



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO DE LOS EMPRESARIOS DE TEXTILES Y
CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA, LA VICTORIA,
LIMA. 2018**

PRESENTADO POR:

Bach. Magally Becerra Rojas

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A mis padres por su invaluable y constante apoyo a lo largo de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A mi padre, ante todo, por su esfuerzo que ha hecho posible llegar al fin de esta etapa y a la vez inicio de una nueva. A los docentes por asesoramiento y compartir sus conocimientos e incrementar nuestro bagaje cultural y profesional y por último pero no menos importante, a la Universidad Alas Peruanas por acogernos brindándonos las herramientas necesarias para nuestro aprendizaje.

RECONOCIMIENTO

A mis asesores y revisores por su contribución en la mejora de este trabajo ya que sin ellos hubiese sido imposible terminar la investigación.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RECONOCIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del Problema	4
1.2.1. Problema Principal.	4
1.2.2. Problemas Secundarios	4
1.3. Objetivos de la Investigación	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos específicos.	5
1.4. Justificación del estudio	5
1.5. Limitaciones de la investigación	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de la investigación	7
Antecedentes Nacionales	7
Antecedentes Internacionales	10
2.2. Bases Teóricas	13
2.2.1. Emprendimiento	13
2.2.2. Liderazgo	21
2.3. Definición de términos:	25
2.4. Hipótesis de la Investigación:	28

2.4.1. Hipótesis principal	28
2.4.2. Hipótesis secundarias.....	28
2.5. Variables	29
2.5.1. Definición conceptual de la variable	29
2.5.2. Definición operacional de la variable	29
2.5.3. Operacionalización de Variables	30
2.5.3.1. Variable X:.....	30
2.5.3.2. Variable Y.....	33
CAPÍTULO III.....	36
METODOLOGÍA	36
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	36
3.2. Descripción del ámbito de la investigación	38
3.3. Población y Muestra	38
3.3.1 Población	38
3.3.2. Muestra	39
3.4. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos	39
3.4.1. Técnicas	39
3.4.2. Instrumentos.....	40
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento.....	40
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos.....	46
3.6.1. Plan de recolección de datos	46
3.6.2. Procesamiento de datos.....	46
CAPÍTULO IV	47
RESULTADOS	47
4.2. Contrastación de hipótesis	63
CAPÍTULO V.....	75
DISCUSION	75
5.1. Discusión de resultados.....	75
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
ANEXOS	85
Anexo 1.....	86

Matriz de consistencia	86
Anexo 2.....	88
Cuestionario para describir el Emprendimiento	88
Anexo 3.....	89
Cuestionario para describir el Liderazgo	89
Anexo 4.....	90
Juicio de expertos.....	90
Anexo 5.....	92
Presentación de datos en tablas.....	92
Tablas para los indicadores de la variable Emprendimiento	92
Tablas para los indicadores de la variable Liderazgo	98

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estadísticos total-elemento al calcular el alfa de Cronbach para el cuestionario que mide el Emprendimiento	42
Tabla 2. Estadísticos de fiabilidad	43
Tabla 3. Estadísticos total-elemento al calcular el alfa de Cronbach para determinar el liderazgo	44
Tabla 4. Estadísticos de fiabilidad	45
Tabla 5. Actitud Emprendedora	46
Tabla 6. Competencias para el emprendimiento	48
Tabla 7. Características de los gerentes emprendedores	50
Tabla 8. Los gerentes presentan diversos estilos de liderazgo	52
Tabla 9. Los empresarios están enfocados en el futuro de sus empresas	54
Tabla 10. Principios de liderazgo	56
Tabla 11. Emprendimiento en empresarios	58
Tabla 12. Liderazgo de los empresarios	60
Tabla 13. Actitud emprendedora y principios del liderazgo de los empresarios	62
Tabla 14. Competencias para el emprendimiento y los enfoques del liderazgo en los empresarios	65
Tabla 15. Características del emprendimiento y estilo de liderazgo de los empresarios	68
Tabla 16. Emprendimiento y liderazgo de los empresarios	71
Tabla 17. Tienen la capacidad para desarrollar un proyecto o una empresa	91
Tabla 18. Tiene motivación para continuar trabajando por sus metas	91
Tabla 19. Tiene motivación para continuar trabajando y construyendo	91
Tabla 20. Tienen deseos de autorrealización	92
Tabla 21. Miden constantemente todo su potencial	92
Tabla 22. Los empresarios salen de su zona de confort	92
Tabla 23. El aprendizaje es constante	93
Tabla 24. Administran los recursos para generar resultados en su empresa	93
Tabla 25. Tienen creatividad e innovación en los proyectos que inician	93
Tabla 26. Tienen un comportamiento motivado, vigoroso, dirigido y sostenido	94
Tabla 27. Tienen autoeficacia para poder enfrentar ciertas situaciones	94

Tabla 28. Reconocen las oportunidades	94
Tabla 29. Siempre explotan las oportunidades que se les presentan	95
Tabla 30. Hacen una adecuada toma de decisiones bajo incertidumbre	95
Tabla 31. Sus edades han sido un obstáculo para crear su empresa	95
Tabla 32. Son cautelosos y conservadores	96
Tabla 33. Tiene habilidades que le permite identificar y explotar nuevas oportunidades de negocio	96
Tabla 34. Se sienten motivados para emprender nuevos proyectos	96
Tabla 35. Se consideran líderes orientados al logro y con buen autocontrol en su empresa	97
Tabla 36. Tienen una buena habilidad para promover el cambio en su empresa	97
Tabla 37. Cuentan con facilidad para crear lazos afiliativos dentro de la organización	97
Tabla 38. Fomentan la comunicación y escuchan a los demás en la empresa	98
Tabla 39. Buscan que su colaborador haga lo que como líder le ordeno	98
Tabla 40. Son empáticos contribuyen a la formación de los demás en su empresa	98
Tabla 41. Cuentan con rasgos como capacidad intelectual, autodominio, coraje, persuasión, credibilidad para dominar su empresa	99
Tabla 42. Cuentan con interés por las personas o por la tarea de su empresa	99
Tabla 43. Como líderes apoyan socio emocional a sus seguidores, de acuerdo a la situación	99
Tabla 44. Concretan estrategias que permitan concretar el futuro que se ha previsto	100
Tabla 45. Fortalecen sus habilidades de liderazgo	100
Tabla 46. Se consideran técnicamente capaces	100
Tabla 47. Asumen responsabilidades por sus acciones	101
Tabla 48. Mantienen comunicación con sus trabajadores	101
Tabla 49. Toman decisiones firmes	101
Tabla 50. Preparan a sus empleados para trabajar en equipo	102
Tabla 51. Se consideran un modelo o ejemplo para sus empleados	102
Tabla 52. Con frecuencia vela por el bienestar de sus empleados	102

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Datos para el cálculo del alfa de Cronbach para el cuestionario que mide el Emprendimiento	42
Gráfico 2. Datos para el cálculo del alfa de Cronbach para determinar el liderazgo	44
Gráfico 3. Actitud Emprendedora	46
Gráfico 4. Competencias para el emprendimiento	48
Gráfico 5. Características de los gerentes emprendedores	50
Gráfico 6. Los gerentes presentan diversos estilos de liderazgo	52
Gráfico 7. Enfoques de liderazgo	54
Gráfico 8. Principios de liderazgo	56
Gráfico 9. Emprendimiento de los empresarios	58
Gráfico 10. Liderazgo de los empresarios	60

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue establecer el nivel de relación del emprendimiento con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, 2018. Para ello se seleccionó una muestra aleatoria de 355 gerentes de empresas textiles y confecciones a nivel del Emporio Comercial de Gamarra, considerando para ello un nivel de confianza de 95% y 5% como margen de error. La investigación por su naturaleza fue de tipo aplicada, alcanzado el nivel descriptivo- correlacional, el método utilizado fue el hipotético deductivo para finalmente complementar con el método estadístico, como la información fue obtenida en un tiempo fue transversal y el diseño de la investigación no experimental. Los principales resultados descriptivos muestran que el 78.6% de los empresarios de Gamarra consideran verdaderos emprendedores, mientras que otro 87% se considera líder, estos resultados aparentemente indicaría una fuerte relación, sin embargo, al someterlos a la prueba de hipótesis con un nivel de significancia de 0.05, dieron como resultado que, el emprendimiento tiene un bajo nivel de relación con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, en el 2018, lo que se puede interpretar como que no necesariamente el emprendimiento y el liderazgo van de la mano.

Palabras clave: actitud emprendedora, competencias, estilo, enfoque, emprendimiento, liderazgo.

ABSTRACT

The objective of the research was to establish the level of relationship of the enterprise with the leadership of the entrepreneurs of textiles and garments of the Commercial Emporium of Gamarra, La Victoria, Lima, 2018. For this, a random sample of 355 managers of textile companies was selected confections at the level of the Commercial Emporium of Gamarra, considering a level of confidence of 95% and 5% as a margin of error. The research by its nature was of applied type, reached the descriptive-correlational level, the method used was the deductive hypothetical to finally complement with the statistical method, as the information was obtained in a transversal time and the design of the non-experimental research. The main descriptive results show that 78.6% of Gamarra entrepreneurs consider true entrepreneurs, while another 87% is considered a leader, these results would seem to indicate a strong relationship, however, when subjecting them to the hypothesis test with a level of significance 0.05, gave as a result that, the enterprise has a low level of relationship with the leadership of the textile and garment entrepreneurs of the Gamarra Commercial Emporium, La Victoria, Lima, in 2018, which can be interpreted as not necessarily Entrepreneurship and leadership go hand in hand.

Keywords: entrepreneurial attitude, competencies, style, focus, entrepreneurship, leadership.

INTRODUCCIÓN

La industria textil y de confecciones representa actualmente uno de los sectores manufactureros de mayor importancia en el crecimiento y desarrollo de la economía nacional, esto se debe a las características y gran potencial que constituye no solo porque es un ejemplo de crecimiento, generadora de empleo, uso de recursos naturales del país, sino que también es un gran ejemplo de emprendimiento de personas que ni siquiera tienen educación superior pero que han logrado mucho en la vida en base a esfuerzo y perseverancia.

El sector textil y confecciones se ha convertido en la esperanza de la industria, no obstante, los resultados no son inmediatos, tal como lo demuestran las cifras que registraron las principales empresas al tercer trimestre. Donde la industria participa con el 12% del PBI manufacturero del cual 7.3% es producido por el sector textil y el 4.7% por el de confecciones.

Cabe indicar, que para que la actividad emprendedora de un país se dinamice, no basta solo con que el empresario cuente con valores y competencias para emprender nuevos negocios; es importante, que el entorno macroeconómico y empresarial contribuya con un apropiado ecosistema que cree una cultura de apoyo, eficientes redes de contacto e instituciones eficientes, a través del liderazgo.

En el marco del éxito de esta industria, las relaciones humanas tienen un alto grado de complejidad históricamente desarrollado y mayor aún si se analizan desde la perspectiva empresarial, donde todas las subjetividades están asociadas a través de acuerdos o normatividades, lo que facilita un entretendido de relaciones sociales, culturales, políticas y económicas, que muchas veces tienen que ver con el liderazgo que cada persona o gerente de estas empresas de productos textiles y confecciones de gamarra poseen.

La investigación parte de la necesidad fundamental de abarcar un análisis de la relación del emprendimiento desde la perspectiva de liderazgo como factor fundamental e inherente en todas las teorías empresariales. El proceso de emprendimiento, involucra oportunidades que tienen que detectarse y periódicamente explotarse, el cual no puede ser comprendido ni ejecutado sin la presencia de las oportunidades en interacción con las personas, a través de liderazgo.

La presente investigación tiene como objetivo conocer la relación del emprendimiento con el liderazgo, es decir, si para ser emprendedor con las características y actitudes que comprende el emprendimiento fuera suficiente y el liderazgo no tendría nada que ver con el surgimiento de estas empresas del sector textil y confecciones, o es que ambos emprendimiento y liderazgo van de la mano y que la relación con los principios, estilos y enfoques del liderazgo complementan perfectamente con el emprendimiento. Son estas inquietudes que fundamentan la implementación de esta investigación la que tratará de establecer la relación entre el emprendimiento y el liderazgo de los empresarios de productos textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El emprendimiento o espíritu empresarial, nace desde que el hombre empieza a formar sociedades, ante la necesidad de comerciar, de transar o negociar productos que a uno le sobra y a otro le falta. En ese sentido, los fenicios (1200 a.C. – 539 a.C.) antiguos comerciantes marítimos fueron los primeros emprendedores y se extendieron por África, Europa y Asia. Su territorio estuvo comprendido en parte de los actuales Israel, Siria, Líbano y Palestina en la costa oriental del mar Mediterráneo, y fue una de las potencias comerciales en su momento.

Posteriormente, en el siglo XVI con el origen del capitalismo en Inglaterra y la participación de protestantes se da inicio a las grandes corporaciones, la independencia de Estados Unidos de Norteamérica y la revolución Francesa a finales del siglo XVIII empujan aún más el emprendimiento bajo la premisa de igualdad entre los ciudadanos, concepto que se extiende por todo el mundo.

En América Latina, el fenómeno del emprendimiento se da a finales de la década del 60, y en el Perú a mediados de los 80' con la fuerte migración de las comunidades campesinas e indígenas hacia las grandes ciudades del País, en especial Lima, escapando de la pobreza y a la violencia terrorista de lo que eran objeto.

El emprendimiento en nuestra país representa uno de los fenómenos sociales y económicos con mayor importancia que se vienen desarrollando e impulsando, a partir de los pequeños negocios de compra venta o de servicios que van incrementando de manera paulatina hasta las grandes revoluciones tecnológicas, logrando un crecimiento exponencial en poco tiempo. De esta manera, los emprendedores han pasado a ser uno de los actores trascendentales para impulsar el desarrollo de una región, departamento e incluso de un país en general.

Poco se sabe respecto a que si los emprendedores son líderes natos o se van haciendo en el proceso de consolidación o es que al emprender despiertan a ese líder que llevan dentro. Aunque el ser líder, no necesariamente debe ser un emprendedor o viceversa.

Esta investigación ha tomado como referencia a aquellos emprendedores potenciales de productos textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, motivados por su capacidad de pensamiento creativo. Lo que se anhela lograr es una larga trayectoria en cuanto a acciones de emprendimiento, que permita la mejora de competencias para la ejecución de la disciplina tanto en el espacio empresarial como en el ejecutivo. Al mismo tiempo, capacitar personas, equipos y empresas, impulsándolos a reconocer, conectar y desarrollar su potencial de liderazgo al máximo.

En el Emporio de Gamarra, existe un alto nivel de vinculación al emprendimiento, sin embargo, son pocas las expectativas de crecimiento y desarrollo, por lo que un gran porcentaje de emprendedores requieren de distintas y diversas alternativas para viabilizar sus proyectos. Es probable que para que exista este crecimiento y el posterior desarrollo hace falta la presencia de un líder, pero ¿no es acaso un líder un emprendedor? o es que es lo mismo ¿ser emprendedor y lider?. El problema que presentan en la actualidad estas empresas de productos textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra es que la mayoría no logra un verdadero desarrollo y muchos creen que el problema se deba la falta de liderazgo de parte de quienes dirigen las empresas.

Pero, por qué es importante conocer que el emprendimiento está relacionado directamente con el liderazgo, porque si lo fuera así, las políticas de gobierno deberían centrarse en establecer centros de capacitación o motivación para formar líderes y consecuentemente crear empresa. Pues como es conocido el emprendimiento crea desarrollo tanto para las familias como para el país.

De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), en el Perú existe una alta tasa de “mortalidad” de empresas creadas por los emprendedores. En base al informe de Perú MYPE Competitiva; de cada 300 mil MYPES que ingresan al mercado la tercera parte cierran al finalizar el primer año de operaciones. Entre una de las causas que puedan explicar fundamentalmente esta situación es el déficit de competencias gerenciales del emprendedor y su mínima experiencia en general.

Ante tanto fracaso de empresas que cierran es lógico pensar que estos emprendedores carecen de liderazgo (o tal vez otro factor) para sacar adelante sus empresas o se debe simplemente a las condiciones que el mercado trae consigo. En todo caso, en el Emporio Comercial de Gamarra los emprendedores mantienen una adecuada actitud tratando de perfilar sus competencias cada uno de ellos con sus propias características superando las dificultades que día a día se presenta en el mercado. En este contexto es de suponer que el enfoque del liderazgo está orientado a lograr un desarrollo en mediano plazo.

En este contexto, los emprendedores realizan sus actividades de propia cuenta, es decir, no cuentan con el total apoyo del gobierno, el acceso al sistema bancario aún es limitado para los nuevos emprendedoras hasta para los que ya tienen cierto tiempo trabajando, entonces, ante la falta de soporte a los emprendedores es obvio que no encontraran apoyo y finalmente desistan de su “aventura empresarial”, pese a constituir aproximadamente el 96.5% de las empresas que existen en el Perú. Por lo tanto, la falta de un ente gubernamental que conozca y solucione realmente las necesidades de los microempresarios o emprendedores obliga a los emprendedores.

De continuar con este problema, es probable que en un futuro no muy lejano las empresas de los emprendedores tendrán poca participación en el mercado y serán simplemente estrellas fugaces, lo que los obligará a buscar trabajo en otras empresas que realmente tengan participación en el mercado y consecuentemente el desarrollo tanto familiar como país se limita. Entonces, aquí surge la duda, respecto al liderazgo de los emprendedores ¿son emprendedores por necesidad o por oportunidad?. Realmente ser líder garantiza crear empresa y dirigirla.

Por ello, cada vez se hace más importante y fundamental contar con las herramientas apropiadas para promover el emprendimiento en el país. Siendo una estrategia relevante las actitudes, características y competencias del emprendedor junto a los principios y estilos del liderazgo. De esta manera ayudar al desarrollo del emprendedor, consolidando sus empresas, disminuyendo la mortalidad empresarial y ayudar al desarrollo de la misma.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema Principal.

¿Cómo se relaciona el emprendimiento con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, 2018?

1.2.2. Problemas Secundarios

1. ¿Cómo se relaciona la actitud emprendedora con el principio de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima?
2. ¿Cómo se relaciona las competencias para el emprendimiento con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima?
3. ¿Cómo se relaciona las características del emprendimiento con el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Establecer el nivel de relación del emprendimiento con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos.

1. Establecer el nivel de relación entre la actitud emprendedora con los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.
2. Establecer el nivel de relación entre las competencias para el emprendimiento y los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.
3. Establecer el nivel de relación entre las características del emprendimiento y el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

1.4. Justificación del estudio

Desde el aspecto práctico, la investigación sobre el tema es importante porque el emprendimiento comprende aquella capacidad que tienen las personas para poder salir delante de la mejor manera y con grandes ideas renovadas. Es así, que los empresarios deben comprender que para ser emprendedor se requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo, y sobre todo saber emprender el liderazgo en la empresa que tienen bajo su mando para lograr éxito empresarial.

Desde el punto de vista teórico, busca conocer la relevancia del emprendimiento, sus actitudes, competencias y características. Todos estos aspectos en relación que los diferentes componentes que constituyen un liderazgo, como son sus estilos, principios y enfoques.

Finalmente, desde el punto de vista metodológico la investigación permitirá crear un nuevo instrumento para recolectar y posteriormente analizar los datos, que servirá como base para estudios posteriores y que de alguna manera ayudará a perfeccionar este

instrumento, lo que indudablemente contribuirá a comprender mejor la posible relación entre las dos variables de estudio propuesta.

1.5. Limitaciones de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se cuenta con fuentes de información estadística actualizadas, el material es vasto, extenso, tiene diversidad de enfoques y matices que se procederá a ordenar de modo que pueda ser la base, sustento y soporte del trabajo.

El proyecto no presenta ningún tipo de limitación en los siguientes aspectos:

Recursos Bibliográficos: Existe el material necesario como libros y revistas especializadas localizados en las diferentes bibliotecas de universidades privadas y públicas de Lima Metropolitana.

Recursos Económicos: La investigación está sustentada por los recursos financieros previstos gracias al apoyo monetario de diferentes personas y de manera personal.

Recursos Tecnológicos: Se tiene el acceso a los diferentes componentes tecnológicos, especialmente a software especializados que se requieren en el proceso de la elaboración de la tesis.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Antecedentes Nacionales

Existen diversos trabajos relacionados con emprendimiento y liderazgo, pero no se ha encontrado investigaciones que traten ambas variables de manera simultánea. Aunque, la investigación de Mamani (2016), denominada *Plan de negocio para mejorar el ingreso económico mediante los talleres de liderazgo, emprendimiento y trabajo en equipo del Colegio Wilmani de Ayacucho*, se puede resumir en:

El presente trabajo tiene por objetivo en analizar la sostenibilidad y viabilidad de incrementar el ingreso económico del Colegio Wilmani, en la ciudad de Ayacucho. Para desarrollar el análisis de la investigación se dividió en dos fases. La primera de ellas, de índole cualitativa, se caracteriza por la realización de entrevistas a padres de familia y empleados, referentes a la posición laboral educativa. La segunda de ellas, de índole cuantitativa, consiste en recabar información primaria acerca del nivel de probabilidad de compra de los padres de familia y factores de precio, promoción/ publicidad, plaza, personal y producto. Según el estudio de mercado, existen factores cuantitativos según la percepción de los padres de familia, que podría solicitar los servicios para su hijo, debido que el precio, producto, plaza y publicidad se ajustan a las necesidades. El curso de emprendimiento es el más valorado por los padres de familia (45.8%). La

especialidad del liderazgo es el atributo que debe el centro educativo (50%). La radio (16.7%) y la tv abierta (35.4%) son los factores en los cuales les gustaría ver los cursos del centro educativo. En la ciudad de Ayacucho sería la sede del negocio. Entre 50 a 80 nuevos soles sería el pago que realizarían los padres de familia. Más del 75% de los entrevistados estaría dispuesto a poner a su hijo en el servicio educativo. Conclusiones: Wilmani es un servicio educativo combinado con la creación de cursos extracurriculares, para hogares de los niveles socioeconómicos A y B, de la ciudad de Ayacucho, brinda valor agregado, ya que mejora las relaciones interpersonales y extra personales, tanto para los aspectos profesionales, laborales, como así también los personales.

Otra investigación de Cáceres y Ramos (2017), denominada *Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la Asociación de Tejedoras - "Tejidos Huaycán*, resume:

El objetivo fue conocer la relación que se da entre el emprendimiento laboral y el empoderamiento de las mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - "Tejidos Huaycán", para lo cual se aplicó una metodología mixta de carácter predominantemente cualitativo, con soporte cuantitativo. Para la base de datos cualitativos se usó la entrevista a profundidad para recoger los testimonios y se hace análisis de reportaje; para medir cuantitativamente las variables se aplicó dos escalas cada una con 20 ítems que miden las dimensiones de cada variable. La población estudiada lo conforman 16 mujeres artesanas de la asociación "Tejidos Huaycán". Las conclusiones a las que se llega es la relación que se da entre el emprendimiento laboral y el empoderamiento de las mujeres artesanas es directa y significativa, porque las mujeres artesanas con mayor emprendimiento laboral poseen mayor empoderamiento y, las mujeres con menor emprendimiento laboral tienen menor empoderamiento. Respecto a los objetivos específicos el emprendimiento se caracteriza por mejora de la capacidad económica y satisfacción con la actividad artesanal y el empoderamiento por el auto reconocimiento, autonomía en la toma de decisiones, mayor participación en las decisiones del hogar y en la gestión laboral; sin embargo, no hay evidencia significativa en el desarrollo de capacidades de liderazgo. La relación que se da entre el emprendimiento laboral y el empoderamiento de las mujeres artesanas es directa y significativa, porque, las mujeres

artesanas que lograron mayor emprendimiento laboral, poseen mayor empoderamiento y las mujeres con menor emprendimiento laboral tienen menor empoderamiento.

De esta manera, el emprendimiento ha ocasionado importantes cambios en la economía. Del mismo modo, la investigación de Zorrilla (2013), denominada *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de las micro emprendimientos juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de Inpet (2007-2009)*, resume:

Objetivo: Identificar los factores que han contribuido a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles, promovidos por el Programa de Empleo Juvenil del INPET en el distrito de San Juan de Lurigancho, desde la perspectiva de los involucrados a fin de proponer medidas que fortalezcan las herramientas utilizadas en el programa. Metodología: La metodología que la investigación utilizó fue de tipo cualitativa, pues buscó conocer y explicar los resultados de la población, obtenidos desde una muestra significativa (no probabilística), que proporcionó una mejor comprensión de las percepciones de dicha población acerca del programa; ello permitió hacer visible la información de las percepciones de los jóvenes sobre el programa. También, es cualitativa porque trabaja sobre el procesamiento de análisis y datos no necesariamente cuantitativos, e incluye el trabajo con percepciones de los actores involucrados. Esta investigación tuvo nivel descriptivo para evidenciar los factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micros emprendimientos de los jóvenes participantes del programa. Muchos jóvenes permanecen atrapados en trabajos temporales y de bajos ingresos, usualmente en el sector informal, por esa razón los más emprendedores optan por tener un negocio propio, pero solo en pocos casos sus negocios llegan a ser sostenibles. Conclusiones: Esta investigación ha permitido identificar los factores que han contribuido a la sostenibilidad de los micros emprendimientos. Uno de ellos tiene que ver con el perfil y características de los jóvenes. Los y las participantes del Programa de Empleo Juvenil con emprendimientos más sostenibles, están caracterizados por el siguiente perfil: • Proviene en su mayoría de zonas de nivel socio-económico bajo, del distrito de San Juan de Lurigancho. • A mayor edad (tramo de 26 a 32 años) presentan mayor potencial emprendedor. • Poseen cierto nivel de instrucción educativa y ya respondían a una amplia carga familiar. • Son puntuales,

tienen una baja autocrítica y saben aprovechar las oportunidades. • Se capacitan para mejorar sus ventas, manejan registros básicos y han adquirido conocimientos en gestión de negocios. • La mayoría se dedica a los servicios, perciben un ingreso mensual promedio de S/. 1500, y operan generalmente en condiciones informales.

Del mismo modo, la investigación de Julca (2011), denominada *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*, da a conocer lo siguiente:

Evaluar el desarrollo de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres (Lima, Perú) con la finalidad de establecer una relación entre el desarrollo de dichas competencias y los rasgos propios de cada alumno (nivel socioeconómico, edad biológica y entorno familiar). Conclusiones: La universidad es una institución de educación superior que forma profesionales para contribuir con el desarrollo económico del país y en función a las solicitudes del mercado globalizado. - La Universidad es una institución que imparte simultáneamente, conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos e ideología a favor o en contra del sistema; en una búsqueda constante de contribuir con el desarrollo social, económico y político de la nación, es decir, el desarrollo integral; pero, cuando imparte ideología en contra del sistema, esta es intervenida por el Estado, o desprestigiado por los medios de comunicación. El emprendimiento se conceptualiza como una característica que puede surgir en todos los seres humanos; pero, si el emprendimiento está relacionado con el área empresarial, la connotación que este adquiere está relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo.

Antecedentes Internacionales

Estudios respecto a emprendimiento y liderazgo en su conjunto no se ha podido ubicar, mediante la internet, en los repositorios de las universidades de Iberoamérica. Sin embargo, una de las variables de la investigación se encuentra en la investigación de Villacres (2017) en su tesis *Gestión del emprendimiento y su impacto en la*

competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador, resume:

El objetivo de la investigación es explicar cómo la gestión del emprendimiento influye favorablemente en la competitividad de las mipymes de la provincia Bolívar del Ecuador; para ello se utilizaron los métodos: observación científica, análisis documental, inductivo – deductivo, análisis y síntesis; así como el método estadístico que se utilizó para la comprobación de la hipótesis de la investigación. La justificación de la investigación “pretende hacer hincapié en la Teoría del Empresario de Kirzner, ya que es éste empresario mediante su capacidad el que descubre oportunidades de mercado ocultas y utilizando el esfuerzo, aptitudes, capacidades, explota los recursos disponibles y obtiene beneficios empresariales.” Desde el punto de vista práctico “Se pretende conocer las percepciones de los Gerentes de las mipymes de la provincia Bolívar en las áreas.” (p. 11). La conclusión a la que arribó el estudio fue:

Un importante porcentaje de emprendimientos en la provincia Bolívar, se han convertido en mipymes con la denominación de Asociaciones de productores, especialmente en el sector de los productos lácteos lo que ha permitido desarrollar algunas herramientas importantes en la gestión como es la capacitación permanente del personal, control de calidad de los productos, implementar un sistema de comercialización integrado, esto redundando en la obtención de rendimientos económicos significativos. (p. 153)

Por otro lado, la investigación de Banegas (2013), denominada *El liderazgo en instituciones educativas superiores. El caso de UNITEC y su impacto en la práctica educativa, durante 2005-2010*, se resume en:

Se presenta un modelo de liderazgo transformacional aplicable a instituciones de educación superior, con el cual se logra una oferta educativa diferenciada atractiva, dándole una ventaja competitiva en el mercado. Este modelo impacta en las prácticas educativas de la universidad y permite que el proceso de enseñanza-aprendizaje se centre en el estudiante. Todo cambio debe iniciarse internamente como resultado de una profunda reflexión y planificación originándose en los líderes de más alto nivel e

impregnando al resto de la institución en forma de cascada, animando a los colaboradores a definir su propio crecimiento y participar activamente en la mejora de su gestión.

La implementación del modelo debe iniciar con un análisis del estado actual de la organización, evaluando y rediseñando la estructura de la institución: las facultades, las direcciones y los departamentos para aprovechar de forma eficiente tanto los recursos humanos como financieros, agilizando los procesos de gestión administrativa. (p. 355)

En este mismo periodo Ayoub (2010), en su investigación *Estilos de liderazgo y sus efectos en el desempeño de la administración pública mexicana*, da a conocer lo siguiente:

Esta investigación plantea tres objetivos principales: 1.- Explorar los estilos de liderazgo que utilizan los funcionarios en la administración pública federal centralizada de México y cuál de ellos es el más recurrente, 2.- Evaluar cómo se relacionan los estilos de liderazgo de los funcionarios de la administración pública federal centralizada de México con los indicadores de desempeño de esfuerzo extra, satisfacción y eficacia, 3.- Evaluar la relación que existe entre el nivel de percepción de crisis y la cantidad de carisma que se atribuye o percibe en el líder. El estudio se justifica en el sentido que “permitirá llenar un vacío (...), toda vez que los modelos de liderazgo que se utilizan en esta investigación han sido escasamente contrastados en el sector público y prácticamente en ninguna ocasión para el contexto mexicano.” (p. 5). Para llegar a cumplir con los objetivos, se tomó una muestra de 1,123 funcionarios de mandos medios y superiores de la administración pública mexicana y por niveles jerárquicos, siendo la investigación de nivel correlacional y transeccional. El trabajo llegó a la conclusión:

Los líderes en la administración pública, aquellos que interactúan diariamente con sus subordinados, contribuyen activamente en la formulación e implementación de políticas públicas y su forma de interacción influye en los resultados de gobierno, por lo que esta investigación revela los tipos de comportamientos de liderazgo que emplean y la eficacia de éstos. Se ha considerado que la estructura tradicional burocrática absorbe los efectos del comportamiento de los burócratas, no obstante,

ha quedado demostrado con esta investigación que el tipo de comportamiento condiciona el grado de eficacia esperado, al grado de que la inactividad, en términos de liderazgo, produce resultados negativos. (p.221)

Por su parte, Vallmitjana (2014), en su tesis doctoral intitulada *La actividad emprendedora de los graduados IQS*, resume lo más importante de su trabajo:

El principal objetivo del estudio es la evaluación del emprendimiento de los graduados IQS a lo largo de sus más de cien años de historia, con el fin de obtener conclusiones sobre los rasgos de los emprendedores, las características de las empresas creadas y la contribución de IQS al fenómeno emprendedor. La metodología utilizada se basa en el análisis de los datos obtenidos a partir de un cuestionario a contestar por una muestra de los emprendedores IQS identificados. El modelo se basa en un estudio similar elaborado por el MIT para evaluar el impacto emprendedor de sus graduados. Respecto a la justificación de la investigación, el trabajo no lo presenta. La evaluación de los resultados permite concluir que el número de emprendedores IQS puede considerarse importante y que las empresas que han creado cuentan con algunas de las características propias de las de su entorno territorial mientras que también responden a cualidades que se derivan de la actuación de IQS.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Emprendimiento

En base a lo que sostuvo Timmons (citado por Vázquez, 2016), “el emprendimiento es una revolución silenciosa que será para el siglo XXI más que la Revolución Industrial fue hasta el siglo XX”. (p. 9). Ante ello, surgió el primer concepto de emprendimiento, donde Cantillon (citado por Vázquez, 2016) sostiene que el “emprendimiento tiene relación con la toma de riesgos” (p. 9). La palabra emprendedor es de origen francés y tiene como significado “aquel que toma riesgos y empieza algo nuevo”. (p. 9).

Entonces, todos los seres humanos tenemos algo de emprendedores porque siempre al iniciar un nuevo proyecto por más pequeño que sea siempre está presente el riesgo,

pero, el emprendimiento llevado a lo más alto se traduce en el establecimiento de un negocio propio donde el emprendedor es dueño de su propio destino.

De acuerdo a los autores Kuratko y Morris (citado por Parra, Rubio y López, 2017), el emprendimiento “es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas”. (p. 11)

Por otro lado, Venkatamarán (citado por Parra, Rubio y López, 2017), indica lo siguiente:

Es aquella persona que es capaz de imaginar una posibilidad futura de empresa dentro de una estructura de macro fuerzas y tendencias, toma las decisiones necesarias para cambiar el futuro en una situación actual, sin restringirse por los recursos que tenga a su disposición. (p. 11)

Agregado a ello, la Ley 1014 del año 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento del Congreso de Colombia plantea lo siguiente:

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planeada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Parra, Rubio y López, 2017, p. 11)

Emprender es más que gestionar una empresa, significa también poder adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía asigna. Es inaceptable hablar de este tema y no encontrarle relación con el término de innovación, por lo que son fundamentales y cuando se unen la empresa sólo debe festejar.

El emprendimiento presume el inicio de nuevos negocios o proyectos, que cuenten con una connotación especial en atención a la necesidad social de poder crear proyectos con gran innovación y que generen valor, empleos y grandes riquezas, por ello, es importante tener en cuenta aquellos aspectos jurídicos esenciales de un emprendimiento

como la forma societaria, la tributación, los contratos claves con clientes y proveedores que en muchas ocasiones marcan la diferencia entre poder triunfar y lograr escalar en un plan empresarial, o, por el contrario, sufrir un fracaso o tener un bajo desarrollo y plano. (Saieh, 2010, s/p).

De acuerdo a Saieh (2010), al realizar un emprendimiento tienen que seguirse una serie de pasos, detallándolos a continuación:

- Constituir una sociedad
- Iniciar actividades ante el Servicio de Impuestos Internos
- Contratar personal, arrendar o comprar un inmueble para el establecimiento.
- Fijar condiciones con los proveedores, pagar impuestos y una larga lista de actividades y gestiones que exige cualquier negocio.

El emprendimiento, según Parra, Rubio y López (2017) se debe a múltiples factores pero los que predominan son las características que definen a cada una de las personas, así como su actitud a partir de las competencias que poseen y logran desarrollar, fortalecerá su carrera empresarial. En ese sentido, cada una de estos factores se desarrollan a continuación.

2.2.1.1. Actitud emprendedora

Como lo indica Parra, Rubio y López (2017), la actitud emprendedora hace referencia a la “capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad”. (p. 15)

La actitud emprendedora nace del espíritu de cada persona, aquel que motiva a continuar trabajando por nuestras metas y lo que inspira a continuar construyendo un proyecto de vida sin conformarse con lo que se tiene. (Parra, Rubio y López, 2017, p. 15)

Cabe señalar, que la actitud emprendedora comprende el iniciar, actuar y no esperar, manteniendo un alto nivel de deseo de autorrealización, de pasar a ser en lo que se es

capaz de poder ser, ayudar al ser humano a incrementar la creatividad, innovación, ser único, a proponerse metas y mantenerse apasionado para lograrlas, es poder mirar hacia adelante en una constante búsqueda del éxito y de la prosperidad.

Es así, “que quien posee una gran actitud emprendedora sueña con ideales, mide constantemente todo su potencial, busca en su emprender una actitud positiva ante la vida, manteniendo una mente de triunfador”. (Parra, Rubio y López, 2017, p. 15)

Entre las características que posee la actitud emprendedora, destacan la motivación, optimismo, iniciativa, visión, perseverancia, proactividad, tolerancia al fracaso y asumir riesgos.

De acuerdo a los autores Gonzáles y Parra (citado por Parra, Rubio y López, 2017), el despliegue del espíritu empresarial ha convertido el emprendimiento en uno de los factores claves para el desarrollo de todas aquellas nuevas empresas en la actual economía de la globalización. Es este espíritu empresarial que involucra salir de la zona de confort, demandando retar el statu quo, es decir, sobresalir los paradigmas preconcebidos que han formado la cultura de los pueblos, requiriendo un gran cambio personal, lo que generará las características que marcan la diferencia al emprendedor de quién no lo es. (p. 16).

Esta tarea es difícil de lograr, por lo que exige cambiar los comportamientos cotidianos y formar nuevas estructuras mentales que le permitan realizar el análisis de los problemas desde diversas perspectivas y pensar en soluciones creativas y con gran innovación.

La idea de un espíritu emprendedor tiene relación con los individuos emprendedores que mueven recursos y arriesgan para iniciar empresas o negocios. Por ello, se resalta, que la actitud emprendedora comprende la capacidad que tiene toda persona de poder formar, crear e iniciar un proyecto, una empresa o simplemente un nuevo estilo de vida, siendo la base de inspiración la confianza en sí mismo, el atrevimiento de actuar en pro de sus sueños, batallando a diario con seguridad hasta lograrlos.

“Las personas con actitud, desean cambiar las cosas, toman el control de su propia vida, se mantienen en constante aprendizaje de nuevas cosas o se plantean retos. La persona puede ser emprendedora en la empresa donde labora, montando un negocio o sencillamente desarrollando un proyecto”. (Parra, Rubio y López, 2017, p. 16)

Los aspectos a tener en cuenta para ver si se tiene una actitud emprendedora de acuerdo a los autores Parra, Rubio y López (2017) son el “deseo de superación, la necesidad de aprender y de desaprender, tolerancia al fracaso, querer asumir riesgos, ser optimista, perseverante, confianza en sus ideales, lograr una mente proactiva y pasión por lo que se realiza”. (p. 16).

Es así, que de acuerdo al autor Quintero (citado por Parra, Rubio y López, 2017), sostiene que la actitud emprendedora puede comprenderse como una “conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla”. (p. 16). Agregado a ello, el autor Duran Aponte (citado por Parra, Rubio y López, 2017), sostiene que la persona con actitud emprendedora debe ser optimista, proactiva, persistente y creativa, en donde se desarrolle lo siguiente:

- Optimismo: se refiere a la respuesta positiva ante las adversidades que tienen relación con el negocio, donde se mantiene un alto nivel de confianza de lograr proyectos exitosos y con gran disposición para poder emprender nuevas ideas.
- Proactividad: comprende la exigencia autoimpuesta por la persona para realizar de la mejor manera posible todo lo que decide emprender, desafiarse a la excelencia y lograr lo mejor de sí mismo.
- Persistencia: Se refiere al reconocimiento de los mismos errores, aprendiendo de los mismos. La persistencia para sobreponerse e intentar nuevamente, por lo que no abandona su actividad emprendedora cuando tiene situaciones adversas, por el contrario, busca soluciones alternas.
- Creatividad e innovación: Comprende una actitud imaginativa e ingeniosa, lo que facilita el funcionamiento de las cosas, la satisfacción de las necesidades y la búsqueda de las respuestas a las problemáticas dispuestas. (p. 16)

En definitiva, una persona que cuenta con actitud emprendedora no trata de igualar iniciativas de emprendimientos, por el contrario, tiene gran esfuerzo por crear nuevas cosas e innovar en lo que ya existe, agregándole un valor agregado y con una alta perseverancia.

2.2.1.2. Competencias para el emprendimiento

De acuerdo a Moya y Santana (2016), existen extensas investigaciones que relatan sobre las diversas competencias de emprendimiento, siendo fundamentales para lograr éxito en el área, lo que supone, que la investigación y la práctica estén relacionadas con la competencia, dirigida por sus aspiraciones para lograr un desempeño superior y la posibilidad por lograr éxitos económicos. Es así, que las competencias para el emprendimiento se han establecido de diversas maneras:

Motivación: Se refiere a “el conjunto de razones por las que las personas se comportan de la forma en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”. De esta manera, la motivación comprende el elemento central que conduce lo que la persona realiza hacia qué objetivos se dirige. La persona se plantea un objetivo, emplea los recursos apropiados manteniendo cierta conducta, con la finalidad de lograr una meta. (Moya y Santana, 2016, p. 13)

Es así, que McClelland (citado por Moya y Santana, 2016) explicó cómo es que la necesidad de logro puede motivar a la persona a convertirse en emprendedor, planteando que este factor de personalidad es clave para ser un emprendedor exitoso y, en consecuencia, para el crecimiento económico. (p. 13).

Autoeficacia: Se refiere al juicio personal de la persona sobre sus capacidades para poder enfrentar ciertas situaciones. De esta manera, las personas tenderían a evitar aquellas situaciones de riesgo que consideran superiores a sus habilidades para poder enfrentarlas, en tanto, se comprometerán con mayor seguridad en las actividades que se consideren capaces de realizar. (Moya y Santana, 2016, p. 14)

Reconocimiento de oportunidades: Cabe indicar, que la oportunidad es “aquella situación en la que los nuevos productos, servicios, materias primas y métodos

organizativos pueden ser introducidos y vendidos en el mercado a un precio superior al coste de producirlos”. De esta manera, el reconocimiento de la oportunidad tiene que ser comprendida como un proceso cognitivo por medio del cual las personas terminan con la identificación de una oportunidad. Este proceso, involucra tres procesos distintos, como la percepción (se refiere al reconocimiento por parte de una persona de la existencia de los requerimientos de mercado que no están satisfechas), el descubrimiento (etapa en que la persona analiza la oferta actual en términos de recursos-producto o servicio-mercado para investigar sobre los posibles ajustes creados de una manera más eficiente y/o que aporten un valor añadido al mercado) y la creación del concepto de negocio (se refiere al reconocimiento de la mejor solución para satisfacer las necesidades del mercado). (Moya y Santana, 2016, p. 14)

Explotación de oportunidades: Hace referencia a la “materialización organizativa de la idea emprendedora identificada y en la que los recursos y capacidades del emprendimiento creado influyen en su viabilidad técnica y financiera”. Se centra en los factores como la rápida capacidad para la toma de decisiones y flexibilidad organizacional por medio de los cuales responder a los nuevos mercados y a las oportunidades tecnológicas.

Toma de decisiones bajo incertidumbre: Se considera que una decisión se toma bajo incertidumbre cuando no se tiene la posibilidad de determinar probabilidades a los eventos posibles, es decir, quien toma la decisión no tiene conocimiento sobre ningún estado de la naturaleza del resultado o sobre los costos que le llevará conseguir la información necesaria evitar la incertidumbre. En estos casos la decisión, además de por criterios políticos y económicos, se ve orientada por la orientación psicológica del decisor. (Moya y Santana, 2016, p. 15)

2.2.1.3. Características de los emprendedores

En base a distintos estudios, la edad del empresario al momento de crear la empresa mantiene consecuencias negativas sobre el desarrollo prematuro del nuevo negocio. Es así, que la evidencia práctica ha demostrado que todos los empresarios jóvenes son más ambiciosos, cuentan con mayor creatividad y poseen más energía, lo que les facilita

superar su falta de credibilidad, de experiencia y la dificultad para conseguir financiamiento. (Messina y Hochszain, 2015, p. 35)

Por otro lado, los empresarios con mayor antigüedad son generalmente más cautelosos y conservadores. Otros autores señalan que la probabilidad de emprender en personas que tienen entre 18 y 64 años decrece a medida que la edad del individuo aumenta. Existen diversos estudios empíricos que demuestran el impacto positivo del perfil y del nivel de capital humano del fundador (o fundadores) sobre el crecimiento empresarial, sostienen Colombo y Grilli (citado por Messina y Hochszain, 2015, p. 35)

Agregado a ello, el capital humano involucra el conocimiento, las habilidades y todas las capacidades del emprendedor o equipo emprendedor, las cuales resultan ser consecuencia del nivel educativo y de la experiencia previa. Se reconoce que los empresarios más educados tienen las habilidades que les permite identificar y explotar las nuevas oportunidades de negocio. Por lo que la educación, otorga todos los conocimientos que pueden ayudar a superar las dificultades financieras. (Messina y Hochszain, 2015, p. 35)

El otro componente del capital humano es la experiencia previa. Como lo indican los autores García y Jiménez (citado por Messina y Hochszain, 2015), “la experiencia laboral previa puede afectar el crecimiento empresarial. Particularmente, la experiencia previa como directivo y como emprendedor”. (p. 35). Del mismo modo, los autores Capelleres y Kantis (citado por Messina y Hochszain, 2015), indican que “la experiencia previa del empresario influye en el tiempo empleado para el proceso de creación de una nueva empresa. Otro factor analizado como determinante del éxito de las empresas es la motivación que lleva a emprender”. (p. 35)

Es así, que, por medio de sus redes, los empresarios logran tener acceso a recursos, información y conocimientos fundamentales. Por lo que las redes son recursos valiosos y pueden remediar pérdidas de otros recursos, como el capital financiero y el capital humano. (Messina y Hochszain, 2015, p. 35)

En definitiva, todo el apoyo que se recibe de las redes proporciona la rápida creación de la nueva empresa, así como su posterior crecimiento. Por ello, en los casos en que el emprendedor cuenta con una red informal fuerte, el proceso de creación de la empresa se ejecuta mucho más rápido que cuando el futuro empresario cuenta con el apoyo en los diferentes tipos de programas de ayuda para la formación de su empresa, por medio de las redes formales. (Messina y Hochszain, 2015, p. 35)

2.2.2. Liderazgo

De acuerdo al autor Tracy (2015), el liderazgo “es la capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal y corriente ... es la capacidad de conseguir seguidores”. (p. 22)

Es así, que los líderes son buenos estrategas y planificadores, por lo que toman el tiempo de aprender la manera en cómo realizar un planteamiento estratégico. El planteamiento estratégico significa tener una visión a largo plazo, es estar comprometido con lo que se le denomina “pensamiento del panorama general”. (Tracy, 2015, p. 22). Cabe indicar, que los líderes observan todo lo que están haciendo y todas las cosas diferentes que puedan tener un impacto en ellos.

Es importante mencionar, que el tema del liderazgo actualmente, ha despertado el interés en diversas ramas, como la administración, entidades públicas, entre otros, no obstante, muchas personas no pueden definirlo fácilmente. En relación a ello, el Diccionario de la Herencia Americana (citado por National Minority Aids Council, 2009), sostiene que el liderazgo es “el conocimiento, las actitudes y las conductas utilizadas para influir sobre las personas para conseguir la misión deseada”. (p. 17).

En base a ello, se comprende que el liderazgo tiene la finalidad de injerir de alguna manera en los trabajadores o integrantes de un determinado grupo u organización, y de esta manera, ejecutar y cumplir con sus objetivos.

Por otro lado, los autores Antonakis, Cianciolo y Sternberg (citado por Lupano y Castro, 2013), sostienen que el liderazgo puede ser concebido como un proceso natural de influencia que se desarrolla entre una persona, el líder y sus seguidores, y este

“proceso de influencia puede ser explicado a partir de determinadas características y conductas del líder, por percepciones y atribuciones por parte de los seguidores y por el contexto en el cuál ocurre dicho proceso”. (p. 7)

2.2.2.1. Estilos de liderazgo

Tras años atrás y diversos estudios se ha establecido una clasificación de los estilos de liderazgo. Es así, que actualmente un buen líder debe conocer y hacer uso de distintos estilos, en base a la situación en la que se encuentre, lo que otorgará de una gran flexibilidad que facilitará su uso.

Cabe indicar que esta clasificación que propone estilo de liderazgo según Vázquez (2005), “resulta ser muy útil cuando se trata de movilizar a la gente hacia una nueva dirección. Estos líderes tienen una buena habilidad para promover el cambio, son muy empáticos”. (p. 129)., siendo una clasificación válida la siguiente:

Líderes coercitivos: Este tipo de liderazgo “se caracteriza principalmente por demandar de sus colaboradores el acatamiento inmediato de las órdenes que impone. Suelen ser líderes orientados al logro y con buen autocontrol”. (Vázquez, 2005, p. 129)

Es así, que este tipo de liderazgo adquiere sus mejores logros en aquellas situaciones de crisis, es decir, cuando se tiene que reestructurar o de tratar con trabajadores problemáticos, teniendo un impacto negativo en el clima laboral de cualquier organización. (Vázquez, 2005, p. 129)

Líderes autoritarios: Este estilo de liderazgo según Vázquez (2005), “resulta ser muy útil cuando se trata de movilizar a la gente hacia una nueva dirección. Estos líderes tienen una buena habilidad para promover el cambio, son muy empáticos”. (p. 129). Cabe indicar, que este líder suele ser un buen generador de visión, todo lo contrario, al coercitivo que no enturbia el clima laboral.

Líderes afiliativos: Este estilo basa su comportamiento en la persona, siendo lo más importante, suelen “crear lazos afiliativos dentro de la organización. Es un tipo de

liderazgo muy efectivo en casos de problemas con el clima laboral y para motivar a la gente en situaciones de mucho estrés”. (Vázquez, 2005, p. 129)

Líderes democráticos: Suelen fomentar la comunicación dentro de la organización. Asimismo, Vázquez (2005), indican que este tipo de líderes “escuchan la opinión de los demás, lideran los equipos de forma excelente y son muy hábiles para crear consensos o para obtener datos de un determinado empleado. El clima laboral no se resiente, sino que se refuerza con este tipo de liderazgo”. (p. 129)

Líderes marcapasos: Este tipo de liderazgo es posible que consiga estándares de rendimiento muy altos. Como lo sostiene Vázquez, (2005), “basan su comportamiento en que el colaborador haga lo que el líder hace. Son necesarios para obtener resultados de un equipo en poco tiempo, aunque su impacto en el clima laboral es negativo” (p. 130)

Líderes “coaching”: Este estilo de liderazgo “es relevante para poder desarrollar a la gente de cara al futuro, con su empatía contribuyen a la formación de los demás y ayudan a desarrollar fortalezas necesarias para sacar los proyectos adelante. Son muy positivos para el clima laboral”. (Vázquez, 2005, p. 140)

2.2.2.2. Enfoques del liderazgo

Diversos enfoques desde inicio del siglo XX hasta la actualidad, han pretendido estudiar qué es lo que logra que una persona sea líder y cómo se desenvolverá el liderazgo en el futuro. Los principales enfoques son los siguientes:

Enfoque sustancialista: Es uno de los primeros enfoques, considera al liderazgo como “algo innato y caracteriza al líder como portador, en términos generales, de rasgos como capacidad intelectual, autodominio, coraje, persuasión, credibilidad, respeto e interés por la gente”. (Vázquez, 2005, p. 122)

Estos estudios buscan conceptualizar al líder como un contenedor de todas estas características, haciendo que sean cotidianas a todos ellos, lo cual ha quedado demostrado que no es así.

Enfoques comportamentales: Son conjunto de teorías que encaminan sus estudios hacia la forma de actuar de los líderes. Entre una de sus mayores aportaciones destaca “El Grid Gerencial” de Blake y Mouton, siendo una herramienta fundamental para medir el interés relativo del líder por las personas o por la tarea.

Es así, que se rescata el gran aporte de esta herramienta, que fue demostrar que “el interés por la producción no ha de estar reñido con una preocupación por las personas, y viceversa. Se rompe, por tanto, el paradigma unidimensional ya que entrelaza dos variables en cuanto nos habla de liderazgo”. (Vázquez, 2005, p. 123)

Enfoque situacional: Los estudiosos de este enfoque trataron de poder responder a la interrogante de si un mismo estilo de liderazgo podría tener éxito en todas las situaciones. Como lo indica, Rodríguez (citado por Gómez, 2002), en este conjunto de teorías “existen diversos planteamientos; uno de ellos profundiza en el apoyo socio emocional que el líder proporciona a sus seguidores, como en los requisitos situacionales para que pueda ejercer, es decir, el apoyo que el líder presta en una situación determinada”. (p. 69)

Enfoque prospectivo: De acuerdo al autor Gómez (2002), un líder prospectivo “se manifiesta en una actitud de conquista, en tener la certeza de que el futuro “no llega”, sino que es algo que “hacemos llegar”, por tanto, el futuro no es una realidad que nos sorprende, ajeno a nuestras decisiones”. (p. 68). En este contexto, se comprende que el futuro no es uno, sino que mantiene diversas posibilidades y opciones, por lo que es fundamental considerar estrategias de acción que puedan adaptarse a las distintas posibilidades, además, que sean estrategias que permitan concretar el futuro que se ha previsto.

2.2.2.3. Principios del Liderazgo

Es importante que los buenos líderes sepan el concepto de “ser, hacer, conocer,” inherente en estos once principios:

- Conózcase a sí mismo y trate de mejorar. Fortalezca sus habilidades de liderazgo leyendo, estudiando, tomando clases apropiadas, etc.
- Sea técnicamente capaz. Como líder, debe conocer su trabajo y tener un conocimiento sólido del trabajo de sus empleados.

- Busque y asuma la responsabilidad por sus acciones. Busque maneras de conducir a su organización hacia nuevos horizontes. Y cuando las cosas vayan mal, no culpe a los demás. Analice la situación, tome la acción correcta y avance hacia el próximo reto.
- Tome decisiones firmes y oportunas. Utilice herramientas apropiadas para la resolución de problemas, toma de decisiones y planificación.
- Mantenga informada a las personas. Sepa cómo comunicarse con los empleados, directivos y otras personas claves dentro de la organización.
- Desarrolle un sentido de responsabilidad en los demás. Promueva buenos atributos de personalidad entre las personas para que les permitan llevar a cabo sus responsabilidades profesionales.
- Asegúrese que las tareas se entiendan, se supervisen y se cumplan. La comunicación es clave para esta responsabilidad.
- Prepare a sus empleados como un equipo. Aunque muchos líderes llaman “equipo” a su departamento, sección, etc., se trata en realidad de un grupo de personas que hacen su trabajo. Los buenos líderes forman equipos sólidos.
- Use toda la capacidad de su organización. Al desarrollar un espíritu de equipo, podrá hacer que su organización, departamento, sección, etc. utilice toda su capacidad.
- Predique con el ejemplo. Sea un modelo para sus empleados. Ellos no sólo deben escuchar lo que usted espera que hagan, sino también ver que usted lo hace.
- Conozca a sus empleados y vele por su bienestar. Entienda la importancia de interesarse sinceramente en sus trabajadores. (National Minority Aids Council, 2009, p. 13- 14)

2.3. Definición de términos:

• Autorrealización

Es considerada como una tendencia básica de la vida consistente en la mayor realización posible de las potencialidades únicas de la persona, de todo aquello que esa persona singular puede llegar a ser. Asimismo, Maslow identifica la madurez personal como autorrealización. Ésta supone una trascendencia de las necesidades básicas o de

deficiencia, permaneciendo ligada a las necesidades de crecimiento o meta necesidades. (Bernal, 2009, p. 9)

• **Espíritu empresarial**

Este término no puede ser comprendido sólo desde el concepto de la oportunidad o desde las características de la persona emprendedora, y tampoco a partir de sus capacidades de organizar efectivamente. El espíritu emprendedor es comprendido como la intersección de estos elementos planteados. Cabe indicar, que el espíritu emprendedor está caracterizado por innovación y la toma de riesgos,

Es así, que el emprendimiento está relacionado a las nuevas pequeñas empresas y que mantienen fines de lucro, el comportamiento emprendedor puede ejecutarse en empresas pequeñas, medianas y grandes, con y sin fines de lucro, involucrando el sector voluntario como organizaciones de caridad o gubernamentales. (Pereira, 2007, p. 18)

• **Paradigmas**

Los paradigmas son empleados para indicar un patrón, modelo, ejemplo o arquetipo, lo que indica aquellos aspectos fundamentales de una situación que puede ser tomada como un ejemplo, incluso, la etimología de la palabra nos indica que esta puede ser sinónimo de Ejemplo. No obstante, la palabra pedagogía es empleada en distintos tipos de contextos. (Bernal, 2009, p. 9)

• **Valor agregado**

Hace referencia a aquella característica o servicio extra que se le otorga a cierto producto o servicio con la finalidad de darle un mayor valor, entre los que destacan la innovación, calidad, servicio, solución y confiabilidad. (Rojas, 2013)

• **Proceso cognitivo**

Los procesos cognitivos comprenden aquellos procedimientos que realiza el ser humano para unir conocimientos. Son en estos procesos que interceden facultades muy amplias extensas, como la inteligencia, la atención, la memoria y el lenguaje. Esto hace que los procesos cognitivos puedan analizarse desde diferentes disciplinas y ciencias. (Lupón, Torrents y Quevedo, 2012).

• **Inteligencia emocional**

La inteligencia emocional es importante porque establece el vínculo entre los sentimientos, el carácter y los impulsos morales. Agregado a ello, existe el evidente crecimiento de que las actitudes éticas fundamentales que afiliamos en la vida se consienten en las capacidades emocionales subyacentes. “Es importante considerar que el impulso es el vehículo de la emoción y que la semilla de todo impulso es un sentimiento expansivo que busca expresarse en la acción”. (Goleman, 2005, p. 6).

• **Actitud**

Estado mental y neural de preparación para la respuesta, organizado a través de la experiencia y que ejerce una influencia direccional y/o dinámica sobre la conducta del individuo hacia todos los objetos y situaciones con que se relaciona. (Sánchez, 1994).

• **Emprendimiento**

El término emprendimiento no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. (Pérez y Merino, 2014)

• **Inteligencia emocional**

El concepto de inteligencia emocional fue popularizado por el psicólogo estadounidense Daniel Coleman y hace referencia a la capacidad para reconocer los sentimientos propios y ajenos. La persona, por lo tanto, es inteligente (hábil) para el manejo de los sentimientos. Para Coleman, la inteligencia emocional implica cinco capacidades básicas: descubrir las emociones y sentimientos propios, reconocerlos, manejarlos, crear una motivación propia y gestionar las relaciones personales. (Pérez y Merino, 2014).

• **Competencias**

El término competencia está vinculado a la **capacidad**, la **habilidad**, la **destreza** o la **pericia** para realizar algo en específico o tratar un tema determinado.

Cuando se utiliza el concepto en el contexto de la **competitividad** hace referencia a la capacidad de la persona para demostrar que su forma de resolver un determinado conflicto o de hacer algo puntual es la mejor que existe. (Pérez y Merino, 2014).

• **Enfoque:**

Enfoque es una palabra que se emplea en el idioma español para hacer referencia a la acción y la consecuencia de enfocar. Este verbo, a su vez, posee cuatro definiciones de acuerdo a la información proporcionada por la Real Academia Española (RAE): lograr que la imagen de un objeto que se produce en el foco de una lente sea captada con claridad sobre un plano u objeto específico; conseguir en el visor de una cámara fotográfica que la imagen que se busca capturar quede en el centro del plano; realizar la proyección de un haz de luz o de un número específico de partículas sobre un punto en particular; y conducir la atención hacia un tema, cuestión o problema desde unos supuestos desarrollados con anticipación a fin de resolverlo de modo acertado. (Pérez y Merino, 2014).

• **Estilo**

El concepto de estilo tiene su origen en el término latino stilus. La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos, aunque su uso más habitual está asociado a la apariencia, la estética o la delineación de algo. Otro uso habitual de la noción de estilo refiere a la gracia de una persona o cosa, centrándose en lo elegante o distinguida que parece. (Pérez y Merino, 2014).

2.4. Hipótesis de la Investigación:

2.4.1. Hipótesis principal

El emprendimiento se relaciona significativamente con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

2.4.2. Hipótesis secundarias

1. La actitud emprendedora se relaciona significativamente con los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

2. Las competencias para el emprendimiento se relaciona significativamente con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.
3. Las características del emprendimiento se relaciona significativamente con el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

2.5. Variables

2.5.1. Definición conceptual de la variable

Emprendimiento

Es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas”. (Parra, Rubio y López, 2017, p. 11)

Liderazgo:

El liderazgo “es la capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal y corriente, es la capacidad de conseguir seguidores”. (Tracy, 2015, p. 22)

2.5.2. Definición operacional de la variable

Según Parra, Rubio y López (2017) la actitud emprendedora nace del espíritu de cada persona, aquel que motiva a continuar trabajando por nuestras metas y lo que inspira a continuar construyendo un proyecto de vida sin conformarse con lo que se tiene.

De acuerdo a Moya y Santana (2016), las competencias son dirigidas por sus aspiraciones para lograr un desempeño superior y la posibilidad por lograr éxitos económicos.

Las características de los emprendedores, se basa en distintos estudios, la edad del empresario. Es así, que la evidencia práctica ha demostrado que todos los empresarios jóvenes son más ambiciosos, cuentan con mayor creatividad y poseen más energía, lo

que les facilita superar su falta de credibilidad, de experiencia y la dificultad para conseguir financiamiento. (Messina y Hochszain, 2015, p. 35)

2.5.3. Operacionalización de Variables

2.5.3.1. Variable X:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Item
	Actitud Emprendedora	1.- Nivel de capacidad que tiene para desarrollar un proyecto o una empresa. 2.- Nivel de motivación para continuar trabajando por sus metas. 3.- Nivel de motivación para continuar construyendo un proyecto de vida sin conformarse con lo que se tiene. 4.- Nivel de deseo de autorrealización. 5.- Nivel en el que mide constantemente todo su potencial. 6.- Nivel en el que se atreve salir de la zona de confort. 7.- Nivel en el que se mantiene en constante aprendizaje. 8.- Nivel en el que administra los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla. 9.- Nivel de creatividad e innovación en el proyecto	1.- Tengo capacidad para desarrollar un proyecto o una empresa. 2.- Tengo motivación para continuar trabajando por mis metas. 3.- Estoy motivado para continuar trabajando y construyendo 4.- Tengo deseos de autorrealización 5.- Mido constantemente todo mi potencial. 6.- Siempre salgo de mi zona de confort. 7.- Mi aprendizaje es constante. 8.- Administro los recursos para generar resultados en su empresa. 9.- Soy creativo e innovador en el proyecto que inicio.

Emprendimiento		que inicia.	
	Competencias para el emprendimiento	<p>10.-Nivel de comportamiento motivado, vigoroso, dirigido y sostenido.</p> <p>11.-Nivel de autoeficacia para poder enfrentar ciertas situaciones.</p> <p>12.-Nivel en el que reconoce las oportunidades.</p> <p>13.-Nivel en el que explota las oportunidades que se le presentan.</p> <p>14.-Nivel en el que toma decisiones bajo incertidumbre.</p>	<p>10.- Tengo un comportamiento motivado, vigoroso, dirigido y sostenido.</p> <p>11.- Soy autoeficaz para poder enfrentar ciertas situaciones.</p> <p>12.- Reconozco las oportunidades.</p> <p>13.- Siempre exploto las oportunidades que se me presentan.</p> <p>14.- Hago una adecuada toma decisiones bajo incertidumbre.</p>
	Características del emprendimiento	<p>15.-Nivel en el que su edad ha sido un obstáculo para crear su empresa.</p> <p>16.-Nivel en el que se es cauteloso y conservador.</p> <p>17.-Nivel en el que sus habilidades les permiten identificar y explotar las nuevas oportunidades de negocio.</p> <p>18.-Nivel en el que se siente motivado para emprender.</p>	<p>15.- Mi edad ha sido un obstáculo para crear mi empresa.</p> <p>16.- Soy cauteloso y conservador.</p> <p>17.- Mis habilidades permite identificar y explotar nuevas oportunidades de negocio.</p> <p>18.- Me siento motivado para emprender nuevos proyectos.</p>

2.5.3.2. Variable Y.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
Liderazgo	Posee estilo	<p>1-Nivel en el que es un líder orientado al logro y con buen autocontrol.</p> <p>2-Nivel de una buena habilidad para promover el cambio.</p> <p>3-Nivel de facilidad para crear lazos afiliativos dentro de la organización.</p> <p>4-Nivel en el que suelen fomentar la comunicación y escuchar a los demás en la organización.</p> <p>5-Nivel en el que busca que el colaborador haga lo que el líder hace.</p> <p>6-Nivel en el que con su empatía contribuyen a la formación de los demás en su empresa.</p>	<p>ESTILOS</p> <p>1.- Me considero un líder orientado al logro y con buen autocontrol en mi empresa.</p> <p>2.- Tengo una buena habilidad para promover el cambio en mi empresa.</p> <p>3.- Cuento con facilidad para crear lazos afiliativos dentro de la organización.</p> <p>4.- Fomento la comunicación y escucho a los demás en la empresa.</p> <p>5.- Busco que mis colaboradores hagan lo que como líder le ordeno.</p> <p>6.- Mi empatía contribuye en la formación de una empresa, por parte de los trabajadores</p>
		7.- Nivel en el que cuenta con rasgos como capacidad intelectual, autodominio, coraje, persuasión, credibilidad.	7.- Cuento con rasgos como capacidad intelectual, autodominio, coraje, persuasión, credibilidad para dominar mi empresa.

	Enfoques de liderazgo	<p>8.-Nivel en el que tiene interés por las personas o por la tarea.</p> <p>9.-Nivel en el que como líder apoya socio emocional a sus seguidores, de acuerdo a la situación.</p> <p>10.-Nivel en el que concreta estrategias que permitan concretar el futuro que se ha previsto.</p>	<p>8.- Cuento con interés por las personas o por la tarea de mi empresa.</p> <p>9.- Como líder apoyo a mis seguidores, de acuerdo a la situación.</p> <p>10.- Concreto estrategias para el futuro.</p>
	Principios de liderazgo	<p>11.-Nivel en el que fortalece sus habilidades de liderazgo.</p> <p>12.-Nivel en el que es técnicamente capaz.</p> <p>13.-Nivel en el que asume responsabilidad por sus acciones.</p> <p>14.-Nivel en el que mantiene comunicación con sus trabajadores.</p> <p>15.-Nivel en el que toma decisiones firmes.</p> <p>16.-Nivel en el que prepara a sus empleados como un equipo.</p> <p>17.-Nivel en el que como líder es un modelo o ejemplo para sus empleados.</p> <p>18.-Nivel en el que vela por el bienestar de sus</p>	<p>11.- Fortalezco mis habilidades de liderazgo.</p> <p>12.- Me considero técnicamente capaz.</p> <p>13.- Asumo responsabilidad por mis acciones.</p> <p>14.- Mantengo comunicación con mis trabajadores.</p> <p>15.- Tomo decisiones firmes.</p> <p>16.- Preparo a mis empleados para trabajar en equipo.</p> <p>17.- Me considero un modelo o ejemplo para mis empleados.</p> <p>18.- Con frecuencia velo por el bienestar de mis empleados</p>

		empleados.	
--	--	------------	--

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La Investigación es Aplicada porque va a utilizar en la práctica los conocimientos adquiridos. Conforme a esta investigación Casalet et al. afirman “se centra en la búsqueda de una solución original de un problema, que mejore las soluciones disponibles si es que las hay.” (p.16).

3.1.2. Nivel de Investigación

Conforme a los propósitos de la investigación se centra en el nivel descriptivo-correlacional. Descriptivo ya que expresa rasgos de la realidad y mostrará su comportamiento de acuerdo a los indicadores que pertenecen a sus respectivas variables; asimismo tendrá el nivel correlacional pues a partir de los datos a obtener para cada una de las variables se establecerá el grado de relación existente entre las dos variables.

3.1.3. Método y diseño de investigación

3.1.3.1. Método de investigación

Dentro del entorno del método científico, se utilizará el método de observación con la finalidad de comprender en detalle el fenómeno a investigar, hechos y fenómenos. Posteriormente, se hará uso del método lógico de la ciencia, es decir, la deducción, la inducción, el análisis y la síntesis procedimientos teóricos y prácticos con el objeto de obtener el conocimiento.

Paralelamente, se hará uso del método hipotético-deductivo, es decir, al observar el fenómeno a estudiar se propondrá una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deduciéndose de ello consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, verificando o comprobando la verdad de los enunciados deducidos para luego compararlos con la experiencia.

En la etapa final del método científico, se complementó con el método estadístico pues se tendrá que recopilar, clasificar e interpretar los datos o valores obtenidos del instrumento de medición, que en este caso particular del estudio se utilizará el cuestionario, los cuales estarán medidos, en su mayoría, en una escala de tipo ordinal y algunas nominales.

3.1.3.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación, tal y como lo afirman Hernández., Fernández y Baptista. (2006, p. 158) es el “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación”. En ese sentido, el estudio a realizar se puede clasificar en un diseño de investigación No Experimental, pues constituyen en “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.205).

Por otro lado, Hernández., Fernández y Baptista (2006, p.208) complementan sobre los diseños de investigación que existen dos tipos de investigación no experimental siendo la Transeccional. Para el caso de la presente investigación se puede clasificar en el tipo de diseño no experimental Transeccional o transversal pues recopilan datos en un

momento único, sin necesidad de estar recolectando el mismo dato en diferentes tiempos que sería el caso de la investigación no experimental Longitudinal.

Por lo tanto, el diseño de la presente investigación es No experimental de tipo Transversal o Transeccional ya que tiene como propósito describir variables y analizar la incidencia e interrelación en un momento dado.

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

El emporio comercial de Gamarra se encuentra ubicado en el distrito de La Victoria, Lima y está conformada por un sinnúmero de pequeñas empresas del rubro textil y confecciones, la mayoría de sus propietarios son personas migrantes o hijos de migrantes que han heredado el negocio familiar. Para acceder a esta zona, existe una serie de rutas de transporte público, y es de fácil acceso para las personas que acuden con su propia movilidad.

El estudio se orientará básicamente a los que construyeron el negocio de textiles y confecciones para determinar si el emprendimiento está relacionado con el liderazgo. En su mayoría, los dueños de estas empresas textiles y confecciones provienen de todas partes del país que debido a la pobreza y violencia existente en sus respectivos pueblos, encontraron en la capital del país una oportunidad para salir adelante. Entonces, la necesidad convierte al ser humano en emprendedor y a la vez los convierte en líderes o es que son líderes pasivos que ante las necesidades se convierten en emprendedores.

3.3. Población y Muestra

3.3.1 Población

La población estará conformada por empresas de productos textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra que según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en su documento *Características de las Empresas del Emporio Comercial de Gamarra, 2016* señala existen aproximadamente a 4,598 empresas cuyos respectivos gerentes presentan por lo menos una de las características deseadas para el estudio.

3.3.2. Muestra

La muestra óptima, se estimará mediante el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones considerando una población conocida, siendo la fórmula propuesta por Cochran (1981) la más aceptada a la actualidad:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

Donde:

Z = Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

e = Margen de error muestral 5%

p = Proporción de gerentes de empresas de productos textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra quienes señalaron poseer liderazgo debido a su emprendimiento (se asume P=0.5)

q = Proporción de gerentes de empresas de productos textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra quienes señalaron no poseer liderazgo debido a su emprendimiento (se asume Q=0.5)

N = Población objeto de estudio.

Entonces, a nivel de confianza del 95% y margen de error de 5% tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (4598)}{(0.05)^2 (4598-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 355 gerentes.

Por lo tanto, la muestra óptima, de gerentes será seleccionada de manera aleatoria.

3.4. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

3.2.1. Técnicas

Para la selección de la muestra, éste será aleatoria, es decir, cada empresario de productos textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra será elegido al azar por lo que cada una de los gerentes tendrá la misma probabilidad de ser seleccionado para la muestra. Asimismo, para la recopilación de los datos, se utilizar la técnica de la encuesta.

3.2.2. Instrumentos

El instrumento para la recolección de los datos será el cuestionario ya que éstos contienen los indicadores que describen el comportamiento de las variables en la realidad empírica.

La recolección de datos se realizará entrevistando a cada empresario de textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra, La Victoria, Lima. Posteriormente, para el análisis de los datos, se utilizará el software estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), el cual permitirá mostrar en tablas unidimensionales y bidimensionales la distribución de los datos correspondiente a cada indicador de las variables consideradas.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

3.5.1. Validez

La validez del instrumento se hace mediante el juicio de expertos para ellos se recurrió a cinco de ellos, producto de la evaluación y posterior corrección de la encuesta se presenta los resultados alcanzado por los tres expertos:

Expertos	Cuestionario Emprendimiento	Cuestionario Liderazgo
Experto 1: Mg Rojas Macha, Olger	Válido – Aplicar	Válido – Aplicar
Experto 2: Lic. Cubas Soto, Antonio	Válido – Aplicar	Válido – Aplicar

3.5.2. Confiabilidad.

El criterio de confiabilidad del instrumento, se determina en la presente investigación, por el coeficiente de Alfa Cronbach, desarrollado por J. L. Cronbach, requiere de una

sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre cero y uno. Es aplicable a escalas de varios valores posibles, por lo que puede ser utilizado para determinar la confiabilidad en escalas cuyas preguntas tienen como respuesta más de dos alternativas. Su fórmula determina el grado de consistencia y precisión; la escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Criterio de confiabilidad valores

No es confiable	-1.00	a	0.00
Baja confiabilidad	0.01	a	0.49
Moderada confiabilidad	0.50	a	0.75
Fuerte confiabilidad	0.76	a	0.89
Alta confiabilidad	0.90	a	1.00

Su fórmula es:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

α : Valor del coeficiente Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento, resultado de confiabilidad que puede ser expresado en %.

S_i^2 : Es la suma de varianzas de cada ítem.

S_t^2 : Es la varianza del total de filas (puntaje total de los jueces).

K : Es el número de preguntas o ítems.

Cuanto menor sea la variabilidad de respuesta de los encuestados, es decir haya homogeneidad en la respuestas dentro de cada ítem, mayor será el alfa de Cronbach.

Para evaluar la fiabilidad de los cuestionarios se aplicó a 10 empresarios emprendedores como muestra piloto. Lo primero a tener en cuenta es el procedimiento de cuantificación de las respuestas, siguiendo las pautas indicadas:

Las preguntas de respuesta tienen un formato de respuesta de 3 categorías ordenadas. Del 1 al 3, dependiendo si el ítem mide de manera directa o inversa el rasgo que interesa. Si una persona no responde a una pregunta o marca dos alternativas, se le asigna el valor “9” en ese ítem. Ésta va ser la manera de codificar los valores perdidos en el SPSS.

Análisis de las preguntas o preguntas:

Por cada pregunta o preguntas se obtuvo el índice de homogeneidad (HC) o correlación pregunta-test corregida; es decir, eliminando del test la pregunta cuya correlación se está hallando.

A partir de estos resultados, se depura el test inicial, eliminando las preguntas que no resulten apropiados y cambiando la codificación de alguno, si fuese necesario. La selección se hará atendiendo principalmente a los índices HC. Se eliminará las preguntas con valores de HC próximos a cero. También puede eliminarse alguna pregunta que tenga una varianza muy pequeña.

La relación entre cada pregunta y el test se muestra en la Tabla que contiene los *Estadísticos total-elemento*. La primera columna contiene la puntuación media en test si eliminamos la pregunta, la siguiente columna es la varianza del test si eliminamos la pregunta, la columna tercera contiene el índice de homogeneidad corregido; es decir, la correlación entre la puntuación en una pregunta y la suma de las puntuaciones en las preguntas restantes.

Cálculo del alfa de Cronbach para el cuestionario que mide el Emprendimiento.

El gráfico 1 muestra un fichero de datos en SPSS donde los sujetos son las filas y las preguntas las columnas o preguntas del 1 al 19, éstas correspondieron al respectivo cuestionario.

Gráfico 1. Datos para el cálculo del alfa de Cronbach para el cuestionario que mide el Emprendimiento

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19
1	1	1	1	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1
2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2
2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	3	3	1	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	1
1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1

Al correr la confiabilidad de los 19 ítems en el SPSS se obtiene los siguientes resultados favorables en la siguiente tabla:

Tabla 1

Estadísticos total-elemento al calcular el alfa de Cronbach para el cuestionario que mide el Emprendimiento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
E1	36,30	33,567	,253	,822
E2	36,10	32,322	,319	,820
E3	36,00	31,333	,471	,812
E4	35,90	29,878	,562	,806
E5	35,60	32,711	,247	,825
E6	36,20	36,622	-,244	,842
E7	35,60	34,711	-,013	,845
E8	36,00	32,889	,258	,823
E9	35,80	32,178	,442	,814
E10	35,70	31,789	,627	,808
E11	35,60	30,267	,761	,798
E12	35,60	30,267	,761	,798
E13	35,30	31,344	,448	,813
E14	35,30	31,344	,448	,813
E15	35,40	30,267	,622	,803
E16	35,20	31,733	,561	,809
E17	35,30	30,678	,769	,800
E18	35,40	31,156	,495	,810

E19	36,30	33,567	,253	,822
-----	-------	--------	------	------

Por ejemplo, el índice de homogeneidad corregido para la pregunta E12 es 0.761, lo que indica que hay una alta relación entre esta pregunta y los restantes. La última columna contiene el coeficiente alfa de Cronbach si eliminamos la pregunta. Por ejemplo, eliminar la pregunta E7 provoca que el coeficiente α de Cronbach pase a ser 0.845 en el test de 19 preguntas.

El coeficiente alfa de Cronbach del test inicial, compuesto por 19 preguntas, aparece en la Tabla 2. En nuestros datos, alcanza un valor de 0.824.

Tabla 2

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,824	19

El coeficiente alfa obtenido (0.824) es un valor alto, indicando que el test tiene alta consistencia interna. Las preguntas covarían fuertemente entre sí y, en general, todos ayudan a medir lo que mide el test.

Por lo tanto, el cuestionario para describir el emprendimiento en los empresarios es confiable.

Calculo del alfa de Cronbach para determinar el liderazgo

El gráfico 2 muestra los datos en SPSS donde los sujetos son las filas y las preguntas las columnas o preguntas del 1 al 17, éstas correspondieron al cuestionario para medir el liderazgo en los empresarios.

Gráfico 2. Datos para el cálculo del alfa de Cronbach para determinar el liderazgo

L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12	L13	L14	L15	L16	L17
1	1	1	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3
2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	3
2	2	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	1	1
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2
3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3

El análisis inicial de los 17 items en el SPSS permitió obtener los siguientes resultados:

Tabla 3

Estadísticos total-elemento al calcular el alfa de Cronbach para determinar el liderazgo

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
L1	31,50	25,833	,557	,809
L2	31,60	25,378	,556	,809
L3	31,60	25,378	,556	,809
L4	31,30	26,678	,456	,816
L5	31,30	27,344	,574	,813
L6	31,40	26,267	,596	,809
L7	31,70	28,678	,144	,833
L8	31,40	28,267	,243	,827
L9	31,90	28,100	,308	,823
L10	31,30	26,678	,338	,825
L11	31,70	25,567	,639	,805
L12	31,60	26,933	,475	,815
L13	31,50	26,500	,687	,807
L14	31,40	28,044	,281	,825
L15	31,40	28,044	,281	,825
L16	32,00	27,556	,402	,819
L17	31,40	26,267	,337	,827

El coeficiente alfa de Cronbach del test inicial, compuesto por 17 preguntas, se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.826	17

El coeficiente alfa obtenido (0.826) es un valor alto, indicando que el test tiene alta consistencia interna. Las preguntas covarían fuertemente entre sí y, en general, todos ayudan a medir lo que mide el test.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

3.6.1. Plan de recolección de datos

Previo a la recolección física de los datos, se identificará la muestra de gerentes de empresas de productos textiles y confecciones recurriendo, para ello, a la Asociación de Empresarios y Comerciantes de Gamarra (ASECOM-Gamarra). La selección de empresarios se hará aleatoriamente mediante el Excel, para la recopilación de los datos se contratará a 15 estudiantes de administración los que serán capacitados para realizar al entrevista a cada gerente para ser lo más objetivo posible con los datos.

3.6.2. Procesamiento de datos

Posterior a la recopilación de los datos, mediante los cuestionarios, las respuestas debidamente codificadas serán ingresadas al software estadístico SPSS (Statistical Package Social Sciencies), al término del ingreso de los datos se obtendrán tablas unidimensionales y bidimensionales para su presentación, este software también permitirá la contrastación de hipótesis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1.- Organización de datos de la variable emprendimiento

Tabla 5

Actitud Emprendedora

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	276	77.7
Parcialmente	70	19.7
Nada	9	2.5
Total	355	100,0

El 77.7% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, afirmaron que tienen actitud emprendedora, mientras que 2.5% de gerentes manifestaron no tener ninguna actitud emprendedora. Este resultado muestra la mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones está totalmente seguro de ser netamente emprendedora

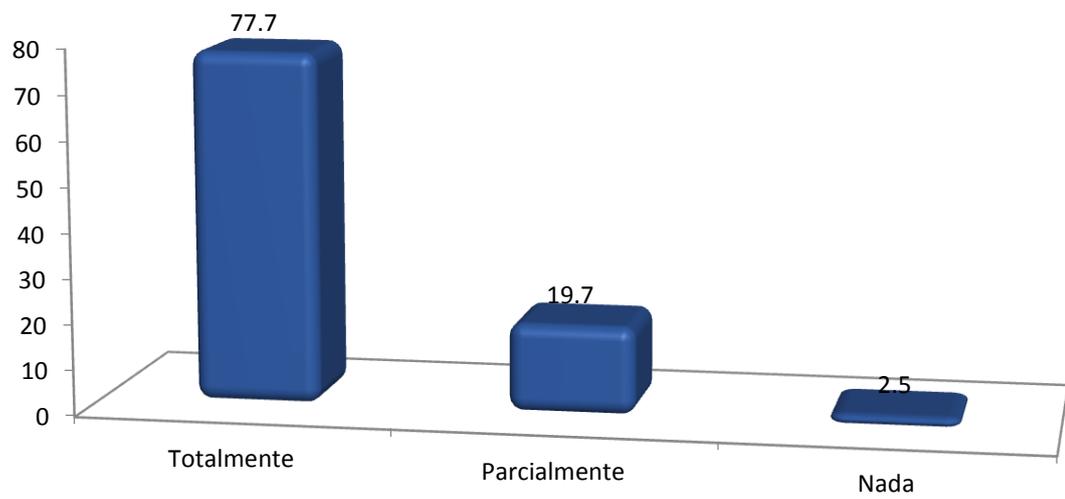


Gráfico 3. Actitud Emprendedora

Fuente: Tabla 5

Tabla 6

Competencias para el emprendimiento

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	314	88.5
Parcialmente	40	11.3
Nada	1	0.3
Total	355	100,0

El 88.5% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, señalaron que poseen las competencias del emprendimiento, aunque, el 0.3% de estos gerentes manifestaron no poseer competencias del emprendimiento. Los datos muestran que la mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones está totalmente seguro de ser personas competitivas.

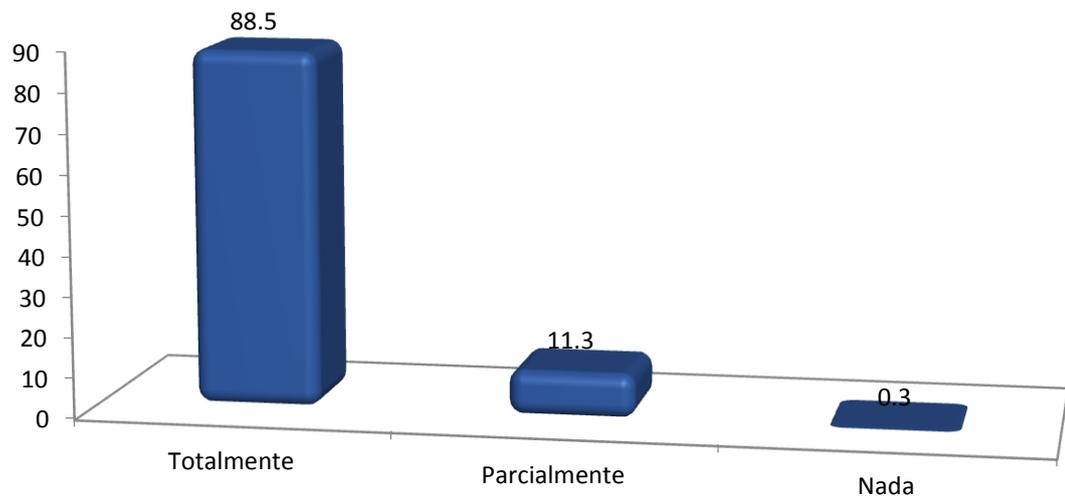


Gráfico 4. Competencias para el emprendimiento

Fuente: Tabla 6

Tabla 7

Características de los gerentes emprendedores

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	241	68.0
Parcialmente	30	8.5
Nada	84	23.6
Total	355	100,0

El 68.0% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, sostuvieron que tienen las características para ser un buen gerente emprendedor. Por otro lado, el 23.6% de gerentes manifestaron no tener las características necesarias de un gerente emprendedor. Este resultado muestra que la mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones reúne las características adecuadas de un gerente emprendedor.

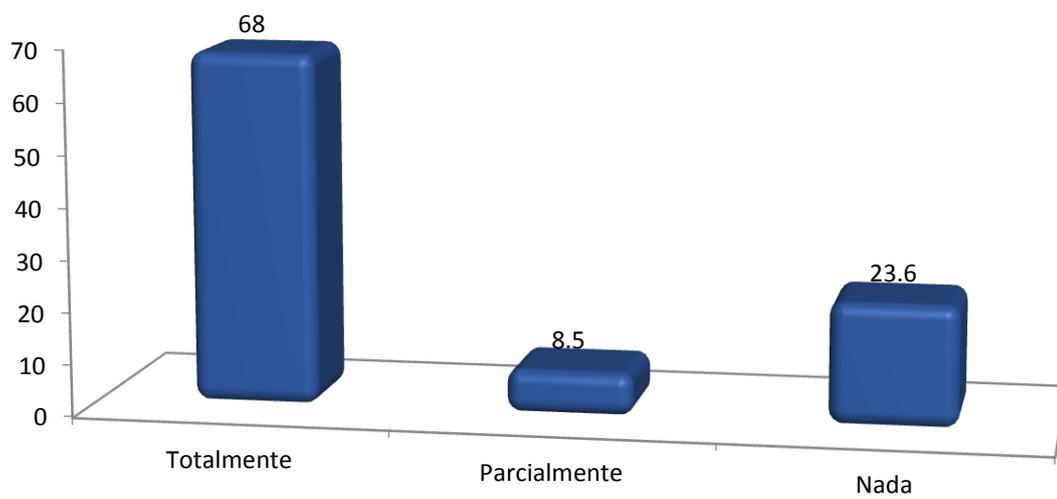


Gráfico 5. Características de los gerentes emprendedores

Fuente: Tabla 7

Tabla para el Liderazgo

Tabla 8

Los gerentes presentan diversos estilos de liderazgo

Estilos de liderazgo	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	284	79.9
Parcialmente	63	17.8
Nada	8	2.3
Total	355	100,0

El 79.9% de gerentes de empresas textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra, La Victoria, manifestaron que poseen un estilo de liderazgo en particular, mientras que 2.3% de gerentes manifestaron no presentar estilo alguno de liderazgo. La mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones presenta un estilo de liderazgo en particular.

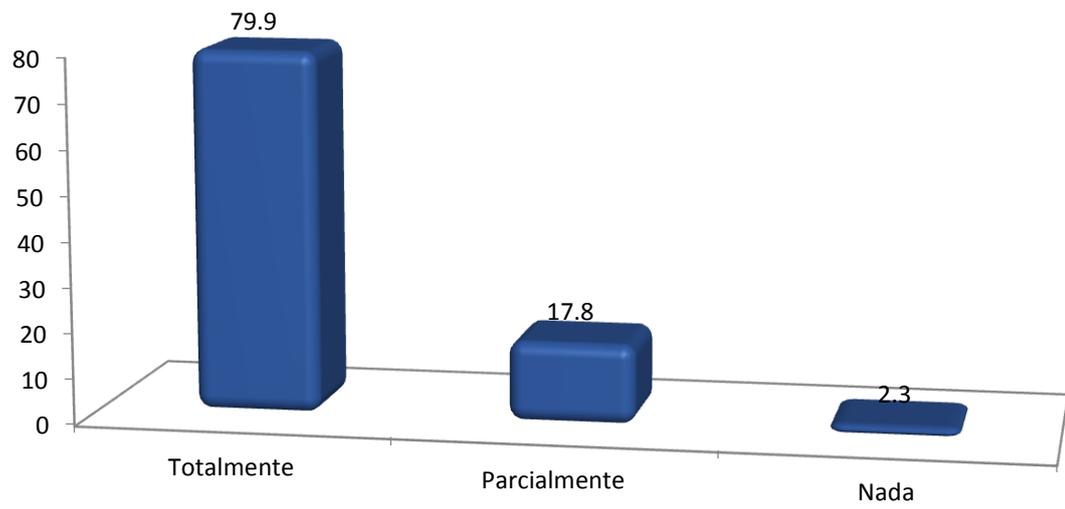


Gráfico 6. Los gerentes presentan diversos estilos de liderazgo

Fuente: Tabla 8

Tabla 9

Los empresarios están enfocados en el futuro de sus empresas

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	308	86.6
Parcialmente	35	9.9
Nada	13	3.5
Total	355	100,0

El 86.6% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, sostuvieron que están enfocados en el futuro de sus empresas, mientras que 3.5% de gerentes manifestaron no tener un enfoque futuro para los negocios. Este resultado muestra la mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones está totalmente seguro de lo quiere para su empresa.

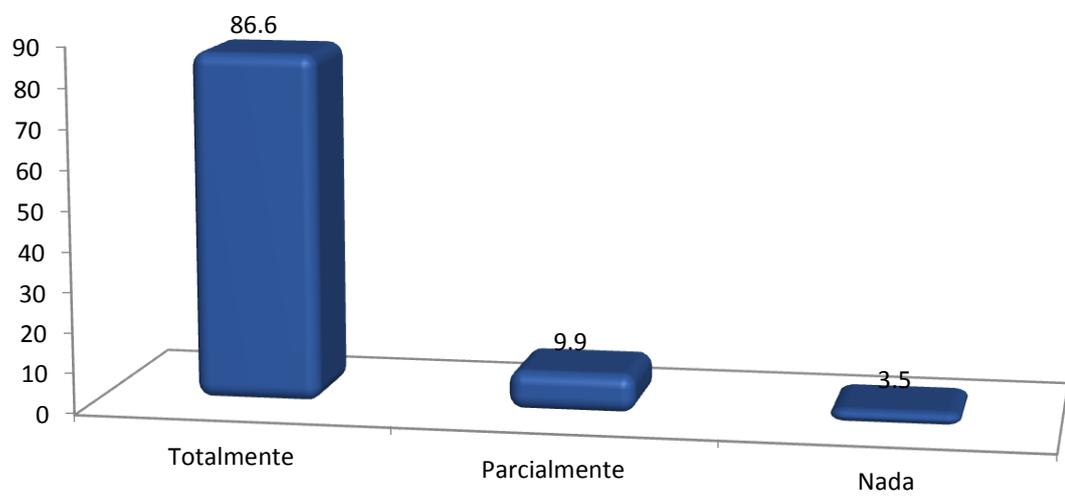


Gráfico 7. Enfoques de liderazgo

Fuente: Tabla 9

Tabla 10

Principios de liderazgo

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	330	93.0
Parcialmente	24	6.7
Nada	1	0.3
Total	355	100,0

El 93% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, dieron a conocer que sus principios están totalmente afianzados, mientras que otro 0.3% de gerentes manifestaron no estar asumiendo totalmente sus principios como gerente. Este resultado muestra la mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones aún mantiene sus principios tanto como persona o como empresario.

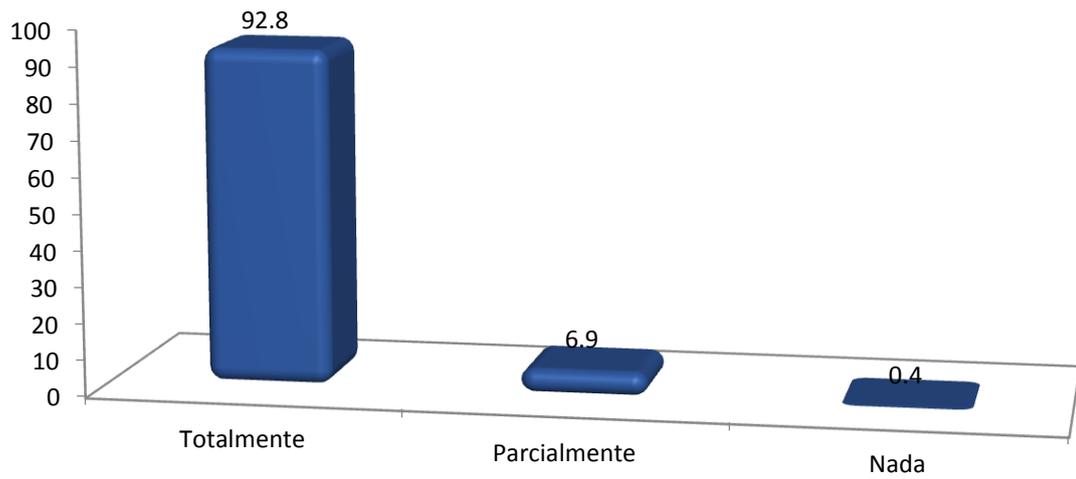


Gráfico 8. Principios de liderazgo

Fuente: Tabla 10

Tabla 11

Emprendimiento de los empresarios de empresas textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	279	78,6
Parcialmente	53	14,9
Nada	23	6,5
Total	355	100,0

78.6% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, reconocen que son emprendedores, mientras que otro 6.5% de gerentes manifestaron que no son emprendedores. Este resultado muestra que la mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones hicieron empresa porque en su momento hicieron frente a la falta de oportunidades laborales.

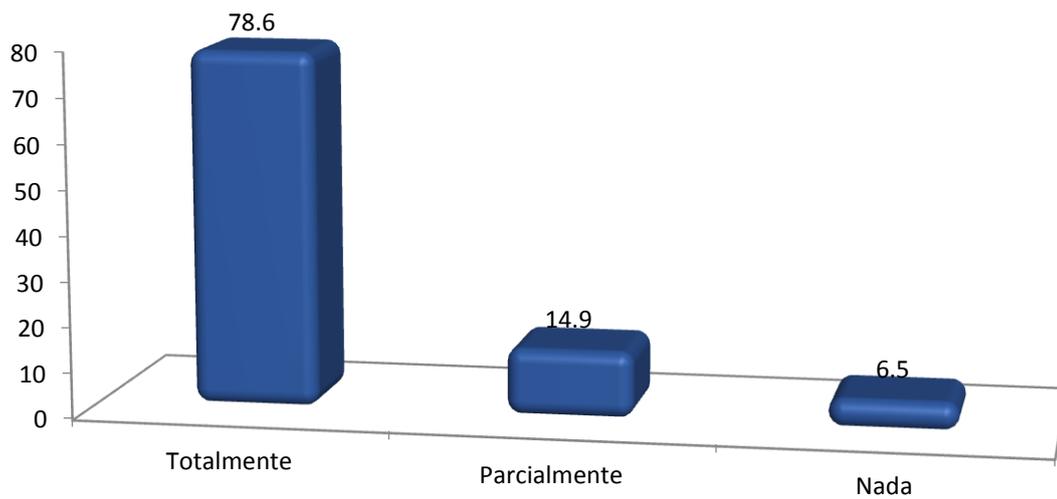


Gráfico 9. Emprendimiento de los empresarios

Fuente: Tabla 11

Tabla 12

Liderazgo de los empresarios

Liderazgo	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	309	87,0
Parcialmente	40	11,3
Nada	6	1,7
Total	355	100,0

El 87% de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, La Victoria, señalaron poseer todas las características del liderazgo, mientras que otro 1.7% de gerentes consideraron no ser líderes.

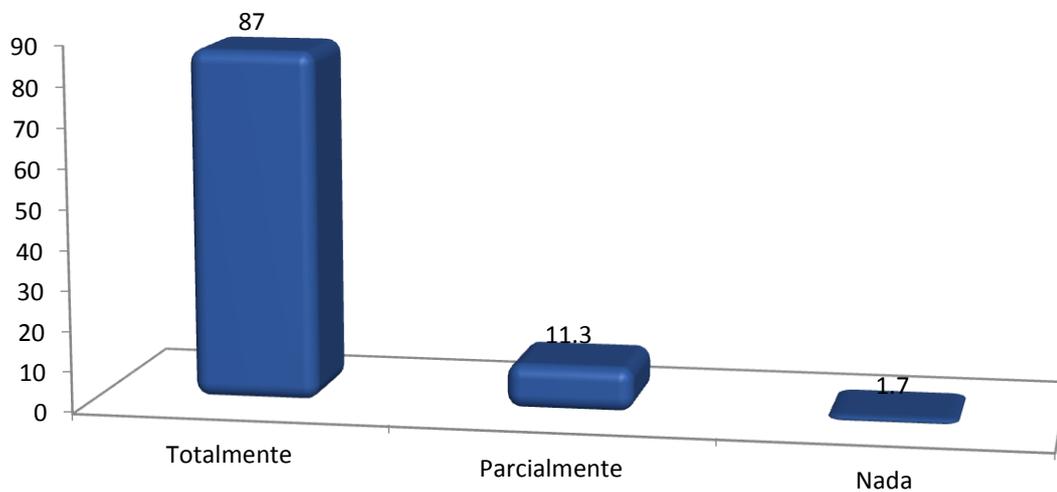


Gráfico 10. Liderazgo de los empresarios.

Fuente: Tabla 12

4.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis 1:

H₀: La actitud emprendedora no se relaciona significativamente con los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

H₁: La actitud emprendedora se relaciona significativamente con los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Tabla 13

Actitud emprendedora y principios del liderazgo de los empresarios

Poseen actitud emprendedora	Cumple con los principios del liderazgo			Total
	Totalmente	Parcialmente	Nada	
Totalmente	272	4	0	276
Parcialmente	51	19	0	70
Nada	7	1	1	9
Total	330	24	1	355

1. Estadística de prueba: si se estudia la correlación en muestras con tamaños n mayor de 10 datos, se puede efectuar una aproximación de T_{XY} a una distribución normal, para las pruebas de significación. Por lo tanto, Tau b de kendall se presenta:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2n+5)}{9n(n-1)}}}$$

Donde:

τ : Coeficiente Tau b de kendall

n : Muestra

2. Distribución del estadístico: cuando Ho es verdadera sigue una distribución z con un nivel de significancia 0.05, siendo $Z= 1.96$

3. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de $z \geq Z$
4. Cálculo de Tau: Para el cálculo del coeficiente de correlación Tau B de Kendall se hara mediante el SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

$$\tau = \frac{S}{\sqrt{1/2n(n-1) - T_x} \cdot \sqrt{1/2n(n-1) - T_y}}$$

Donde:

$T_x = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable X.

$T_y = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable Y.

Salida en el SPSS

Correlaciones				
		AE	PL	
Tau_b de Kendall	AE	Coeficiente de correlación	1,000	,402**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	355	355
	PL	Coeficiente de correlación	,402**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	355	355

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

Según el estadístico tau b de Kendall, 0,402, indica que existe una relación media entre las dimensiones actitud emprendedora y los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones

Por lo tanto, al aplicar la estadística de prueba para determinar su significancia, se tiene:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2 * 355 + 5)}{9 * 355 * (355 - 1)}}}$$

$$Z = 11.31$$

5. Decisión estadística: Dado que $11.31 > 1.96$, se rechaza H_0 .

6. Conclusión: La actitud emprendedora se relaciona medianamente con los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Hipótesis 2:

H₀: Las competencias para el emprendimiento no se relaciona significativamente con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

H₁: Las competencias para el emprendimiento se relaciona significativamente con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Tabla 14

Competencias para el emprendimiento y los enfoques del liderazgo en los empresarios

Posee competencias para el emprendimiento	Se encuentra dentro de los enfoques del liderazgo			Total
	Totalmente	Parcialmente	Nada	
Totalmente	297	8	10	314
Parcialmente	11	27	2	40
Nada	0	0	1	1
Total	308	35	13	355

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: si se estudia la correlación en muestras con tamaños n mayor de 10 datos, se puede efectuar una aproximación de T_{XY} a una distribución normal, para las pruebas de significación. Por lo tanto, Tau b de kendall se presenta:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2n+5)}{9n(n-1)}}}$$

Donde:

τ : Coeficiente Tau b de kendall

n : Muestra

3. Distribución del estadístico: cuando H_0 es verdadera sigue una distribución z con un nivel de significancia 0.05, siendo $Z= 1.96$
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de $z \geq Z$
5. Cálculo de Tau: Para el cálculo del coeficiente de correlación Tau B de Kendall se hara mediante el SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

$$\tau = \frac{S}{\sqrt{1/2n(n-1) - T_x} \cdot \sqrt{1/2n(n-1) - T_y}}$$

Donde:

$T_x = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable X.

$T_y = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable Y.

Salida en el SPSS

Correlaciones			
		CE	EL
CE	Coeficiente de correlación	1,000	,605**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	355	355
Tau_b de Kendall	Coeficiente de correlación	,605**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	355	355

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

Según el estadístico tau b de Kendall, 0,605, indica que existe una relación

media entre las competencias para el emprendimiento con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones

Por lo tanto, al aplicar la estadística de prueba para determinar su significancia, se tiene:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2 * 355 + 5)}{9 * 355 * (355 - 1)}}}$$

$$Z = 17.015$$

6. Decisión estadística: Dado que $17.015 > 1.96$, se rechaza H_0 .
7. Conclusión: Las competencias para el emprendimiento se relaciona medianamente con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Hipótesis 3:

H₀: Las características del emprendimiento no se relaciona significativamente con el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

H₁: Las características del emprendimiento se relaciona significativamente con el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Tabla 15

Características del emprendimiento y estilo de liderazgo de los empresarios

Poseen las características del emprendedor	Presentan estilos de liderazgo			Total
	Totalmente	Parcialmente	Nada	
Totalmente	222	18	1	241
Parcialmente	9	19	2	30
Nada	53	26	5	84
Total	284	63	8	355

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: si se estudia la correlación en muestras con tamaños n mayor de 10 datos, se puede efectuar una aproximación de T_{XY} a una distribución normal, para las pruebas de significación. Por lo tanto, Tau b de kendall se presenta:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2n+5)}{9n(n-1)}}}$$

Donde:

τ : Coeficiente Tau b de kendall

n : Muestra

3. Distribución del estadístico: cuando H_0 es verdadera sigue una distribución z con un nivel de significancia 0.05, siendo $Z = 1.96$
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de $z \geq Z$
5. Cálculo de Tau: Para el cálculo del coeficiente de correlación Tau B de Kendall se hara mediante el SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

$$\tau = \frac{S}{\sqrt{1/2n(n-1) - T_x} \cdot \sqrt{1/2n(n-1) - T_y}}$$

Donde:

$T_x = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable X.

$T_y = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable Y.

Salida en el SPSS

Correlaciones			
		CarE	EL
Tau_b de Kendall	CarE	1,000	,388**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	355	355
	EL	,388**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	355	355

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

Según el estadístico tau b de Kendall, 0,388, indica que existe una baja relación entre las características del emprendimiento y el estilo de liderazgo de

los empresarios de textiles y confecciones.

Por lo tanto, al aplicar la estadística de prueba para determinar su significancia, se tiene:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2 * 355 + 5)}{9 * 355 * (355 - 1)}}}$$

$$Z = 10.91$$

6. Decisión estadística: Dado que $10.91 > 1.96$, se rechaza H_0 .
7. Conclusión: Las características del emprendimiento tienen un bajo nivel de relación con el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Hipótesis General:

H₀: El emprendimiento no se relaciona significativamente con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

H₁: El emprendimiento se relaciona significativamente con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

Tabla 16

Emprendimiento y liderazgo de los empresarios

Existe emprendimiento	Tienen liderazgo			Total
	Totalmente	Parcialmente	Nada	
Totalmente	258	21	0	279
Parcialmente	39	13	1	53
Nada	12	6	5	23
Total	309	40	6	355

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: si se estudia la correlación en muestras con tamaños n mayor de 10 datos, se puede efectuar una aproximación de T_{XY} a una distribución normal, para las pruebas de significación. Por lo tanto, Tau b de kendall se presenta:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2n+5)}{9n(n-1)}}}$$

Donde:

τ : Coeficiente Tau b de kendall

n : Muestra

3. Distribución del estadístico: cuando Ho es verdadera sigue una distribución z con un nivel de significancia 0.05, siendo $Z= 1.96$

4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de $z \geq Z$
5. Cálculo de Tau: Para el cálculo del coeficiente de correlación Tau B de Kendall se hara mediante el SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

$$\tau = \frac{S}{\sqrt{1/2n(n-1) - T_x} \cdot \sqrt{1/2n(n-1) - T_y}}$$

Donde:

$T_x = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable X.

$T_y = 1/2 \sum (t-1)$ y t es el número de observaciones ligadas en cada grupo de ligas de la variable Y.

Salida en el SPSS

Correlaciones			
		EMP	LID
Tau_b de Kendall	EMP	1,000	,324**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	355	355
	LID	,324**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	355	355

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

Según el estadístico tau b de Kendall, 0,324, indica que existe una baja relación del emprendimiento y el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones

Por lo tanto, al aplicar la estadística de prueba para determinar su significancia,

se tiene:

$$z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2 * 355 + 5)}{9 * 355 * (355 - 1)}}}$$

$$Z = 9.11$$

6. Decisión estadística: Dado que $9.11 > 1.96$, se rechaza H_0 .

7. Conclusión: El emprendimiento tiene un bajo nivel de relación con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

CAPÍTULO V

DISCUSION

5.1. Discusión de resultados

1.- La mayoría de empresarios afirmaron tener una actitud emprendedora, siempre para adelante y no mirar atrás a pesar de las adversidades que pueden presentarse en el camino, por lo que son capaces de sacar adelante la empresa, con perseverancia, concepto que Parra, Rubio y López (2017), concuerdan al señalar que es la “capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad”. (p. 15).

Sin embargo, los resultados de la contrastación de hipótesis evidencia que los gerentes de las empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra en La Victoria, tienen una mediana relación con los principios de liderazgo que todo líder debe tener como saber que es lo que tiene o no tiene como herramientas de trabajo, asumir sus responsabilidades, fortalecer sus habilidades entre otras cosas, como lo resalta la National Minority Aids Council (2009, pp. 13-14) donde señala que estos principios deben promoverse, como:

- Conocerse a sí mismo y trate de mejorar. Fortalezca sus habilidades de liderazgo leyendo, estudiando, tomando clases apropiadas, etc.

- Sea técnicamente capaz. Como líder, debe conocer su trabajo y tener un conocimiento sólido del trabajo de sus empleados.
 - Busque y asuma la responsabilidad por sus acciones. Busque maneras de conducir a su organización hacia nuevos horizontes. Y cuando las cosas vayan mal, no culpe a los demás. Analice la situación, tome la acción correcta y avance hacia el próximo reto.
- (...)

Entonces, se puede concluir debido a los resultados, que el tener una actitud emprendedora no necesariamente tiene que estar vinculado directamente con los principios que debe poseer todo gerente de estas empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra en La Victoria.

2.- Casi todos los gerentes de las empresas textiles y confecciones, presentan competencias relacionadas con el emprendimiento por ejemplo son auto eficaces para enfrentar situaciones adversas, reconoce y explota las oportunidades que se le presentan tomando decisiones que muchas veces le son favorables, estas acciones las hacen por lograr obtener un buen desempeño de tal manera que no pierdan las oportunidades ya que eso significa una pérdida de dinero, cosa que no quiere el empresario de este rubro y de cualquier rubro en general como lo señala Moya y Santana (2016).

Las competencias que posee el empresario de las empresas de textiles y confecciones están medianamente relacionados con los enfoque del liderazgo, es decir que no se puede asegurar de manera definitiva que conforme las competencias sean mayores, la capacidad intelectual o la capacidad de concretar estrategias que forma parte de los enfoques del liderazgo, sean mayores. Los enfoques de liderazgo es según Tracy (2015), “la capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal y corriente... es la capacidad de conseguir seguidores”. (p. 22)

En consecuencia, el hecho que los gerentes de las empresas de textiles y confecciones presentan competencias asociadas con el emprendimiento no significa que este contribuya con los componentes que conforman el enfoque de liderazgo.

3.- La mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones del Emporio comercial de Gamarra, reúnen las características de un emprendedor, como no ha de serlo si crearon su propia empresa como una manera de enfrentar, inicialmente el desempleo, con ímpetu y ganas de superación, a pesar de las dificultades que enfrentaron y enfrentan. Parfraseando a Messina y Hochszain (2015, p. 35) señalan que las características del emprendimiento en la práctica ha demostrado que todos los empresarios jóvenes son más ambiciosos, cuentan con mayor creatividad y poseen más energía, lo que les facilita superar su falta de credibilidad, de experiencia y la dificultad para conseguir financiamiento.

Estas características, tiene una baja relación con los diferentes estilos de liderazgo que tienen los empresarios textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra, sobre este aspecto Vázquez (2005) afirma “resulta ser muy útil cuando se trata de movilizar a la gente hacia una nueva dirección. Estos líderes tienen una buena habilidad para promover el cambio, son muy empáticos”. (p. 129).

En ese sentido, no se puede concluir de manera determinante que un empresario que reúne las características de un emprendedor encaje en uno de los estilos del liderazgo, cada uno tiene su propio estilo.

4.- La mayoría de gerentes de empresas textiles y confecciones del emporio comercial de Gamarra señalaron ser emprendedores, porque a pesar de todos los obstáculos que atravesaron desde que iniciaron la empresa, esto ha logrado afianzar la actitud empresarial y las competencias empresariales, a esto Cantillon (citado por Vázquez, 2016) sostiene el “emprendimiento tiene relación con la toma de riesgos” (p. 9). Además señalan que es “aquel que toma riesgos y empieza algo nuevo”. (p. 9).

En esta línea, el emprendimiento, a juzgar por la demostración de la hipótesis respectiva, llega a la conclusión que existe una baja relación con el liderazgo. Es decir, entre el emprendimiento y el liderazgo no necesariamente significa que todo emprendedor debe ser líder o que todo líder necesariamente debe ser emprendedor, sobre este aspecto el Diccionario de la Herencia Americana (citado por National Minority Aids Council, 2009), sostiene que el liderazgo es “el conocimiento, las

actitudes y las conductas utilizadas para influir sobre las personas para conseguir la misión deseada”. (p. 17). En efecto el líder, tiene esa particularidad de tener seguidores que pueden subordinarse muy fácilmente. En ese sentido, Vázquez (2005), afirma “resulta ser muy útil cuando se trata de movilizar a la gente hacia una nueva dirección. Estos líderes tienen una buena habilidad para promover el cambio, son muy empáticos”. (p. 129).

CONCLUSIONES

- a. Se ha establecido que la actitud emprendedora se relaciona medianamente con los principios del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.
- b. Como producto del análisis de los datos se ha determinado que las competencias para el emprendimiento se relaciona medianamente con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.
- c. Se ha determinado que las características del emprendimiento tienen un bajo nivel de relación con el estilo de liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.
- d. En conclusión, se ha determinado que el emprendimiento tiene un bajo nivel de relación con el liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.

RECOMENDACIONES

1. La actitud emprendedora no solo es querer ganar más y más, sin antes querer lo que se hace, por ello se recomienda que al realizar las actividades propias de la empresa se haga con entusiasmo estableciendo para ello metas fáciles de cumplir a corto y mediano plazo, perseverante en lo que hace con compromiso. Asimismo, la actitud emprendedora tiene que tener sus consecuencias y es la confianza en sí mismo, evitar los sentimientos negativos es decir tener siempre actitud positiva y optimista.
2. En cuanto a las competencias el emprendedor tiene que afianzar su pensamiento crítico y para lograrlo es necesario la solución de problemas empíricos. Un aspecto importante en esta fase es que el empresario también debe ser autocrítico de las decisiones o acciones que realiza con el fin de corregir posibles desviaciones.

Otro aspecto importante a considerar, entre muchos, por los emprendedores y que forma parte de sus competencias es la forma de negociar y comunicarse con otras personas sobre todo con sus proveedores, trabajadores, socios o clientes

3. Los estilos de liderazgo que los empresarios textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra presentan son muchos, pero para lograr un estilo propio es necesario que cada uno empiece a conocerse a sí mismo, de entender las emociones propias y la de los demás. Deben conocer sus puntos débiles para superarlos, todas estas sugerencias son válidas para compartir experiencias de vida y motivar al personal de la empresa.
4. El emprendimiento siempre es una buena opción para todas aquellas personas que ven en ella una alternativa a la dependencia laboral o simplemente ante la falta de oportunidades. Lo primero que debe hacer un emprendedor es formalizar la empresa pues va a lograr mayores oportunidades que el no hacerlo, la formalización ayuda a mejorar la opinión de los usuarios proyectando confianza y credibilidad lo que es favorable, cuando en algún momento decida solicitar un préstamo bancario. El gerente emprendedor tiene que saber escuchar, visualizar las ideas y analizar un negocio.

Aunque el liderazgo, en términos generales y en particular para los empresarios textiles y confecciones de Gamarra, es independiente al emprendimiento, se sugiere que para consolidar el liderazgo en los empresarios se sugiere ser empático con las personas que se encuentran en su entorno, no dejar de aprender cada día, saber escuchar y hablar con la verdad ante todas las cosas. Practicando estas recomendaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayoub, J. (2010). *Estilos de liderazgo y sus efectos en el desempeño de la administración pública mexicana*. (Tesis doctoral no publicada). Facultad de Derecho, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España.
- Banegas, A. (2013). *El liderazgo en instituciones educativas superiores. El caso de UNITEC y su impacto en la práctica educativa, durante 2005-2010*. Tesis de Doctorado, Economía y Empresa, Universidad Europea Madrid.
- Bernal, A. *El concepto de autorrealización como identidad personal*. España: Universidad de Sevilla.
- Cáceres, R. y Ramos, L. (2017). *Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la Asociación de Tejedoras - "Tejidos Huaycán"*. Tesis de Pregado, Trabajo Social, Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Casalet, M., Corona, L., Díaz, R., Lara, N., López, E. y Mulás, P. (1998). *Tecnología: Concepto, Problemas y Perspectivas*. México: Siglo XXI
- Goleman, D. (2005). *Inteligencia emocional*. Extraído el 28 de Abril desde <http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/librosdigitales/maslibros/Goleman%20Daniel%20-%20Inteligencia%20Emocional.PDF>
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4^o Ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Julca, E. (2011). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*. Tesis de Doctorado, Departamento de Psicología Social y Antropología, Universidad de Salamanca.
- Lupano, M. y Castro, A. (2013). *Estudios sobre el liderazgo. Teorías y evaluación. Psicodebate; Psicología, Cultura y Sociedad*. Extraído el 19 de agosto del 2016 desde <http://www.palermo.edu/cienciassociales/publicaciones/pdf/Psico6/6Psico%2008.pdf>
- Lupón, M., Torrents, A. y Quevedo L. (2012). *Procesos Cognitivos Básicos. Apuntes de Psicología en Atención Visual*. Extraído el 28 de Abril del 2018 desde https://ocw.upc.edu/sites/all/modules/ocw/estadistiques/download.php?file=370508/2012/1/54662/tema_4.__procesos_cognitivos_basicos-5313.pdf

- Mamani, W. (2016). *Plan de negocio para mejorar el ingreso económico mediante los talleres de liderazgo, emprendimiento y trabajo en equipo del Colegio Wilmani de Ayacucho*. Tesis de postgrado, Administración de Empresas MBA Ejecutivo, Universidad Peruana en Ciencias Aplicadas.
- Messina, M. y Hochszain, E. (2015, Abril - Julio). *Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en Técnicas de Data Mining*. *Tec Empresarial*, 9 (1). Extraído el 27 de Abril del 2018 desde <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-FactoresDeExitoDeUnEmprendimiento-5053601.pdf>
- Moya, P. y Santana, S. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento. Laboratorio de innovación y emprendimiento*. Chile. Extraído el 25 de Abril del 2018 desde <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>
- National Minority Aids Council (2009). *Desarrollo de Liderazgo. Serie de efectividad organizacional*. Extraído el 27 de Abril desde <https://careacttarget.org/sites/default/files/file-upload/resources/desarrollo-de-liderazgo.pdf>
- Parra, M., Rubio, G. y López, L. (2017). *Emprendimiento y creatividad. Aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá: ECOE Ediciones. Recuperado desde <https://books.google.com.pe/books?id=5K5JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiD1NH9r9PaAhUF7VMKHbdWCHAQ6AEINTAC#v=onepage&q=emprendimiento&f=true>
- Pereira, F. (2007, Julio - Diciembre). *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista*. Extraído el 28 de Abril del 2018 desde <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a02.pdf>
- Pérez, J. y Merino, M. (2014). *Definicion.de: Definición de inteligencia emocional*. Extraído el 3 de agosto de 2018 desde <https://definicion.de/inteligencia-emocional/>
- Rojas, J. (2013, Febrero). *Productos de valor agregado. Ready2*. Extraído el 28 de Abril del 2018 desde http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado_febrero_2013.pdf

- Saieh, C. (2010). *Derecho para el emprendimiento y los negocios*. Universidad Católica de Chile: Chile. Recuperado desde <https://books.google.com.pe/books?id=I92NCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiD1NH9r9PaAhUF7VMKHbdWCHAQ6AEIRzAF#v=onepage&q=emprendimiento&f=true>
- Tracy, B. (2015). *Liderazgo. La Biblioteca del éxito*. México: Grupo Nelson. Recuperado desde <https://books.google.com.pe/books?id=3h2MBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=liderazgo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXtvu5-93aAhUFzlkKHdFXAgwQ6AEIMDAC#v=onepage&q=liderazgo&f=true>
- Vázquez, J. (2016). *El emprendimiento Empresarial. La importancia de ser emprendedor*. (2º Edición). España: Campus Academy.
- Vázquez, R. (2005). *Habilidades directivas y técnicas de liderazgo. Su aplicación en la gestión de equipos de trabajo*. (1era. ed.). España: Ideaspropias, S.L.
- Vallmitjana, N. (2014), *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. (Tesis Doctoral no publicado). Facultat d'Economia-IQS, Departament de Gestió Empresarial Universitat Ramon Llull. Barcelona, España.
- Villacrez, R. (2017). *Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador*. (Tesis de Doctorado no publicado). Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Zorrilla, D. (2013). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto Jovenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de Inpet (2007-2009)*. Tesis de Maestría, Gerencia Social, Pontificia Universidad Católica del Perú.

ANEXOS

<p>enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima?</p> <p>3. ¿Cómo se relaciona las características del emprendimiento con los estilos del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima?</p>	<p>emprendimiento y los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.</p> <p>3. Establecer el nivel de relación entre las características del emprendimiento y los estilos del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.</p>	<p>significativamente con los enfoques del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.</p> <p>3. Las características del emprendimiento se relaciona significativamente con los estilos del liderazgo de los empresarios de textiles y confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima.</p>	<p>deductivo</p> <p>- Método científico</p>	<p>Comercial de Gamarra</p>		
---	---	---	---	-----------------------------	--	--

Anexo 2

Cuestionario para describir el Emprendimiento

EMPREDIMIENTO	Totalmente	Parcialmente	Nada
	1	2	3
<p>ACTITUD EMPRENDEDORA</p> <p>1.- Tengo capacidad para desarrollar un proyecto o una empresa. 2.- Tengo motivación para continuar trabajando por mis metas. 3.- Estoy motivado para continuar trabajando y construyendo 4.- Tengo deseos de autorrealización 5.- Mido constantemente todo mi potencial. 6.- Siempre salgo de mi zona de confort. 7.- Mi aprendizaje es constante. 8.- Administro los recursos para generar resultados en su empresa. 9.- Soy creativo e innovador en el proyecto que inicio</p>			
<p>COMPETENCIAS PARA EL EMPRENDIMIENTO</p> <p>10.- Tengo un comportamiento motivado, vigoroso, dirigido y sostenido. 11.- Soy autoeficaz para poder enfrentar ciertas situaciones. 12.- Reconozco las oportunidades. 13.- Siempre exploto las oportunidades que se me presentan. 14.- Hago una adecuada toma decisiones bajo incertidumbre.</p>			
<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>15.- Mi edad ha sido un obstáculo para crear mi empresa. 16.- Soy cauteloso y conservador. 17.- Mis habilidades permite identificar y explotar nuevas oportunidades de negocio. 18.- Me siento motivado para emprender nuevos proyectos.</p>			

Anexo 3

Cuestionario para describir el Liderazgo

LIDERAZGO	Totalmente	Parcialmente	Nada
	1	2	3
ESTILOS 1.- Me considero un líder orientado al logro y con buen autocontrol en mi empresa. 2.- Tengo una buena habilidad para promover el cambio en mi empresa. 3.- Cuento con facilidad para crear lazos afiliativos dentro de la organización. 4.- Fomento la comunicación y escucho a los demás en la empresa. 5.- Busco que mi colaborador haga lo que como líder le ordeno. 6.- Mi empatía contribuyen a la formación de los demás en su empresa.			
ENFOQUES 7.- Cuento con rasgos como capacidad intelectual, autodominio, coraje, persuasión, credibilidad para dominar mi empresa. 8.- Cuento con interés por las personas o por la tarea de mi empresa. 9.- Como líder apoyo socio emocional a sus seguidores, de acuerdo a la situación. 10.- Concreto estrategias que permitan concretar el futuro que se ha previsto.			
PRINCIPIOS 11.- Fortalezco mis habilidades de liderazgo. 12.- Me considero técnicamente capaz. 13.- Asumo responsabilidad por mis acciones. 14.- Mantengo comunicación con mis trabajadores. 15.- Tomo decisiones firmes. 16.- Preparo a mi empleados para trabajar en equipo.			

17.- Me considera un modelo o ejemplo para mis empleados.			
18.- Con frecuencia velo por el bienestar de mis empleados			

Anexo 4

Juicio de expertos

I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOBRES :
- 1.2 GRADO ACADEMICO :
- 1.3 INSTITUCION QUE LABORA :
- 1.4 TITULO DE LA INVESTIGACION:
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO :
- 1.8 NOMBRE DEL INSTRUMENTO :
- 1.9 CRITERIO DE APLICABILIDAD:
- a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
- c) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
- e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(01-09)	(10-12)	(12-15)	(15-18)	(18-20)
		01	02	03	04	05
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					
2.OBJETIVIDAD	Esta formulado con conductas observables					
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					
4.ORGANIZACION	Existe Organización y Lógica					
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					
7.CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					
8.COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio					
10CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					
SUB TOTAL						

TOTAL						
-------	--	--	--	--	--	--

VALORACION CAUNTITATIVA (total x 0.4) :

VALORACION CUALITATIVA :

OPINION DE APLICABILIDAD :

Lugar y fecha:

.....

Firma y Post Firma del experto
 DNI.....

Anexo 5
Presentación de datos en tablas

Tablas para los indicadores de la variable
Emprendimiento

Actitud Emprendedora

Tabla 17

Tienen la capacidad para desarrollar un proyecto o una empresa.

Capacidad	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	105	29.5
Parcialmente	210	59.2
Nada	40	11.3
Total	355	100,0

Tabla 18

Tiene motivación para continuar trabajando por sus metas.

motivación	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	340	95.8
Parcialmente	15	4.2
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 19

Tiene motivación para continuar trabajando y construyendo

motivación para continuar trabajando	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	300	84.5
Parcialmente	55	15.5
Nada	0	0.0

Total	355	100,0
-------	-----	-------

Tabla 20

Tienen deseos de autorrealización

deseos de autorrealización	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	335	94.4
Parcialmente	20	5.6
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 21

Miden constantemente todo su potencial.

potencial	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	280	78.9
Parcialmente	70	19.7
Nada	5	1.4
Total	355	100,0

Tabla 22

Los empresarios salen de su zona de confort.

salen de su zona de confort	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	150	42.3
Parcialmente	180	50.7
Nada	25	7.0
Total	355	100,0

Tabla 23

El aprendizaje es constante.

aprendizaje constante	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	315	88.7
Parcialmente	40	11.3
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 24

Administran los recursos para generar resultados en su empresa.

generar resultados	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	320	90.1
Parcialmente	27	7.6
Nada	8	2.3
Total	355	100,0

Tabla 25

Tienen creatividad e innovación en los proyectos que inician

creatividad e innovación	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	345	97.2
Parcialmente	10	2.8
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Competencias para el Emprendimiento

Tabla 26

Tienen un comportamiento motivado, vigoroso, dirigido y sostenido

comportamiento motivado	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	310	87.3
Parcialmente	45	12.7
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 27

Tienen autoeficacia para poder enfrentar ciertas situaciones.

autoeficacia	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	320	90.1
Parcialmente	35	9.9
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 28

Reconocen las oportunidades.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	340	95.8
Parcialmente	15	4.2
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 29

Siempre explotan las oportunidades que se les presentan.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	280	78.9
Parcialmente	75	21.1
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 30

Hacen una adecuada toma de decisiones bajo incertidumbre.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	320	90.1
Parcialmente	30	8.5
Nada	5	1.4
Total	355	100,0

Características

Tabla 31

Sus edades han sido un obstáculo para crear su empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	0	0.0
Parcialmente	20	5.6
Nada	335	94.4
Total	355	100,0

Tabla 32

Son cautelosos y conservadores.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	280	78.9
Parcialmente	75	21.1
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 33

Tiene habilidades que le permite identificar y explotar nuevas oportunidades de negocio

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	340	95.8
Parcialmente	15	4.2
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 34

Se sienten motivados para emprender nuevos proyectos.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	345	97.2
Parcialmente	10	2.8
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

**Tablas para los indicadores de la variable
Liderazgo**

Estilos

Tabla 35

Se consideran líderes orientados al logro y con buen autocontrol en su empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	105	29.5
Parcialmente	210	59.2
Nada	40	11.3
Total	355	100,0

Tabla 36

Tienen una buena habilidad para promover el cambio en su empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	310	87.3
Parcialmente	40	11.3
Nada	5	1.4
Total	355	100,0

Tabla 38

Cuentan con facilidad para crear lazos afiliativos dentro de la organización.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	252	71.0
Parcialmente	100	28.2
Nada	3	0.8
Total	355	100,0

Tabla 38

Fomentan la comunicación y escuchan a los demás en la empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	355	100.0
Parcialmente	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 39

Buscan que su colaborador haga lo que como líder le ordeno.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	335	94.4
Parcialmente	20	5.6
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 40

Son empáticos contribuyen a la formación de los demás en su empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	345	97.2
Parcialmente	10	2.8
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Enfoques

Tabla 41

Cuentan con rasgos como capacidad intelectual, autodominio, coraje, persuasión, credibilidad para dominar su empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	355	100.0
Parcialmente	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 42

Cuentan con interés por las personas o por la tarea de su empresa.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	355	100.0
Parcialmente	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 43

Como líderes apoyan socio emocional a sus seguidores, de acuerdo a la situación.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	310	87.3
Parcialmente	40	11.3
Nada	5	1.4
Total	355	100,0

Tabla 44

Concretan estrategias que permitan concretar el futuro que se ha previsto.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	210	59.2
Parcialmente	100	28.2
Nada	45	12.7
Total	355	100,0

Principios

Tabla 45

Fortalecen sus habilidades de liderazgo.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	250	70.4
Parcialmente	100	28.2
Nada	5	1.4
Total	355	100,0

Tabla 46

Se consideran técnicamente capaces.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	320	90.1
Parcialmente	35	9.9
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 47

Asumen responsabilidades por sus acciones.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	355	100.0
Parcialmente	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 48

Mantienen comunicación con sus trabajadores.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	355	100.0
Parcialmente	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 49

Toman decisiones firmes.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	335	94.4
Parcialmente	20	5.6
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 50

Preparan a sus empleados para trabajar en equipo.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	330	93.0
Parcialmente	20	5.6
Nada	5	1.4
Total	355	100,0

Tabla 51

Se consideran un modelo o ejemplo para sus empleados.

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	335	94.4
Parcialmente	20	5.6
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

Tabla 52

Con frecuencia vela por el bienestar de sus empleados

	Gerentes	Porcentaje
Totalmente	355	100.0
Parcialmente	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	355	100,0

