encontrar procedimientos o elementos para

desarrollar labores de manera distinta a la tradicional, con la intención de satisfacer un determinado propósito. La creatividad permite cumplir deseos personales o grupales de forma más veloz, sencilla, eficiente o económica. Porto & Merino (2021)

Innovación. Se trata de un cambio o de una modificación que supone la creación o la puesta en marcha de algo novedoso. De esta manera, la innovación también aparece vinculada al progreso. Gardey & Pérez (2019)

Objetivo. Se entiende a todo aquello que hace referencia al objeto en sí mismo, más allá de lo que uno sienta o piense. Porto & Merino (2022).

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Qué relación existe entre cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas? 2022

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿Qué relación existe con las consideraciones al riesgo de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares en la provincia de Cajamarca? 2022.
- b) ¿Qué relación existe con la creatividad e innovación de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares en la provincia de Cajamarca? 2022.
- c) ¿Qué relación existe con la adaptabilidad al cambio de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares en la provincia de Cajamarca? 2022.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Demostrar la relación entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Establecer la relación entre **las consideraciones al riesgo** de la cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.
- b) Determinar la relación entre **la creatividad e innovación de** cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.
- c) Establecer la relación entre **la adaptabilidad al cambio** de cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.

1.4. Hipótesis

1.4.1 Hipótesis General

Existe relación directa y significativa entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

1.4.2 Hipótesis Específicas

- a) Existe relación directa y significativa entre consideraciones al riesgo de la cultura emprendedora con el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

- b) Existe relación directa y significativa entre creatividad e innovación de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022
- c) Existe relación directa y significativa entre adaptabilidad al cambio de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

2.1.1. Enfoque de Investigación

El enfoque de investigación utilizado es de tipo cuantitativo, debido a que este es un proceso sistemático basado en la recolección de datos numéricos para probar teorías Hernández & Mendoza, (2018). Por consiguiente, el enfoque cuantitativo se comprueba las hipótesis planteadas en base la lógica, la recolección de datos y la codificación numérica, así como también permite utilizar un cuestionario de investigación para medir actitudes y medidas objetivas a través de instrumentos de confiabilidad y validación.

Es un estudio, correlacional porque se desarrolla un análisis de la cultura emprendedora con el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas, cuyo objetivo es llegar a conocer situaciones a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas el contexto es el campo ya que los datos se recolectarán de manera directa de los investigados, el diseño será transversal ya que el tiempo es específico.

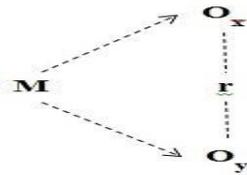
2.1.2. Diseño de Investigación

Santa Palella & pestana, (2012, p.87) define: “El diseño no experimental transversal es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo

tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen”.

Es por ello que el diseño de la presente investigación es no experimental.

Para ello se formuló el esquema siguiente:



Donde:

M: Muestra

O: Observación de las variables

X: Cultura emprendedora

Y: Crecimiento de las empresas familiares

r: Relación entre las variables de estudio

2.1.3. Corte de Investigación

Toro & Parra (2006,) plantearon que “los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. Para la presente investigación se utilizó el corte transversal, porque el análisis de los datos será tomado en un solo momento.

2.1.4. Alcance o Nivel de Investigación.

Según Arias. (2012) la finalidad de la investigación correlacional es determinar el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos

estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno.

El nivel de investigación de la presente tesis será correlacional.

2.2. Población y Muestra (Materiales, Instrumentos y Métodos)

2.2.1. Población

La población para la investigación comprende a los titulares o representantes de las 70 empresas familiares Cajamarquinas 2022.

Tabla 1

Muestra de titulares empresas familiares cajamarquinas, según el tipo de producción

Provincia	Tipo de producción	Cantidad
Cajamarca	Alimento y bebidas	20
	Cueros y calzados	5
	Artesanía	0
	Textiles	0
	Muebles y accesorios	8
	Transporte	10
	Maquinaria y equipo	3
	Agropecuario	10
	Industrial	10
	Servicio	4
	Otro	0
	Total	70

Nota: Elaborado por la investigadora (2022)

2.2.2. Muestra

Para la muestra de la investigación se ha considerado una muestra de 20 titulares de las empresas familiares cajamarquinas.

2.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección y Análisis de Datos

Se ha considerado como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Torres (2011), sostiene que “es un formulario impreso con preguntas elaboradas con una o más variables de estudio a medir”.

2.3.1. Instrumentos

El instrumento que se ha utilizado para recolectar la información de acuerdo a la muestra es el cuestionario.

2.3.1.1. Cuestionario.

Según Hernández, (2010), consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, el cual contiene preguntas cerradas dicotómicas, por contener varias opciones de respuesta y presentar mayor facilidad de codificar y de analizar; así como preguntas abiertas ya que se desea profundizar en las opiniones.

2.3.2. Técnicas de Recolección de Datos

2.3.2.1 Encuesta.

Como instrumento de investigación se utilizó la encuesta, de acuerdo a Hernández & Mendoza (2018), es la técnica más utilizada en las ciencias sociales, constituye una serie de preguntas sistemáticamente diseñadas y validadas sobre un tema de interés en específico. Este proceso involucra el diseño de la muestra, la

construcción del cuestionario, la medición y la construcción índices y escalas.

Además, es el conjunto de procedimientos organizados que sirve para recolectar datos

correctos ya que es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos

Utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener

mediciones de características objetivas y subjetivas de la población. Durante el

proceso de la investigación se utilizarán:

Croquis de resúmenes, servirán para planificar el orden y el rol que le
correspondería a cada empresario.

2.3.3. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para analizar los datos recolectados mediante el cuestionario se empleó la estadística descriptiva y probabilística, apoyado en el SPSS (Statistical Product and Services Solutions), posteriormente se presentará en tablas y figuras y se realizó el análisis estadístico. Para determinar la correlación de las dimensiones y variables en estudio se utilizará el método de Pearson.

2.4. Procedimiento

En cuanto al análisis estadístico que se efectuará, se tomó en cuenta técnicas de la estadística descriptiva, como las tablas de frecuencia, en forma de frecuencias simples y porcentuales; además, para visualizar la distribución de los datos según los niveles de los conjuntos de indicadores a analizar simultáneamente. Se ha considerado la escala de valoración de Renzo Likert y el cuestionario de Cultura emprendedora y crecimiento microempresarial de empresas familiares cajamarquinas 2022.

Tabla 2

Escala de valoración de los ítems

()	Nunca
()	Casi nunca
()	Algunas veces
()	Casi siempre
()	Siempre

Nota: Renzo Likert

En cuanto a la estadística inferencial, se utilizó medidas inferenciales, como la prueba de Spearman, para verificar si las variables consideradas son independientes entre sí o no lo son.

La sistematización, el procesamiento y el análisis de la información se realizó utilizando el IBM SPSS 25 statistical.

La contratación de hipótesis se realizará siguiendo la secuencia presentada a continuación:

1. Planteamiento de Hipótesis

Ho: $r_s = 0$ No existe una relación significativa entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

H1: $r_s \neq 0$ Si existe una relación significativa entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

2. Nivel de confianza

$$\alpha = 0.05$$

3. Estadístico de prueba

$$r_{xy} = \frac{\sum X_i Y_i - nXY}{(n - 1)S_x S_y}$$

Dónde:

r_{xy} : Coeficiente de correlación inicial de Rh Pearson entre la variable independiente y dependiente

X_i : Variable independiente

Y_i : Variable dependiente

4. Regla de decisión

Si, sig. (bilateral) < 0.05, entonces se acepta la hipótesis alternativa (Con SPSS 25).

Se hizo uso del paquete estadístico IBM SPSS 25 con la finalidad de interpretar los datos trabajados.

2.4.1. Nivel de Fiabilidad del Instrumento

El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que mida el mismo constructo o dimensión teórica la validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el

alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en la escala de Likert) miden un mismo constructor y que están altamente correlacionados. Welch & Comer (1988). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructor en la muestra concreta de investigación. Como criterio general, George y Mallery. (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

Luego se aplicó SPSS para obtener el coeficiente de alfa de Cronbach.

Tabla 3

Análisis de fiabilidad para las variables.

Variab les	Alfa de Cronbach	N de elementos
Cultura Emprendedora	0.917	20
Crecimiento microempresarial de Empresas Familiares	0.927	20

Nota: Encuestas

La confiabilidad del instrumento según la escala de Renzo Likert es excelente, porque el coeficiente del alfa de Cronbach es 0.917 en la variable cultura emprendedora y 0.927 en la variable crecimiento de empresas familiares.

La presente investigación pasó por un proceso de verificación de originalidad por parte del asesor del autor.

Los aspectos éticos que fueron tomados en cuenta por el autor en la presente investigación fueron los siguientes:

- Confidencialidad a los encuestados.
- Respeto hacia los encuestados.
- Fidelidad a los resultados de la encuesta.
- Cumplimiento en el formato y estándares de la universidad privada del norte.
- Elaboración de citas y referencias de acuerdo al formato APA.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Objetivo General

Demostrar la relación entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

H0: La cultura Emprendedora es independiente con el crecimiento de la microempresa

H1: La cultura Emprendedora no es independiente con el crecimiento de la microempresa

Tabla 4

Tabla cruzada Cultura Emprendedora y Crecimiento de la Microempresa

		Crecimiento de la Microempresa				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Cultura Emprendedora	Bajo	Recuento	28	18	0	46
		Recuento esperado	23,7	21,0	1,3	46,0
		% del total	40,0%	25,7%	0,0%	65,7%
	Medio	Recuento	6	12	1	19
		Recuento esperado	9,8	8,7	,5	19,0
		% del total	8,6%	17,1%	1,4%	27,1%
	Alto	Recuento	2	2	1	5
		Recuento esperado	2,6	2,3	,1	5,0
		% del total	2,9%	2,9%	1,4%	7,1%
Total	Recuento	36	32	2	70	
	Recuento esperado	36,0	32,0	2,0	70,0	
	% del total	51,4%	45,7%	2,9%	100,0%	

Nota: Análisis descriptivo de la tabla 4. Podemos determinar que 46 de los encuestados tienen una baja cultura emprendedora. Así mismo podemos mencionar que de este grupo el 40% de los encuestados tienen un bajo conocimiento sobre la

cultura emprendedora crecimiento de la microempresa, el 25.7% de ellos tienen baja cultura emprendedora y presentan un crecimiento medio de la microempresa.

Por otro lado solo cinco de los encuestados manifiestan tener una alta cultura emprendedora y de ellos solo uno tiene un alto crecimiento de su microempresa.

Objetivos Específicos

Establecer la relación entre **las consideraciones al riesgo** de la cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.

Ho: Las Consideraciones de riesgo es independiente con el crecimiento de la microempresa

H1: Las Consideraciones de riesgo no es independiente con el crecimiento de la microempresa

Tabla 5

Tabla cruzada Consideraciones de riesgo y Crecimiento de la empresa

		Crecimiento de la empresa				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Consideraciones de riesgo	Bajo	Recuento	25	13	3	41
		Recuento esperado	19,9	14,1	7,0	41,0
		% del total	35,7%	18,6%	4,3%	58,6%
	Medio	Recuento	8	11	6	25
		Recuento esperado	12,1	8,6	4,3	25,0
		% del total	11,4%	15,7%	8,6%	35,7%
	Alto	Recuento	1	0	3	4
		Recuento esperado	1,9	1,4	,7	4,0
		% del total	1,4%	0,0%	4,3%	5,7%
Total	Recuento	34	24	12	70	
	Recuento esperado	34,0	24,0	12,0	70,0	
	% del total	48,6%	34,3%	17,1%	100,0%	

Nota: Análisis descriptivo de la tabla 5. Podemos determinar que 41 de los encuestados tienen una baja consideración a los factores de riesgo. Así mismo podemos mencionar que de este grupo el 35.7% tienen un bajo crecimiento de la microempresa, el 18.6% tienen un conocimiento sobre el crecimiento de la empresa. Por otro lado, solo cuatro de los encuestados manifiestan tener un alto conocimiento sobre las consideraciones de riesgo.

Tabla 6

Tabla cruzada Creatividad e innovación y Crecimiento de la Microempresa

		Crecimiento de la Microempresa				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Creatividad e innovación	Bajo	Recuento	26	21	0	47
		Recuento esperado	24,2	21,5	1,3	47,0
		% del total	37,1%	30,0%	0,0%	67,1%
	Medio	Recuento	9	9	2	20
		Recuento esperado	10,3	9,1	,6	20,0
		% del total	12,9%	12,9%	2,9%	28,6%
	Alto	Recuento	1	2	0	3
		Recuento esperado	1,5	1,4	,1	3,0
		% del total	1,4%	2,9%	0,0%	4,3%
Total	Recuento	36	32	2	70	
	Recuento esperado	36,0	32,0	2,0	70,0	
	% del total	51,4%	45,7%	2,9%	100,0%	

Nota: Análisis descriptivo de la tabla 6. Podemos determinar que 47 de los encuestados tienen una baja creatividad e innovación. Así mismo podemos mencionar que de este grupo el 35.7% (26) tienen un bajo crecimiento de la microempresa, el 30% (21) % tienen un conocimiento medio sobre el crecimiento de la microempresa.

Por otro lado, solo tres de los encuestados manifiestan tener una alta creatividad e innovación.

Tabla 7

Tabla cruzada Adaptabilidad al cambio y Crecimiento de la Microempresa

		Crecimiento de la Microempresa				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Adaptabilidad al cambio	Bajo	Recuento	29	20	1	50
		Recuento esperado	25,7	22,9	1,4	50,0
		% del total	41,4%	28,6%	1,4%	71,4%
	Medio	Recuento	5	10	0	15
		Recuento esperado	7,7	6,9	,4	15,0
		% del total	7,1%	14,3%	0,0%	21,4%
	Alto	Recuento	2	2	1	5
		Recuento esperado	2,6	2,3	,1	5,0
		% del total	2,9%	2,9%	1,4%	7,1%
Total	Recuento	36	32	2	70	
	Recuento esperado	36,0	32,0	2,0	70,0	
	% del total	51,4%	45,7%	2,9%	100,0%	

Nota: Análisis descriptivo de la tabla 7. Podemos determinar que 50 de los encuestados tienen una baja adaptabilidad al cambio Así mismo podemos mencionar que de este grupo el 41.4% (29) tienen un bajo crecimiento de la microempresa, el 28.6% (20) % tienen un conocimiento medio sobre el crecimiento de la microempresa.

Por otro lado, solo cinco de los encuestados manifiestan tener una alta adaptabilidad al cambio.

Pruebas de normalidad para el contraste de hipótesis

Para poder comprobar la hipótesis general se realiza la prueba de normalidad de datos para esta investigación se usó la prueba de Kolmogorov - Smirnov ya que se cuenta con una población de 70 observaciones. Para ello se plantea lo siguiente:

1. H0 : los datos poseen una distribución normal.

H1 : los no datos poseen una distribución normal.

2. Nivel de significancia: 0.01

3. Estadístico de prueba: Kolmogorv – Smirnov

Si $p\text{-valor} \geq \alpha \Rightarrow$ Aceptar H0

Si $p\text{-valor} < \alpha \Rightarrow$ Rechazar H0

Regla de decisión:

En la tabla (9) adjunta podemos observar que la significancia es menor que 0.01 por lo que podemos decir que los datos no siguen distribución normal, por lo que se realizara la correlación con una prueba no paramétrica en este caso Ro de Spearman

Tabla 8

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable 1 y variable 2

	Cultura Emprendedora	Crecimiento de la Microempresa
N	70	70
Estadístico de prueba	,200	,142
Sig. asintótica(bilateral)	,000 ^c	,001 ^c

a. La distribución de prueba es normal. b. Se calcula a partir de datos. c. Corrección de significación de Lilliefors.

Prueba de normalidad de datos Kolmogorov - Smirnov para la contratación de hipótesis específicas:

En la tabla (9) adjunta se muestra el resultado de la prueba en la que podemos observar que la significancia es menor que 0.01 por lo que podemos decir que las variables no siguen una distribución normal.

Tabla 9

Prueba de Kolmogorov - Smirnov para las variables consideraciones de riesgo y crecimiento

	Consideraciones de riesgo	Crecimiento microempresarial
N	70	70
Parámetros normales ^{a,b} Media	1,47	1,51
Estadístico de prueba	,367	,336
Sig. asintótica(bilateral)	,000 ^c	,000 ^c

- a. La distribución de prueba es normal.
- b. Se calcula a partir de datos.
- c. Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla (10) adjunta se muestra el resultado de la prueba en la que podemos observar que la significancia es menor que 0.01 por lo que podemos decir que las variables no siguen una distribución normal.

Tabla 10

Prueba de Kolmogorov - Smirnov para las variables creatividad e innovación y el crecimiento empresarial.

		Creatividad e innovación	Crecimiento empresarial
N		70	70
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,37	1,69
	Desv. Desviación	,569	,753
Estadístico de prueba		,414	,305
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

- a. La distribución de prueba es normal.
 b. Se calcula a partir de datos.
 c. Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla (11) adjunta se muestra el resultado de la prueba en la que podemos observar que la significancia es menor que 0.01 por lo que podemos decir que las variables no siguen una distribución normal.

Tabla 11

Prueba de Kolmogorov - Smirnov para las variables conocimiento microempresarial y la adaptabilidad al cambio.

		Crecimiento microempresarial	Adaptabilidad al cambio
N		70	70
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,51	1,36
	Desv. Desviación	,558	,615
Estadístico de prueba		,336	,434
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

- a. La distribución de prueba es normal.
 b. Se calcula a partir de datos.
 c. Corrección de significación de Lilliefors.

Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación directa y significativa entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

Tabla 12

Análisis de correlación entre las variables de investigación

			Cultura Emprendedora	Crecimiento microempresarial
Rho de Spearman	Cultura	Coeficiente de correlación	1,000	,284*
	Emprendedora	Sig. (bilateral)	.	,017
		n		70
Crecimiento microempresarial	Crecimiento	Coeficiente de correlación	,284*	1,000
	microempresarial	Sig. (bilateral)	,017	.
		n		70

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

En la presente investigación se realizó el análisis de correlación (ver tabla 12), el nivel de significancia (,017 es menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula de que las variables son independientes, entonces: existe relación lineal entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares. Además, se muestra una correlación positiva media.

Hipótesis Específicas

Existe relación directa y significativa entre consideraciones al riesgo de la cultura emprendedora con el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

Tabla 13

Análisis de correlación entre las variables Consideraciones de riesgo y Crecimiento microempresarial

			Consideracion es de riesgo	Crecimiento microempresarial
Rho de Spearman	Consideraciones de riesgo	Coefficiente de correlación	1,000	,152
		Sig. (bilateral)	.	,210
		N	70	70
Crecimiento microempresarial	Crecimiento microempresarial	Coefficiente de correlación	,152	1,000
		Sig. (bilateral)	,210	.
		N	70	70

El análisis de correlación (ver tabla 13), muestra el nivel de significancia (.21 es mayor a 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula de podemos decir que no tiene suficiente evidencia estadística para afirmar que las variables están relacionadas de manera significativa. Además, el coeficiente de correlación es de ,152 es un valor pequeño por lo podemos decir que existe una correlación positiva media. El crecimiento empresarial crece del mismo modo lo hace las consideraciones al riesgo.

Tabla 14

Análisis de correlación entre las variables creatividad e innovación de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial

			Creatividad e innovación	Crecimiento microempresarial
Rho de Spearman	Creatividad e innovación	Coefficiente de correlación	1,000	,148
		Sig. (bilateral)	.	,222
		N	70	70
Crecimiento microempresarial	Crecimiento microempresarial	Coefficiente de correlación	,148	1,000
		Sig. (bilateral)	,222	.
		N	70	70

Nota: El análisis de correlación (ver tabla 14), muestra el nivel de significancia ($,22$ es mayor a 0.05 , por lo que no se rechaza la hipótesis nula, podemos decir que no se tiene suficiente evidencia estadística para afirmar que las variables están relacionadas de manera significativa. Además, el coeficiente de correlación es de $,148$ es un valor pequeño por lo podemos decir que existe una correlación positiva media. El crecimiento microempresarial crece del mismo modo lo hace la creatividad e innovación.

Existe relación directa y significativa entre adaptabilidad al cambio de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022.

Tabla 15

Análisis de correlación entre las variables adaptabilidad al cambio de la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial

		Adaptabilidad al cambio	Crecimiento microempresarial
Rho de Spearman	Adaptabilidad al cambio	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	70
Crecimiento microempresarial		Coeficiente de correlación	,212
		Sig. (bilateral)	,078
		N	70

Nota: El análisis de correlación (ver tabla 15), muestra el nivel de significancia ($,078$ es mayor a 0.05 , por lo que no se rechaza la hipótesis nula, podemos decir que no se tiene suficiente evidencia estadística para afirmar que las variables están relacionadas de manera significativa. Además, el coeficiente de correlación es de $,212$ es un valor pequeño por lo

podemos decir que existe una correlación positiva media. El crecimiento microempresarial crece del mismo modo lo hace la adaptabilidad al cambio.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

La presente investigación tuvo como propósito analizar la relación entre la cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas 2022. La cual según los resultados obtenidos (véase tabla 4), se demuestra que hay una correlación entre cultura emprendedora y crecimiento empresarial el análisis, de correlación arroja un valor de 0,517. Concluyendo que la cultura emprendedora tiene relación lineal con el crecimiento microempresarial de empresas familiares cajamarquinas. Además, la correlación es moderada (está en el rango entre 0.5 y 0.8) Por lo que es necesario implementar estrategias y metodologías adecuadas a fin de mejorar la interacción entre variables.

Estos resultados obtenidos se asemejan con Yalico & Roque (2018), en su tesis “Trabajo en equipo y crecimiento empresarial en la corporación D&R E.I.R.L., 2017”. Concluyendo que el grado de correlación entre las variables determinada por el p-valor igual a 0.035 significa que existe una fuerte relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p=0,000 < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe relación directa y significativa entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

Por otra parte, hay resultados que no concuerdan en lo absoluto con nuestros resultados ya que obtuvieron una correlación negativa. Tal es el caso del siguiente autor: Bayona (2022), en su tesis “La informalidad y el crecimiento empresarial de la micro y pequeña empresa en la industria metal mecánica, en el distrito de Miraflores de la provincia de Arequipa”, donde la prueba de hipótesis muestra un nivel de significancia de 0.000, y el coeficiente de correlación de Rho Spearman es igual a -0.729, es decir, la correlación es alta e inversamente proporcional,

a mayor nivel de informalidad, menor crecimiento empresarial. Concluyendo que la informalidad tiene una relación indirecta con el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, de acuerdo a los factores económicos, jurídico – normativos.

Se puede contrastar que existen diversas posiciones en los resultados obtenidos según las investigaciones realizadas, y esto está bien ya que no existirán siempre investigaciones que tengan correlaciones positivas debido al alta cantidad de factores y/o problemas internos que se pueden encontrar en el marco estudiado (empresas, empleados, proveedores, etc.)

Prosiguiendo con el objetivo específico, establecemos que existe suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05 para concluir que, existe relación significativa entre las consideraciones al riesgo con el crecimiento de las microempresas en Cajamarca los elementos importantes para desarrollar emprendimiento es estar motivado, asumir riesgos, ser tolerante a la incertidumbre y establecer los objetivos claros y concretos. Este resultado se asemeja al de López (2021), en su tesis Factores que inciden en la continuidad de las empresas familiares en el cantón Milagro. Tuvo como objetivo analizar los factores que influyen en la continuidad de las empresas familiares en el cantón Milagro. El marco metodológico se encuentra constituido por un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), alcance descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Como técnicas de recolección de datos se aplicaron encuestas y entrevistas

Prosiguiendo con el segundo objetivo específico, establecemos que existe suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05 para concluir que, existe relación lineal entre la creatividad e innovación con el crecimiento de las microempresas en Cajamarca. Los emprendedores son capaces de generar nuevas ideas, también tienen dificultades para introducir novedades en los productos o servicios que brindan. La

interpretación de este resultado se acerca al siguiente tesis de **Pacheco (2020)**, la cual, tuvo como objetivo determinar la relación entre el crédito y el crecimiento empresarial de las microempresas del sector textil en la ciudad de Arequipa, investigación descriptiva, diseño no experimental, transversal. Concluyendo que los determinantes importantes que impactan positivamente en el aumento de las ventas de las micros empresas textiles de Arequipa son: acceso al crédito, cantidad de empleados, inversiones en activos fijos, grado formativo del microempresario.

Prosiguiendo con el tercer objetivo específico, establecemos que existe suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.034 es menor a 0.05 por lo que se dice que las variables no son independientes concluyendo que, existe relación lineal entre adaptabilidad al cambio con el crecimiento de las microempresas en Cajamarca. Además, se dice que la correlación es baja con un 0.254 y directamente proporcional por lo que el emprendedor se adapta con facilidad al cambio, también se esfuerza para lograr sus objetivos, escasamente ejerce influencia en los demás. En este aspecto se ha encontrado antecedentes que no se asemejan al objetivo concluido, tal es el caso de **Santamaría (2019)** en su tesis Gestión financiera como factor de crecimiento empresarial del sector ferretero de la provincia de Tungurahua ciudad Ambato tuvo como objetivo evaluar la influencia de la gestión financiera en el crecimiento empresarial del sector ferretero de la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato, el estudio está basado en un enfoque dual relacionado con los enfoques cuantitativo y cualitativo, debido a que esta relación estuvo basada en el análisis e interpretación de los datos, la investigación es de diseño no experimental, transversal o de corte transaccional. Se concluyó que el sector no aplicó procesos técnicos para llevar a cabo una correcta gestión financiera durante las actividades de desarrollo, ya que están basados en el conocimiento empírico, provocando que no hay crecimiento en este sector.

Finalmente, concluimos que existe según nuestro objetivo general, si existe relación lineal entre cultura emprendedora y el crecimiento microempresarial de las empresas familiares cajamarquinas. Por cuanto se aprecia que los emprendedores asumen los riesgos de crear negocios, son creativos e innovadores y se adaptan al cambio.

4.2 Conclusión

- Establecer que el valor de la significancia es $,003 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula, podemos decir que se tiene suficiente evidencia estadística para decir que, las Consideraciones de riesgo no es independiente con el crecimiento de la empresa.
- Determinar que el valor de la significancia es $,215 > 0.05$ por lo que no se rechaza la hipótesis nula, podemos decir que no se tiene suficiente evidencia estadística para decir que, las Consideraciones de riesgo no es independiente con el crecimiento de la microempresa.
- Establecer, concluimos que el valor de la significancia es $,06 > 0.05$ por lo que no se rechaza la hipótesis nula, podemos decir que no se tiene suficiente evidencia estadística para decir que, la Adaptabilidad al cambio no es independiente con el crecimiento de la microempresa.
- Finalmente concluimos que el valor de la significancia es $,027 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula, podemos decir que se tiene suficiente evidencia estadística para decir que, la cultura Emprendedora no es independiente con el crecimiento de la microempresa.

4.3 Recomendaciones.

- Las personas emprendedoras antes de iniciar con el sueño del negocio propio, deben realizar un análisis cuidadoso sobre las oportunidades que ofrece el mercado.
- Las instituciones ya sean publicas y/o privadas debe promover eventos de formación en emprendimiento para garantizar la sostenibilidad en el tiempo a las diferentes empresas familiares.
- Las Universidades públicas y privadas deben ser protagonistas para fortalecer capacidades de emprendimiento en sus estudiantes.

REFERENCIAS

- Alvira, F. (1991). *Metodología de la evaluación de programas*. Madrid: C.I.S.
- Apac Acosta, Jhull Leonard (2017). *Gestión Empresarial y el Desarrollo de las Micro y pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco 2017*.
- Ballestas Buelvas Danilo José & Pérez de la Rosa Yennifer del Carmen (2016). *Desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena* (tesis de pregrado). Universidad de Cartagena, Colombia.
- Castillo Gamarra Agustina (s.f.). *Régimen laboral especial de la Micro y pequeña Empresa*.
- Campaña Nuñez, Aldo Piero (s.f.). *¿Qué sucede con las microempresas en el Perú?*
- Córdova Baldeón, Isaac. (2014). *El informe de investigación Cuantitativa* (1ª ed.). Perú Editorial San Marcos
- Córdova Baldeón, Isaac. (2009). *Estadística aplicada a la investigación* (1ª ed.). Perú. Editorial San Marcos.
- Claros Guevara, Shierley & Llaja Lobaton, Yoel (2015). *Evaluación del nivel de creatividad y emprendimiento de los alumnos de la carrera de administración de la Universidad Privada Antenor Orrego*
- Díaz Martín del Campo, Angélica Marlene, Liquidano Rodríguez Del Carmen, Silva Olvera, María de los Ángeles (2015). *La cultura emprendedora en la Micro, Pequeña y Mediana empresa del Estado de Aguascalientes*.
- Esquivas Serrano, María Teresa (2004). *Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones*.
- Fraga, S. (2014). *La adaptabilidad organizacional: un aporte conceptual para las organizaciones contemporáneas*.
- Gardey, A. (2013). Definición y satisfacción de cliente.
- Gardey, A., & Pérez, J. (2019). Definición de Creatividad.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6^a ed. México, D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Rodríguez, Carlos & Arano Chávez Raúl Manuel (2015). *El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial*.
- Lopez, a. (2018). la adaptacional cambio, un indicador de liderazgo profesional.
- Martínez Maldonado Paulina. (2003, febrero 12). *Flexibilidad, adaptabilidad y resistencia al cambio*.
- MUÑOZ VÁSQUEZ, I. (2020). Herramientas de creatividad y metodologías ágiles.
- Navarro Mejia, Mariana Elizabeth (2012). *Técnicas de ventas Negocio Cárnico – Grupo Nutresa* (2017). Modelo de adaptabilidad y Gestión del Desempeño
- Pino Gotuzzo, Raúl (2006). “*Metodología de la Investigación*”. Perú. Editorial San Marcos.
- Philip Kotler & Gary Armstrong (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. Pearson Educación. México.
- Philip Kotler (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Octava Edición
- Porto, J. P., & Merino, M. (2022). Definición de creatividad.
- Ramírez Calvillo, Rodolfo, Ramírez Berumen, Iliana Elizateth; Acero Soto, Iván Omar (2013). *La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas*.
- Ramirez Calvillo, R., Ramirez Berumen, I., & Acero Soto, I. (2013). **CULTURA EMPRENDEDORA Y PROYECTOS FINANCIADOS**.
- Thompson, I. (1999). *Diccionario de Marketing*. Grupo Cultural

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General: ¿Qué relación existe entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022?</p> <p>Problemas Específicos: ¿Qué relación existe con las consideraciones al riesgo entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022?</p> <p>¿Qué relación existe con la creatividad e innovación entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.</p> <p>Objetivos específicos: Establecer la relación entre las consideraciones al riesgo de cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.</p> <p>Demostrar la relación entre la creatividad e innovación de cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.</p>	<p>Hipótesis general: Existe relación directa y significativa entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: Existe relación directa y significativa con las consideraciones al riesgo entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.</p> <p>Existe relación directa y significativa con la creatividad e innovación entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.</p> <p>Existe relación directa y significativa con la</p>	Variable 1 Cultura Emprendedora				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Consideraciones al riesgo	Desafia	1,2,3,4,5,6	<p>Escala: (1) Nunca; (2) Casi nunca; (3) Algunas veces; (4) Casi siempre (5) Siempre.</p>	<p>Bajo Medio Alto</p>
				Prioriza			
			Creatividad e innovación	Genera	7,8,9,10,11		
				Introduce			
			Adaptabilidad al Cambio	Transforma	12,13,14,15,16,17,18,19,20		
				Mecanismos de Auditoría			
				Mecanismos de Comunicación			
				Acciones de Monitoreo y Supervisión			
Variable 2 Crecimiento microempresarial en empresas familiares							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos			
Crecimiento de la empresa	Planea	1,2,3,4,5,6,7	<p>Escala: (1) Nunca; (2) Casi nunca; (3) Algunas veces; (4) Casi siempre</p>	<p>Bajo Medio Alto</p>			
	Proyecta						
Desarrollo del producto	Mejora	8,9,10,11,12,13,14					
	Trabajo Equipo						
	Conoce						

¿Qué relación existe con la adaptabilidad al cambio entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022?	Establecer la relación entre la adaptabilidad al cambio de cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.	adaptabilidad al cambio entre cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en las empresas familiares cajamarquinas 2022.	Estrategia de ventas	Motivación y Liderazgo	15,16,17, 18,19, 20	(5) Siempre.	
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos			Estadística a utilizar		
Tipo: Básico Diseño: No experimental Transversal Método: Inductivo - Deductivo	Población: 70 Gerentes, dueños y /o representantes de las empresas familiares cajamarquinas 2022 Tipo de muestreo: probalístico Tamaño de muestra: Muestra 20 Gerentes, dueños y /o representantes de las empresas familiares cajamarquinas 2022	Variable 1: CULTURA EMPRENDEDORA Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Monitoreo: 45 minutos Ámbito de Aplicación Empresas Familiares Cajamarquinas Forma de Administración: individual Variable 2: Crecimiento microempresarial Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Monitoreo: 45 minutos Ámbito de Aplicación Empresas Familiares Cajamarquinas Forma de Administración: individual Año: 2022			25 DESCRIPTIVA: Excel Variable 1: Cultura emprendedora Variable 2: Crecimiento Empresarial INFERENCIAL: paquete estadístico SPSS Correlación de las variables 1 y 2 Pearson		

Fuente: Elaborado por la investigadora (2022)

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Operacionalización		Dimensione (Sub-variables)	Indicadores
	Definición Conceptual	Definición Operacional		
Cultura emprendedora	Es el conjunto de valores, habilidades y actitudes para la resolución de las situaciones que surgen en el ámbito socio-laboral y socioeconómico de cada sujeto. (Ramirez Calvillo, Ramirez Berumen, & Acero Soto, 2013)	La cultura emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas mismas, y las personas que las descubren, evalúan e innovan. Además, aunque no la requiera, la cultura emprendedora puede incluir la creación de nuevas organizaciones	Consideraciones al riesgo	Desafia
				Prioriza
			Creatividad e innovación	Genera
				Introduce
				Transforma
			Adaptabilidad al Cambio	Mecanismos de Auditoría
				Mecanismos de Comunicación
				Acciones de Monitoreo y Supervisión
			Crecimiento microempresarial en empresas familiares	Es cuando la empresa aumenta de tamaño o dimensión mediante el incremento de la demanda. Bueno, (Durán & Cruz , 2002)
Proyecta				
Desarrollo del producto	Mejora			
	Trabajo Equipo			
	conoce			
Estrategia y ventas	Motivación 1.1. Realidad problemática y Liderazgo			

Anexo 2. Instrumento

CUESTIONARIO

Estimado Sr(a). Con el saludo muy cordial, tenga usted la amabilidad de responder las siguientes frases a fin de seguir desarrollando la investigación “**Cultura emprendedora y crecimiento microempresarial en empresas familiares cajamarquinas 2022**” solicito que lea cada enunciado y responda con honestidad cada una de las preguntas que a continuación le presentamos de acuerdo a la escala.

1. Respecto a cultura emprendedora

- (1) = Nunca;
- (2) = Casi nunca;
- (3) = Algunas veces;
- (4) = Casi siempre
- (5) = Siempre

PREGUNTA					
Consideraciones de riesgo					
Se encuentra motivado al logro de su empresa					
Asume riesgos en su empresa					
Es tolerante a la incertidumbre de su empresa					
Cuenta con pólizas de seguros					
Los objetivos de su empresa son precisos					

Trabaja duro para sacar adelante a la empresa					
Creatividad e innovación					
Genera nuevas ideas en su empresa					
Introduce novedad en los productos o servicios que brinda					
Al innovar el producto no baja su calidad					
Lo transforma al producto sin bajar de calidad.					
Toma en cuenta la opinión del cliente					
Adaptabilidad al cambio					
Se adapta con facilidad al cambio o se resiste					
Se esfuerza para lograr sus objetivos					
Corrige sus errores o sigue en lo mismo					
Le gusta mejorar su trabajo					
Ejerce influencia en los demás					
Se orienta hacia el cliente					
Existe el dialogo frente a las dificultades					
Cumple con sus metas					
Logra sus compromisos					

2. Crecimiento de la microempresa

- (1) = Nunca;
- (2) = Casi nunca;
- (3) = Algunas veces;
- (4) = Casi siempre
- (5) = Siempre

PREGUNTA					
Crecimiento de la empresa					
Cuenta con reglas y normas en su documentación.					
Planifica sus ventas					
Planifica sus compras					
Proyecta sus ventas a futuro priorizando las mejores ideas.					
Ofrece y comercializa nuevos productos.					
Tiene espíritu optimista					
Tiene confianza absoluta en lo que hace.					
Desarrollo del producto					
Su empresa tiene estrategias de marketing					
Emplea la tecnología					
Busca nuevas maneras de desarrollar las cosas					
Busca mejorar las características de su negocio					
Tiene capacidad para dar soluciones nuevas a problemas viejos					
Tiene capacidad y disposición en la responsabilidad del trabajo					
Integra a todos sus colaboradores,					
Estrategia de ventas					
Conoce a su cliente					
Sabe algo de su competencia					
El producto genera bienestar					
Asume la dirección y la responsabilidad del trabajo en equipo					
Su visión de negocio es a largo plazo					
Los medios para lograr ventas generan confianza					

FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: ARRIGASPIATA Lozano GILMER ROBERTO
 1.2. Especialidad: ADMINISTRACION
 1.3. Cargo actual: DOCENTE
 1.4. Grado académico: MAESTER (MBA)
 1.5. Institución: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
 1.6. Tipo de Instrumento: CUESTIONARIO
 1.7. Lugar y fecha: Cajamarca 26-09-22

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	/					
2	Formulado con lenguaje apropiado		/				
3	Adecuado para los sujetos en estudio		/				
4	Facilita la prueba de hipótesis		/				
5	Suficiencia para medir la variable		/				
6	Facilita la interpretación del instrumento		/				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		/				
8	Expresado en hechos perceptibles		/				
9	Tiene secuencia lógica		/				
10	Basado en aspectos teóricos		/				
	Total	1	9				

Coefficiente de valoración porcentual: $c = 0.65$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....

Firma y sello del Experto

26696501

FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: Julio César Goailupo Alvarez
 1.2. Especialidad: Economista
 1.3. Cargo actual: Docente UNC
 1.4. Grado académico: Magister
 1.5. Institución: Universidad Nacional de Cajamarca
 1.6. Tipo de Instrumento: Cuestionario
 1.7. Lugar y fecha: C. 27-09-2022

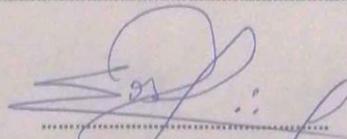
II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores		/				
2	Formulado con lenguaje apropiado		/				
3	Adecuado para los sujetos en estudio		/				
4	Facilita la prueba de hipótesis		/				
5	Suficiencia para medir la variable		/				
6	Facilita la interpretación del instrumento		/				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		/				
8	Expresado en hechos perceptibles		/				
9	Tiene secuencia lógica		/				
10	Basado en aspectos teóricos		/				
	Total		10				

Coefficiente de valoración porcentual: $c = \frac{0.60}{1.00}$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....



 Firma y sello del Experto
 DNI: 17920110

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Alex Miguel Hernández Torres docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo del proyecto de investigación del(os) estudiante(s):

- Cabrera Cueva, Elvira Rosalía

Por cuanto, **CONSIDERA** que el proyecto de investigación titulado: Cultura emprendedora y el crecimiento en las empresas familiares cajamarquinas 2019 para aspirar al título profesional por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.

Dr. Alex Miguel Hernández Torres
Asesor