

UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

**“FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL
EMPREDIMIENTO EN LOS SOCIOS DEL SECTOR
AGROINDUSTRIA DE CACAO, QUILLABAMBA - 2022”**

Autores

Guisela Morveli Cervantes

Caty Magally Yanarico Piro

Asesor

Mg. Jorge Luis Ardiles Espinoza

Santa Ana, La Convención, Cusco

2022

TÍTULO Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.

Título

Factores económicos y sociales del emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao, Quillabamba - 2022

Línea de investigación

Emprendimiento.

HOJA DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS FIRMADA POR EL TESISISTA

Yo... CATY MAGALLY YANBRICO PIRO
 identificado (a) con DNI N° 47994472 Bachiller de la Escuela Profesional
 de ECONOMIA y domiciliado(a) en la calle/ Jirón/
 Av. JIRON: VILCABAMBA MARI del
 distrito... SANTA ANA Provincia... LA URUBAMBA Departamento... CUSCO
 Celular... 997364461 Email: CATY.yanbrico85@gmail.com

..... DECLARO BAJO JURAMENTO: Que la tesis que presento
 es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada
 en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que
 proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal
 concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo
 general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor. En fe de lo cual firmo
 la presente.

Santa Ana, 27 de octubre del 20... 22

.....

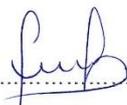
 DNI N°: 47994472

HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS FIRMADA
POR EL TESISISTA

Yo, Guisela Morveli Cervantes,
identificado (a) con DNI N° 45086729, Bachiller de la Escuela Profesional
de Economía, y domiciliado(a) en la calle/ Jirón/
Av. calle Los Jardines S/n - Jaramilluyoc del
distrito Santa Ana Provincia La Convención Departamento Cusco
Celular 986497700 Email: Guisell672@gmail.com

DECLARO BAJO JURAMENTO: Que la tesis que presento es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor. En fe de lo cual firmo la presente.

Santa Ana, 27 de octubre del 2022.


DNI N°: 45086729

REPORTE DE SIMILITUD



Informe del Detector de Plagio Viper

INFORME_FINAL_GUISELA_KATY_071222.docx es
Jan 4 , 2023

Porcentaje Total

17.6%

- 8.7% Determinantes económicos y sociales del em...
<https://core.ac.uk/download/524691698.pdf>
- 3.9% FACTORES CLAVE EN EL DESARROLLO D...
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/104/r>
- 1.6% Perfil emprendedor de los estudiantes de Ad...
<https://core.ac.uk/download/230574356.pdf>
- 0.8% GUÍA PARA ELABORAR PROYECTO DE TE...
<http://ulp.edu.pe/assets/archivos/investigacion/guia->
- 0.7% FACTORES SOCIALES, ECONÓMICOS E IN...
<https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20>

0.0%

Registro Nacional de Trabajos de Investigaci...
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/268796>

0.0%

Educación para el emprendimiento y la intenci...
<https://www.redalyc.org/journal/5711/571165147008>

UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

Tesis

“FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL
EMPENDIMIENTO EN LOS SOCIOS DEL SECTOR
AGROINDUSTRIA DE CACAO, QUILLABAMBA - 2022”

Autores

Guisela Morveli Cervantes

Caty Magally Yanarico Piro

Para obtener el título de Economista

Asesor

Mg. Jorge Luis Ardiles Espinoza

Santa Ana, La Convención, Cusco

2022

TÍTULO Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.

Título

Factores económicos y sociales del emprendimiento en los

HOJA DE FIRMA DE LOS JURADOS
UNIVERSIDAD PRIVADA
LÍDER PERUANA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

**“FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL
EMPRENDIMIENTO EN LOS SOCIOS DEL SECTOR
AGROINDUSTRIA DE CACAO, QUILLABAMBA - 2022”**

Presentado por Guisela Morveli Cervantes y Caty Magally Yanarico Piro

Presidente:

Nombre: Alejandro Rojas Luque
Grado académico: Maestro

Primer Miembro:

Nombre: Angel Jaime Orduña Ventura
Grado académico: Maestro

Segundo Miembro:

Nombre: Max John Quiñonez Vargas

Grado académico: Maestro

Dedicatoria

A mis padres Braulio y Gloria por su ejemplo de fortaleza y su apoyo moral.

A mi hermana Zulma por sus consejos y su motivación.

A mi compañero de vida José Alan por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera universitaria.

A mis amados hijos Oleg y Kaleth por ser mi motor y motivo de seguir superándome cada día.

Guisela Morveli Cervantes

A mis Padres, Roger Yanarico Apaza y Rosa Luz Piro Villena como una pequeña muestra de lo mucho que los amo, un reconocimiento a sus años de esfuerzo en mi formación y un homenaje de agradecimiento por todo los valores, principios y orientación recibidos. A mi hermano, Jimmy Roger Yanarico Piro por creer en mí y apoyarme en todo cuanto podía, y a mi compañero de vida: Yury Cárdenas Quispe por todo el amor que me da y el apoyo incondicional en mi formación profesional y a mis hijos: Royer William Alegría Yanarico y Emir Jorel Cárdenas Yanarico por el amor incondicional y motivación para la obtención de todas mis metas, a mis centros de estudio: Universidad Líder Peruana (ULP) y Facultad de Economía. Por haber cimentado los conocimientos que me hacen ser quien soy.

Caty Magally Yanarico Piro

Agradecimiento

Doy gracias al Dios todo poderoso por su bendición y su amor infinito, quien me ha guiado con sabiduría a este logro para seguir adelante. Agradezco mucho a mi casa de estudios y mis docentes por ser parte de mi proceso de formación profesional. A mi familia que trabajo en mis cimientos con valores, deseos de superación enseñándome a valorar todo lo que tengo y por su estímulo constante. A todas las personas que de una y otra forma me apoyaron en la realización de este trabajo.

Guisela Morveli Cervantes

Doy gracias a Dios, por darme sabiduría e iluminarme para alcanzar mis metas, mi familia: Mis abuelos tíos y primos, como agradecimiento por el amor incondicional que siempre me han brindado. Mis amigas y compañeras a todas aquellas con los que compartí tantas experiencias y con quien deseo compartir muchas más. Gracias por todo amigas. Mi asesor: Mg Jorge Luis Ardiles Espinoza, por su valiosa colaboración en la elaboración y redacción del presente estudio

Caty Magally Yanarico Piro

Índice de contenido

TITULO Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.....	ii
HOJA DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD.....	ii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	viii
Índice de contenido.....	ix
Índice de figuras.....	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción.....	xvi
CAPÍTULO I. Planteamiento del problema.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	7
1.2.1. Problema general.....	7
1.2.2. Problemas específicos.....	7
1.3. Objetivo de investigación.....	8
1.3.1. Objetivo general.....	8
1.3.2. Objetivos específicos.....	8
1.4. Formulación de Hipótesis.....	8
1.4.1. Hipótesis general.....	8
1.4.2. Hipótesis específicas.....	8
1.5. Justificación de la investigación.....	8
1.5.1. Justificación teórica.....	9
1.5.2. Justificación práctica.....	9
1.5.3. Justificación de implicancia social.....	10
1.5.4. Justificación Metodológica.....	10
1.6. Delimitaciones de la investigación.....	11

1.6.1. Espacial.....	11
1.6.2. Temporal.....	11
1.6.3. Teórico.....	11
CAPÍTULO II. Marco teórico	12
2.1. Antecedentes de la investigación.....	12
2.1.1. Antecedentes Internacionales	12
2.1.2. Antecedentes Nacionales	14
2.1.3. Antecedentes regionales	16
2.2. Bases teóricas	18
2.2.1. Identificación y conceptualización de variables	35
2.2.2. Operacionalización de variables	36
2.3. Marco conceptual	36
CAPÍTULO III. Metodología de la investigación	41
3.1. Tipo de investigación.....	41
3.2. Enfoque de la investigación.....	41
3.3. Diseño de la investigación.....	42
3.4. Alcance de la investigación	42
3.5. Población y muestra.....	43
3.5.1. Población	43
3.5.2. Descripción de muestra	46
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
3.6.1. Técnica.....	47
3.6.2. Instrumento.....	47
3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos	48
3.8. Procedimiento de procesamiento de datos.....	49
3.9. Confiabilidad y validez.....	50
CAPÍTULO IV. Resultados, contrastación de hipótesis y discusión	52

4.1 Resultados de la investigación.....	52
4.2. Contrastación de hipótesis	65
4.3. Discusión	67
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	74
Referencias Bibliográficas.....	76
ANEXOS	83
Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables.....	84
Anexo 2: Matriz de consistencia	86
Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos	87
Anexo 4: Captura de imagen (base de datos de SPSS).....	101
Anexo 5: Evidencias (panel fotográfico y documentos para recopilación de datos de entidades o entre otros	104

Índice de tablas

Tabla 1 Lista de emprendedores del sector agroindustria de cacao.....	44
Tabla 2 Estadística de fiabilidad.....	50
Tabla 3 Genero	52
Tabla 4 Edad.....	52
Tabla 5 Estado civil	53
Tabla 6 Nivel de estudios	54
Tabla 7 ¿Cuál fue su fuente de ingreso durante la cuarentena por la pandemia?.....	57
Tabla 8 ¿Sus ventas ha sido afectado durante la pandemia?	57
Tabla 9 Variable emprendimiento	58
Tabla 10 Motivación para emprender.....	60
Tabla 11 Intención de Emprendimiento	61
Tabla 12 Variable factores socioeconómicos	62
Tabla 13 Dimensión Económico	63
Tabla 14 Dimensión Social.....	64
Tabla 15 Correlación de factores económicos - sociales y emprendimiento.....	65
Tabla 16 Correlación entre factores sociales y emprendimiento.....	66
Tabla 17 Correlación entre factores económicos y emprendimiento	67

Índice de figuras

Figura 1 Principales empresas en el Perú del rubro agroindustrial de cacao	3
Figura 2 Perfiles socioeconómicos en Perú.....	4
Figura 3 Ingreso y gasto familiar en Perú	5
Figura 4 Perfil del emprendedor.....	24
Figura 5 Teoría del triángulo invertido	30
Figura 6 Emprendimiento En Los Países De América Latina.....	30
Figura 7 Tenencia de hijos	53
Figura 8 ¿Usted se dedica a la producción de cacao.....	55
Figura 9 Usted tuvo negocio antes de la pandemia de COVID-19	55
Figura 10 ¿La pandemia hizo suspender sus actividades?	56
Figura 11 ¿ Cree que la pandemia le motivó emprender?	56
Figura 12 ¿Adaptó alguna estrategia tecnológica para llevar a flote su negocio en la pandemia?.....	58
Figura 13 Variable emprendimiento.....	59
Figura 14 Motivación para emprender	60
Figura 15 Intención de Emprendimiento.....	61
Figura 16 Variable factores socioeconómicos.....	62
Figura 17 Dimensión Económico.....	63
Figura 18 Dimensión Social	64

Resumen

El estudio tuvo como objetivo general, determinar qué factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022. Como metodología el estudio fue tipo descriptivo y explicativo con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y un alcance correlacional. La población estuvo constituida por emprendedores del sector agroindustria de cacao de la ciudad de Quillabamba; y la muestra fue 50 emprendedores. El instrumento empleado para la recolección de datos fue la encuesta y entrevista. Finalmente, el estudio abordó a la siguiente conclusión: de acuerdo al coeficiente Rho de Spearman 0,241 existe una correlación escasa entre las variables factores sociales- económicos y emprendimiento. Además, según la significancia de 0.096 siendo mayor que 0,05 de confiabilidad; indica que los factores económicos y sociales considerados simultáneamente no inciden en la decisión de emprender en los socios del sector agroindustrias en la ciudad Quillabamba. Por otra parte, cuando se analizó variable emprendimiento y factores sociales resultó que este factor incide de manera importante en la decisión de emprender. Mientras que cuando se analizó factores económicos con variable emprendimiento resultó que este factor no incide de manera importante en la decisión de emprender.

Palabras claves: Emprendimiento, Factores sociales-económicos, Motivación para emprender, Atributos del emprendedor.

Abstract

The general objective of the study was to analyze what economic and social factors are related to entrepreneurship in the partners of the cocoa agribusiness sector in the city of Quillabamba-2022. As methodology, the study was descriptive and explanatory with a quantitative approach, non-experimental design and a correlational scope. The population was made up of entrepreneurs from the cocoa agribusiness sector of the city of Quillabamba; and the sample was 50 entrepreneurs. The instrument used for data collection was the survey and interview. Finally, the study reached the following conclusion: according to Spearman's Rho coefficient of 0.241, there is a low correlation between the variables social-economic factors and entrepreneurship. In addition, according to the significance of 0.096 being greater than 0.05 of reliability; indicates that the economic and social factors considered simultaneously do not affect the decision to undertake in the partners of the agro-industry sector in the city of Quillabamba. On the other hand, when the entrepreneurship variable and social factors were analyzed, it turned out that this factor significantly affects the decision to undertake. While when economic factors with entrepreneurship variable were analyzed, it turned out that this factor does not significantly affect the decision to undertake.

Keywords: Entrepreneurship, Social-economic factors, Motivation to undertake, Attributes of the entrepreneur.

Introducción

El cacao es un producto rico en minerales, vitaminas y fibra, por lo que ofrece múltiples beneficios al consumidor. Además, de tener propiedades nutricionales también proporciona beneficios terapéuticos, por lo que, el cacao a nivel mundial es empleada para la elaboración de diversos productos (MINAGRI, 2016). Asimismo, el cacao en las últimas décadas ha venido mostrando una dinámica particular, pues, a nivel internacional la demanda es superior a la oferta, esto debido a las limitaciones de cultivo, la falta de renovación y tecnificación (Vásquez, et, al., 2018). Esto muestra que, es evidente impulsar las oportunidades de emprender en la producción del cacao y en su valor agregado, para proporcionar un abastecimiento estable al mercado global.

En el contexto de América Latina y el Caribe (ALC), el cacao es un producto de cultivo tradicional de importancia, ya que, desde la época colonial se producía con fines de exportación dinamizando las economías locales. Desde entonces, su inserción al mercado global vino con fluctuaciones a lo largo del tiempo. En el año 2016 la comercialización del cacao en exportaciones alcanzó los 3.17 millones de toneladas, aunque las exportaciones reflejan un incremento desde inicios del año 2000, asimismo, a nivel mundial las exportaciones giran alrededor de los 3,3 millones de toneladas, de las cuales ALC participa con el 15% (INIAP, 2019).

En el Perú la participación del cacao en las exportaciones a registrado US\$ 150.5 millones para el año 2021, mostrando un crecimiento del 14.5 % respecto al mismo periodo del año anterior (MIDAGRI, 2021). Es evidente, que Perú tiene un potencial en la producción del cacao, para seguir creciendo y difundiendo lo mejor del cacao al mundo. Pues, Perú es uno de los países que alberga una variedad de la genética del cacao. Ya que, el 60% de la biodiversidad de cacao existe en el mundo está presente en el Perú dentro del territorio de sus regiones como San Martín, Junín, Ucayali, Huánuco

y Cusco. Sin embargo, las oportunidades de incursionar en el mundo de la agroindustria del cacao presente ciertas dificultades, que deben ser atendidos desde las gestiones públicas, en aras de fortalecer las mejores prácticas de siembra, cosecha y estrategias de innovación en desarrollo tecnológico y cadena de valores.

Dada la importancia del cacao en el desarrollo económico en al ámbito del territorio peruano, es necesario analizar la situación y contexto actual de la industria y sus perspectivas futuras. Ante ello, el presente estudio aborda el tema de factores económicos y sociales que incide en el emprendimiento en el rubro de la agroindustria del cacao. A través de la siguiente interrogante de estudio ¿Cómo los factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?, y el estudio se estructura de la siguiente manera:

En el capítulo I: se desarrolla el planteamiento y formulación del problema, objetivos, hipótesis, justificación, implicancia y delimitación. En el capítulo II: se desarrolla el marco teórico, bases teóricas y marco conceptual. En el capítulo III: se abarca la metodología de la investigación, y finalmente en el capítulo IV: se exponen los resultados y contrastaciones de las hipótesis. Desde luego, las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

El emprendimiento es un intento de creación de nuevos negocios o nuevas empresas. El emprendimiento en un contexto global juega un rol importante en la generación de nuevas oportunidades de empleo y en el crecimiento económico de un país, es así que se considera un factor cada vez más relevante dentro de los objetivos de política pública de la mayoría de los países (Calvopiña, 2020).

Cordero et al., (2011) explica que una de las primeras reflexiones sobre emprendimiento lo hace McClelland quien piensa que existen ciertas cualidades o capacidades que comparten los emprendedores y determina que independientemente de la actividad que realicen los emprendedores, de su ubicación, su nivel socioeconómico, religión, cultura, sexo o raza, en todos ellos se repiten en mayor o menor medida una serie de comportamientos que los agrupa en diez pautas de acuerdo a su grado de importancia y que son determinantes del comportamiento emprendedor.

En América Latina el impulso a la actividad emprendedora se ha convertido en una de sus principales políticas, teniendo las microempresas y las pequeñas empresas una representatividad del 80% del total de la economía (Zamora y col., 2011) referenciado en (Calvopiña, 2020). A su vez, en el Ecuador, según el informe trimestral del mercado laboral del Banco Central del Ecuador (2011), se observó que la mayoría de emprendedores se encuentran en establecimientos con menos de 100 empleados (MYPIMES); este porcentaje se ubica en el 77,4%; el 22,6% restante fueron los ocupados en establecimientos con más de 100 empleados; es decir, se evidencia un rol importante de las pequeñas empresas en la economía ecuatoriana (Calvopiña, 2020).

Según el último estudio realizado por el GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) y la universidad ESAN el año 2018- 2019 informa que: Los puntajes obtenidos en el Perú respecto a los indicadores de percepción, actitud y valoración hacia el emprendimiento superan al promedio de las economías basadas en eficiencia y al promedio de los países que conforman la región latinoamericana. Sobre este punto, en Latinoamérica y el Caribe, el Perú es el país con la más alta percepción de oportunidades para emprender, el tercero con mayor percepción de capacidades para emprender y el quinto con menor miedo al fracaso (ESAN, 2018).

Por otra parte, el producto cacao es cultivado en las regiones como América del Sur, África occidental y Asia Sudoriental y son exportados a América del Norte y Europa, principalmente para la producción de la industria de chocolate y confitería. Las principales zonas de producción de cacao se concentran en 7 departamentos de los 16 del país dedicados a este cultivo y son: San Martín, Junín, Cusco, Ucayali, Huánuco, Ayacucho y Amazonas y representan el 96% del total de producción nacional (Cayetano et al., 2021).

Perú ocupa el segundo lugar de país productor de cacao orgánica y tercer país Latinoamericano productor y exportador de cacao fino y de aroma, después de Ecuador y Brasil. (ICCO, 2020) citado en (Cayetano et al., 2021)

Los emprendimientos del rubro agroindustrial de cacao optan por ofrecer sus productos a mercados nacionales o internacionales, de acuerdo a la proyección que

Figura 1

Principales empresas en el Perú del rubro agroindustrial de cacao

Empresa	%Var 20- 19	%Part. 20
CAFETALERA AMAZONICA S.A.C.	--	15%
SUMAQAQO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	--	14%
AMAZONAS TRADING PERU S.A.C.	--	13%
EXPORTADORA ROMEX S.A.	--	7%
COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACO...	--	5%
AGRO SAN GERARDO E.I.R.L.	--	4%
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CACAO ...	--	4%
ASOCIACION CACAOTERA DE TOCACHE -...	--	4%
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	--	3%
Otras Empresas (101)	--	24%

Fuente: SUNAT (Referente a la partida seleccionada)

cada emprendedor se define, asimismo en Perú existen grandes agroindustrias que muy aparte de abastecer al mercado con el comercio, genera empleo a una gran multitud de peruanos.

Nota. Empresas del sector agroindustria en Perú. Fuente: (Siicex.gob.pe, 2022)

En la figura 1, se puede visualizar las principales empresas del sector agroindustrial de cocoa que además de ser empresas grandes y generan empleo, exportan a otros países. Tal es el caso, en los años de los 90 tras la crisis de hiperinflación ante la necesidad de empleo los peruanos se vieron en la necesidad de fomentar sus propios ingresos creando nuevas empresas para el sustento del hogar, principalmente producción. La desventaja para la mayoría es que, el gobierno peruano no tiene políticas que respalde a los nuevos emprendedores a pesar de ser una de población con el mayor porcentaje de emprendimientos en la población económicamente activa (EEDP, 2015).

A nivel regional de Cusco, el Centro de Desarrollo Empresarial, indica que de cada 100 pequeñas empresas que se crean en un año 50 fracasan, y se ven

obligadas a cerrar a causa de la poca aplicación de la tecnología en los emprendimientos, falta de los mecanismos de formalización, capacitación e inserción en los mercados. Los emprendimientos que se ven más afectados por esta son los de turismo, servicios, comercio, restaurantes, agro y otros (Charca & Soria, 2021). Respecto a las empresas agroindustriales de cacao en la provincia de la Convención se puede ver en los anexos; la problemática radica en que, la motivación emprendedora se debe a la necesidad económica que obliga a las personas inicien a emprender en este sector y otros que aspiran y les gusta desarrollar sus potenciales en el sector agroindustrial (aquellos que poseen hectáreas de cacao en siembra y se dedican al sector productivo). Respecto a las conductas emprendedoras, las personas que inician a emprender adoptan conductas sólo para el beneficio propio, es decir tras pasar el tiempo la mayoría opta por trabajar de manera informal, la desventaja para estos emprendimientos es que, no les da lugar a crecer más como empresa y se quedan estancados en un solo lugar, debido a que el pensamiento del emprendedor es conformista y tienden a procurar sólo la estabilidad económica familiar, sin deseo de expansión proliferación de la empresa.

Respecto a los factores socioeconómicos, comprenden la posición de las personas dentro de una estructura social jerárquica. Perú es uno de los países con bajas condiciones sociales, económicas y de entorno. Según el informe “NSE Perú 2021” muestra tiene las principales características de los niveles socio económicos (NSE) en el Perú por macro de regiones, grandes ciudades y todos los departamentos del país. Para el cual, se presenta cada nivel en temas de hogares,

Figura 2

Perfiles socioeconómicos en Perú

viviendas y tenencia de bienes y servicios.(Ipsos.com, 2021)



Nota. Distribución socioeconómica por niveles desde el 2019 hasta 2021. Fuente: (Ipsos.com, 2021)

Figura 3

Ingreso y gasto familiar en Perú

INGRESO FAMILIAR PROMEDIO DECLARADO Y GASTO MENSUAL (% de sus ingresos)



	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Ingresos	S/ 12,647	S/ 6,135	S/ 3,184	S/ 2,038	S/ 1,242
Gastos	57.9%	69.5%	81.7%	85.5%	89.8%

Nota. Ingresos y gastos familiares desde el 2019 hasta 2021. Fuente: (Ipsos.com, 2021)

En la figura 2 y 3 se puede visualizar de acuerdo con cada nivel socioeconómico varían, eso quiere decir que, cada familia posee un factor distinto respecto a cantidades de integrantes que lo conforman, edades, ingresos y gastos, la

canasta básica familiar, el tipo de vivienda en los que viven, los servicios básicos con los que cuentan, acceso a un seguro de salud, entre otros.

El Producto Bruto Interno (PBI) en Perú, dio a conocer una tendencia decreciente en su crecimiento en el periodo de estudio, durante el año 2010 mostró un crecimiento de 8,3% respecto al año anterior y en el año 2019 llegó a registrar una variación positiva de 2,2%, siendo el menor crecimiento anual que alcanzó en el periodo de análisis. Mientras que, en la región de Cusco, el Valor Agregado Bruto (VAB) tuvo un comportamiento irregular en el periodo de estudio, es así, que en el 2013 se registró el pico más alto en nuestro periodo de análisis llegando a 16,9% para luego tender a la baja, mostrándose pequeños crecimientos anuales de 0,1%, 1,7% y 3,9% en los años 2014, 2015 y 2016 respectivamente. En el año 2017 se registró variación negativa de 1,5% respecto al año anterior; mientras que para el año 2018 se registró un crecimiento de 0,6% seguido de 1,6% el año 2019.

La Convención abastece una cantidad de 147 mil habitantes, donde el problema radica para aquellos emprendedores que no cuentan suficientemente con el apoyo de las entidades del gobierno, falta de asistencia con expertos para su crecimiento y comercio del producto cacao. La causa proviene también, de las necesidades sociales y económicas insatisfechas, así como: servicio, educación, salud lo que repercute en el perfil del emprendedor y haciendo que su actividad económica sea conformista con lo suficiente que ganan de ventas. De acuerdo con INEI para el año 2017, la provincia de la convención concentra 167 701 habitantes y un nivel de pobreza que fluctúa entre 33,2% en el distrito de Huayopata y 48,1% en el distrito de Echarate. La principal actividad económica es: café (51.5%), cacao (12.6%), achiote (6.8%), coca (4%), entre otros (25%) (INEI, 2017).

El problema principal, es que las iniciativas emprendedoras, no han desarrollado ni han mejorado de una manera significativa. A pesar de que la producción de cacao se realiza desde hace varios años de manera tradicional. Los productores de cacao enfrentan muchos factores que limitan el crecimiento y desarrollo de la agricultura, la falta de inserción de la formación empresarial que consiste en adquirir conocimientos, habilidades y aptitudes emprendedoras que son la clave para el desarrollo eficiente de una actividad emprendedora. De la misma forma, los agroindustriales de cacao presentan dificultades como, por ejemplo: falta de gestión empresarial, débil plataforma de desarrollo empresarial sin procesos estandarizados de producción, limitaciones de acceso al mercado y acceso al financiamiento. Este problema es notable y limita el crecimiento productivo y económico de los emprendedores agroindustriales de cacao en la ciudad de Quillabamba. Razón por la cual, es de suma importancia realizar la presente investigación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo los factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los factores sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?
- ¿De qué manera los factores económicos se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?

1.3. Objetivo de investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar qué factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera los factores sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.
- Determinar la relación entre los factores económicos y el emprendimiento de los socios del sector de agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

1.4. Formulación de Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Los factores económicos y sociales se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

1.4.2. Hipótesis específicas

- Los factores sociales se relacionan directamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.
- Los factores económicos se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

1.5. Justificación de la investigación

Según (Hernández et al., 2018) los criterios para evaluar la importancia potencial de una investigación son:

1.5.1. Justificación teórica

En la investigación se analizó y estudio teorías en relación a la variable, emprendimiento y sus dimensiones, motivación de emprender, intención de emprender y conductas de emprendimiento, basado en autores como Charca & Soria (2021), Vallejos (2016) y Medrano (2019). El análisis de las teorías aborda el perfil con el cual debe contar el dueño de negocio o propietario para ejecutar las actividades empresariales.

Se exploró también la información de la variable factores social y económicos y sus dimensiones los cuales fueron, sociales, económicos y condiciones de entorno, basados en los estudios de los siguientes autores: Moreno (2019) y Reyes, (2017). La información recolectada aporta conocimientos y antecedentes para la realización de futuras investigaciones y servirá para la toma de decisiones en temas de reforzar, apoyar por medio de capacitaciones, ferias a los emprendedores de la ciudad de Quillabamba.

1.5.2. Justificación práctica

La presente investigación dejará antecedentes de emprendimiento a los ciudadanos y/o emprendedores de la ciudad de Quillabamba, esta investigación permitirá que los pobladores de la zona puedan tener una herramienta que les favorezca al emprendimiento antes de emprender un negocio. Además, esta investigación nos permitirá conocer los principales factores que influyen en el emprendimiento para que tanto hombres como mujeres de distintas edades opten por emprender. Con los resultados obtenidos se dispondrá de criterios a tomar en cuenta en la promoción del emprendimiento, por parte de los organismos públicos y privados que asumen esta tarea

1.5.3. Justificación de implicancia social

La importancia de la investigación para la sociedad es proporcionar la información necesaria para conocer los determinantes sociales y económicos clave que motivan a hombres y mujeres de todas las edades a desempeñarse en emprendimientos propios. Asimismo, para el desarrollo es muy importante la presencia y actividad de empresarios que dirijan las unidades económicas de producción y servicios, lo que eleva las expectativas económicas y mejora la calidad de vida de la población en general.

Esta forma de emprendimiento hace posibles nuevas formas y expresiones de innovación social dando lugar a nuevos modelos de negocios. El emprendimiento expande el mercado y crea demanda laboral; los empleadores buscarán personas que trabajen en sus propias empresas, lo que aumentará los salarios. Además, cuando se pone en el mercado un nuevo producto, se promueve el crecimiento de la propia economía, en general hay crecimiento económico en todos los aspectos.

Asimismo, en el aspecto de relevancia social, de acuerdo a los resultados o conclusiones que se obtengan el estudio va a favorecer a la población y estudiantes de Quillabamba para reflexionar cuán importante son los factores que influyen para emprender. Asimismo, la importancia de la ejecución de emprendimientos en la provincia de Quillabamba, ya que esto genera puestos de trabajo.

1.5.4. Justificación Metodológica

El presente trabajo permitirá aplicar los métodos y herramientas de búsqueda de información secundaria y la construcción de información primaria por medio del cuestionario esto permitirá una investigación clara y concisa

combinando la percepción directa con el objeto de estudio y los datos recolectados por las encuestas.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Espacial

La ubicación geográfica del estudio corresponde a la región del Cusco, provincia de La Convención, específicamente en la ciudad de Quillabamba, distrito de Santa Ana. Lugar donde se ubican los emprendimientos de agroindustria de cacao.

1.6.2. Temporal

El estudio se realizó mediante una encuesta de corte transversal, en los meses de junio a octubre del año 2022

1.6.3. Teórico

La investigación estuvo delimitada por teorías referentes a las variables de estudio, los cuales fueron variable independiente: Factores económicos y sociales, cuyas dimensiones fueron social y económicos basados en investigaciones de Moreno y Reyes. Variable dependiente: emprendimiento, las dimensiones fueron, motivación para emprender, intención de emprendimiento y conductas emprendedoras basados en investigaciones de Charca & Soria, Vallejos y Medrano estudios que se analiza en las bases teóricas del estudio.

CAPÍTULO II. Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

En Chile, Herrera (2018) ejecutó su estudio cuyo título fue *“Factores determinantes de emprendimiento en niños y niñas de Chile”* ejecutado en la Universidad Andrés Bello. La investigación surgió bajo la pregunta general ¿Cuáles son las características de los emprendimientos en niños y niñas en Chile? Como objetivo se planteó, determinar los factores determinantes de emprendedores chilenos en edades tempranas cursando la época de preescolar. Como metodología se planteó que la investigación tuvo un enfoque cualitativo, para la recolección de datos se empleó la entrevista y la población de estudio estuvo conformado por los padres y madres de emprendedores la muestra fue de tipo intencional. Finalmente, la investigación abordó a la siguiente conclusión: el emprendimiento es un fenómeno cruzado por variables de distinto tipo. En este sentido y tras la revisión bibliográfica presentada durante este trabajo, se concluye que un emprendedor no necesariamente nace, sino que también se forma durante diversas etapas de su vida: su niñez, sus estudios primarios, secundarios y superiores y su vida en general.

En Santiago de Cali, Paredes y Arenas (2017) desarrollaron una investigación *“Factores Sociales y económicos que influyen a los jóvenes caleños emprendedores en el proceso de creación de empresa”* ejecutado en la Universidad Autónoma de Occidente. La investigación tuvo como pregunta general, ¿Cuáles son las variables sociales y económicas que afectan las acciones de un emprendedor empresarial durante el proceso de creación de empresa en Santiago de Cali? Como objetivo se planteó identificar las variables sociales y económicas que afectan las acciones de un emprendedor empresarial durante el proceso de creación de empresas en Santiago de

Cali. La investigación fue de tipo mixta con un diseño exploratorio y descriptivo de orden transversal. La población de estudio estuvo conformada por emprendedores empresariales entre 18-70 años. El tipo de muestra fue no probabilístico. El instrumento empleado para la recolección de datos fue la encuesta. Finalmente, la investigación concluye que, el entorno determina una serie de factores que influyen y en muchas ocasiones condicionan a los seres humanos determinando formas de pensar y actuar ante determinada situación. A partir de la información recolectada a lo largo de la investigación podemos concluir que existe 3 variables principales que abarcan los principales factores, en la variable económica encontramos factores como la alta carga tributaria que presenta el país que promueve la informalidad de las nuevas empresas y la falta de competitividad de las establecidas.

En Ecuador, De la Cruz y Moya (2017) ejecutaron una investigación titulada *“Factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario”* desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato. La investigación surge con el problema general planteado el cual fue *¿Cuales son los factores socioeconómicos que inciden en el éxito o fracaso del estudiante al iniciar un emprendimiento?* Cuyo objetivo de investigación fue identificar los factores socioeconómicos que inciden en el éxito o fracaso del estudiante al iniciar un emprendimiento en la provincia de Tungurahua. El estudio tuvo un enfoque cualitativo, con un tipo de investigación descriptiva, correlacional. La población de estudio fue el total de los estudiantes de las universidades de Tungurahua, con una muestra de 378 personas. Para la recolección de datos se empleó la encuesta y entrevista. Finalmente, se concluyó que, los factores socioeconómicos el 15.7% expone que los factores económicos influyen mucho en los estudiantes universitario, el 9.8% menciona que existe un índice de bajo de apoyo económico para los emprendimientos, el 14.8% indica

que el factor político tiene mucha importancia al momento de emprender, y el 10,1% considera que tiene poca influencia, el 10.3% indica que el factor social tiene un índice alto de afectación a los emprendimientos, el 7.6% no influye mucho, el 10.1% considera que el factor cultural tiene un alta influencia. De tal manera que los resultados expuestos arrojan que los factores que mayor influencia tiene sobre los emprendimientos son económico, político, social.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

En Puno, Salera (2016) desarrollo su investigación titulado “*Determinantes socioeconómicos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en mujeres del vaso de leche*” ejecutado en la Universidad Nacional del Altiplano. Se planteo como pregunta general ¿Cuáles son los determinantes socioeconómicos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Mujeres del Vaso de Leche de la Municipalidad Provincial de Puno? El objetivo planteado fue, determinar los determinantes socioeconómicos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Mujeres del Vaso de Leche de la Municipalidad Provincial de Puno 2015. La investigación fue de tipo cunatitativo con un diseño no experimental, correlacional . La población de estudio estuvo conformado por 136 comités de mujeres del programa de vaso de leche pertenecientes a la Municipalidad Provincial de Puno, la muestra fue 66 mujeres. Para la obtención de datos se empleó la encuesta. Finalmente, el estudio concluyó que, respecto a las cualidades de emprendimiento y nivel de educación, se evidencia que el 90,5% de las mujeres del vaso de leche de la Municipalidad Provincial de Puno, tienen el nivel de educación secundaria, de los cuales, el 33% tienen cualidades de emprendimiento con un nivel de medición bajo; el 51,1% con cualidades de emprendimiento medio y el 6,3% con cualidades de emprendimiento alto. Por último, solo el 4,5% de las mujeres del vaso de leche tienen un nivel de educación superior no universitaria, donde el 2,7%

tienen cualidades de emprendimiento con un nivel de medición bajo y el 1,8% con cualidades de emprendimiento medio.

En Lima, Acuña y Gamarra (2018) en su *investigación “Factores que influyen en la intención de emprendimiento en estudiantes de pregrado de una Universidad Privada de Lima 2018”* ejecutado en la Universidad San Ignacio de Loyola. Se planteo como pregunta general ¿Cuáles son los factores que influyen en la intención de emprendimiento de los estudiantes de pre-grado de la Universidad San Ignacio de Loyola en el año 2018? Y como objetivo se planteo, analizar las variables que influyen en la intención de emprendimiento de los estudiantes de pregrado de Universidad San Ignacio de Loyola de Lima Metropolitana en el año 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental. La población de la investigación fue de 18,336 estudiantes de la USIL para el año 2017, con una muestra de 376 personas. El instrumento empleado fue la encuesta. Finalmente, el estudio concluyo que, la creatividad si tiene relación en la intención de emprendimiento de los estudiantes de pre-grado de la USIL, la utilidad percibida se influyente en la intención de emprendimiento, la autoconfianza no tiene relación en la intención de emprendimiento, la actitud emprendedora si tiene relación en la intención de emprendimiento y la experiencia en negocios es una variable que no tiene relación significativamente en la intención de emprendimiento de los estudiantes de pre-grado.

En Trama, Tacuri y Mungui (2016) en su investigación titulado *“Factores determinantes del emprendimiento PYME”*. El estudio fue ejecutado en Universidad Nacional del Centro del Perú. La investigación surge por medio de la interrogante principal ¿Cuáles son los factores determinantes del emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, en el periodo 2013? El objetivo fue, describir y explicar cuáles son los factores determinantes del emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, en el

periodo 2013. La investigación fue de tipo aplicada con un diseño no experimental. El muestreo fue no probabilístico, de carácter intencional; ya que se escogieron a 10 de las PYMES más representativas del periodo de estudio en el distrito de Tarma. Se empleó como instrumento la entrevista. Finalmente se concluye que, los factores internos determinan positivamente el emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, esto porque encontramos un R^2 positivo, alto con un nivel de significancia menor al 0.05 de acuerdo al F de Fisher. Sin embargo, si se evalúa de manera individual cada una de las dimensiones incluidas en los factores internos, se encuentra que solo las normas subjetivas son significativas. Y Los factores externos tienen un impacto directo en el emprendimiento.

2.1.3. Antecedentes regionales

En Cusco, Charca y Soria (2021) ejecutaron una investigación cuyas variables de estudio fueron determinantes económicos y sociales del emprendimiento estudio realizado en la Universidad Andina de Cusco (UAC). Como pregunta general se planteó ¿De qué manera los determinantes económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq, 2021? El objetivo fue, analizar la relación de los determinantes económicos y sociales con el emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq, 2021. En la parte de la metodología la investigación fue de alcance correlacional, de enfoque cuantitativo, con un tipo de investigación descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 7 Asociaciones comerciales siendo 835 socios y la muestra estuvo conformada por los socios de las asociaciones pertenecientes a las galerías del Centro Comercial Altiplano, siendo 68 personas. Finalmente, la investigación concluyó que, se comprueba la relación de los determinantes económicos en el emprendimiento de los socios en las

galerías comerciales altioplánicas del distrito de Wanchaq, 2021, mediante el coeficiente de correlación de Pearson, el cual nos informa que la variable económica tiene una relación positiva de 57% con la variable dependiente emprendimiento, de modo que son los ingresos, utilidades, beneficios, el crédito/disponibilidad económica y la innovación, los componentes del factor económico que más influyen en la decisión de emprender. Con lo cual queda demostrada afirmativamente la hipótesis específica.

En Cusco, Guzmán (2016) "*Factores del ecosistema empresarial y desarrollo del emprendedor en el centro histórico de Cusco*" desarrollado en la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC). Se planteó como pregunta general ¿Cuál es la relación que existe entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro Histórico del Cusco? El objetivo planteado fue determinar la relación que existe entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño no experimental, para la recolección de datos se empleó el instrumento de encuestas. La población de estudio estuvo conformada por todos los emprendedores que existen en el centro de Cusco. La muestra fue de tipo no probabilístico siendo un total de 156 emprendedores. Finalmente, se concluye que, existe relación directa entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo empresarial en un grado de 0.973 (coeficiente de correlación de Pearson). El gran nivel de relación obtenido difiere que los factores sociales, económicos e institucionales son determinantes en la percepción de cada emprendedor, pero en cambio el nivel que estos presentan no es favorable para el desarrollo cognitivo y emocional de los emprendedores del centro histórico del Cusco.

En Cusco, Puco (Puco, 2021) "*Efectos de los emprendimientos universitarios en la generación de empleo en la provincia de Cusco al 2019*". Se planteó como pregunta

general ¿Cómo influyen los emprendimientos innovadores universitarios en la generación del empleo en la provincia de Cusco? El objetivo fue, determinar la influencia de los emprendimientos innovadores universitarios en la generación de empleo en la provincia de Cusco. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, descriptivo y con un diseño no experimental. La población de estudio está conformada por los emprendedores universitarios, siendo un total de 70 persona que son o fueron parte en algún momento de las incubadoras de las empresas, la muestra fue d 70 individuos. El instrumento empleado para la recolección de datos fue la encuesta. Finalmente, se concluye que, los emprendimientos innovadores se desarrollan en aulas de las universidades y reciben asesoría de sus docentes o responsables de sus incubadoras de empresas, es así que 75.7% de nuestra muestra pertenecen a la incubadora de empresas Paqarina Wasi de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, y el 24.3% pertenecen a la incubadora de empresas Kamaq Wayna. Es por medio de las mencionadas instituciones que los diferentes emprendimientos logran participar en diferentes concursos de emprendimiento e innovación; cabe mencionar que solamente el 12.9% de ellos lograron obtener financiamiento por medio de estos, lo que implica que los emprendedores reciben soporte de parte de la Incubadora de su Universidad; esto explica porque muchos de ellos aún no son capaces de brindar oportunidades de trabajo.

2.2. Bases teóricas

Factores

Los factores son los que determinan el contexto, impulsan la progresión y transformación de los acontecimientos. Un factor nos permite conseguir determinados efectos cuando se encuentra es la apuesta por la diversificación o el cambio (Salera , 2016) . Asimismo, los factores son variables que juegan un papel en la

determinación del éxito o fracaso de un negocio. “Son elementos, ya sean internos o externos a la sociedad, cuya existencia, incluida su existencia, ayuda o amenaza el logro de los objetivos organizacionales y por lo tanto debe ser investigada y reconocida” (Paredes & Arenas , 2017, pág. 12)

A. Conceptos de la variable: Factores Sociales y Económicos

Factores socioeconómicos significa “todas las variables económicas, sociológicas, educativas y ocupacionales para las que es elegible”. El Centro Nacional de Estadísticas Educativas (2008), establece que “el nivel socioeconómico (también el estatus socioeconómico) es una medida del nivel económico y sociológico general de un individuo. Representa el estatus económico y social de un individuo o familia en relación con otros, dependiendo de los ingresos, las calificaciones, la educación y el empleo. Los atributos individuales de los miembros también fueron analizados al analizar el nivel familiar o “factores socioeconómicos, ingreso del hogar, grado de orientación, educación y ocupación, e ingreso total relativo a los individuos (Puco, 2021).

El ser humano siempre se ha caracterizado por realizar todo tipo de actividades con algo que le emociona. Es decir, motivarse a sí mismo para completar esa tarea y luego hacerlo de manera efectiva, estos estímulos son aspectos sociales y variables económicas. Esto sirve como un factor que nos permite identificar y resolver los problemas y objetivos específicos que nos planteamos en nuestra investigación.

Factores económicos, la economía no es un fenómeno natural. Desde un punto de vista operativo, es un medio para el desarrollo de las fuerzas productivas y la distribución de servicios y bienes. Las tendencias económicas surgen de elecciones específicas; desde un punto de vista estructural, se imponen diferentes medios y

exigencias internas a la gestión. Actualmente existen dos instrumentos bien definidos del capitalismo, a saber, la producción, la adquisición y la distribución. El otro es el socialismo, donde los medios de producción son de propiedad colectiva y son administrados por la gente (Rodríguez, 2018).

Ríos & Pineda (2012), explicaron que los ingresos familiares, desempleo, situación laboral, problemas de horario y otros aspectos laborales son considerados dentro de los factores económicos. Los ingresos familiares, son considerados ya que están dentro de una estructura familiar el apoyo a los integrantes de la familia; el desempleo está ligado a la situación laboral y este es necesario saber ya que esto permitirá saber si la persona tiene ingresos o no. Pariona (2019), explica que el nivel económico es la combinación laboral de una persona, y es la posición económica de como la persona se presenta a su familia y a la sociedad, para lo cual toma en cuenta ingreso, educación y ocupación laboral.

Por otra parte, los factores sociales, según, Rodríguez (2018) se describe a aquellos factores que surge de los gustos, prioridad y petición cambiantes de la población. Ejemplos son la ganancia disponible, el reparto por edad, la tasa de crecimiento de los individuos, educación, variedad, niveles de vida y conducta culturales.

Ríos & Pineda (2012) explicaron que se consideraron como factores sociales el apoyo familiar, la situación laboral y el grupo de amigos. En este sentido, Gómez, Rosales y Maldonado (2015) consideran a la familia como un grupo social encargado de orientar y proteger a sus miembros; con las siguientes funciones: socialización, cuidado, amor, estatus y reproducción. Del mismo modo, Ríos et al. (2012) argumentaron que la influencia familiar se considera un factor social que aparece con mayor fuerza en la primera infancia, pero en

la adolescencia y la adultez temprana tiene un impacto significativo en la toma de decisiones importantes para el futuro. Aikipa et al. (2018) explicaron que el estilo de crianza y el apoyo familiar, entendido como ayuda financiera y/o moral, el pago de la educación y el estímulo emocional de los estudiantes para continuar aprendiendo durante el proceso de aprendizaje académico, fueron considerados factores sociales (Villajuan, 2019).

Manfredo, Teels y Dietsh (2016) entienden los factores sociales como una comprensión subjetiva del comportamiento humano que da sentido a su comportamiento, actitudes y actividades, generando experiencia y conocimiento. Pariona (2019) mira a los factores sociales relacionados con aspectos económicos, de salud y ambientales que interactúan y afectan el desarrollo de actividades o actividades. También explica la relación entre el nivel económico y el estado de salud y el comportamiento actitudinal como la depresión o el entusiasmo. Otros investigadores creen que los factores sociales pueden ser género, edad, nivel educativo, preparación, tipo de familia, raza (Peró et al., 2015; Bergman et al., 2014; Ticse et al., 2014; Toscano et al., 2016) citados en (Villajuan, 2019).

Dimensiones de la variable Factores económicos y sociales

Los autores (Vázquez, 2016) y (Beatriz, 2015) señalan que la clasificación de los factores se puede considerar en los siguientes:

Factor Social:

Es la consolidación del conocimiento del progreso gradual puesto por el concepto de una buena sociedad enfocada en encontrar soluciones, dar respuesta a las dificultades y necesidades sociales. Entre los factores sociales, la educación es un factor externo positivo para la sociedad. Esto permite informar a otros de nuevos

progresos. Las empresas promueven el avance de los movimientos comerciales y la educación ayuda reducir las diferencias sociales, estabilizar la sociedad, creando de esta manera un entorno más favorable para los startups (Charca & Soria, 2021) .

La dimensión factor social en la presente investigación tuvo como indicadores lo siguientes: Educación, Edad, Origen, Estado civil y Motivación.

Factor económico:

La naturaleza de la convivencia que caracteriza el entendimiento entre los individuos evita el conflicto y el odio poniendo precio a las cosas y acciones. Las reglas de convivencia se establecen de forma matemática (Puco, 2021). Por otro lado, el espíritu empresarial es un campo que tiene en el curso del desarrollo económico. Esto significa desarrollo financiero desarrollo de nuevos servicios, generamos más capital y empleo (Trova, 2014).

A lo largo del tiempo se han desarrollado modelos económicos que se aplican de diferentes maneras. El mundo en el que vivimos ha evolucionado a lo largo de la historia para llegar a donde estamos hoy. Una sociedad sujeta a un gobierno basado en la riqueza. Ciertas cosas derivadas del valor del oro, cosa específica que tomó su valor a partir del oro, hasta hace ciertos años, la plataforma del sistema bancario internacional, actualmente fue sustituido por el proceder de los mercados de capitales, consecuencias del comercio internacional (Charca & Soria, 2021).

La dimensión factor económico en la presente investigación tuvo como indicadores: Entorno económico, Financiamiento, Condiciones del mercado, Innovación e Ingresos.

Factores que Influyen en la Intención de Emprender

1. Factor personal

Otra importante aportación del mismo McClelland a nivel internacional, muy relacionado con los iniciadores de la motivación anteriores, hace referencia al estudio de los puntos comunes entre los emprendedores de éxito, y el análisis de si tales características eran también comunes entre los diversos países analizados (Charca & Soria, 2021). Según los autores, fueron identificadas, por lo tanto, ciertas características o competencias principales comunes al comportamiento del emprendedor de éxito, pudiendo ser divididas en tres grupos, conforme explicamos a continuación:

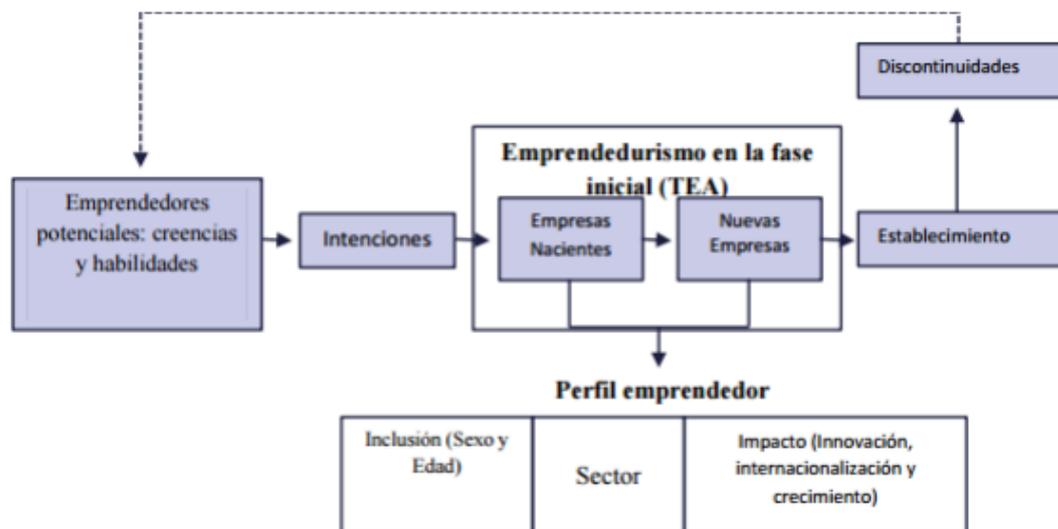
- Conjunto de realización: en este grupo se encuentran la iniciativa y la búsqueda de oportunidades, la exigencia por la calidad y la eficiencia, además de persistencia y compromiso con la actividad emprendedora, y finalmente, afrontar riesgos.
- Conjunto de planificación: son características de este grupo la búsqueda de información y el establecimiento de metas, junto a un control sistemático y continuo de las mismas.
- Conjunto de poder: finalmente, la persuasión, formación de una red de contactos, independencia y autoconfianza, forman parte del grupo de características relacionadas con el poder.

En el modelo del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), también aborda el emprendedurismo a partir de una visión más holística (basado en condiciones contextuales, en la actitud y en el perfil de los emprendedores y emprendimientos). El principal objetivo de este grupo de estudio es estimar el nivel de actividades emprendedoras en distintos países, analizando las condiciones estructurales que estimulan o dificultan el lanzamiento de esas iniciativas, e involucra cinco variables: las

condiciones estructurales de cada país, la actitud emprendedora, la actividad emprendedora, la aspiración emprendedora y el crecimiento económico nacional. En la Figura 3 se presentan las más importantes (Charca & Soria, 2021).

Figura 4

Perfil del emprendedor.



Nota. GEM (2018) referenciado en (Charca & Soria, 2021).

2. Demografía del emprendedor.

Charca & Soria (2021) explican que, la demografía del emprendedor está compuesta por todos los aspectos demográficos de los emprendedores como la edad, género, educación, situación laboral y lugar de procedencia de los emprendedores.

3. Determinantes internos.

Peña (2019) , explica que los determinantes internos son el conjunto de factores que van influir directamente en cada fase del proceso del desarrollo emprendedor, están compuesto por las actitudes y capacidades emprendedoras, así como también todo lo concerniente a las decisiones propias que le compete al emprendedor al momento de

tomar decisiones en cada fase del proceso, son las que características que forman parte de la naturaleza del emprendedor.

4. Capacidad de creación de empleo.

ESAN (2013) a través del estudio de emprendimiento en el Perú analiza los empleos que generan los emprendedores en etapa temprana y los emprendedores establecidos, así como también revisa la capacidad de generar empleos adicionales al propio. Los emprendedores en etapa temprana, el 39% no ha creado ningún puesto de trabajo adicional al suyo, mientras que el 56% contrata entre 1-5 empleados. Por otro lado, los emprendedores establecidos, el mayor porcentaje de ellos tiene negocios unipersonales (54%) y el 40% genera de 1 a 5 empleos adicionales (Ramírez, 2019) .

B. Concepto sobre la variable: Emprendimiento

El término “emprendedor” tiene su origen en la antigua palabra francesa “entrepreneur”, la cual ya se utilizaba en la Edad Media para designar a los comerciantes que asumían el riesgo, muchas veces de su propia vida, de viajar entre dos ciudades para realizar comercio entre ellas, pero con la particularidad de ser siempre financiados por un tercero. A lo largo de los años el concepto se fue ampliando, pero manteniendo siempre el carácter de aquella persona que asume personalmente el riesgo del éxito o fracaso de un proyecto comercial (Vallejos, 2016).

El primer estudio del emprendimiento fue desarrollado en 1755 por Cantillon, quien lo definió como la creación de una empresa sin certeza de éxito; Con el tiempo, ha sido posible acordar una definición de emprendimiento: para la implementación del desarrollo económico. El propósito del proyecto tiene ciertas características, incluida la innovación, y se tiene en cuenta un cierto grado de incertidumbre García la at., (2018). Por otro lado, Stevenson y Gumpert

(1985) enfatizaron que es importante definir a los emprendedores en función de su capacidad de innovar, y que los emprendedores no solo son fundadores de empresas, sino que también buscan constantemente oportunidades para crear nueva riqueza.

Según, Medrano (2019) explica que, hacia el siglo XVII el francés Richard Cantillon, definió el término emprendedor como “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Posteriormente el autor Say, define al emprendedor como “un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad”. En el ámbito de la producción el término emprendimiento fue incluido por Alfred Marshall en 1880 y agrega a los factores tradicionales de producción uno más: tierra, capital, trabajo y organización, como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Así la actitud se constituye en una característica diferenciadora entre un individuo común y un emprendedor.

Por su parte, Vallejos (2016) explica que el emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas, transformarlas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad. En el mismo sentido el emprendedor debe contar con unas características particulares: necesidad de logro, disciplina, alta autoestima, trabaja por resultados y construye ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto; también los investigadores identifican el espíritu emprendedor con: dinamismo, creatividad, innovación, flexibilidad, crecimiento y riesgo.

García la at., (2018) explica que, es necesario precisar que la creación y el desarrollo de nuevas empresas contribuye decisivamente a lograr el deseado bienestar

para una sociedad, dado que permite incrementar el nivel de empleo, impulsar la innovación y mejorar la competitividad. Desde hace varias décadas se ha considerado la creación de empresas como una fuerza crítica para el crecimiento económico de un país, porque supone nuevos puestos de trabajo, aumento de ingresos por impuestos, crecimiento de exportaciones, así como el aumento de la productividad nacional y, por consiguiente, una afectación directa al PIB (Low y MacMillan, 1988). No obstante, las políticas públicas no son el único elemento que puede favorecer al emprendimiento, lo cual obliga a buscar otros aspectos o factores que sean determinantes para ello.

Elam et al. (2019) consideran el emprendimiento como un proceso humano desde la idea de negocio hasta la puesta en marcha. El autor Schumpeter consideraba al empresario como un innovador cuya función es crear nuevas combinaciones de medios de producción. Vázquez et al. (2019) creen que el emprendimiento es la transformación de recursos y la creación de riqueza. Es la creación de una idea y su implementación. Es la capacidad de encontrar soluciones simples a problemas complejos Catañeda et al.,(2021).

Elam et al., (2019) argumentan que las personas se motivan a iniciar un negocio por dos razones: escasez económica o empleo que tiene como objetivo generar beneficios económicos. Por otro lado, Estrin et al. (2013) argumentan que el emprendimiento es el esfuerzo por crear un negocio viable que es el resultado de la elección de carrera de un individuo para trabajar de forma independiente.

Para Prieto (2014) referenciado en Caldera et al., (2022) infieren que el emprendimiento es la capacidad de desarrollar una idea y, a partir de ella, implementar un proyecto reconociendo oportunidades. De acuerdo con Formichella y Massigoge (2004), el fenómeno del emprendimiento puede así definirse como el inicio y desarrollo de un negocio que busca resultados económicos, políticos, sociales o

incluso la satisfacción personal y tiene ciertas características, principalmente que está siempre abierto a la incertidumbre y la innovación perdurarán en el tiempo. Así, el emprendimiento es visto como una combinación de oportunidad, creatividad y determinación que puede crear algo de valor (López del Toro, 2014).

Caldera et al., (2022) consideran el emprendimiento como un factor importante para el desarrollo económico, la creación de empleo, la inclusión social, el alivio de la pobreza y el desarrollo innovador; es decir, no solo se enfoca en temas económicos, sino que también busca lograr un impacto adicional, mejorar el medio ambiente y buscar la prosperidad.

Teorías del Emprendimiento

Las teorías que se consideró para nuestra investigación fueron los siguientes:

1. Teoría de Albert Shapero

Albert Shapero explican que esta teoría valora a una persona emprendedora cuando tiene iniciativa y acepta los riesgos de probables pérdidas. Para que este entre al contexto empresarial se requieren cinco pasos fundamentales: Toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa y toma de riesgos (Oloya & Huatuco , 2019).

2. Teoría de Alan Gibbs

Alan Gibbs, explican que este modelo consta de etapas que sirven como guía al emprendedor para la creación de una empresa que comienza con la identificación de la escala de operación, la identificación de los recursos necesarios, la negociación y la entrada al mercado, el nacimiento y la supervivencia de la empresa (Oloya & Huatuco , 2019).

3. Teoría de David McClelland

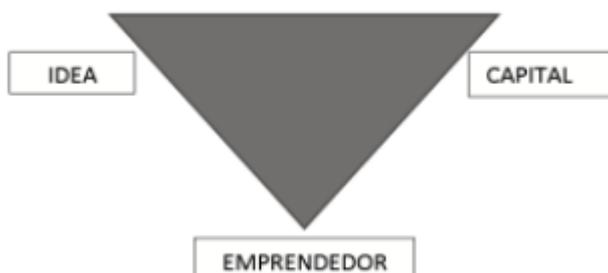
McClelland explican que esta teoría plantea tres variables motivadoras en una persona tales como afiliación, poder y logro, estos factores son de vital importancia para el ser humano para hacer frente a diversas y situaciones complejas que enfrenta la vida (Oloya & Huatuco , 2019).

4. Teorías de La Escuela Económica

Vallejos (2016) explica que, la escuela económica reconoce por primera vez la participación de un individuo con unas funciones específicas. Por otro lado, en el pensamiento económico clásico, Richard Cantillon plantea por primera vez el término *entrepreneur*, con el objetivo de identificar a un individuo diferente al productor de la economía de mercado con salarios o rentas fijas conocido como contratado. Este nuevo productor emprende de manera activa y con iniciativa, asume riesgos tiene cierto nivel de incertidumbre he identifica ganancias no fijas e inciertas. Esta idea asocia al emprendedor, al manejo de recursos y al riesgo. Por su parte, Jacques Turgot, de la misma escuela, menciona que el emprendedor asume riesgos respaldado en la proporción de capital empleado.

5. Teoría de Andy Freire:

Andy Freire propuso la teoría del triángulo invertido, Figura 1, en la que “todo proceso emprendedor combina tres componentes: la idea, el capital y el emprendedor” (Oloya & Huatuco , 2019).

Figura 5*Teoría del triángulo invertido*

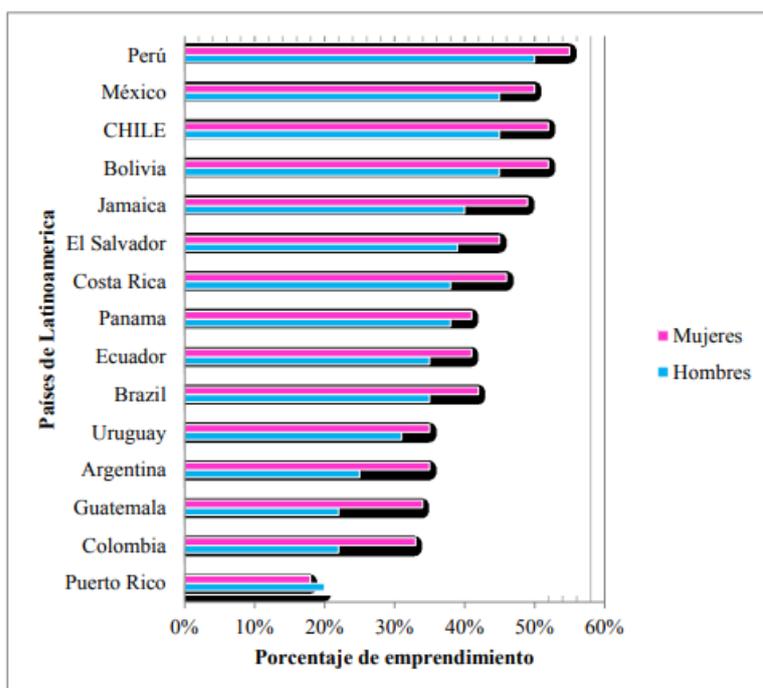
Nota. (Oloya & Huatuco , 2019).

El triángulo se apoya en el emprendedor, como eje principal y fundamental del emprendimiento, quien para hacer realidad su emprendimiento requiere dos componentes adicionales que son la idea de emprendimiento, con viabilidad de mercado y su financiación mediante el tercer elemento que es el capital. Cuando un emprendimiento no se realiza, la falla está en una o más de las variables del triángulo

Emprendimiento a nivel Nacional e Internacional

Según datos del Banco Mundial, en Latinoamérica entre un 25% y un 35% de las personas que emprenden en los negocios son mujeres, una cifra insuficiente si se observa el valor agregado que ellas aportan al desarrollo. Tienen habilidades especiales para procesar varios problemas simultáneamente, y dada la diversidad y complejidad del ambiente donde se realizan los negocios, se necesitan líderes que sobresalgan por su inteligencia emocional (Larroulet, 2005) referenciado en (Vallejos, 2016).

Figura 6*Emprendimiento En Los Países De América Latina*



Nota. Datos obtenidos de GEM (2015) referenciado en (Vallejos, 2016).

En los últimos años se ha producido un notable aumento en el número de mujeres que está iniciando su propio negocio, aprovechando nuevas oportunidades económicas para crear empresas. Las mujeres son propietarias de un cuarto a un tercio de todas las micro, pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica. En las dos últimas décadas, el número de mujeres en el sector empresarial aumentó del 22% al 48% (OIT, 2004). Según, la Organización Internacional del Trabajo (2004) citado en (Brioso & Mora, 2021) ellas están haciendo en cada país una contribución significativa a la creación de empleo y generación de la riqueza, además, realizan un aporte importante a la mantención y bienestar de sus familias, y sus ingresos han permitido a mucho hogar salir de la pobreza.

Emprendimiento social

El emprendimiento va más allá de la creación de empleo. Cada vez es más común el término emprendimiento social, aquellas pequeñas empresas cuyo objetivo es

el beneficio social y no el económico. Por lo tanto, se acepta que el emprendimiento sirve también como herramienta para un cambio social, tanto en países desarrollados como subdesarrollados (Nicholls, 2008) referenciado en (Ramírez, 2019).

Escobar (2018) explica que, aunque el emprendimiento social sea un concepto que está creciendo en popularidad y cada vez sea más estudiado tanto en universidades como por los Estados para resolver problemas de índole social, no está bien explicado y normalmente se mal entiende. Por ello, varios estudios intentan analizar las raíces de este término con el fin de dar una definición acorde al concepto. Boschee, entiende el emprendimiento social como empresarios sin ánimo de lucro que prestan atención a las fuerzas del mercado sin perder de vista su misión, para equilibrar de alguna manera los imperativos morales y el beneficio de la empresa (...) y es este acto de equilibrar el verdadero corazón y alma de este movimiento (Boschee, 1995). Según, Bornstein el emprendedor social es un pionero con una idea poderosa, que combina una actitud visionaria con la resolución de problemas sociales, que se comporta de forma ética, y que se encuentra “totalmente poseído” por su visión de cambio (Bornstein, 1998) (Escobar, 2018).

Espíritu emprendedor

Torroba (2014) explica que, para emprender se necesitan una serie de capacidades, actitudes, valores y formas de actuar. A este conjunto se le denomina espíritu emprendedor. Tomando la referencia de distintos estudios, como resume Varela & Bedoya en su estudio sobre el desarrollo empresarial basado en las competencias, llegamos a la conclusión de una persona emprendedora es aquella que desea superarse en todo momento, optimista y capaz de asumir riesgos. A su vez debe ser una persona que tenga la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural, comercial y tecnológico para poder encontrar nuevas oportunidades. Capaz de percibir tendencias

y de prever lo que va a ocurrir. Por supuesto debe ser una persona con iniciativa, capaz de anticiparse a los hechos y que sepa abordar esas situaciones de diversas formas, innovando. Debe tener la capacidad de lograr que sus compañeros acepten sus ideas siempre transmitiendo la dedicación y esfuerzo para el logro de los objetivos establecidos (Varela & Bedoya, 2006).

Start-up

Para poder entender el siguiente estudio es necesario hacer una aclaración del concepto de start-up. El término start-up se hizo popular durante la burbuja de las empresas puntocom, debido al gran número de empresas que se fundaban cada día. Se trata de empresas de nueva creación con una esperanza de vida limitada, ya que tienen una alta probabilidad de fracasar. Se caracterizan por el enfoque en la innovación, por la escasez de recursos (sobre todo al comienzo de su actividad) y por el elevado beneficio que pueden generar en caso de éxito. En comparación con las empresas tradicionales, las start-ups, una vez hayan validado su negocio, gozan de una ventaja competitiva enorme al tratarse de empresas con un gran potencial de crecimiento ya que se centran en nichos del mercado en los que consiguen diferenciarse de forma relevante (Torroba , 2014).

Escobar (2018) explica que estas empresas de capital-riesgo se suelen asociar a la tecnología, destacando el desarrollo web y de software. Normalmente comienzan con una idea simple que se desarrolla a ritmo muy elevado, ya que siguen un modelo de negocio escalable y repetible. Aun así, la característica fundamental de una start-up es la flexibilidad. Al tratarse de empresas muy pequeñas, son capaces de ir cambiando su modelo negocio a medida que van avanzando y encontrando nuevas oportunidades o dificultades, a esto se le denomina pivotar. La popularidad de este tipo de empresas se debe, en parte, a que no es necesario una gran suma de capital para comenzar, de hecho,

alguna de estas empresas comienza su actividad sin invertir capital, incluso llegando a tener como sede de la empresa un garaje.

Impacto económico del emprendimiento

Torroba (2014) explica que un aspecto clave del emprendimiento, reconocido por la mayoría de autores, es la influencia que tiene sobre el desarrollo económico de una región. El propio término implica crecimiento económico, ya que nos referimos a crear nuevos negocios, lo que a su vez creará más riqueza y más puestos de trabajo. Esto se debe a varias razones.

1. El emprendimiento y en especial las start-ups son el motor que facilita el desarrollo de nuevas capacidades. La ausencia de emprendedores ralentizaría el crecimiento económico, ya que estos son el mecanismo que une capital, trabajo y tecnología de una forma rápida, flexible y eficaz. Además, la importancia de los emprendedores en el crecimiento económico de una región queda patente en distintos estudios (Torroba , 2014).
2. Las pequeñas empresas tienen mayor potencial de crecimiento que las grandes empresas (Almus & Nerlinger, 2000). Por un lado, las grandes empresas que se encuentran ya establecidas en el mercado se ven obligadas a monitorizar de forma intensiva todas sus operaciones debido a la estructura jerárquica que las caracteriza. Por otro lado, las pequeñas empresas, y en especial las start-ups, gozan de una estructura mucho más flexible lo cual permite experimentar e innovar de forma constante.
3. Dado que hoy en día vivimos en un mundo globalizado, las start-ups poseen una mayor capacidad para internacionalizarse, ya que “nacen globales” (Knight &

Cavusgil, 2004). Esto les otorga una mayor capacidad de actuación y por consiguiente un mayor beneficio.

Dimensiones de la variable emprendimiento

- **Motivación**, según Salera (2016) explica que la motivación emprendedora es un factor importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad. También es importante el proveer instrumentos para canalizar las acciones de los emprendedores/as potenciales para obtener el éxito
- Herrera (2018) , explica que la **intención de emprendimiento** es la mentalidad que defiende la gente cuando elige entre iniciar un nuevo negocio o crear valor en una organización existente. Es un compromiso de adoptar las acciones necesarias para llevar a cabo las iniciativas empresariales.
- Paredes y Arenas (2017) infieren que **conductas emprendedoras** es el espíritu empresarial se define por una actitud positiva y no reactiva. Un sello distintivo del espíritu empresarial es el deseo de perseguir estos resultados de manera independiente y responsable, en lugar de esperar a que los eventos produzcan resultados.

2.2.1. Identificación y conceptualización de variables

A. EMPRENDIMIENTO

Se conoce como emprendimiento a la actitud y a la aptitud de un individuo para iniciar un nuevo proyecto a partir de ideas y de oportunidades. Asimismo, el espíritu empresarial es el proceso de descubrir nuevas oportunidades y/o acciones tomadas con el fin de descubrir oportunidades y/o crear nuevas actividades innovadoras, ya sea en empresas, productos o servicios, productos, procesos, marketing o prácticas de gestión,

que se puede suponer que controlan riesgo en una situación incierta (Charca & Soria, 2021).

B. FACTOR SOCIALES Y ECONÓMICOS

La literatura se ha concentrado en descubrir cuáles son los factores determinantes de las diferencias del emprendurismo. Según, (Moreno, 2019) explica que los factores que influyen la intención emprendedora, son los factores económicos, sociales y las condiciones del entorno que influyen directamente en la capacidad de emprender.

2.2.2. Operacionalización de variables

Ver en ANEXO 1.

2.3. Marco conceptual

Atributos del emprendedor: Paredes y Arenas (2017) explica que, es aquella cualidad propia de un emprendedor en especial, define a la persona que los dispone y que a menudo se los reconoce por ellos. Decir que los buenos emprendedores tienen unos atributos personales que los llevan a alcanzar el éxito.

Búsqueda del desarrollo: Proceso de ampliación de las opciones y capacidades de las personas, que se concreta en una mejora de la esperanza de vida, la salud, la educación y el acceso a los recursos necesarios para un nivel de vida digno (Moreno, 2019).

Creatividad: De acuerdo a Pérez Alonso citado por (Revista de Estudios de Juventud , 2018, pág. 137) define que la creatividad se entienda como destreza adquirible, como un rasgo del que participan todos los seres humanos, aunque precise ser cultivado. Considera la autora que la capacidad de ser creativos viene dada por “la mezcla de conocimientos, actitudes y habilidades que se pueden conseguir mediante la práctica”.

Capacidades interpersonales del emprendedor: Esta referido al contacto que tenemos con las personas, a aquellas que se ofrece bienes y servicios, con quienes trabajan a diario y forman un equipo de trabajo. Se dice aquello te permite entender a los demás, comunicarte con ellos, llegando a conocer su estado anímico, temperamento, motivación y habilidades.

Capacidades del Emprendedor Frente al Riesgo: Es una cualidad que vincula el interés por lograr un objetivo y la capacidad de analizar posibles situaciones, tanto positivas como negativas, se busca que el sujeto logre practicar las diversas habilidades y destrezas que le permitan realizar el cálculo de probabilidades referentes a las posibilidades de los acontecimientos, a las posibles soluciones a las que se ha abierto.

Confianza: Vásquez et ál. (2017) infiere que, la confianza en uno mismo se deriva del esquema que cada individuo tiene para sí mismo, se refiere al auto mapa es un sentimiento basado en una fuerte conciencia de la propia fuerza para afrontar las dificultades que se le presenten.

Emprendedores empresarios: Individuo que integra la capacidad empresarial y habilidades emprendedoras (Universitat Politècnica de València , 2019).

Empresario: Individuo promotor y/o dueños de empresas puede tener capacidad de gestión empresarial pero no habilidades emprendedoras (Universitat Politècnica de València , 2019). Refiere a aquella persona que encarga de la dirección y gestión de una compañía, negocio o industria con fines de beneficio económico.

Habilidades administrativas: Por habilidad “se entiende la capacidad y disposición para algo o cada una de las cosas que una persona ejecuta con gracia y con destreza” (Gallardo, 2018, pág. 20). Son habilidades que fortalecen las formas o estrategias de alcanzar objetivos que el emprendedor pretende alcanzar.

Innovación: El uso del término económico comienza con la contribución de Schumpeter. Una innovación corresponde a la introducción de un nuevo producto, un nuevo método de producción (no fruto de un descubrimiento científico), un nuevo mercado, una fuente de materias primas, o una nueva producción (Fundación Romero, 2019).

Identificación de oportunidades: La identificación de oportunidades es una capacidad fundamental para el emprendedor que busca proponer soluciones a los problemas. Así, el proceso de identificación de una oportunidad comienza con la identificación de uno de los elementos constitutivos de la oportunidad (la idea de negocio) y finaliza con la definición de la mejor configuración empresarial (Muñoz, 2018) citado en Aguirre, et al. (2016).

Liderazgo: Es una fuente de confianza que fortalece las brechas para alcanzar los objetivos, además el líder debe dar libertad y responsabilidad a los subordinados para llevar a cabo su trabajo de forma autónoma, aceptar tanto los éxitos como los fracasos, obtener recursos para nuevos proyectos y alentar la búsqueda continua de nuevas oportunidades de negocio (Bernal, 2010).

Proactividad: Miguel Ángel Cornejo (2018) determinó que ser proactivo significa tomar el control de los eventos en lugar de verlos suceder. Ser proactivo lleva tiempo, ya que implica sopesar diferentes opciones, sopesar posibles alternativas y tomar sus propias decisiones para lograr sus objetivos. Es alguien que conoce los eventos con anticipación y se prepara constantemente para lo que puede suceder o no, él crea.

Participación: Para la (UNESCO, 2018) referenciado en (Bernal, 2010) , “el conjunto de las necesidades de un ser humano constituye un sistema, de modo que la satisfacción de una necesidad, inclusive, la forma de satisfacerla, influye en el resto de las

necesidades”. Toda persona tiene la capacidad (poder) de actuar en el mundo en que vive, puede tomar decisiones que afectarán su vida.

Trabajo en equipo: El trabajo en equipo (teamwork) se ha convertido en “un imperativo de la sociedad actual, ya se trate del ámbito político, económico, deportivo, artístico o pedagógico; todos deben saber interactuar en medio de las personas con las que trabajan, tomando una actitud cooperativa y no individualista” (Triveño Gutierrez, 2007, pág. 108).

Tiempo ejerciendo el emprendimiento: Moriano, et al. (2012) infiere que se refiere en centrarnos y planificar las tareas importantes y no urgentes, enfocadas a la visión. Analizar el tiempo que dedicamos a cada tarea con la que conseguimos alcanzar nuestra visión.

Nivel de certeza de emprendimiento: La determinación va ligada a la convicción lógica. Por lo tanto, la determinación obedece a la razón y más que un acto de terquedad, la determinación es un acto de inteligencia y sentido común, el cual por cierto es el menos común de los sentidos (Triveño Gutierrez, 2007).

Creatividad: Salera (2016) explica que, la creatividad es la capacidad de crear nuevas ideas o conceptos, de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

Financiamiento: Guzmán (2016) explica que, es el proceso por el que se proporciona capital a una empresa o persona para utilizar en un proyecto o negocio, es decir, recursos como dinero y crédito para que pueda ejecutar sus planes.

Ingresos: Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o

pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado respectivamente (Guzmán, 2016).

Educación: La educación es un derecho humano, un importante motor del desarrollo y uno de los instrumentos más eficaces para reducir la pobreza y mejorar la salud (Salera , 2016).

Edad: Tacuri y Mungui (2016) explican que, “el tiempo que ha vivido una persona u otro ser vivo contando desde su nacimiento” (pág. 12).

Estado civil: Es el “conjunto de condiciones de una persona física, que determinan su situación jurídica y le otorgan un conjunto de derechos y obligaciones” (Bernal, 2010, pág. 15)-

Condiciones de mercado: Son el conjunto de condiciones económicas que existen en el mercado en un momento dado, bajo las cuales se realiza el proceso de venta de bienes y servicios (Salera , 2016).

Entorno económico: Es un conjunto de variables y fenómenos económicos que ejercen mayores influencias en el desarrollo financiero de un país o empresa.

Perseverancia: “Firmeza y constancia en la manera de ser o de obrar” (Guzmán, 2016, pág. 17).

Iniciativa: Se define como un “conjunto de comportamientos que caracterizan a las personas autoiniciadoras, proactivas y persistentes al superar las dificultades que emergen en la consecución de los objetivos” (Salera , 2016, pág. 23).

CAPÍTULO III. Metodología de la investigación

3.1. Tipo de investigación

Investigación básica

La investigación fue de tipo básica, se refiere a que se amplió conocimiento de las variables de estudio de acuerdo con la realidad problemática sustentada. Es decir, se resolvieron problemas del contexto actual considerando como punto de análisis, las variables como factores sociales económicos y emprendimiento (Concytec, 2018).

Asimismo, la presente investigación tiene un alcance explicativo. Según, (Hernández, 2014) afirma que, el alcance explicativo va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos. Este tipo de alcance están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales, pues, se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste. En ese sentido, el estudio pretende detreminar los factores que influyen en el emprendimiento de la agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba, 2022.

3.2. Enfoque de la investigación

Enfoque Cuantitativo

El enfoque de la investigación adapta un alcance cuantitativo, debido a que se empleará el uso de la información mediante la recolección de datos, para probar la hipótesis con base en una medición numérica, y el análisis estadístico descriptivo e inferencial que nos permitirá conocer y establecer pautas de comportamiento y contrastar teorías. Según, Hernández et ál. (2014) definen el enfoque cuantitativo tiene por objetivo, cuantificar las variables y medir por medio de la estadística.

Los enfoques cuantitativos están destinados a limitar la información. Medición precisa de las variables de investigación para consolidar las creencias. Construido lógicamente en una teoría o esquema teórico para establecer con exactitud patrones de comportamiento de la población; y el cualitativo, para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, como lo sería un grupo de personas únicas o un proceso particular Hernández et ál. (2014).

3.3. Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es No-Experimental de corte transversal, ya que los datos se obtuvieron directamente del grupo de los individuos a investigar, asimismo, el estudio se centra en la realidad donde ocurren los hechos. Por otro lado, lo de transversal es porque se obtuvo información del objeto de estudio en un contexto y tiempo determinado. En ese sentido, Hernández et al. (2014) sustenta que, la investigación no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación intencionada de las variables y donde solo se observa a los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

3.4. Alcance de la investigación

Investigación Correlacional

El estudio es de alcance correlacional, ya que de acuerdo con Hernández et ál. (2014) los estudios correlacionales, tienen como el objetivo fundamental evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, donde se miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después, cuantifican y analizan la vinculación de las variables, donde un cambio de un factor influye directamente en el otro. Asimismo, las estimaciones correlacionales sustentan la hipótesis sometida a prueba.

Hernández et al. (2014) explica que la utilidad principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en las variables relacionadas

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Para (Arias, 2016), una población es un conjunto finito o infinito de elementos con propiedades comunes de las cuales emergen las conclusiones de la investigación. Así mismo quedan enmarcadas por el problema y los objetivos del estudio de investigación. Asimismo, Hernández-Sampieri, et al. (2014) señalan que la población comprende el universo constituido por elementos.

En ese entender, la población de estudio para este proyecto de investigación, estuvo establecido por el conjunto de todos emprendedores del sector agroindustrial de cacao ubicados en la ciudad de Quillabamba distrito de Santa Ana perteneciente a la región de Cusco. Esta población objeto de estudio, ha sido determinado según el registro de la municipalidad de Quillabamba en el presente año 2022. Por tanto, la población estuvo conformado por 72 emprendedores del sector agroindustria de cacao.

A continuación, se presenta la lista de los emprendimientos considerados como población de estudio.

Tabla 1

Lista de emprendedores del sector agroindustria de cacao

LISTA DE AGROINDUSTRIALES DE CACAO DE LA CIUDAD DE QUILLABAMBA	
N°	MARCA
1	QUITERY
2	MEGANTONI
3	PUMATY
4	ETNIA
5	UPICHUS
6	ROCIO ECHARATI
7	ENFRUTADOS
8	ESENCIAS TROPICALES (YUDA)
9	SANTIAGO AGUILAR
10	KAPIROS
11	ALTO SHIMA
12	ENKANTOS
13	RAWA
14	KERIGUETI
15	VILCANOTA
16	CHOCOCHIP(ZULMA)
17	D`CHUNCHOS
18	KAKAWBLANCO
19	EROS
20	GRETA
21	ALTO KAFE YENI RAISA
22	MAJE ASOC.
23	QILLA KALLPA

24	ORO AMAZONICO
25	IDMA QOLLA COFFE
26	CAFÉ SAN JOSE
27	CHEMA
28	MISTERIO
29	AMA
30	EBENEZER
31	BARRIALQUILLA
32	CONVENCIANO
33	QORI BARBA
34	CHASKA
35	TERRAZAS DEL INKA
36	PRODUCTOS TROPICAL
37	KRAFT KILLA
38	CORDILLERA
39	TUNKI
40	JOSS BROWN
41	LA CHACRA
42	CONVECA
43	CEDROMAYO
44	CACAO DE ORO
45	HERMOZA
46	SONKIRI
47	MAYTA
48	SANTA ANITA
49	BARRANQUILLA
50	KOKITO PLAZA DE ARMAS
51	HOYOS VILCABAMBA
52	SUYUY QUELLOUNO
	GUTEZA

53	
54	PAITITI
55	RICO QUILLABAMBA QUELLOUNO
56	SUMAQ KILLA
57	LA QUINITA
58	MONTAÑAS DEL INKA
59	KENATOS COFFEE
60	VICMAN CHOCOLATES
61	PRODUCTOS DEL BOSQUE
62	AGROINDUSTRIAS ACQ
63	JHUYYMY LEILANI
64	DOMINIC
65	COFFECHOK
66	KIENTI ECHARATI
67	ECHARATINO
68	VALLUNO
69	DENZO HUAYOPATA
70	VERANI QUELLOUNO
71	CACAO VALER ECHARATI
72	SAN RAFAEL

Nota. Elaboración propia.

3.5.2. Descripción de muestra

(Jaimes & Valderrama , 2019) define a la muestra como una subpoblación representativa y finita que se sustrae de la población existente. Además, , señalan que es un subconjunto representativo de la población, con características comunes.

La muestra estuvo conformada por 50 emprendedores del sector agroindustrial de cacao en la ciudad de Quillabamba, el tipo de muestreo fue intencional o de conveniencia, mediante este método, el investigador se encargó de elegir de acuerdo a

sus propios criterios o alcances a los sujetos que formaron parte de la muestra (INEGI, 2010). Esto debido que, algunos emprendedores de la lista anexado en la población no se encontraban en sus locales, no respondieron las encuestas enviadas y otras porque, ya no existían esto por quiebra.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica

Durante el proceso de investigación para demostrar y comprobar las hipótesis se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

- Búsqueda y selección de trabajos, investigaciones, tesis e informes sobre el tema.
- Recolección de información secundaria en fuentes oficiales.
- Observación de campo en los establecimientos de los agroindustriales de cacao de la ciudad de Quillabamba provincia de Santa Ana.
- Aplicación de la técnica del muestreo en los establecimientos de los agroindustriales de cacao.
- Entrevistas a los emprendedores en los establecimientos de los agroindustriales de cacao.

3.6.2. Instrumento

Para recopilar la información relacionada a los productores del cacao, se empleó como instrumento lo siguiente:

- Fichas informáticas para el análisis documental.
- Encuesta a una muestra aleatoria de los emprendedores de agroindustrias de Cacao.
- Guía de la entrevista.
- Estructuración de una base de datos en base a la encuesta aplicada.

Encuesta

Hernández et ál. (2014) explica que la encuesta un instrumento que permite recopilar los datos primarios mediante un conjunto de preguntas, previamente diseñadas, respecto a las variables a medir.

Entrevista

Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde.

Análisis documental

(INEGI, 2010) explica que el análisis documental es utilizado para examinar e interpretar la estructura y contenido de diferentes investigaciones. Las herramientas de esta técnica pueden variar dependiendo del tipo y/o características de la investigación. Sin embargo, es concebible que un formato con la especificación insinúe aspectos fundamentales de la técnica.

Asimismo, para la obtención de información se optó el uso de material bibliográfico como: Libros, investigaciones, revistas, documentales e instrumentos de programas informáticos (Internet Chrome, Microsoft Excel 2018, y Microsoft Word 2018).

3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos

La recopilación de información y datos es un proceso organizado y sistemático que respalda a que la información refleje la situación en estudio y, por lo tanto, dé respuesta a los objetivos de la investigación. Para efectos de la presente investigación, se aplicó la técnica de procesamiento y análisis que son las siguientes:

- Primero, paso, que comprende la disposición de la base de datos.
- Segundo lugar, la tabulación y limpieza de los datos en excel.

- Tercer paso, el proceso que comprende la selección del programa a emplear para la ejecución pertinente, en este caso se aplicará el uso del Software SPSS.
- Cuarto paso, análisis de los resultados a través de cuadros, figuras y otros.

3.8. Procedimiento de procesamiento de datos

El análisis de datos en este presente proyecto de investigación, comprende los siguientes procesos:

- Primero paso, recopilación de datos o información primaria respecto a los productores de cacao por medio de la encuesta.
- Segundo paso, vaciado de datos en Excel, se registra los datos recopilados debidamente codificados.
- Tercer paso, uso de programa SPSS, en este apartado se procesan los datos organizados del Excel.
- Cuarto paso, obtención de la estadística descriptiva por medio del programa SPSS se generan tablas y gráficas.
- Quinto paso, obtención de la estadística inferencial por medio del programa SPSS y se generan tablas y gráficas para dar a conocer las contrastaciones de las hipótesis planteadas.
- Sexto paso, interpretación de resultados, se describen los resultados tal como se muestran en las tablas y figuras, tanto las descriptivas como inferenciales.
- Séptimo paso, se realiza las discusiones de resultados, conclusiones y recomendaciones.

3.9. Confiabilidad y validez

Confiabilidad

La confiabilidad mide la consistencia interna de un instrumento utilizando el Alfa de Cronbach (Bernal, 2016). En este caso, se ha evaluado el cuestionario de preguntas utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, que determinará la consistencia interna entre preguntas del cuestionario. Para obtener la confiabilidad se aplicó el Alfa de Cronbach en el software estadístico SPSS v25. Los valores obtenidos se interpretaron a través de la escala de valores.

Donde:

- >0.9 , nivel elevado de confiabilidad
- >0.8 o superior como confiable
- $0.7 - 0.6$, confiabilidad inaceptablemente baja

Tabla 2

Estadística de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,837	50

Nota. Elaboración propia.

De la tabla, se puede inferir que, el valor de Alfa de Cronbach es de 0,837; lo que significa de acuerdo a la interpretación de Alfa de Cronbach, es confiable.

Validez

La validez respecto a los instrumentos de la encuesta, se realizará por medio del juicio de expertos. Ya que, mientras más expertos evalúen el instrumento será mejor y el juicio de expertos sirve para comprobar la validez de los ítems con un criterio determinado y previamente establecido. Así como Hernández & Mendoza (2018)

señalan que, el juicio de expertos sirve para comprobar la validez de los ítems con un criterio determinado y previamente establecido.

CAPÍTULO IV. Resultados, contrastación de hipótesis y discusión

4.1 Resultados de la investigación

Estadística descriptiva

En la presente investigación se tomaron datos referentes a las variables emprendimiento y factores socioeconómicos.

Tabla 3

Genero

	Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Varón	22	22,4	44,0
	Mujer	28	28,6	56,0
	Total	50	50,0	100,0

Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

Los resultados de la tabla permiten describir que del total de los encuestados el 22 % son varones y el 28 % son mujeres emprendedoras del sector agroindustrial de cacao en la ciudad de Quillabamba. Predominado las mujeres en este tipo de emprendimiento en la zona de estudio.

Tabla 4

Edad

Rango de edades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
20-25	7	7,1	56,1
25-30	9	9,2	65,3
30-35	17	17,3	82,7
35-40	6	6,1	88,8
40-45	5	5,1	93,9
45-50	3	3,1	96,9
50-55	1	1,0	98,0
55-60	1	1,0	99,0
80	1	1,0	100,0
Total	98	100,0	

Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

Los resultados de la tabla permiten describir que del total de los encuestados el 7% tiene un rango de edad entre 20-25 años, el 9% tiene años entre 25-30, 17% está entre los rangos de 30-35, el 6% se encuentra entre 35-40 años, el 5% entre 40-45, el 3% entre 45-50, el 1% entre 50-44 y solo una persona tiene 80 años. A partir de estos resultados se infiere que los emprendedores del sector agroindustrial de cacao en su mayoría están entre 30-35 años.

Tabla 5

Estado civil

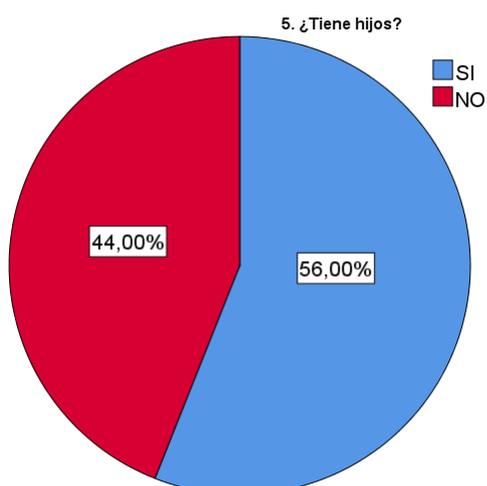
	Estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casado (a)	6	6,1	12,0
	Soltero (a)	25	25,5	50,0
	Divorciado (a)	4	4,1	8,0
	Conviviente	15	15,3	30,0
Total		98	100,0	

Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

Los resultados de la tabla explican que de los encuestados el 6% es casado el 25% es soltero, 4% es divorciado y 15% tiene un estado civil de conviviente.

Figura 7

Tenencia de hijos



Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

Los resultados de la figura nos indica que de los encuestados el 44% no tiene hijos y el 56% si tiene hijos. Esto indicaría que la mayoría de los emprendedores en agroindustria de cacao tienen hijos.

Tabla 6

Nivel de estudios

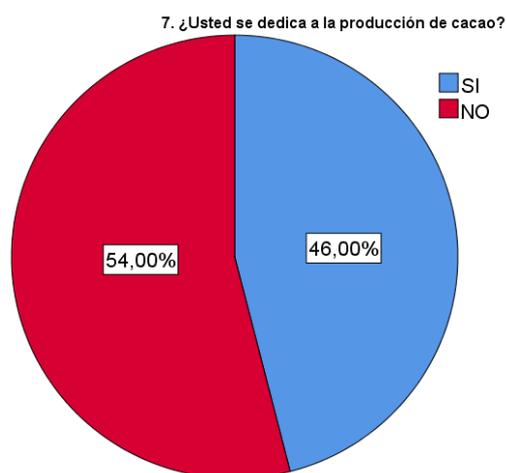
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Educación primaria	2	2,0	4,0
	Educación secundaria	7	7,1	14,0
	Educación superior universitaria	28	28,6	56,0
	Educación superior Técnica	11	11,2	22,0
	Ninguna de las anteriores	2	2,0	4,0
	Total	50	50,0	100,0

Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

Los resultados de la tabla nos indica que los encuetados respondieron lo siguiente: 2% tiene educación primaria, 7% cuenta con educación secundaria, 28% tiene educación superior universitaria, 11% tiene educación superior técnico y 2% ninguna de las anteriores.

Figura 8

¿Usted se dedica a la producción de cacao

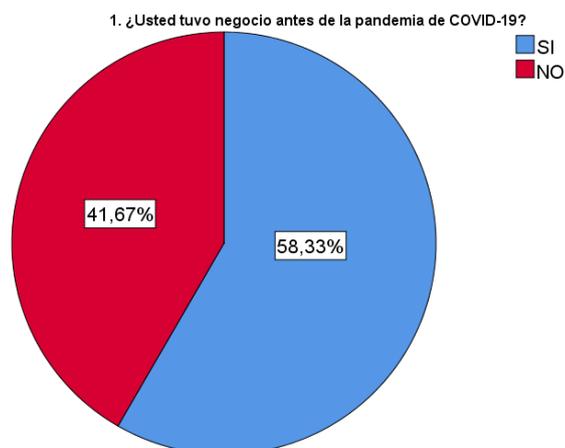


Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

A partir de los resultados de la figura inferimos que, de los encuestados el 54% indico que no produce cacao y el 46% si produce cacao es decir cuentan con parcelas de cultivos de cacao.

Preguntas complementarias**Figura 9**

Usted tuvo negocio antes de la pandemia de COVID-19

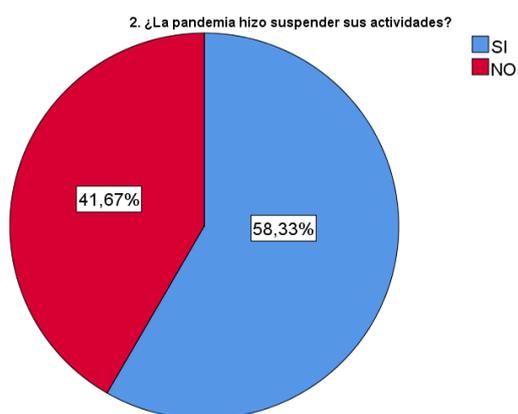


Nota. Encuesta, elaboración propia (2022)

En la figura se muestra que los encuestados respondieron lo siguiente, 41% afirmo que no tenía negocio antes de la pandemia y 58% respondieron que después de la pandemia abrieron su negocio. Esto resultados demuestran que el contexto de la pandemia fue un factor que impulso a la gente a emprender.

Figura 10

¿La pandemia hizo suspender sus actividades?



Nota. Encuesta, elaboración propia (2022).

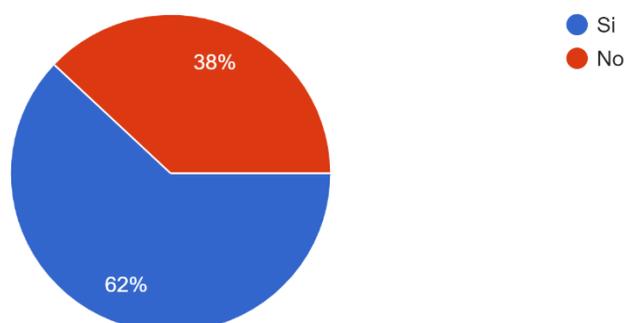
Los resultados de la figura indica que del total de los encuestados el 41% de los individuos no suspendieron su actividad por la pandemia y 58% si suspendieron sus actividades por la pandemia.

Figura 11

¿ Cree que la pandemia le motivó emprender?

¿Cree que la pandemia le motivó emprender?

50 respuestas



Nota. Encuesta, elaboración propia (2022).

Los resultados de la figura nos indica que el 38% respondieron que la pandemia no les motivo emprender y un 62% indicaron que la pandemia si les motivo emprender

Tabla 7

¿Cuál fue su fuente de ingreso durante la cuarentena por la pandemia?

4. ¿Cuál fue su fuente de ingreso durante la cuarentena por la pandemia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ahorros	17	17,3	36,2	36,2
	Bonos	3	3,1	6,4	42,6
	Seguir trabajando	23	23,5	48,9	91,5
	Retornar al lugar de origen	4	4,1	8,5	100,0

Nota. Encuesta, elaboración propia (2022).

Los resultados de la tabla nos indica que el 17% respondieron que la fuente de ingreso durante la pandemia fue sus ahorros y 3% indicaron que su fuente de ingreso fue los bonos, 23% indicaron que sus fondos de ingresos fue seguir trabajando y 4% indicaron que decidieron retornar al lugar de origen.

Tabla 8

¿Sus ventas ha sido afectado durante la pandemia?

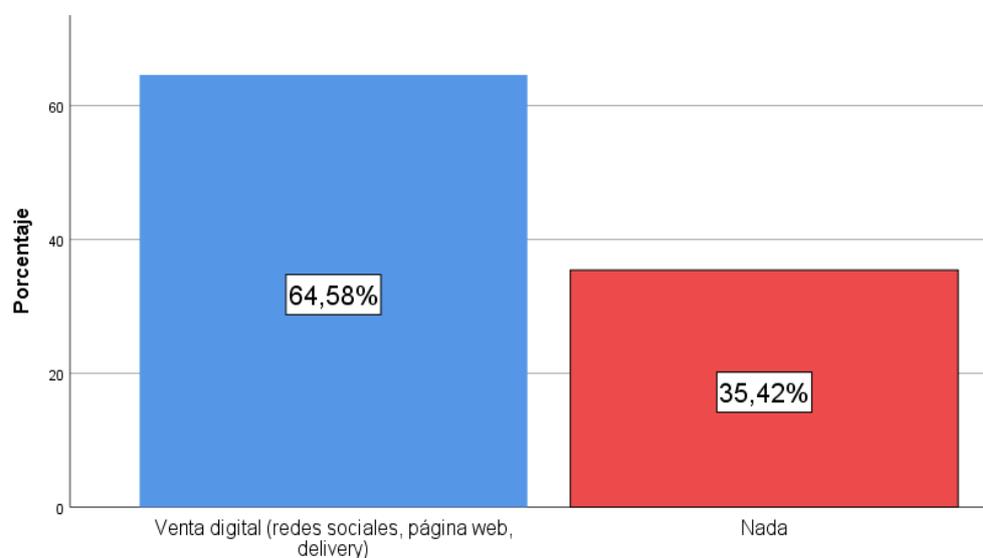
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No ha sido afectado	3	3,1	6,3	6,3
Levemente afectada	12	12,2	25,0	31,3
Moderadamente afectada	16	16,3	33,3	64,6
Fuertemente afectada	17	17,3	35,4	100,0
Total	48	49,0	100,0	

Nota. Encuesta, elaboración propia (2022).

Los resultados de la tabla explican que del total de encuestados el 3% indicó que sus ventas se vieron afectadas durante la pandemia, 12% fue levemente afectado, 16% moderadamente afectada y 17% fue fuertemente afectado sus ventas durante la

Figura 12

¿Adaptó alguna estrategia tecnológica para llevar a flote su negocio en la pandemia?



Nota. Encuesta, elaboración propia (2022).

Los resultados de la figura, demuestra que del total de los encuestados indicaron que 64% adaptaron alguna estrategia tecnológica para llevar a flote su negocio en la pandemia y un 35% no desarrollaron ninguna estrategia tecnológica.

Estadística descriptiva de la variable emprendimiento y dimensiones

Tabla 9

Variable emprendimiento

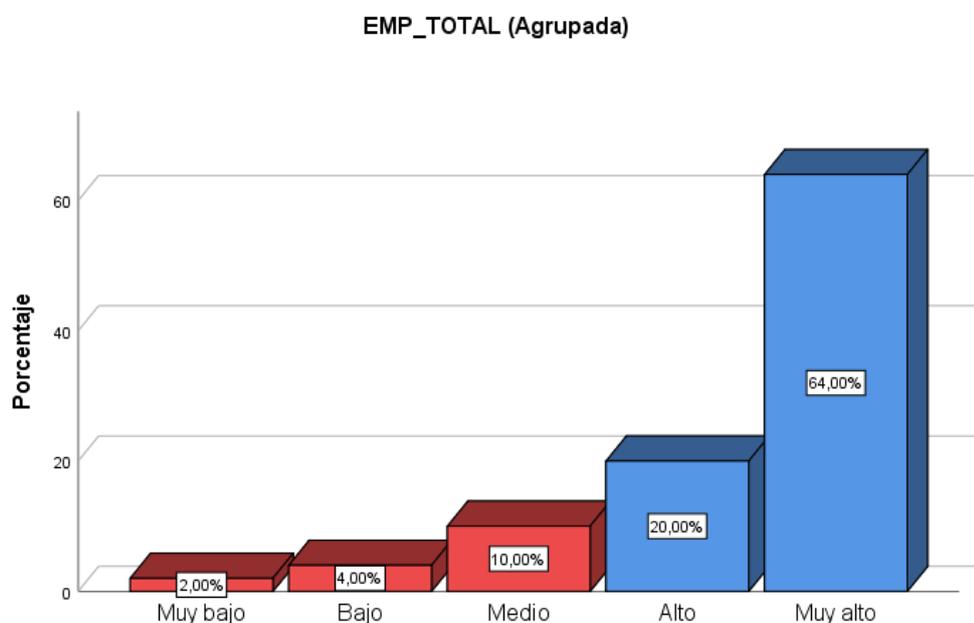
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	----------------------

Válido	Muy bajo	1	2,0	2,0
	Bajo	2	4,0	6,0
	Medio	5	10,0	16,0
	Alto	10	20,0	36,0
	Muy alto	32	64,0	100,0
	Total	50	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 13

Variable emprendimiento



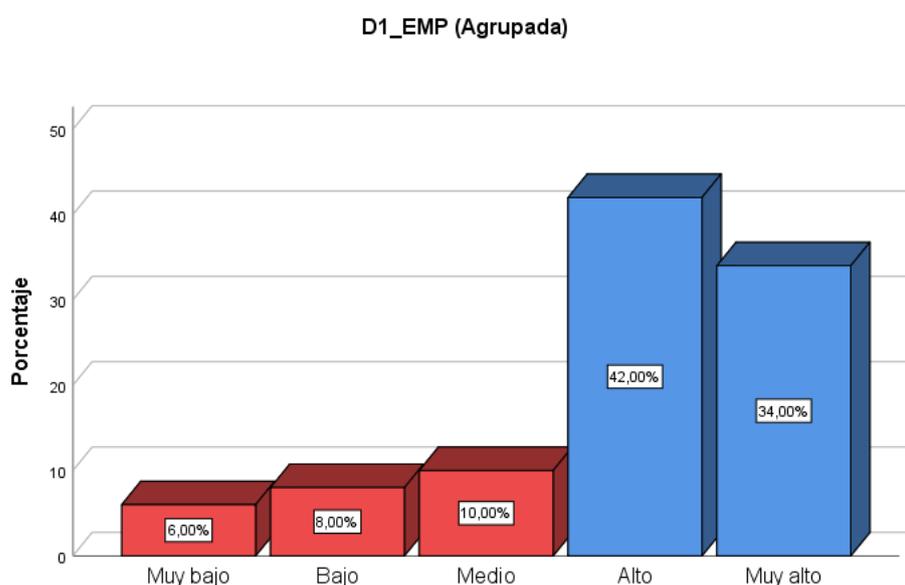
Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la tabla 9 y figura 13 se observan las siguientes puntuaciones alcanzadas con las respuestas para verificar la variable Emprendimiento en los comerciantes del sector agroindustrial de cacao en la ciudad de Quillabamba dando como resultado 64% muy alto, 20 % alto, 10 % Medio y 4% bajo y 2% muy bajo. Estos resultados demuestran que en su mayoría de los encuestados indican que el emprendimiento es muy importante en la sociedad.

Tabla 10*Motivación para emprender*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	6,0	6,0
	Bajo	4	8,0	14,0
	Medio	5	10,0	24,0
	Alto	21	42,0	66,0
	Muy alto	17	34,0	100,0
	Total	50	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 14*Motivación para emprender*

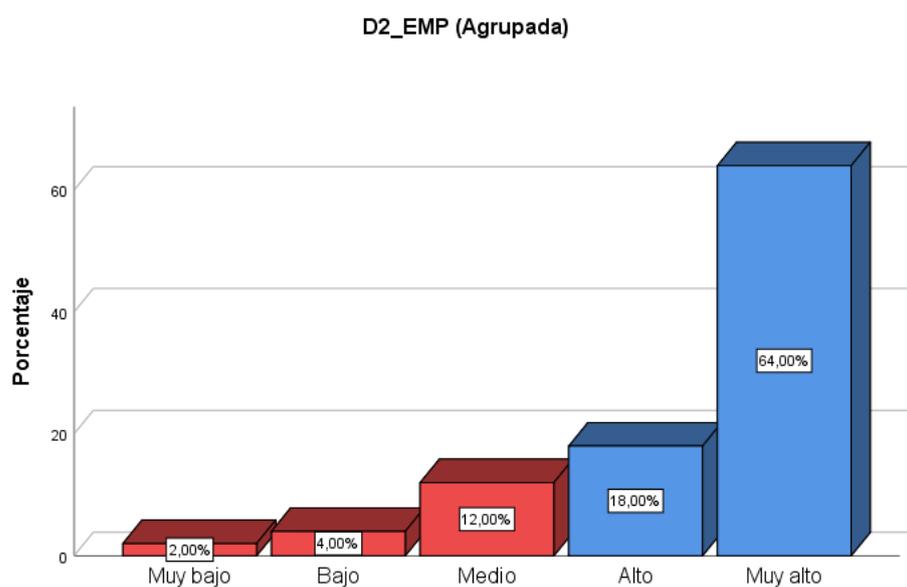
Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la tabla 10 y figura 14 se observan las siguientes puntuaciones alcanzadas con respecto a las respuestas en relación a la dimensión motivación para emprender en los comerciantes del sector agroindustrial de cacao en la ciudad de Quillabamba dando como resultado 34% muy alto, 42% alto, 10 % medio y 8% bajo y 6% muy bajo. Estos resultados demuestran que en su mayoría de los encuestados indican que 42% presenta un alto grado de motivación para emprender.

Tabla 11*Intención de Emprendimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	2,0	2,0
	Bajo	2	4,0	6,0
	Medio	6	12,0	18,0
	Alto	9	18,0	36,0
	Muy alto	32	64,0	100,0
	Total	50	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 15*Intención de Emprendimiento*

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En los resultados se observa que de los 50 emprendedores encuestados del sector agroindustria de la ciudad de Quillabamba presentan el siguiente nivel en relación a la intención a emprender: 64% muy alto, 18% alto, 12% medio, 4% bajo, 2% muy bajo. Estos resultados demuestran que un gran porcentaje siendo de 64 % de personas tienden a tener una intención a emprender.

Estadística descriptiva de la variable factores sociales y económicos y sus dimensiones.

Tabla 12

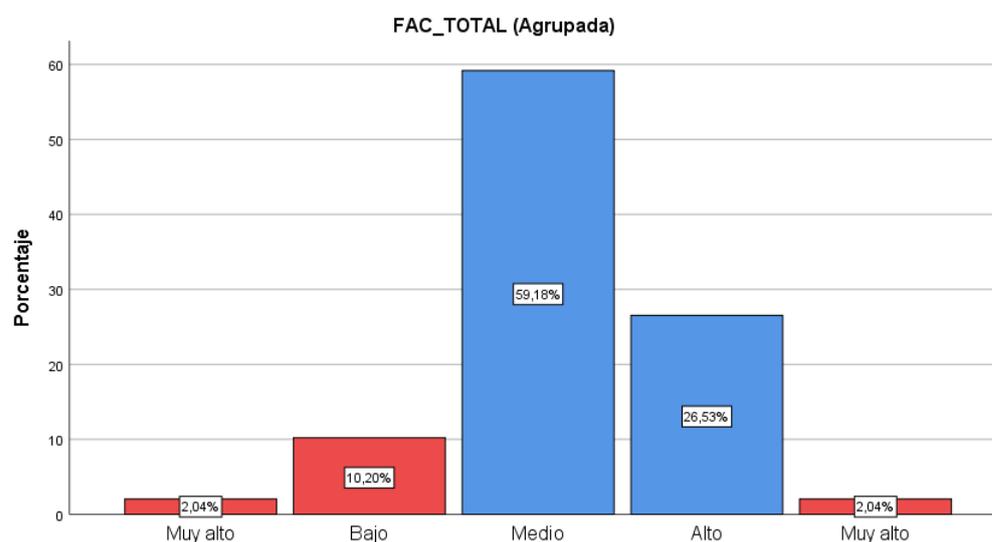
Variable factores socioeconómicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	2,0	2,0
	Bajo	5	10,2	12,2
	Medio	29	59,2	71,4
	Alto	13	26,5	98,0
	Muy alto	1	2,0	100,0
	Total	49	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 16

Variable factores socioeconómicos



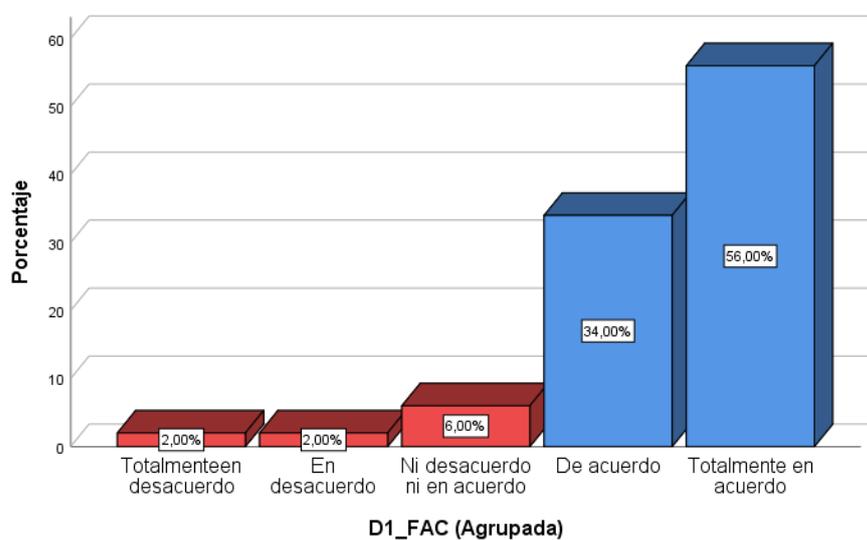
Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Los resultados indican que de los 50 personas encuestados respondieron lo siguiente esto en relación a la variable factores sociales y económicos: 59% medio, 26% alto, 10% bajo, 2% muy alto y 2% muy bajo. Estos resultados demuestran que la mayoría de los encuestados siendo un 59% indican que en un nivel medio los factores económicos y sociales influyen en la decisión de emprender.

Tabla 13*Dimensión Económico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0
	En desacuerdo	1	2,0	4,0
	Ni desacuerdo ni en acuerdo	3	6,0	10,0
	De acuerdo	17	34,0	44,0
	Totalmente en acuerdo	28	56,0	100,0
	Total	50	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 17*Dimensión Económico*

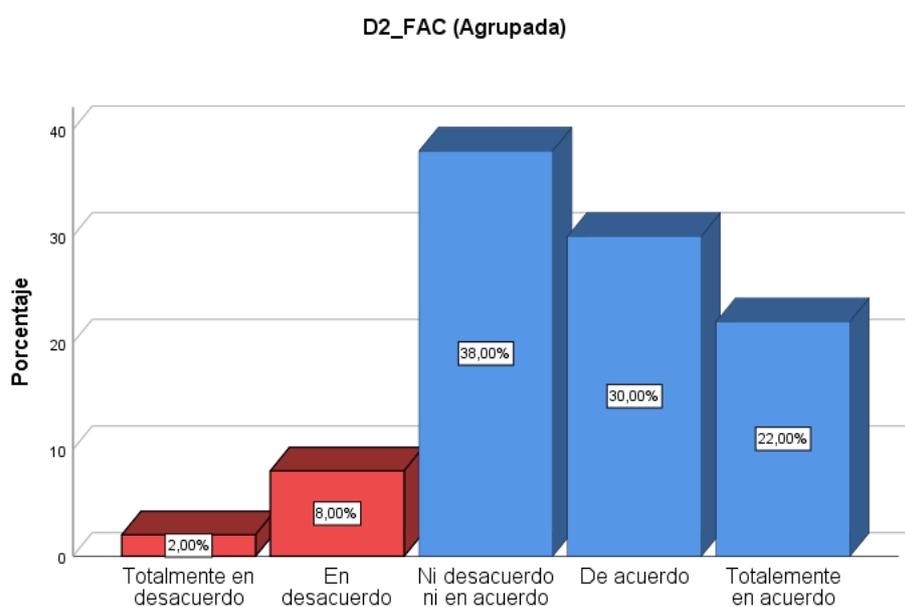
Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la tabla 13 y figura 17 se observa que los encuestados respondieron lo siguiente en relación a la dimensión económico: 56% indican estar totalmente en acuerdo, 34% de acuerdo, 6% ni desacuerdo ni acuerdo, 2% en desacuerdo, 2% totalmente desacuerdo en relación que el factor económico incide en la decisión de mejorar un emprendimiento.

Tabla 14*Dimensión Social*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0
	En desacuerdo	4	8,0	10,0
	Ni desacuerdo ni en acuerdo	19	38,0	48,0
	De acuerdo	15	30,0	78,0
	Totalmente en acuerdo	11	22,0	100,0
	Total	50	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 18*Dimensión Social*

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la tabla 14 y figura 18 se observa que los encuestados respondieron lo siguiente en relación a la dimensión social: 38% ni acuerdo, ni desacuerdo, 30% de acuerdo, 22% totalmente en acuerdo, 8% en desacuerdo, 2% totalmente desacuerdo. Estos resultados indican que en su mayoría de los encuestados indican que 38% señalan estar ni acuerdo, ni desacuerdo que el factor social influye en la decisión a emprender.

4.2. Contrastación de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H1: Los factores económicos y sociales se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

H0 = Los factores económicos y sociales no se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

Tabla 15

Correlación de factores económicos - sociales y emprendimiento

		Correlaciones	
		EMP_TOTAL	FAC_TOTAL
Rho de Spearman	EMP_TOTAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	50
	FAC_TOTAL	Coeficiente de correlación	,241
		Sig. (bilateral)	,096
		N	50

De la tabla 15, se puede inferir que, como el coeficiente Rho de Spearman es 0,241 y de acuerdo con el baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación directa y positiva baja entre las variables emprendimiento y factores sociales- económicos. Además, el nivel de significancia 0. 096 es mayor que 0,05; esto indica que no existe relación entre las variables emprendimiento y factores sociales- económicos. Es decir, se rechaza la hipótesis alterna (H1) y aceptar la hipótesis nula (H0).

Prueba de hipótesis específica 1

H1: Los factores sociales se relacionan directamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

H0: Los factores sociales no se relacionan directamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

Tabla 16

Correlación entre factores sociales y emprendimiento

		Correlaciones		
			DI_FAC	EMP_TOTAL
Rho de Spearman	DI_FAC	Coeficiente de correlación	1,000	,416**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	50	50
	EMP_TOTAL	Coeficiente de correlación	,416**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	50	50

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

De la tabla 16, se puede inferir que, como el coeficiente Rho de Spearman es 0,416 y de acuerdo con el baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación directa y positiva moderada. Además, el nivel de significancia 0. 003 es menor que 0.05; esto indica que si existe relación entre las variables. Es decir, existe bastante certeza estadística para rechazar la hipótesis nula (H0) y aceptar la hipótesis (H1). Por último, se infiere que la relación entre las variables emprendimiento y dimensión factor social es significativa con una probabilidad de certeza al 95%.

Prueba de hipótesis específica 2

H1= Los factores económicos se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.

H0= Los factores económicos no se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022

Tabla 17*Correlación entre factores económicos y emprendimiento*

		Correlaciones	
		D2_FAC	EMP_TOTAL
Rho de Spearman	D2_FAC	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	50
	EMP_TOTAL	Coeficiente de correlación	-,160
		Sig. (bilateral)	,267
		N	50

De la tabla 17, se puede inferir que, como el coeficiente Rho de Spearman es - 0,160 y de acuerdo con el baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación inversa y negativa muy débil. Además, el nivel de significancia 0,267 es mayor que 0,05; esto indica que no existe relación entre la variable emprendimiento y dimensión factor económico. Es decir, existe bastante certeza estadística para rechazar la hipótesis alterna (H1) y aceptar la hipótesis nula (H0). Por último, se infiere que no existe relación entre emprendimiento y factor económico significativamente con una probabilidad de certeza al 95%.

4.3. Discusión

A partir de los hallazgos encontrados, rechazamos la hipótesis general que establece, los factores económicos y sociales no se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022. Asimismo, el presente estudio estableció como objetivo general, determinar qué factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022. Y como pregunta general se estableció, ¿Cómo los factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?

Los resultados de la investigación Herrera (2018) guarda similitud con el estudio cuyo objetivo fue, determinar los factores determinantes de emprendedores chilenos en edades tempranas cursando la época de preescolar. La parte de la metodología del antecedente guarda similitud con el estudio, sin embargo, el instrumento que se empleó para la recolección de datos en la presente tesis no guarda similitud con el antecedente ya que en el antecedente se empleó la entrevista. El estudio de Herrera abordó a la siguiente conclusión: un emprendedor no necesariamente nace, sino que también se forma durante diversas etapas de su vida: su niñez, sus estudios primarios, secundarios y superiores y su vida en general. Esta conclusión, no guarda relación con el estudio puesto que según los resultados de la correlación la variable emprendimiento guarda relación con los factores sociales lo cual nos indica que los indicadores educación, edad, origen, estado civil, motivación inciden de manera importante en la decisión de emprender.

Los resultados de Paredes y Arenas (2017) guardan relación con el estudio ejecutado puesto que la pregunta ¿Cuáles son las variables sociales y económicas que afectan las acciones de un emprendedor empresarial durante el proceso de creación de empresa en Santiago de Cali? y objetivo identificar las variables sociales y económicas que afectan las acciones de un emprendedor empresarial durante el proceso de creación de empresas en Santiago de Cali guardan similitud con la pregunta y objetivo planteado en el estudio. Sin embargo, las conclusiones que abordó el estudio de Paredes y Arenas existen tres variables principales que abarcan los principales factores, en la variable económica encontramos factores como la alta carga tributaria que presenta el país que promueve la informalidad de las nuevas empresas y la falta de competitividad de las establecidas, no guarda relación con el estudio ejecutado.

Los resultados de Salera (2016) coincide con el estudio ejecutado Salera propuso en su estudio como pregunta ¿Cuáles son los determinantes socioeconómicos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Mujeres del Vaso de Leche de la Municipalidad Provincial de Puno? Y como objetivo, determinar los determinantes socioeconómicos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Mujeres del Vaso de Leche de la Municipalidad Provincial de Puno 2015. La investigación fue de tipo cuantitativo con un diseño no experimental, correlacional esta parte de la metodología guarda mucha relación con el estudio. Finalmente, el estudio concluyó que, respecto a las cualidades de emprendimiento y nivel de educación, se evidencia que el 90,5% de las mujeres del vaso de leche de la Municipalidad Provincial de Puno, tienen el nivel de educación secundaria, de los cuales, el 33% tienen cualidades de emprendimiento con un nivel de medición bajo; el 51,1% con cualidades de emprendimiento medio y el 6,3% con cualidades de emprendimiento alto. Por último, solo el 4,5% de las mujeres del vaso de leche tienen un nivel de educación superior no universitaria, donde el 2,7% tienen cualidades de emprendimiento con un nivel de medición bajo y el 1,8% con cualidades de emprendimiento medio. La conclusión del antecedente también guarda relación con el estudio ya que, se obtuvo como resultado que las personas con educación superior son un porcentaje más significativo que tiende a emprender.

Los resultados de Acuña y Gamarra (2018) en relación a la conclusión no guardan relación con el estudio ejecutado ya que el antecedente concluyó que, la creatividad si tiene relación en la intención de emprendimiento de los estudiantes de pre-grado de la USIL, la utilidad percibida se influyente en la intención de emprendimiento, la autoconfianza no tiene relación en la intención de emprendimiento, la actitud emprendedora si tiene relación en la intención de emprendimiento y la experiencia en negocios es una variable que no tiene relación significativamente en la

intención de emprendimiento de los estudiantes de pre-grado. Mientras que, en el estudio se concluyó que los factores económicos no influyen en la acción de emprender y que los factores sociales si influyen en la acción de emprender.

Los estudios de Charca y Soria (2021) guardan relación con el estudio ejecutado. Charca y Soria plantearon como pregunta en su estudio ¿De qué manera los determinantes económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq, 2021? Y objetivo, analizar la relación de los determinantes económicos y sociales con el emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq, 2021. Finalmente, la investigación del antecedente concluyo que, se comprueba la relación de los determinantes económicos en el emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq, 2021, mediante el coeficiente de correlación de Pearson, el cual nos informa que la variable económica tiene una relación positiva de 57% con la variable dependiente emprendimiento, de modo que son los ingresos, utilidades, beneficios, el crédito/disponibilidad económica y la innovación, los componentes del factor económico que más influyen en la decisión de emprender. Con lo cual queda demostrada afirmativamente la hipótesis específica.

Conclusiones

La investigación obtuvo las siguientes conclusiones:

Primera: Se concluye que de acuerdo al coeficiente Rho de Spearman es 0,241 existe una correlación escasa entre las variables emprendimiento y factores sociales y económicos. Además, según la significancia de 0. 096 siendo mayor que 0,05; esto indica que no existe relación entre las variables emprendimiento y factores sociales y económicos. Es decir, la regresión estadística nos permitió determinar que los factores económicos y sociales considerados simultáneamente no inciden en la decisión de emprender en los socios del sector agroindustrias en la ciudad Quillabamba.

Segunda: Según, el coeficiente Rho de Spearman es 0,416 existe una correlación débil entre la variable emprendimiento y factores sociales. Además, el nivel de significancia 0. 003 es menor que 0.05; esto indica que si existe relación entre las variables. Es decir, los factores sociales que comprende los indicadores educación, edad, origen, estado civil, motivación inciden de manera importante en la decisión de emprender.

Tercera: Según, el coeficiente Rho de Spearman - 0, 160 y de acuerdo con el baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación débil negativa entre la variable emprendimiento y factores económicos. Además, el nivel de significancia 0.267 es mayor que 0.05; esto indica que no existe relación entre la emprendimiento y factor económico. Es decir, los factores económicos que comprende los indicadores entorno económico, financiamiento, condiciones de mercado, innovación e ingresos no inciden de manera importante en la decisión de emprender en los socios del sector agroindustrias en la ciudad Quillabamba.

Cuarta: Según los resultados descriptivos se obtuvo que del total de los encuestados que fueron 50 personas el 22 % son varones y el 28 % son mujeres emprendedoras, siendo las mujeres quienes lideran en el emprendimiento de agroindustrias de cacao. Asimismo, los resultados evidenciaron que el 6% es casado el 25% es soltero, 4% es divorciado y 15% tiene un estado civil de conviviente. Del cien por ciento de los encuestados el 44% no tiene hijos y el 56% si tiene hijos. Esto indicaría que la mayoría de los emprendedores en agroindustria de cacao tienen hijos. Con respecto a nivel de educación en su mayoría de los encuestados tiene un nivel de educación superior siendo 28% tiene educación superior universitaria, y 11% tiene educación superior técnico.

Quinta: Según los resultados descriptivos se obtuvo que, respecto a la producción de cacao el 54% indico que no produce cacao y el 46% si produce cacao es decir cuentan con parcelas de cultivos de cacao. Con respecto a la tenencia de negocio antes de la pandemia el 41% afirmo que no tenía negocio antes de la pandemia y 58% respondieron que después de la pandemia abrieron sus negocios. Esto resultados demuestran que el contexto de la pandemia fue un factor que impulso a la población emprender. Con respecto, a las ventas durante la pandemia se obtuvo que en su mayoría las ventas fueron afectados siendo 16% moderadamente afectada y 17% fuertemente afectado. Finalmente, los encuestados indicaron que 64% adaptaron alguna estrategia tecnológica para llevar a flote su negocio en la pandemia y un 35% no desarrollaron ninguna estrategia tecnológica.

Sexta: Según las entrevistas ejecutadas a los emprendedores del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba, indican que emprender en este rubro es muy rentable, asimismo los emprendedores de este rubro tienen pocos años en el mercado, sin embargo, tiene buena acogida por los consumidores. El producto bruto que viene hacer el cacao lo obtienen de sus chacras y otra parte compran de los productores directos de este bien, generando de esta manera trabajo a los agricultores de la provincia de La Convención. Finalmente, las maquinarias para el procesamiento del cacao en su mayoría de los emprendedores lo obtuvieron por medio de recursos propios.

Recomendaciones

Primera: Se recomienda que los resultados obtenidos en esta investigación, sean tomadas en cuenta por los agentes económicos y sociales como un documento útil para diseñar políticas, teniendo en cuenta a los factores que influyen en la decisión de emprender de las personas en general, de modo que se puedan aplicar estrategias coherentes con la realidad de los emprendedores de la ciudad de Quillabamba.

Segunda: Se recomienda políticas de emprendimiento que generen oportunidades para contar con emprendedores nuevos, aportando a la generación de pequeñas empresas; además tomando en cuenta la importancia de la innovación y el financiamiento, se recomienda a los empresarios optar por créditos para incorporar mejoras en su negocio, sobre todo hacer uso de la tecnología como un medio eficiente de comercialización, por otro lado, se sugiere otorgar facilidades de financiamiento a estos pequeños empresarios.

Tercera: Se recomienda implementar una cultura de emprendimiento, desarrollado desde una temprana edad, priorizando espacios que puedan ser incorporados desde la educación temprana en los pobladores de la ciudad de Quillabamba.

Cuarta: Se recomienda que las autoridades de la universidad y autoridades municipales tomen en consideración los resultados de la presente investigación, esto para incentivar y brindar charlas en temas de emprendimiento. Charlas en: como iniciar un emprendimiento, elaboración de estados financieros, financiamiento, plan de negocio entre otros, que permitan orientar al emprendedor. Asimismo, se recomienda que las autoridades de las municipalidades deben generar ferias y facilidades en temas de formalización.

Quinta: Por el lado del sector privado, consideramos importante seguir impulsando la creación de incubadoras universitarias e incluso lograr que los grupos económicos más importantes del país cuenten con ellas también. Para a través de las mismas lograr el financiamiento necesario para el surgimiento y desarrollo de nuevos emprendimientos.

Sexta: Se recomienda que las autoridades a nivel del país deben fortalecer el sistema educativo emprendedor en el Perú, ya que esto permitiría el nacimiento de numerosos y buenos STARTUPS esto a su vez permitiría atraer a los Ventures capital extranjeros, mejorando de esta manera la economía en el país.

Referencias Bibliográficas

- Acuña , A., & Gamarra , M. (2018). *FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES DE PREGRADO DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA 2018*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/766b4316-e9e0-459a-a0b4-552cf4ded631/content>
- Aguirre, J., Serrano, B., & Pacheco, A. (2016). *Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género*. Ecuador: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048807012.pdf>
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (5ta ed.). Caracas: Editorial Episteme. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Bernal, C. A. (2010). *Metdologia deInvestigacion*. colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Brioso, A., & Mora, L. (2021). *Factores en el desarrollo de la cadena de valor del cacao en La Convención, Cusco: estudio de caso de la Cooperativa Alto Urubamba-Cusco*. Lima, Perú. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18576/BRIOSO%20MORALES_MORA%20SURCO%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Caldera, D., Velázquez , F., & Zárate, L. (2022). Análisis de factores determinantes de emprendimiento social en jóvenes universitarios. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*. Obtenido de [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/19_Caldera+EDITED%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/19_Caldera+EDITED%20(1).pdf)
- Catañeda, C., Jayme, G., & Wakabayashi, L. (2021). *Factores del emprendimiento y su influencia en la creación de valor social*. Lima: Esan Business. Obtenido de

https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2598/2021_MAGEM_19-1_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Charca, N., & Soria, M. (2021). *“Determinantes Económicos y Sociales del emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq - 2021.* Cusco: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4534/Nely_Melisa_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Charca, N., & Soria, M. (2021). *“Determinantes Económicos y Sociales del emprendimiento de los socios en las galerías comerciales altiplánicas del distrito de Wanchaq - 2021.* Cusco: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4534/Nely_Melisa_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cornejo, M. A. (1 de Agosto de 2018). Miguel Ángel Cornejo - Que Significa Ser PROACTIVO. lima, lima, peru . Obtenido de <https://www.google.com/search?client=opera&q=definicion+de+proactivo+segun+miguel+angel&sourceid=opera&ie=UTF-8&oe=UTF-8>

De la Cruz , L., & Moya , K. (2017). *Factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua.* Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27044/1/627%20MKT.pdf>

EEDP. (2015). *El emprendimiento en el Perú: De la necesidad a la oportunidad.* Lima : Equipu.

Escobar, P. (2018). *Plan de negocios para la implementación de una planta de producción de pasta de cacao fino de aroma en la ciudad de Latacunga.* Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27566/1/AL%20671.pdf>

Fundación Romero. (28 de JUNIO de 2019). <http://www.fundacionromero.org.pe/>. Obtenido de <http://www.mass.pe/>: http://aula.mass.pe/sites/default/files/manuales/manual_capacidades_emprendedoras.pdf

- Gallardo, E. (1 de Agosto de 2018). Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/17604/6/Fundamentos%20Administracion%20EGallardo.pdf>
- García, M., Zerón, M., & Sánchez, Y. (2018). Determinando factores ambientales do empreendedorismo no México. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032018000100088
- Guzmán, H. (2016). *Factores del ecosistema empresarial y desarrollo del emprendedor en el centro historico de Cusco*. Cusco: Universidda Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Obtenido de https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/2278/253T20160266_TC.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metdología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Herrera , G. (2018). *FACTORES DE DETERMINANTES DE EMPRENDIMIENTO EN EDADES INFANTILES*. Chile: Universidad Andrés Bello. Obtenido de https://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/10903/a127835_Herrera_G_Factores_de_determinantes_de_emprendimiento_2018_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- INEGI. (2010). *celade.cepal.org*. Obtenido de www.inegi.org.mx:https://celade.cepal.org/censosinfo/manuales/MX_DisenomuestraCensal_2010.pdf
- INEI. (2017). *Perú: Crecimeinto y distribución de la población total. 2017*. Lima: INEI. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1673/libro.pdf

INIAP. (2019). *La cadena de valor del cacao en América Latina y El Caribe*. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_base.pdf

Jaimes , C., & Valderrama , S. (2019). *El desarrollo de la tesis*. Lima: San Marcos.

Medrano, J. (2019). *Propuesta de un proceso básico de Costos enfocado en los productores de Cacao fino de aroma de la provincia La Convención en Cusco para mejorar su productividad*. Lima, Perú. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626358/Medrano_DAJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

MIDAGRI. (2021). *Reporte estadístico*. Lima, Perú. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3203553/REPORTE%20ESTAD%20C3%8DSTICO%20CACAO%202021%20DICIEMBRE.pdf?v=1654287315>

MINAGRI. (2016). *Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo un análisis de la producción y el comercio*. Lima, Perú. Obtenido de <https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-cacao-Peru-y-Mundo.pdf>

Moreno, J. (2019). *Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno*. España: Se conoce como. Obtenido de [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-FactoresClaveEnLaIntencionDeEmprenderDeLosEstudian-231533%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-FactoresClaveEnLaIntencionDeEmprenderDeLosEstudian-231533%20(1).pdf)

Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M., & Lévy Mangin, J. P. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 171-179. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/167/16723161019.pdf>

Oloya, A., & Huatuco , I. (2019). *Perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima, 2018*. Lima: Universidad Garcilaso de la Vega. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4267/Tesis%20->

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

Paredes , V., & Arenas , L. (2017). *Factores Sociales y economicos que influyen a los jóvenes caleños emprendedores enn el proceso de creación de empresa*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/9945/T07612.pdf;jsessionid=CF4CA7C67D995AC263CC5DFC1113B6E?sequence=1>

Peña, A. (2019). *Propuesta de mejora de los factores relevantes del financiamiento de la cadena productiva de cacao en la asociación de productores emprendedores Nuevo Progreso Charanal - Chulucanas, socia de la Cooperativa agraria Norandino LTDA 2018*. Piura, Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14371/ASOCIATIVIDAD_CACAO_ORGANICO_PENA_TOCTO_ANA_MIRELLA.pdf?sequence=1

Puco, M. (2021). *EFECTOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS UNIVERSITARIOS EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN LA PROVINCIA DE CUSCO AL 2019*. Cusco: Universidda Nacional de San Antonio Abad del cusco. Obtenido de http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5717/253T20210064_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramírez, M. (2019). *Plan de negocio de exportación de cacao en grano seco-Jaén. Pimentel, Perú. Obtenido de* <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5844/Ram%C3%A1rez%20Carranza%2C%20Marleni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Revista de Estudios de Juventud . (1 de agosto de 2018). Estímulo a la creatividad y emprendimiento joven para la innovación social en un contexto. *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD* , 127-145. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/53448/1/2015_Torres_RevEstJuventud.pdf

Rodríguez, R. (2018). *Factores políticos, económicos, sociales y proyectos de inversión pública en la Municipalidad Distrital de Tambillo, Ayacucho 2017*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28721/rodriguez_lr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salera , G. (2016). *DETERMINANTES SOCIOECONÓMICOS EN EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRENDEDORA EN MUJERES DEL VASO DE LECHE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO 2014 - 2015*. Puno: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6614/EPG967-00967-01.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tacuri, K., & Munguia, J. (2016). *Factores determinantes del emprendimiento PYME en el distrito de Tarma, periodo 2013*. Tarma: Universidad Nacional del Centro del Perú. Obtenido de <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/2005/Tacuri%20Chamorro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torroba , L. (2014). *Factores clave en el desarrollo del emprendimiento Icade*. Madrid: Universidad Pontificia Icai. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>

Triveño Gutierrez, G. (2007). EL MANEJO DEL “SABER” DENTRO DEL “TRABAJO EN EQUIPO”. *Perspectivas*, 107-113.

Universitat Politècnica de València . (03 de junio de 2019). *Emprendimiento y Emprendedor. Conceptualización Teórica*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=t2eMk9wzDLI>

Vallejos, R. (2016). *ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MUJERES RURALES DE LA PROVINCIA DE ÑUBLE Y SU RELACION CON LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE CREACIÓN DE EMPRESAS A PARTIR DE PROGRAMAS DE FOMENTO PRODUCTIVO GUBERNAMENTALES*. Chile: UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO. Obtenido de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2549/1/Fernandez%20Mardones%20C%20Natalie%20Alejandra.pdf>

- Vásquez, E., García, N., Bastos , L., & Lázaro , J. (enero-junio de 2018). Análisis económico del sector cacaoero en Norte de Santander, Colombia y a nivel internacional. *Rev. Investig. Desarro. Innov.*, 8(2), 237-250. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v8n2/2027-8306-ridi-8-02-00237.pdf>
- Vásquez, E., García, N., Bastos, L., & Lázaro, J. (28 de diciembre de 2017). Economic analysis of the cocoa sector in Norte de Santander State, Colombia and at an internacional level. *Rev.investig.desarro.innov*, 8(2), 237-250. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v8n2/2027-8306-ridi-8-02-00237.pdf>
- Villajuan, N. (2019). *FACTORES SOCIALES, ECONÓMICOS E INSTITUCIONALES QUE INCIDEN EN LA CULMINACIÓN EXITOSA DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD EN UNA UNIVERSIDAD PRIVADA*. Lima: USMP. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5602/ramirez_vna.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable dependiente: EMPRENDIMIENTO	Se conoce como emprendimiento a la actitud y a la aptitud de un individuo para iniciar un nuevo proyecto a partir de ideas y de oportunidades (Charca & Soria, 2021).	Las variables y dimensiones se medirán por medio de un instrumento, la encuesta formulada con una escala Likert.	Motivación para emprender	-Tiempo ejerciendo el emprendimiento -Búsqueda del desarrollo -Necesidad de independencia personal.	Escala de medición ordinal
			Intención de Emprendimiento	-Nivel de certeza de emprendimiento -Grado de esfuerzo	
			Conductas emprendedoras	-Manejo de problemas -Creatividad -Aceptación del riesgo -Autoconfianza -Perseverancia -Liderazgo -Innovación -Iniciativa	

<p>Variable independiente:</p> <p>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</p>	<p>La literatura se ha concentrado en descubrir cuáles son los factores determinantes de las diferencias del emprendurismo. Según, (Moreno, 2019) explica que los factores que influyen la intención emprendedora, son los factores económicos, sociales y las condiciones del entorno.</p>	<p>Las variables y dimensiones se medirán por medio de un instrumento, la encuesta formulada con una escala Likert.</p>	<p>Económicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Entorno económico - Financiamiento - Condiciones del mercado -Innovación -Ingresos 	<p>Totalmente en desacuerdo= 1</p> <p>En desacuerdo= 2</p> <p>Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3</p> <p>De acuerdo= 4</p> <p>Totalmente de acuerdo= 5</p>
			<p>Sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Educación -Edad -Origen -Estado civil -Motivación 	

Nota. Elaboración propia.

Anexo 2: Matriz de consistencia

FACTORES ECONOMICOS Y SOCIALES DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS SOCIOS DEL SECTOR AGROINDUSTRIA DE CACAO, QUILLABAMBA -2022				
Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES/ Dimensiones	Diseño
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo los factores económicos y sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar qué factores económicos y sociales que se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Los factores económicos y sociales se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>1.- Factores socioeconómicos</p> <p>Dimensiones</p> <p>-Económicos</p> <p>-Sociales</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>-No experimental</p> <p>Alcance de la investigación</p> <p>-Correlacional.</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>- ¿De qué manera los factores sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?</p> <p>-¿De qué manera los factores económicos se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>-Determinar de qué manera los factores sociales se relacionan con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.</p> <p>-Determinar la relación entre los factores económicos y el emprendimiento de los socios del sector de agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.</p>	<p>Hipótesis Especificas</p> <p>-Los factores sociales se relacionan directamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.</p> <p>-Los factores económicos se relacionan significativamente con el emprendimiento en los socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba-2022.</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>2.- Emprendimiento</p> <p>Dimensiones</p> <p>-Motivación para emprender</p> <p>- Intención de Emprendimiento</p> <p>- Conductas emprendedoras</p>	<p>Tipo</p> <p>-Cuantitativo</p> <p>Tipo de datos</p> <p>Fuente Primaria</p> <p>Corte Transversal</p> <p>Población</p> <p>Emprendedores del rubro agroindustria de cacao de la ciudad de Quillabamba.</p>

Nota. Elaboración propia.

Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos

Cuestionario sobre Factores sociales y económicos del emprendimiento en socios del sector agroindustria de cacao en la ciudad de Quillabamba

Buenos días/tardes/noches

Somos Guisela Morveli Mamani y Caty Magally Yanarico Piro estamos desarrollando nuestro trabajo de tesis en la Universidad Líder Peruana de Quillabamba.

El objetivo principal de esta encuesta, se centra en conocer si existe relación entre los factores sociales - económicos y emprendimiento en la agroindustria de cacao. Toda información que me pueda brindar será manejada con la confidencialidad debida.

Instrucciones: Marco con una (X) de acuerdo a su elección

I. Aspectos generales

Pregunta 1: Género

- a) Varón
- b) Mujer

Pregunta 2: ¿Cuántos años tiene usted?

-----Años

Pregunta 3: ¿Cuántas personas conforman su familia?

Pregunta 4: ¿Cuál es su estado civil?

- a) Casado (a)
- b) Soltero (a)
- c) Divorciado (a)
- d) Conviviente
- e) Viuda (a)

Pregunta 5: ¿Tiene hijos?

- a) Si
- b) No

Cuántos _____

Pregunta 6: ¿Cuál es su nivel de estudio culminado?

- a) Educación primaria
- b) Educación secundaria
- c) Educación superior universitaria
- d) Educación superior Técnica
- e) Ninguna de las anteriores

Pregunta 7: ¿Usted se dedica a la producción de cacao?

Si

No

Pregunta 8: Usted es:

- a) Jefe
- b) Empleado

Pregunta 9: ¿Usted en la actualidad cuenta con algún local de negocio?

- a) Propio
- b) Alquilado
- c) Anticresis

Pregunta 10: ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en su negocio?

Pregunta 11: ¿Respecto a sus ingresos cuándo percibe?

Diario: _____

Semanal: _____

Mensual: _____

Anual: _____

II. VARIABLE 1: EMPRENDIMIENTO

A. Para el siguiente cuestionario marque con una (X) considerando la siguiente escala de valoración:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1	2	3	4	5

N.º	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
VARIABLE 1: EMPRENDIMIENTO		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Motivación para emprender						
01	Considera que el tiempo ejercido en su negocio le genera mayor ingreso.					
02	Considera que el emprendimiento en la agroindustria de cacao trae el desarrollo económico.					
03	Considera que formar una buena trayectoria es base para posicionar su producto en el mercado.					
Dimensión 2: Intención de Emprendimiento						
04	Le parece atractivo iniciar un emprendimiento en la agroindustria del cacao					
05	Ud. Cree que tiene las habilidades y conocimientos necesarios para iniciar un negocio con éxito.					
06	Considera estar seguro y preparado para emprender.					
07	Anteriormente ha tomado iniciativa para crear su propio negocio.					
08	Ud. Es consciente del grado de esfuerzo y dedicación que demanda crear una empresa.					
Dimensión 3: Conductas emprendedoras						

09	Se siento preparado (a) para afrontar los retos que pueda afectar sobre todo en los primeros años de emprendimiento.					
10	Cuán dispuesto está usted a levantar su negocio de emprendimiento a pesar de las dificultades que se le presenten.					
11	Considera que su idea de negocio es creativa y se diferencia del resto de productos que existen en el mercado nacional o internacional.					
12	Tiene usted conocimiento tributario, financiero u otros					
13	Considera que tiene la confianza suficiente para llevar a cabo su emprendimiento.					
14	Ud. Invierte y se informa constantemente sobre cómo innovar su negocio y llevar al siguiente nivel.					
15	Ud. Ha tenido alguna oportunidad de emprender.					

Nota. Elaboración propia.

III. VARIABLE 2: FACTORES SOCIOECONÓMICOS

B. Para el siguiente cuestionario marque con una (X) considerando la siguiente escala de valoración:

Totalmente en acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N.º	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		Totalmente en acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	VARIABLE 2: FACTORES SOCIECONÓMICOS	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Económicos						

16	Considera que emprender mejore sus ingresos.					
17	Considera que invertir impulsa su emprendimiento pese a cualquier circunstancia que se le presente.					
18	Usted cuenta con recurso económico disponible para iniciar y seguir creciendo o mejorar su emprendimiento.					
19	Considera que tiene facilidad de obtener un crédito financiero para invertir en su emprendimiento.					
20	Considera que tiene un mercado potencial para su producto.					
21	Considera que invierte permanentemente en innovar su producto para incrementar sus ingresos y fidelizar a sus clientes.					
22	Considera que emprender trae más beneficios y oportunidades que su anterior actividad a la cual se dedicaba.					
Dimensión 2: Sociales						
23	Considera que el grado de estudio es un factor limitante para poder emprender.					
24	Considera que la educación superior es un factor clave para iniciar un emprendimiento exitoso.					
25	Considera que el lugar de procedencia determina al momento de querer emprender.					
26	Considera que la edad limita emprender un negocio.					
27	Considera que el género limita emprender un negocio.					
28	Considera que tener una pareja es un factor fundamental para emprender y desarrollar un negocio.					

29	Usted cree que la motivación es esencial para crear un negocio.					
Dimensión 3: Condiciones del entorno						
30	Considera que el factor cultural influye en el emprendimiento.					
31	Su Municipalidad brinda información o charlas sobre emprendimiento.					
32	Considera que su situación laboral no le permite emprender.					
33	Se siento usted libre de realizar las inversiones para poder emprender y mantener su negocio.					

Nota. Elaboración propia.

Preguntas complementarias

¿Usted tuvo negocio antes de la pandemia de COVID-19?

- a) Si
- b) No

¿La pandemia hizo suspender sus actividades?

- a) Si
- b) No

¿Cree que la pandemia le motivó emprender?

- a) Si
- b) No

¿Cuál fue su fuente de ingreso durante la cuarentena por la pandemia?

- a) Ahorros
- b) Bonos

- c) Préstamo
- d) Seguir trabajando
- e) Retornar al lugar de origen

¿La pandemia del coronavirus ha afectado su capacidad de emprender?

- a) Si
- b) No

¿Sus ventas ha sido afectado durante la pandemia?

- a) No ha sido afectado
- b) Levemente afectada
- c) Moderadamente afectada
- d) Fuertemente afectad

¿Adaptó alguna estrategia tecnológica para llevar a flote su negocio en la pandemia?

- a) Venta digital (redes sociales, página web, delivery)
- b) Nada

Entrevista

Entrevistado 1: Emprendimiento - ORO AMAZONICO S.A.C

1.- ¿Como le va en su negocio?

Actualmente estamos notros en crecimiento, vamos siendo reconocidos por nuestra calidad. Se podría decir que estamos bien pero siempre con un crecimiento constante porque somos nuevos en el mercado.

2.- ¿es rentable el negocio que tiene?

sí es rentable, pero al inicio fue más baja la rentabilidad porque se tenía y aun se tiene actualmente una competencia que ofrecen productos con precios más bajos, pero nosotros tratamos de ofrecerles productos siempre buenos y de esa manera también se ha ido incrementando la rentabilidad

3.- ¿cuánto tiempo va trabajando con su emprendimiento?

Oro amazónico tiene 3 años trabajando de forma continua

4.- ¿usted tiene chacra de cacao?

no compramos nuestra producción es de agricultores son reconocidos y en algunos casos tenemos asociaciones que trabaja también con el cacao y todos son de zonas conocidas y también productos de calidad

5.- ¿cómo ha hecho para posicionar su marca y etiqueta en el mercado?

Durante estos 3 años hemos ofrecido productos con el mismo estándar de calidad desde el día de la Fundación es por eso que actualmente nuestros clientes confían en nosotros y confían también en nuestros productos y es así que se ha ido posicionando la marca.

6.- ¿cómo ha conseguido su maquinaria?

Nuestra maquinaria se ha conseguido a través de financiamiento de los bancos y con el esfuerzo y el trabajo diario que se viene haciendo se va pagando, ha sido un trabajo duro pero que gracias a Dios es rentable y siempre con el apoyo y de las entidades financieras.

Entrevistado 2: Emprendimiento - YURAC CACAO S.A.C**1.- ¿Como le va en su negocio?**

Bueno el negocio lo hemos emprendido hace casi 8 a 10 años el negocio estamos emprendiendo recién este año con la marca Yurac Cacao y nos está yendo bien porque está teniendo reconocimientos

2.- ¿es rentable el negocio que tiene?

Bueno yo creo que sí es rentable porque ahorita por ejemplo el cacao blanco no hay cantidad es un cacao nuevo y ha tenido reconocimientos, nosotros a través de otra empresa hemos podido lograr este premio como por ejemplo Pumati que ha ganado ese concurso a nivel sudamericano con el cacao blanco, pero nosotros recién estamos procesando, nosotros tenemos instalación de 2 hectáreas de cacao blanco y recién estamos sacando una marca y estamos sacando al mercado.

3.- ¿cuánto tiempo va trabajando con su emprendimiento?

el emprendimiento recién lo estamos empezando este año 2022 de una manera más formal anteriormente estamos vendiendo barras de chocolate así sin marcas sin ningún logo nada

4.- ¿usted tiene chacra de cacao?

sí tengo dos hectáreas de instalación de cacao blanco de los cuales una hectárea está en producción y otra hectárea recién está en desarrollo

5.- ¿cómo ha hecho para posicionar su marca y etiqueta en el mercado?

Bueno en el Mundo el mejor cacao es el criollo el que tiene almendras color blanco rosada y al hacer algunos estudios acá hemos encontrado que tenemos también este tipo de cacao, pero un nativo de acá o sea oriundo de acá orígenes de Echarate por ese lado que hemos incursionado en ese tipo de negocio que nos está yendo muy bien.

6.- ¿cómo ha conseguido su maquinaria?

Las maquinarias lo hemos adquirido de manera personal lo hemos comprado en Lima son maquinas pequeñas para empezar, de una capacidad de 4 a 5 quintales por día.

Entrevistado 3: Emprendimiento - AYNY

1.- ¿Cómo le va en su negocio?

Me va muy bien ya que nuestros productos son cada vez más preferidos por la población

2.- ¿es rentable el negocio que tiene?

Efectivamente es muy rentable ya que nuestros productos que tenemos son de muy buena calidad y la misma población lo prefiere por la calidad del producto que nosotros ofrecemos.

3.- ¿cuánto tiempo va trabajando con su emprendimiento?

Ya vamos 5 años consecutivos que estamos con este emprendimiento y este año queremos trabajar con el tema de exportación de este producto.

4.- ¿usted tiene chacra de cacao?

Efectivamente tenemos una parcela de 3 hectáreas en la Cuenca de Chirumba sector veriochico que está a 1400 m sobre el nivel del mar y ahí cultivamos lo que es el cacao.

5.- ¿cómo ha hecho para posicionar su marca y etiqueta en el mercado?

Se ha realizado un estudio de mercado que nosotros hemos realizado donde se pensó la marca y el nombre de la empresa, la misma familia dio el aporte del nombre de la empresa Ayny.

6.- ¿cómo ha conseguido su maquinaria?

nosotros teníamos un capital inicial y con la cual poco a poco hemos implementado un laboratorio de control de calidad en la cual nosotros procesamos empaquetamos hasta llegar a un producto final de nuestro producto un producto terminado por así decirlo.

Entrevistado: Emprendimiento - BICOFFEE**1.- ¿Como le va en su negocio?**

A decir verdad, en nuestro negocio va creciendo y poco a poco vamos siendo conocidos también a nivel regional con nuestro producto y a nivel nacional, y nuestro producto también está siendo más reconocido y aceptado por los consumidores

2.- ¿es rentable el negocio que tiene?

Bueno el negocio que tenemos si es rentable y con esas ganancias también tratamos de mejorar y educar digamos a nuestros propios productores a nuestros hijos y pues va generando un buen ingreso económico y nuestra marca también pues está saliendo bien al mercado, yo diría que si es bien rentable siempre en cuando lo trabajes de la mejor manera.

3.- ¿cuánto tiempo va trabajando con su emprendimiento?

Con el emprendimiento venimos trabajando ya hace 5 años y actualmente seguimos avanzando, pero tratando de mejorar y mantener nuestra calidad que es lo más importante en nuestro producto y en nuestra marca.

4.- ¿usted tiene chacra de cacao?

sí tenemos una parcela, pero no es digamos lo adecuado, no alcanza lo suficiente para poder nosotros mismos poder producir y expandir nuestros productos, sino que también nosotros realizamos compras a productores netamente a quienes se dedican a este rubro de lo que es el cacao o el café

5.- ¿cómo ha hecho para posicionar su marca y etiqueta en el mercado?

Bueno, en este tema hemos tenido bastante dificultad pero finalmente hemos logrado ser asesorados con un diseñador gráfico el cual nos ha ayudado bastante y ha coadyuvado para que nuestra marca también se vea de la mejor posible y que sea atractivo y pues vamos participando también en algunos eventos que se nos presenta como puede ser ferias y también asesoramos ahora lo que es en diseñar un poco algunas etiquetas y actualmente ya pues nuestra marca ahí está haciendo bien conocida a nivel regional y nacional

6.- ¿cómo ha conseguido su maquinaria?

En este tema nuestras maquinarias pues hemos conseguido a base de esfuerzo y sacrificio en un inicio nosotros hicimos una contrapartida, se hizo las pequeñas compras, digamos solamente entre nosotros pero ahora que estamos participando y hemos participado de lo que son pro compites, y gracias a Dios nos está yendo bien y pues nuestra marca está siendo reconocida y nuestra planta o laboratorio que nosotros tenemos está haciendo equipado de mejor manera para cuidar siempre la calidad inocuidad de nuestro producto

Entrevistado 4: Emprendimiento - CHUNCHO

1.- ¿Como le va en su negocio?

Hola bien muy bien ya con clientes fidelizados con ventas a nivel nacional y bueno en etapa de crecimiento invirtiendo todavía en lo que es publicidad todo bien

2.- ¿es rentable el negocio que tiene?

Sí totalmente rentable ya que nuestra marca está siendo reconocida y el mismo hecho de ser de Quillabamba ya nos da mayor aceptación de parte del público porque conocen de la calidad de los productos

3.- ¿cuánto tiempo va trabajando con su emprendimiento?

bueno ya vamos 5 años hemos empezado con este trabajo

4.- ¿usted tiene chacra de cacao?

Sí tenemos chacra de cacao justamente es de ahí donde sacamos los productos, pero como solo sale al año dos veces y es necesario hacer las compras de otras partes sobre todo de los vecinos que viven ahí en la comunidad

5.- ¿cómo ha hecho para posicionar su marca y etiqueta en el mercado?

Bueno en cuanto a la etiqueta hemos querido usar algo propio del lugar en este caso la cultura machiguenga que es representativa y la provincia de la convención más conocidos como los chunchos antes los chunchos siempre se hacía conocido en los nativos como chuchos entonces quisimos ponerle ese nombre de chunchos para que represente a la zona selvática

6.- ¿cómo ha conseguido su maquinaria?

Bueno por el momento todavía no contamos con maquinaria hacemos el trabajo por servicio en este caso contratamos otras tostadoras para hacer los productos.

Entrevistado 5 : Emprendimiento - PAYTITI

1.- ¿Como le va en su negocio?

Bueno, actualmente en el negocio nos va muy bien, nos estamos haciendo conocidos poco a poco en el mercado, por nuestra marca y también vamos llegando a cada cliente por nuestros productos, lo que ofrecemos y nos estamos haciendo más conocidos

2.- ¿es rentable el negocio que tiene?

Sí actualmente es muy rentable porque yo tengo mi propia materia prima yo mismo lo procesé también con las máquinas que nosotros tenemos, y actualmente tenemos mucha competencia por que ofrecen a menos precio pero la gente más que todo se deja llevar por la calidad de producto que ofrecemos más que todo en la calidad de chocolate que nosotros les brindamos y también cada empresa tiene un sabor distinto cada empresa sabe cómo hacerlo y a nosotros nos va muy bien es muy rentable tenemos más ventas

3.- ¿cuánto tiempo va trabajando con su emprendimiento?

bueno actualmente nosotros llevamos ya trabajando como dos años estamos empezando recién en El Mundo del mercado y bueno nos estamos haciendo conocidos por nuestra marca

4.- ¿usted tiene chacra de cacao?

Efectivamente si tengo una parcela por Palma Real margen derecha en el sector de la Florida tenemos dos hectáreas que es de cacao blanco y algo de 2 hectáreas más que es de cacao chuncho bueno ahorita nosotros estamos procesando todo lo que es cacao blanco nos estamos haciendo más conocidos porque en estos lugares casi no producen el cacao blanco, es un producto como algo nuevo es una novedad para el pueblo ya que el sabor es algo único

5.- ¿cómo ha hecho para posicionar su marca y etiqueta en el mercado?

Bueno ahorita estamos en proceso ya tenemos la marca, también haciendo un estudio de mercado conversando con la familia y bueno se ha creado una marca que es el Paytiti y así nos hemos hecho conocidos por nuestra marca ya que nuestros chocolates son de buena calidad y a muchos clientes les gusta

6.- ¿cómo ha conseguido su maquinaria?

Bueno, las maquinarias los hemos ido consiguiendo por nuestros propios esfuerzos por nuestros propios medios juntando un capital para nosotros poder adquirirlos y poder procesar nuestra propia materia prima.

PRUEBAS DE NORMALIDAD

	Pruebas de normalidad			Shapiro-Wilk		
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Estadístico	gl	Sig.
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
EMP_TOTAL (Agrupada)	,381	50	,000	,664	50	,000
FAC_TOTAL (Agrupada)	,304	50	,000	,823	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

De acuerdo a la prueba de normalidad se consideró trabajar con la prueba de kolmogorov Smirnov para el estudio, debido que, según las reglas de esta prueba estadística si los datos son mayores o iguales a 50 unidades se trabaja con este estadístico. Donde: Si $p \geq 0,05$ se considera variable de distribución normal y si $p < 0,05$ se considera variable de distribución no normal, a partir de ello se comprueba que los datos de las dos variables se comportan de forma no paramétrica. Entonces, tomando en cuenta los resultados de los test de normalidad de nuestras variables tanto dependiente como independiente, se decide utilizar el coeficiente de correlación no paramétrico Rho-Spearman.

ESCALA DE CORRELACIÓN

Tabla*Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman*

Valor de ρ	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2018.

Anexo 4: Captura de imagen (base de datos de SPSS)

	I. Aspectos generales	Pregunta 2 ¿Cuántos años tiene usted?	Pregunta 3 ¿Cuántas personas conforman su familia?	Pregunta 4 ¿Cuál es su estado civil?	¿Tiene hijos?	Cuántos	Pregunta 6 ¿Cuál es su nivel de estudios?	Pregunta 7 ¿Usted dedica al trabajo profesional alguna actividad?	Pregunta 8 ¿Usted es?	Pregunta 9 ¿Usted actualiza su cuenta en alguna red social?	Pregunta 10 ¿Cuánto tiempo trabaja usted?
1	Mujer	33	3	1	1	2	3	1	1	2	
2	Mujer	31	2	1	2	0	3	2	1	2	
3	Varón	33	3	4	1	1	3	1	2	2	
4	Mujer	34	2	1	2	0	3	1	1	2	
5	Mujer	32	8	4	1	1	3	1	1	1	
6	Mujer	44	4	3	1	2	4	2	1	2	
7	Mujer	40	4	4	1	3	2	1	1	1	
8	Mujer	34	2	2	2	0	3	1	1	1	
9	Varón	21	6	2	2	0	3	1	1	1	
10	Mujer	25	4	4	1	2	3	1	1	2	
11	Mujer	25	0	2	2	0	3	2	2	2	
12	Mujer	50	4	2	1	2	1	1	1	1	
13	Varón	26	7	2	2	0	4	2	2	1	
14	Varón	32	1	2	2	0	4	2	2	2	
15	Varón	42	4	4	1	2	3	1	2	1	
16	Varón	34	1	2	2	0	3	2	2	2	
17	Varón	37	5	2	2	0	3	2	1	1	
18	Varón	30	3	3	1	1	2	2	2	1	
19	Varón	21	10	2	2	0	3	2	1	1	
20	Varón	30	4	2	2	0	3	2	2	1	
21	Varón	38	3	4	1	1	3	2	1	1	
22	Mujer	21	6	2	1	1	5	2	1	1	
23	Mujer	44	5	2	1	3	2	1	1	1	

	P30_FA	P31_FA	P32_FA	P33_FA	¿Usted tuvo neg...	¿La pandemia hi...	¿Cree que la pand...	¿Cuál fue su fuen...	¿La pandemia de...	¿Sus ventas hasi...	¿Adaptó alguna...
22	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	NO	NO	NO	Seguir trabajando	NO	Fuertemente afec...	Nada
23	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente en de...	De acuerdo	NO	SI	SI	Seguir trabajando	NO	Moderadamente ...	Venta digital (red...
24	De acuerdo	Totalmente en de...	De acuerdo	De acuerdo	NO	SI	SI	Ahorros	NO	Fuertemente afec...	Venta digital (red...
25	De acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni e...	SI	NO	SI	Seguir trabajando	SI	Levemente afecta...	Nada
26	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	NO	NO	NO	Seguir trabajando	NO	Levemente afecta...	Nada
27	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni e...	Totalmente en ac...	NO	NO	NO	Seguir trabajando	NO	Moderadamente ...	Venta digital (red...
28	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	NO	NO	SI	Bonos	SI	Fuertemente afec...	Nada
29	De acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	SI	SI	SI	Bonos	SI	Fuertemente afec...	Nada
30	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni e...	En desacuerdo	De acuerdo	SI	SI	SI	Ahorros	SI	Fuertemente afec...	Nada
31	De acuerdo ni e...	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	SI	NO	SI	Ahorros	NO	Levemente afecta...	Venta digital (red...
32	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	SI	SI	NO	Seguir trabajando	SI	Fuertemente afec...	Venta digital (red...
33	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	NO	NO	NO	Seguir trabajando	NO	Moderadamente ...	Nada
34	De acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	SI	SI	NO	Seguir trabajando	SI	Fuertemente afec...	Nada
35	En desacuerdo	Totalmente en de...	Totalmente en de...	En desacuerdo	SI	SI	NO	Retornar al lugar ...	NO	Fuertemente afec...	Venta digital (red...
36	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	SI	SI	SI	Ahorros	NO	Levemente afecta...	Venta digital (red...
37	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	SI	NO	SI	Seguir trabajando	NO	Levemente afecta...	Venta digital (red...
38	De acuerdo	Ni de acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	De acuerdo	SI	NO	SI	Seguir trabajando	NO	Moderadamente ...	Venta digital (red...
39	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	NO	SI	SI	Ahorros	SI	Levemente afecta...	Nada
40	De acuerdo	Ni de acuerdo ni e...	En desacuerdo	De acuerdo	NO	NO	SI	Seguir trabajando	NO	Fuertemente afec...	Venta digital (red...
41	De acuerdo	Ni de acuerdo ni e...	En desacuerdo	De acuerdo	SI	SI	NO	Ahorros	NO	Moderadamente ...	Venta digital (red...
42	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	NO	SI	SI	Ahorros	NO	Levemente afecta...	Nada
43	De acuerdo	Ni de acuerdo ni e...	En desacuerdo	De acuerdo	SI	SI	SI	Ahorros	NO	Fuertemente afec...	Nada
44	De acuerdo ni e...	Ni de acuerdo ni e...	En desacuerdo	De acuerdo	NO	SI	SI	Bonos	SI	Levemente afecta...	Nada

Baremación de las variables

Estadísticos descriptivos

Estadísticos descriptivos							Rango	40
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Dev. Desviación	Grupos	5
EMP_TOTAL	50	40.00	30.00	70.00	55.96	9.11	Tamaño clases	8

Muy bajo	30-38
Bajo	39-46
Medio	47-55
Alto	56-64
Muy alto	70

Estadísticos descriptivos

Estadísticos descriptivos							Rango	44
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Dev. Desviación	grupos	5	
FAC_TOTAL	49	44.00	46.00	90.00	6.89955	Tamaño clases	8.8	

Totalmente en acuerdo	46-54
En desacuerdo	55-63
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	64-72
De acuerdo	73-81

Totalmente de acuerdo	90
-----------------------	----

Estadísticos descriptivos						Rango	9
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Desv. Desviación	grupos	5
D1_EMP	50	9.00	6.00	15.00	2.03249	Tamaño clases	1.8

Muy bajo	6 a 7
Bajo	8 a 9
Medio	10 a 11
Alto	12 a 13
Muy alto	15

Estadísticos descriptivos							Rango	18
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	grupos	5
D1_FAC	50	18.00	17.00	35.0	27.50	3.18	Tamaño clases	3.6

Totalmente en acuerdo	18-21
En desacuerdo	22-25
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	26-29
De acuerdo	30-33
Totalmente de acuerdo	35

Estadísticos descriptivos							Rango	23
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	grupos	5
D2_FAC	50	23.00	12.00	35.00	19.84	4.17	Tamaño clases	4.6

Totalmente en acuerdo	12 a 16
En desacuerdo	17 a 21
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	22 a 26

De acuerdo	27 a 31
Totalmente de acuerdo	35

Anexo 5: Evidencias (panel fotográfico y documentos para recopilación de datos de entidades o entre otros









