UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TESIS

"PROGRAMAS DE APOYO EMPRESARIAL DE PRODUCE Y SU RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2017"

Para Optar el Titulo Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TESISTA

BERNAL MEZA, Lucia Esther

ASESOR

Lic. Giovanni Linares Beraun

HUÁNUCO-PERÚ
2017

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 05:00 P.m. del día Lunes 18 del mes de Diciembre del año 2017, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales, "San Juan Pablo II" (Aula 202-P5), y en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes: Dr. Jorge Luís López Sánchez (Presidente); Econ. Vladimir Santiago Espinoza (Secretario); y la Lic. Diana Huerto Orizano (Miembro); nombrados mediante oficio N° 090-2017-CGyT-FCEMP-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "**PROGRAMAS DE APOYO EMPRESARIAL DE PRODUCE Y SU RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2017**", presentado por la Bachiller en Administración de Empresas; **BERNAL MEZA, Lucía Esther** para optar el título Profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Teniendo en consideración el contenido del informe final de la tesis y los conocimientos demostrados por el sustentante, se considera...Aprobado... Con la nota de: Quince.....(15..), correspondiente al calificativo.....Bueno.....

En consecuencia queda en condición de ser considerado: ...Apto.....para recibir el Título Profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

PRESIDENTE
Dr. Jorge Luís López Sánchez

SECRETARIO
Econ. Vladimir Santiago Espinoza

MIEMBRO
Lic. Diana Huerto Orizano

DEDICATORIA

"*A mis padres por ser estímulo y motivación en mi vida*"

AGRADECIMIENTO

“A los microempresarios de la ciudad de Huánuco, quienes han contribuido con la información obtenida en esta investigación, gracias a su disponibilidad hemos logrado obtener resultados que contrastan lo planteado metodológicamente”.

“A los funcionarios del Ministerio de la Producción que se encuentran laborando en nuestra ciudad, son ellos los que nos han proveído las herramientas necesarias para poder construir nuestros propios instrumentos de recojo de información”.

“A la Universidad de Huánuco, por haberme facilitado su logística, su staff para poder acceder a conocimiento que hoy son útiles en mi desempeño como profesional en mi centro de trabajo. Mi agradecimiento sincero a todos ellos”.

“A mis familiares, por su constante apoyo emocional, asistencial para poder concluir una carrera cuya demanda parte por la necesidad de contar con administradores en la familia”.

Índice

DEDICATORIA ii
AGRADECIMIENTO iii
RESUMEN vi
ABSTRACT vii
INTRODUCCIÓN viii
CAPITULO I 9
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 9
1.1. Descripción del Problema 9
1.1.1. Problema General 11
1.1.2. Problema Especifico 11
1.2. Objetivo General 11
1.3. Objetivo Especifico 11
1.4. Justificación de la Investigación 12
1.5. Limitaciones de la Investigación 12
1.6. Viabilidad de la Investigación 13
CAPITULO II 14
MARCO TEORICO 14
2.1. Antecedentes de la Investigación 14
2.2. Bases Teóricas 17
2.3. Definiciones Conceptuales 32
2.4. Sistema de Hipótesis 34
2.4.1. Hipótesis General 34
2.4.2. Hipótesis Específicos 34
2.5. Sistema de Variables 35
2.5.1. Variable Independiente 35
2.5.2. Variable Dependiente 35
2.6. Operacionalización de Variables 36
CAPITULO III 38
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 38
3.1. Tipo de Investigación 38
3.1.1. Enfoque 38
3.1.2. Alcance o Nivel 39
3.1.3. Diseño 39

3.2. Población y Muestra 40
3.2.1. Muestra 40
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos 41
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información 41
CAPITULO IV 42
PRESENTACION DE RESULTADOS 42
4.1. Presentación de Resultados 42
4.1.7. Resumen a la Entrevista hecha al Sectorista del Ministerio de la Producción – PRODUCE Huánuco MBA. Ronald Truyenque Osorio 67
4.2. Contrastación de Hipótesis 69
CAPITULO IV 73
DISCUSIÓN DE RESULTADOS 73
5.1. Discusión de Resultados 73
CONCLUSIONES 75
RECOMENDACIONES 76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 77
ANEXOS 78
MATRIZ DE CONSISTENCIA 79

RESUMEN

Huánuco no ha sido ajeno al crecimiento empresarial, puesto que desde los años 90 el número de empresas a aumentado vertiginosamente en todas las ciudades del departamento, tal es así, que el número de micro y pequeños empresarios en el departamento supera los veinte mil. En ese sentido, los gobiernos en el mundo entendiendo que ello dinamiza las economías han diseñado programas de cooperación enfocándose en dos aspectos importantes, primero capacitaciones con el fin de fortalecer sus capacidades, asistencia técnica para poder corregir sistemas de producción que no sean eficientes en los pequeños negocios, y promoción. Muchas son las instituciones que se dedican a ello, sin embargo, PRODUCE ha tomado el tema de pequeños negocios como agenda prioritaria.

En Huánuco, PRODUCE ha contratado un sectorista para que pueda alcanzar estos beneficios a los emprendedores, tal es así, que de los programas que se presta en la ciudad el número de beneficiarios supera los cinco mil durante los tres años que se encuentra trabajando en la región. Al respecto, la investigación ha demostrado la utilidad que tiene estos programas. Tal es así que el 94% de los emprendedores han manifestado que las capacitaciones ha sido útil para mejorar sus servicios o productos, de igual forma, más del 50% ha participado de las asistencias técnicas, en ese sentido se ha vinculado descriptivamente con las conductas de emprendimiento, puesto que ellos han manifestado a través de las encuestas que hoy tienen capacidades para mejorar sus decisiones en un entorno cambiante, así mismo, el 92% de empresarios encuestados han manifestado que han mejorado sus sistemas productivos gracias a las asistencias, y todos los programas que ofrece PRODUCE.

ABSTRACT

Huánuco has not been oblivious to business growth, since the 90s the number of companies has increased dramatically in all the cities of the department, so much so, that the number of micro and small entrepreneurs in the department exceeds twenty thousand. In this sense, governments in the world understanding that this stimulates economies have designed cooperation programs focusing on two important aspects, first training to strengthen their capacities, technical assistance to correct production systems that are not efficient in the small businesses, and promotion. Many institutions are dedicated to this, however, PRODUCE has taken the issue of small businesses as a priority agenda.

In Huánuco, PRODUCE has hired a sectorist so that it can reach these benefits to entrepreneurs, so much so, that of the programs provided in the city, the number of beneficiaries exceeds five thousand during the three years that it is working in the region. In this regard, the research has shown the usefulness of these programs. So much so that 94% of entrepreneurs have said that training has been useful to improve their services or products, likewise, more than 50% have participated in technical assistance, in this sense has been linked descriptively with behaviors of entrepreneurship, since they have shown through the surveys that today they have capacities to improve their decisions in a changing environment, likewise, 92% of surveyed businessmen have stated that they have improved their productive systems thanks to the assistance, and all the programs that PRODUCE offers.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis fue elaborada tomando en cuenta los parámetros institucionales del Reglamento de Grados y Títulos del programa Académico Profesional de Administración de Empresas. Las razones del porque se decidió este estudio se enmarca en la inversión constante que hace el estado a través del programa del Ministerio para apoyar a los emprendedores de la ciudad de Huánuco. Ello enmarca las finalidades. A diferencias de las actividades que desarrolla la Dirección de Producción, es el sectorista del mismo Ministerio que cumple un rol mucho más protagónico en la ciudad de Huánuco. La tesis se divide en:

- Primera parte: se establece la fundamentación del problema que justifica la necesidad de investigar las variables, planteando los objetivos, y las finalidades de la investigación, así como, la presentación de sus limitaciones y viabilidad.
- Segunda parte: es el marco teórico conceptual que fundamento la existencia de la variable estudiada en otros contextos, y analizada por autores reconocidos a nivel del mundo.
- Tercera: la metodología está establecida según los estándares de la investigación científica postulada por Hernández Sampieri en su libro que se encuentra citada en la bibliografía.
- Cuarto: se presentan los resultados a través de tablas debidamente procesadas en el SPSS, así mismo, se explica la información porcentual con gráficos. Estos resultados se confrontan con la teoría para plantear conclusiones y recomendaciones útiles para el sector

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

La Ley Nº28015 de promoción y apoyo a la micro y pequeña empresa emitido por el gobierno de Alejandro Toledo el año 2004 tuvo algunos componentes importantes como el acompañamiento a la formación del emprendedor y de quienes ya iniciaron negocios. Estos componentes era el financiamiento de capacitaciones para los emprendedores consistentes en la entrega de cheques representativos para poder acceder a conferencias, seminario, talleres, entre otros. Otro de los componentes es el de asistencia técnica el mismo que consiste el apoyo directo al emprendedor que sea miembro de una red de empresario de similares características. El último componente es la organización de ferias, encuentros en el que se promueva la actividad emprendedora. Todos estos componentes llegaron a ser complementados en su modo de ejecución con el Decreto Legislativo 1086 emitido en el Gobierno de Alan García. Todo ello con la finalidad de que el gobierno apoye en mecanismos de aceleración de la micro y pequeña empresa. Este decreto legislativo creo el programa MI EMPRESA adscrito al Ministerio de la producción con la finalidad de que haya un organismo que administre estos beneficios que el gobierno otorga a los emprendedores. Ya con la Ley 30056, se consolida estos mecanismos de apoyo al emprendimiento: capacitación, asesoría y asistencia, y es a partir de la norma que el Ministerio de la Producción designa promotores sectoriales para que viajen a los departamentos y garanticen el alcance de estos beneficios. En la Ciudad de Huánuco, Ronald Truyenque es el sectorista encargado que hace dos años viene organizando capacitaciones a emprendedores, asistencia, y promociones como la participación en ferias como PERUMODAS, EXPOALIMENTARIA,

entre otros. A la fecha cuenta con un registro de 7845 emprendedores quienes acceden a estos programas.

En Huánuco el emprendimiento ha venido aumentando en 6% anual traducido en el aumento de negocios en todo el departamento, concentrando ese crecimiento en el casco urbano de las ciudades. Las principales características de los emprendedores es la capacidad de detectar oportunidades son por ello que se establecen negocios, capacidad de tomar decisiones para poder emprender un negocio, y una última característica es la capacidad de innovación.

A la fecha los emprendedores de la ciudad de Huánuco acceden a los beneficios del programa que se desarrollan con el apoyo de otras instituciones como el Gobierno Regional, Cámaras de Comercio, Dirección Regional de Producción. Es a partir de esta tarea conjunta que se describe la inquietud si estos programas están beneficiando o no a los emprendedores. La respuesta a esta interrogante es una demanda no solo del director sectorial, sino también del ministerio cuya inversión en las capacitaciones, asistencia, promociones son recurrentes y en gran medida costosas. De igual forma, la gerencia regional de desarrollo económico ha exigido al Ministerio medir los resultados de estos programas. Estas son las razones del porque se desarrolla este estudio.

1.1.1. Problema General

¿De qué manera el programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017?

1.1.2. Problema Especifico

- ¿De qué manera las capacitaciones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017?
- ¿De qué manera las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017?
- ¿De qué manera las promociones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017?

1.2. Objetivo General

Describir de qué manera el programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017

1.3. Objetivo Especifico

- ➢ Describir de qué manera las capacitaciones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017
- ➢ Describir de qué manera las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017
- ➢ Describir de qué manera las promociones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017

1.4. Justificación de la Investigación

- **Practica**

La tesis se desarrolla con un esquema estructurado formal propuesto por la Escuela de Grados y Títulos, los mismos que son desarrollados de acuerdo a los lineamientos y exigencias que ellos determinan.

- **Teórica**

La tesis se sustenta en el uso de teorías desarrolladas por autores nacionales e internacionales, los mismos que son sometidos a contrastación con los resultados obtenidos en la presente investigación.

- **Metodológica**

La tesis usó la metodología de la investigación científica, partiendo de aspectos específicos para inferir en conclusiones generales que nos permite la inducción y la deducción.

- **Relevancia**

La tesis es relevante porque permitió contar con información que permita ver la utilidad de los programas de apoyo empresarial del Ministerio de la Producción en los emprendedores de la ciudad de Huánuco, proveyendo información descriptiva respecto al impacto que estos tienen.

1.5. Limitaciones de la Investigación

Financiamiento, dado que este será íntegramente asumido por el tesista, así como también otro factor es el tiempo con el que se cuenta, el mismo que debe estar distribuido con el compromiso laboral. Esto puedo atrasar un poco el cumplimiento del programa propuesto.

1.6. Viabilidad de la Investigación

La tesis sustenta su viabilidad en la disponibilidad de información, y en la voluntad de cooperación de los emprendedores seleccionados para aplicar los instrumentos de investigación. Así como, en la cooperación del representante del Ministerio de la Producción que administra y ejecuta los programas de apoyo empresarial.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

I) (Fandiño Padilla, Laura Maria - Bolivar Abello, Maria Cristina, 2008)**,** en su tesis intitulada "***Evaluación del Impacto del Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y Estudio de los Factores de Éxito de sus Empresas creadas a partir de los talleres de grado***" presentada a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Javeriana de Bogotá Colombia el año 2008, concluye lo siguiente:

- El trabajo demuestra la necesidad que tienen los estudiantes y la misma carrera de administración de incluir en sus programas el emprendimiento como algo inherente al pensamiento administrativo, pues es importante que se inculque en los alumnos desde el inicio de la carrera con el fin de despertar la mentalidad emprendedora e innovadora. La Universidad por su parte asiste con programas que fomenten esta actitud para que ellos puedan desempeñar al máximo sus habilidades y competencias para la creación de proyectos viables, innovadores y bien planeados.
- Existe en Colombia un gran número de políticas y programas que buscan facilitar el desarrollo de nuevas ideas de negocios por medio de herramientas y financiación. A lo largo de los años se ha hecho notable que a través del apoyo a la creación de empresas se busca la generación de empleo e ingresos a partir del fortalecimiento de iniciativas empresariales innovadoras y con mucho potencial en el mercado. Se busca también mejorar cada vez más estas ideas para que sean competitivas en sectores cambiantes por medio de identificación de riesgos y oportunidades. además, se busca impulsar la

investigación y de la innovación para generar el desarrollo tecnológico de productos y procesos en el país con el fin de que estos estén al nivel y cumplan los estándares de todos los mercados de empresas alrededor del mundo. Es importante también entender también que la creación de empresas en un país como Colombia, se convierte en un mecanismo de beneficio público pues, además de generar beneficios para los involucrados, también genera beneficios para la economía y sociedad en general.

II) **(Otero Vergara, 2005)** en su tesis intitulada **"*Diseño de un Modelo para Promover Emprendimiento en Estudiantes de Secundaria en grados 10 y 11s de estratos 1,2,3 en Colombia*"** presentada a la Universidad de los Andes de Colombia el año 2005, concluye lo siguiente:

- Un modelo para Promover el emprendimiento debe ofrecer la posibilidad efectiva de sensibilizar estudiantes de educación secundaria, facilitando la interacción, aprendizaje y la formación de redes a través de procesos de pedagogía activa de tal forma que forme emprendedores que facilite el emprendimiento.
- Para que el modelo pueda llevarse a cabo, se hace indispensable que el estado se comprometa a estimular la conformación de redes sociales, a promover la asignación de recursos públicos para el apoyo de estas redes y a atender las propuestas provenientes de redes de emprendimiento, esforzándose por implementar las medidas necesarias para la ejecución de estas.
- Las diferentes experiencias de modelos de emprendimiento, incluyen en su interior elementos comunes, que buscan atacar en forma integrada las necesidades pedagógicas de las instituciones académicas, entre los elementos se destacan software multimedia para la realización de planes de negocios, capacitación y tutoría a profesores y negocios,

redes de apoyo para articular instituciones integrantes de la cadena de valor del emprendimiento, concurso de planes de negocios, portal de internet para informar e integrar los actores del proceso.

- La creación de una red de apoyo al emprendimiento y la generación de una comunidad integrada en tiempo real debe ser entendida como una situación de comunicación que se debe ser soportada en tecnologías mas no subordinadas a ellas. En ese sentido, la implementación de un portal de información debe hacer parte también de un programa de modernización de las instituciones educativas de educación secundaria que actualmente no tienen acceso a este tipo de tecnología.

III) (Zorrilla Mejía, 2013), en su tesis intitulada **"*Factores que Contribuyeron a la Sostenibilidad de los Micro emprendimiento juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyectos Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de Inpet 2007 – 2009*"** presentada a la Maestría de Gerencia Social de la PUCP el año 2013 concluye:

- El programa de empleo juvenil ha tenido componentes interesantes que aplicados sustancialmente han brindado apoyo integral a los emprendedores participantes del programa; las capacitaciones buscaban despertar el espíritu emprendedor y mostrar las herramientas básicas para la gestión exitosa de un negocio. luego de esta etapa, se dieron las asesorías, las cuales se dirigieron más a la parte comercial del negocio, aquí se aterrizaban mejor las ideas que habían pensado inicialmente los emprendedores. Habría resultado de mucha utilidad el poder contar con un diagnóstico de la población a la que se atendió.
- Las capacitaciones no solo habrían contribuido a la mejora de los negocios sino también tuvieron un impacto favorable al interior del hogar de los emprendedores. El factor financiero sería un determinante

menor para el crecimiento y desarrollo del negocio, teniéndose en cuenta la accesibilidad y el costo de crédito.

- Las necesidades de asistencia técnica de las MYPE son integrales, la separación entre servicio, incluso entre temas (de gestión y lo técnico productivo) son simples ensayos teóricos que orientan una mejor profundización y especialización, pero las necesidades reales son más integrales. Se requiere contar con servicios que permitan atender de forma integral al emprendedor. Ello es bastante difícil pues requeriría de instituciones de gran envergadura, por lo que lo más adecuado es apostar por la articulación de instrumentos que tengan capacidad de ser flexible y conjugarse coherentemente. Se ha comprobado el efecto sinérgico de la articulación de diversos instrumentos en el soporte MYPE y emprendimientos, en especial en las que se ha cerrado el ciclo con la articulación comercial o de mercados efectiva.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Programas de Apoyo Empresarial

(Agencia de Promoción de la Inversión Privada, 2006) En su texto publicado el 2006 denominado “MYPEqueña empresa crece – Guía para el Desarrollo de la Micro y pequeña empresa” sostiene que la consolidación de un negocio parte por la formulación de un plan de negocio que oriente el inicio del emprendimiento empresarial. Sin embargo, ello no sería suficiente si no cuenta con el apoyo de organismos brinden el soporte necesario a través de PROGRAMAS DE APOYO EMPRESARIAL que les permitan mejorar sus competencias. Conceptualmente esto se entiende como la prestación de servicios auxiliares que ofrece un organismo público, una institución privada, entre otros. En tal sentido se ha comprendido que el

desarrollo organizacional de los emprendedores está involucrado con aspectos de revitalización, actualización, activación y renovación de empresas mediante los recursos técnicos y humanos, destacando la necesidad de evitar la decadencia y la obsolescencia corporativa, haciendo uso de sus procesos con el fin de producir resultados de cambios dentro de la organización para que puedan lograr sus objetivos empresariales. Es evidente que para el Desarrollo de las misma es el factor humano, técnico, y promocional se necesita las asistencias de experiencias reconocidas.

(Agencia de Promoción de la Inversión Privada, 2006) manifiesta en su Capítulo de Negocios, Oportunidades y programas de Ayuda sostiene que **Estos *aspectos que en muchos casos son financieros y no financieros determinan atenciones específicas, este último está sustentado en los siguientes: Capacitaciones, asistencias técnicas, y promociones para la micro y pequeñas empresas***.

A) Ministerio de la Producción - Produce y los Programas de Apoyo Empresarial

(Congreso de la Republica del Perú, 2013) publico la LEY Nº30056, esta norma denominada "***Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y El crecimiento Empresarial***" sostiene que es deber del Gobierno desarrollar estrategias de acompañamiento a las emprendedores a través de Centro de Desarrollo Empresarial que manejen los siguientes aspectos, capacitación (innovación, mercados, gestión empresarial, ventas al estado, entre otros), asistencia técnica (para mejorar sus competencias a través del apoyo de especialistas con experiencia reconocida) y promoción en ferias, pasantías, así mismo, se promueve el financiamiento a

través de la participación de los emprendedores en los fondos de financiamiento de INNOVATE.

Esta tarea es encargada al Ministerio cuya competencia es la promoción empresarial el de PRODUCCIÓN. En departamentos donde se ha constituido los Centros de Desarrollo Empresarial se ha contratado a Sectoristas que ejecutan estos programas de Apoyo Empresarial.

A continuación, se detallan las características de estos programas:

2.2.2. Capacitaciones

(Siliceo Aguilar, 2006), en su texto **Capacitación y Desarrollo de Personal,** sostiene que la capacitación puede ser definida como cualquier inversión en capital humano que aumenta la productividad del trabajador. Se refiere por lo general al entrenamiento ofrecido por la empresa que hace posible un incremento de la capacidad laboral de un trabajador y que, por tanto, reporta también una mayor utilidad a la empresa. Se tiene así, por ejemplo, programas de capacitación para elevar las destrezas básicas para la comunicación verbal y escrita, entrenamiento en la utilización de maquinaria en la industria, adiestramiento en el uso de computadoras, entre otros. La capacitación de su personal es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPEs, pues la globalización impone un ritmo acelerado de cambios que exigen un aprendizaje continuo. Mientras esta capacitación busca desarrollar una competencia en el capacitado, es decir, actúa sobre la persona, los programas de asistencia técnica lo hacen sobre los procesos (productivos, comerciales, contables, financieros, de recurso humano, etc.), que por lo general involucran a más de una persona. Es preciso que todo programa de capacitación empiece con un diagnóstico, que debe incluir: 1) las necesidades

percibidas por el empresario como carencias que deben ser subsanadas con la capacitación; y 2) las necesidades observadas por el capacitador. Es este diagnóstico el que nos permitirá diseñar el programa de capacitación, que debe contemplar los objetivos de aprendizaje, los contenidos, las metodologías y las estrategias.

- **Pasos del Proceso de capacitación:**

  Este proceso va desde la detección de necesidades hasta la evaluación de resultados. El siguiente listado te dará un panorama general del proceso y posteriormente encontrarás una explicación de cada etapa.

  Pasos para elaborar un programa de capacitación:

  - Primer paso: detección de necesidades
  - Segundo paso: clasificación y jerarquización de las necesidades de capacitación
  - Tercer paso: definición de objetivos
  - Cuarto paso: elaboración del programa
  - Quinto paso: ejecución
  - Sexto paso: evaluación de resultados

Para elaborar un programa de capacitación el primer paso es detectar las necesidades de la empresa. Aplicar técnicas adecuadas para este fin elimina las pérdidas de tiempo.

El segundo paso es clasificar y jerarquizar esas necesidades. Es decir, se tienen que clasificar y ordenar para decidir cuáles son las más urgentes, o más importantes, o cuáles requieren atención inmediata y cuáles se tienen que programar a largo plazo.

El tercer paso es definir los objetivos de capacitación, es decir, motivos de llevar adelante el programa. Estos objetivos tienen que formularse de manera

clara, precisa y medible para más adelante, después de aplicar el programa, poder evaluar los resultados.

El cuarto paso es elaborar el programa de capacitación.

En este momento se determina qué (contenido), cómo (técnicas y ayudas), cuándo (fechas, horarios), a quién (el grupo), quién (instructores), cuánto (presupuesto).

El quinto paso es ejecutar el programa, es decir, llevarlo a la práctica.

El sexto paso es evaluar los resultados del programa. Esto debe hacerse antes, durante y después de ejecutarlo.

2.2.3. Asistencias técnicas

(Agencia de Promoción de la Inversión Privada, 2006) Sostiene que los servicios de asistencia técnica consisten en un proceso de diagnóstico y ayudan a definir las opciones o cursos de acción por seguir para la toma de decisiones y la solución de problemas concretos en la organización. La asistencia técnica es el acompañamiento constante de expertos que proponen soluciones a los problemas de la empresa.

La asistencia técnica debe empezar por un diagnóstico que nos permita establecer en qué función o proceso específico se debe aplicar la asistencia requerida.

Por lo general va acompañada de un proceso de capacitación. Los servicios más solicitados por la pequeña empresa son los relacionados con tributación, mercados, comercio exterior, productividad, reducción de costos, entre otros.

2.2.4. Promociones Empresariales

(Secretaria de Desarrollo Económico, 2012) Son estrategias de posicionamiento empresarial cuando las características del producto con respecto a las de la competencia tienen características innovadoras que requieren el impulso para que los mercados conozcan y sepan de sus bondades. Las principales son las ferias, Misiones Comerciales, Ronda de Negocios.

- **Ferias**

Las ferias constituyen una de las actividades más útiles para promover las exportaciones, siempre que se sepa cómo emplearlas, y forman parte de la estrategia de comunicación de la empresa (publicidad, promoción, participación en misiones comerciales, muestras). La participación en ferias nos permite contactarnos en forma directa con potenciales compradores de nuestros productos y servicios, así como con distribuidores, agentes, representantes, importadores, etc. Son muy útiles porque a la mayoría de ellas concurren empresarios de otros países y regiones del mundo. Asimismo, en ellas se realizan actividades paralelas, como talleres técnicos, seminarios, rondas de negocios, degustaciones, etc., que en ocasiones se complementan con visitas a importadores, representantes y agentes locales. Por sus características, las ferias pueden clasificarse básicamente en:

Generales u horizontales: Se caracterizan por concentrar un número de visitantes totalmente heterogéneo, y por ser abiertas al público en general. En ellas está permitida la exhibición y venta de productos, y el tiempo de duración y los horarios son más extensos.

Especializadas y sectoriales: Son aquellas reservadas a los expositores de un sector determinado. Las visitan exclusivamente hombres de negocios y profesionales del sector, y son más efectivas

que las ferias generales. Los visitantes son potenciales compradores con tiempo escaso para hacer negocios. • Exposición de productos: Es realizada por un determinado país, pero no está considerada dentro de un calendario prefijado por una organización ferial. Requiere de un montaje publicitario grande para captar las visitas del comprador y del público en general.

Semana de venta: Exhibición–venta que se efectúa en algún salón o supermercado especialmente acondicionado para tal fin. Puede ser complementaria a la presentación de algún atractivo cultural, gastronómico o turístico. • Exposiciones universales: Participan todos los países del mundo, cada uno de los cuales se organiza en torno de una temática central. La diferencia entre las ferias y las exposiciones es que en las primeras se pueden vender los productos que se exponen, mientras que, en las segundas, salvo excepciones, simplemente se exhiben. A continuación, se señalan algunos sitios de interés sobre el tema de ferias y eventos:

Ferias y exposiciones del continente americano:

- Servicios feriales de habla hispana: <www.buscaferias.net>.
- Corporación de Ferias y Exposiciones: <www.corferias.com>.
- Asociación de Ferias Internacionales de América: <www.afida.com>. - Ferias mundiales: www.expo.am

Algunas bases de datos de exhibiciones mundiales

- <www.urnerbarry.com/frameset/calendar_frameset.htm>.
- <www.eventsource.com>.
- <www.prompex.gob.pe>.
- <www.tradeshowweek.com>.

- **Misiones Comerciales**

Las misiones comerciales son viajes de negocios a distintos países o regiones. Con ellas se busca introducir a los empresarios participantes en la realidad de nuevos mercados para sus productos y servicios. Los participantes en las misiones comerciales cuentan con un programa de citas ya pactadas, basadas en el perfil de su empresa y las posibilidades de su producto en el mercado de interés. La agenda de negocios está a cargo de una empresa consultora del país sede. Para las empresas, trabajar con este tipo de modalidad ofrece claras ventajas:

- Es un mecanismo moderno y eficiente para acceder a nuevos mercados.
- Favorece la presentación de productos y servicios. Permite observar a los competidores.
- En ellas se puede tomar contacto directo con una gama de compradores profesionales.
- Permite la identificación de fortalezas y debilidades para competir en el mercado.
- Experiencia profesional.

Por otro lado, tiene como objetivos:

- Generación de ventas.
- Obtener contactos de interés.
- Promover los productos y servicios de la empresa.
- Contactar a sus clientes y ampliar la red de venta.
- Analizar el mercado y su competencia.

Para acceder a una misión comercial debemos buscar información acerca de ellas en instituciones especializadas como Prompyme y Prompex, obtener la información de cada mercado a visitar y la posición de sus productos frente a la competencia. También deberemos analizar las posibilidades de la empresa (producción, distribución, personal y presupuesto). Es importante destacar el carácter prospectivo de este tipo de iniciativas. La participación en una misión comercial ofrece la posibilidad de estudiar las características y el comportamiento del mercado y analizar la situación de sus productos en él. También facilita la identificación de las demandas de potenciales compradores y sus necesidades, al tiempo que permite imbuirse de la cadena de valor de cada sector. No debemos esperar cerrar un negocio durante una Misión Comercial (sin perjuicio de que esto pueda suceder), ya que el viaje representa únicamente el primer paso de un trabajo de largo plazo para conquistar el mercado.

- **Rondas de Negocios**

Las rondas de negocios son reuniones de compradores, vendedores y otros agentes que responden a convocatorias efectuadas por entidades públicas o privadas. Una vez determinado el país y la fecha en la que se realizará la ronda, se convoca a productores, compradores, distribuidores, etc., y se busca a sus contrapartes en el lugar donde se llevará a cabo el evento. Se confecciona una agenda de entrevistas en la que los interesados presentan sus productos, formulan las preguntas que deseen, intercambian información comercial, catálogos (folletería) y, eventualmente, entregan ofertas de venta o solicitan cotizaciones.

2.2.5. Emprendimiento

(Schanarch, 2014) El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Importancia del emprendimiento.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad”

económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite

emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

El Proceso Emprendedor de los Empresarios de la micro y pequeña empresa en el Perú

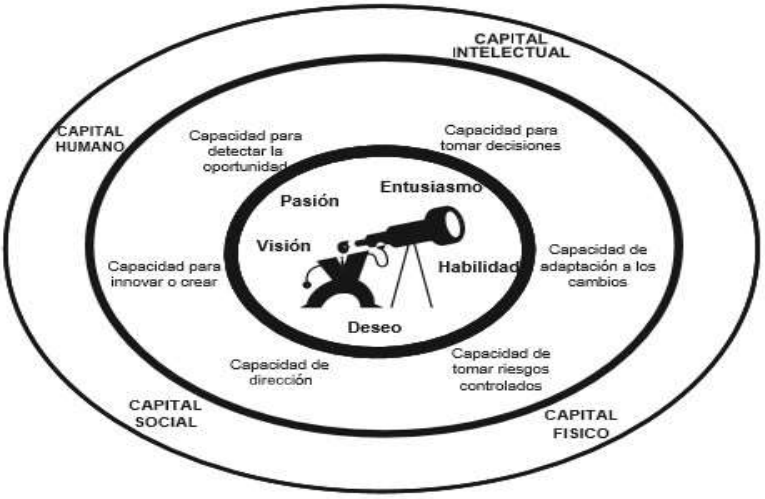
(Weinberger Villaran, 2009) En el Perú, como en muchos otros países del mundo, los emprendedores han encontrado en la actividad empresarial una forma de vida. Sin embargo, las motivaciones no son las mismas para todos los emprendedores. Algunos de ellos, se han visto obligados a desempeñarse como empresarios por la dificultad de conseguir un empleo, que les permita satisfacer sus necesidades y vivir de manera digna. Otros, a pesar de tener la posibilidad de tener un empleo decente y bien remunerado, optan por la actividad empresarial por deseo de independencia, desarrollo personal, afán de logro, mayores beneficios monetarios o por el hecho de haber descubierto una oportunidad de negocio y querer explotarla. Cualquiera sea la motivación, es importante hacer un estudio del entorno para identificar las oportunidades y amenazas, que podrían favorecer o dificultar el inicio de determinada actividad empresarial, y hacer un análisis de las fortalezas y debilidades del empresario o grupo empresarial fundador de la nueva empresa. Haciendo este

análisis del entorno y de las características personales del empresario, se puede determinar en qué sector de la economía el empresario tendrá mayores oportunidades de ingresar al mundo empresarial de manera exitosa. Este análisis debe ser parte del desarrollo de un plan de negocios que permita evaluar la viabilidad económica, social y ambiental de la idea de negocio propuesta.

Capacidades que deben tener los emprendedores

(Weinberger Villaran, 2009) Sostienen que se pueden observar las características, las capacidades y los capitales fundamentales que contribuyen con el éxito de los empresarios de la micro y pequeña empresa. Luego se describe cada una de ellas.

Figura N° 1: Características fundamentales de los empresarios exitosos



Fuente: Original

2.2.6. Capacidad de Detectar una oportunidad

El empresario debe tener la habilidad para detectar oportunidades, es decir, tener “olfato” para visualizar un negocio donde otras personas sólo ven caos, contradicciones, dificultades o inclusive amenazas.

Para ello, debe estar permanentemente informado sobre los cambios que puedan darse en el entorno y estar siempre listo para actuar.

Debe tener la **Visión - curiosidad** suficiente para conocer e investigar su entorno, una alta **motivación** por satisfacer las necesidades de sus potenciales clientes de la mejor manera y una gran humildad para reconocer que nunca terminará de aprender.

2.2.7. Capacidad de Tomar decisiones

A diferencia de un administrador o gerente que dirige o controla las actividades de una empresa, el empresario (emprendedor) disfruta del inicio y construcción de una nueva empresa, más que de observar, analizar y describir una empresa existente. Por ello, estará obligado a tomar decisiones que le permita constituir un equipo empresarial fundador, capaz de identificar, acumular, controlar y garantizar los recursos necesarios para el inicio y continuidad de la nueva empresa. El empresario deberá tomar decisiones a pesar de la falta de información oportuna y confiable, confiando en su intuición, pero también en su racionalidad, fruto de su **experiencia, su conocimiento** y su visión de futuro.

2.2.8. Capacidad de Innovación

En un mundo tan cambiante como el actual, el empresario debe tener la capacidad de innovar o crear nuevos productos, servicios o procesos, para satisfacer de una manera más eficiente las necesidades de sus clientes. Para ello debe estar muy bien informado y ser capaz de utilizar su inteligencia para la producción y comercialización de nuevos y mejores productos o servicios, en favor de los clientes y con la finalidad de obtener mejores resultados. La innovación, ya lo decía Schumpeter, es la característica fundamental del empresario exitoso.

Además, un Emprendedor debe tener las siguientes características:

- La visión para reconocer una oportunidad donde otros sólo ven problemas.
- La perseverancia necesaria para lograr los objetivos planteados y alcanzar la visión.
- La pasión por cumplir con sus sueños a pesar de los inconvenientes del entorno o de las dificultades internas en la organización.
- El entusiasmo por adecuarse permanentemente a los cambios del entorno y disfrutarlos.
- La habilidad para conformar un equipo empresarial con capacidades creativas e innovadoras, que permitan conseguir los recursos necesarios para realizar las actividades con altos estándares de calidad y excelencia.
- El deseo de asumir riesgos calculados en función a su experiencia y conocimientos.
- La capacidad para tomar decisiones a pesar de la incertidumbre.

2.3. Definiciones Conceptuales

Los siguientes términos han sido cogidos del texto de (Weinberger Villaran, 2009) **Planes de Negocios de la Serie MYPE COMPETITIVA DE USAID:**

- **Alianza estratégica**: Consiste en establecer una relación o vínculo entre dos o más personas o empresas, que comparten sus recursos a fin de trabajar juntas para conseguir un beneficio mutuo. Esta forma de cooperación permite a las empresas establecer acuerdos comerciales (compra o venta de productos o materia prima), adaptarse a los cambios tecnológicos y reducir la incertidumbre en mercados nuevos.
- **Asociación**: Grupo de personas, instituciones o empresas que voluntariamente se organizan y actúan conjuntamente para alcanzar un fin común.
- **Benchmarking**: Es el proceso continuo y sistemático de evaluar las prácticas y procesos de una empresa, para compararlos con otras empresas que se encuentran en mejor posición, con la finalidad de adaptar dichas ventajas a las necesidades de la empresa. Este es un proceso de aprendizaje y evaluación continuos. Bienes sustitutos: Son aquellos que, aunque diferentes entre sí, pueden satisfacer la misma necesidad del consumidor. Ejemplos de bienes sustitutos son el té y el café, la carne de ave y la carne de vacuno, un pasaje en bus y un pasaje en tren.
- **Cliente potencial**: Se refiere al cliente que conociendo o no el producto o servicio de una empresa probablemente consumiría el producto o servicio si lo conociera.
- **Competencia**: Es el conjunto de empresas que producen o elaboran productos o servicios similares o sustitutos a los que desarrolla una determinada empresa. Se denomina competidor directo a aquel que produce el mismo producto o servicio para el mismo mercado objetivo,

satisfaciendo la misma necesidad del cliente. Competitividad: Es la capacidad de atraer, generar y/o desarrollar las capacidades y talentos necesarios en una empresa, para lograr altos niveles de productividad que permitan a la empresa generar ventajas frente a la competencia.

- **Curva de aprendizaje**: Se refiere al tiempo que toda empresa requiere para que sus operaciones se desarrollen de manera eficiente. La experiencia y el conocimiento reducen la curva de aprendizaje de toda empresa.
- **Eficacia:** Capacidad de alcanzar las metas establecidas, es decir, la medición del grado de cumplimiento de los objetivos planteados sin considerar necesariamente los recursos disponibles para ellos.
- **Eficiencia**: Capacidad para lograr los objetivos optimizando los recursos disponibles, es decir, utilizando un mínimo de recursos.
- **Innovación**: Desarrollo y aplicación de nuevas técnicas, procesos o ideas que significan un cambio o transformación positivos en un producto o servicio y que son validados por el mercado
- **Merchandising**: Material empleado para publicitar y difundir un producto o servicio en diferentes puntos de venta. Este material sirve para informar e influir sobre las decisiones de compra del consumidor. Emplea como soporte: productos, mobiliarios y accesorios diversos. Entre los productos de merchandising más empleados se tienen: llaveros, polos, vasos, tazas, lapiceros, USB y juguetes que llevan el logo de la empresa u organización.
- **Misión**: Es la razón de ser de la empresa, la finalidad para la que fue creada. Se suele definir como una síntesis de los objetivos fundamentales, las acciones que se realizan, las personas a quienes se dirige y el cómo, dónde y porqué se realizan las acciones.

- **Redes empresariales**: tipo de alianza estratégica entre personas, empresas u organizaciones, que mantienen su independencia y autonomía, pero que se articulan para potenciar sus capacidades, obtener economías de escala, mejorar su poder de negociación, acceder a servicios complementarios y lograr un mejor desarrollo en el mercado.
- **Sinergia:** Suma o integración de esfuerzos, elementos, conocimientos, habilidades y herramientas de un grupo de personas, empresas u organizaciones con el fin de alcanzar un objetivo superior.
- **Visión**: Es el propósito a largo plazo que desea alcanzar la empresa u organización. Es la fotografía del futuro, la dirección hacia la cual se desea ir. Debe ser compartida por todos los miembros de la empresa u organización

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

El programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017

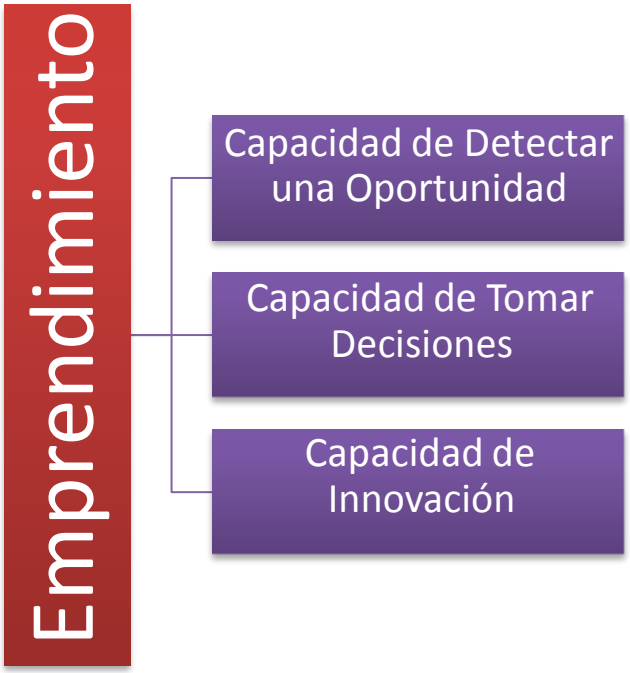
2.4.2. Hipótesis Específicos

- Las capacitaciones de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017
- Las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017
- Las promociones de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017

2.5. Sistema de Variables

2.5.1. Variable Independiente

2.5.2. Variable Dependiente



2.6. Operacionalización de Variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Item´s
Programas de Apoyo Empresarial de Produce	Capacitación	Necesidad	Requirió usted de alguna capacitación de Produce? Con qué frecuencia requirió usted estas capacitaciones?
		Evaluación	¿Evaluaron su participación en las capacitaciones? ¿En qué momento fueron las evaluaciones?
	Asistencia Técnica	Diagnostico	Participo de alguna asistencia técnica? Realizó un diagnóstico antes de la asistencia técnica? Considera que la asistencia técnica fue útil?
		Intervención	La Intervención en la asistencia técnica fue en equipo o reducida a una sola persona? la asistencia fue en el mismo local?
	romoción	Ferias	Participo usted en ferias promovidas por PRODUCE? En qué consistió su participación?
		Misiones	Participo usted en misiones comerciales? Con qué frecuencia ¿participo en las misiones?

		Rueda de Negocios	participo usted en alguna rueda de negocio organizada por Produce? considero importante su participación en la rueda de negocio?
Emprendimiento	Capacidad de Detectar una oportunidad	Visión	considera que el apoyo de PRODUCE le ayudo a tener una mejor visión para detectar algún negocio? considera que es necesario el apoyo de PRODUCE para tener visión en los negocios?
		Motivación	Los programas de Produce Motivan a poner algún tipo de negocio?
	Capacidad de tomar una decisión	Experiencia	Los programas de apoyo de Produce le ayudan a tener experiencia en la toma decisiones?
		Conocimiento	Los programas de Apoyo les enseñan el proceso de toma de decisiones?
	Capacidad de Innovación	Mejoras	¿Los programas de apoyo de Produce le apoyaron para hacer mejoras a su producto o servicio?
		Nuevos productos	¿Los programas de Apoyo de Produce le ayudaron a diseñar nuevos productos?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación (Hernandez Sampieri, 2006). Ello a partir de la caracterización de los componentes que integran cada uno de ellos sustentados en la operacionalización de variables.

3.1.1. Enfoque

El presente estudio es de enfoque cuantitativo (Hernandez Sampieri, 2006) ya que requiere que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, participantes que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos, de este conjunto de pasos llamado investigación cuantitativa, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación: Las hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos y la recolección de datos se fundamenta en la medición. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos. Dicho de otra manera las mediciones se transforman en valores numéricos (Datos cuantificables) que se analizan por medio de la estadística.

3.1.2. Alcance o Nivel

El nivel de la investigación es DESCRIPTIVO (Hernandez Sampieri, 2006) dónde se describe intencionalmente la variable independiente (Programas de apoyo empresarial) para ver su influencia en la variable dependiente (emprendimiento). Este tipo de estudio nos permite enumerar como los programas de apoyo empresarial del Ministerio de la Producción se relacionan con el emprendimiento de Huánuco.

3.1.3. Diseño

No experimental – transeccional o transversal, de tipo correlacional – causal (Hernandez Sampieri, 2006). La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal cual, y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. De hecho, no hay condiciones o estímulos los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad. Los diseños no experimentales transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede; por otro lado los diseños no experimentales – transeccional de tipo correlacional – causal son diseños que describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado mediante el siguiente esquema (Hernandez Sampieri, 2006):

$$X_1 _____ Y_2$$

3.2. Población y Muestra

La población está determinada por la cantidad de emprendedores registrados en los programas de apoyo empresarial del Ministerio de Producción. N = 7845.

3.2.1. Muestra

La muestra es probabilística en virtud de que la muestra es recogida en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionadas.

Se necesitó recurrir a la siguiente fórmula para obtener la muestra de estudio:

Hallando tamaño de la muestra (n)

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

N = 7845	Población estimada de clientes al mes
Z = 1.96	Nivel de confianza de 0.95
p = 0.5	Proporción estimada
q = 0.5	Probabilidad desfavorable
e = 0.05	Margen de error

Aplicando:

$$n = \frac{(1.96)^2 \ (0.5) \ (0.5) \ (7845)}{(7845-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 \ (0.5)(0.5)} = 366$$

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las Técnicas que se van usar son las siguientes:

Técnicas	Instrumento	Finalidad
Encuesta	Cuestionario dirigido emprendedores	Para determinar la participación y utilidad de los programas de apoyo en sus iniciativas emprendedoras.
Entrevista	Guía de entrevista dirigido al representante del ministerio de Producción	Para determinar la finalidad de las actividades de emprendimiento de sus programas.

Elaboración: Propia

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Técnicas	Uso
Software SPSS	Para el procesamiento de las encuestas a los emprendedores
Software EXCEL	Para el diseño y presentación de gráficos de barras.
Software Ms Office	Para el Procesamiento de la información secundaria y formulación del informe final de la tesis.
Software Ms Power Point	Para la presentación del informe final de la tesis durante la sustentación.

Elaboración: Propia

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados

Son 7845 pequeñas empresas que se encuentran inscritas en la agenda de los programas del Ministerio de Producción. La finalidad de sus programas es potenciar sus capacidades, fortalecer aspectos comerciales para tener una mejor posición en el mercado. En ese sentido se ha trabajado la aplicación de encuestas tomando en cuenta una muestra significativa de 366 negocios que han tenido participación en las diferentes actividades que hizo el Ministerio a través de su sectorista.

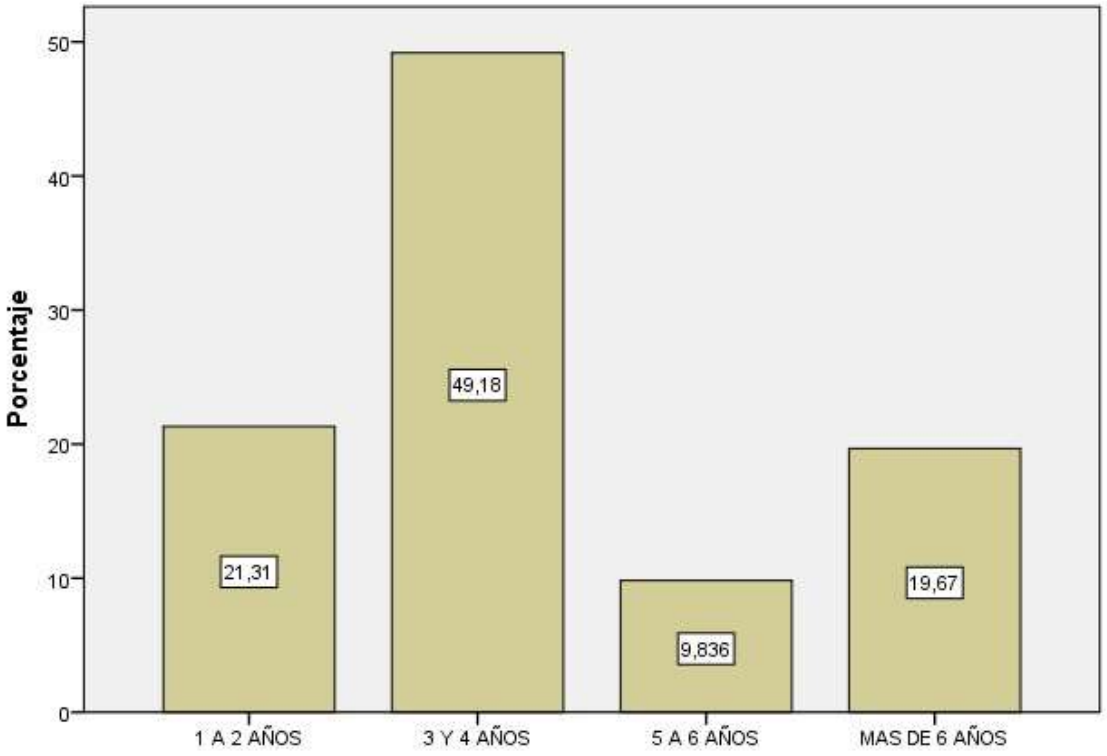
En el Cuadro y Gráfico Nº01 podemos observar que de los negocios encuestados el 21.3% tiene su emprendimiento entre uno a dos años, el 49% entre 3 a 4 años, 9.8% entre cinco y seis años, y 19.7% más de 6 años. Algunas de las empresas que hemos entrevistado fueron Bayas Peruanas, Andeand Food, Kata, Vale Vale, Ma Fruta a don Willy Huasco, Pollería Mario, y muchos otros de diferentes sectores obtenidos de la lista del sectorista del Ministerio de la Producción. Los instrumentos fueron aplicados las tercera, cuarta semana de octubre, y la primera del mes de noviembre del presente año.

CUADRO Nª01
¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENE USTED UN EMPRENDIMIENTO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 A 2 AÑOS	78	21,3	21,3	21,3
	3 Y 4 AÑOS	180	49,2	49,2	70,5
	5 A 6 AÑOS	36	9,8	9,8	80,3
	MAS DE 6 AÑOS	72	19,7	19,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª01
¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENE USTED UN EMPRENDIMIENTO?



CUADRO Nª01 ¿HACE CUANTO TIEMPO TIENE USTED UN EMPRENDIMIENTO?

En las siguientes secciones presentamos la respuesta al análisis hecho a las dimensiones de cada una de las variables estudiadas. Por la variable Programas de Apoyo Empresarial de PRODUCE tenemos las siguientes dimensiones: capacitación, asistencia técnica, promoción. Por el lado de la variable dependiente tenemos emprendimiento: capacidad para detectar oportunidades, capacidad para tomar una decisión, capacidad de innovación.

Se destaca en el análisis la opinión de los emprendedores frente a estos programas que viene organizando Ronal Truyenque en la ciudad de Huánuco. es importante mencionar que estos no consideran las actividades programadas por PROMPERU, la dirección de Producción, Cámara de Comercio y otros similares, que desarrollan actividades en el mismo sentido.

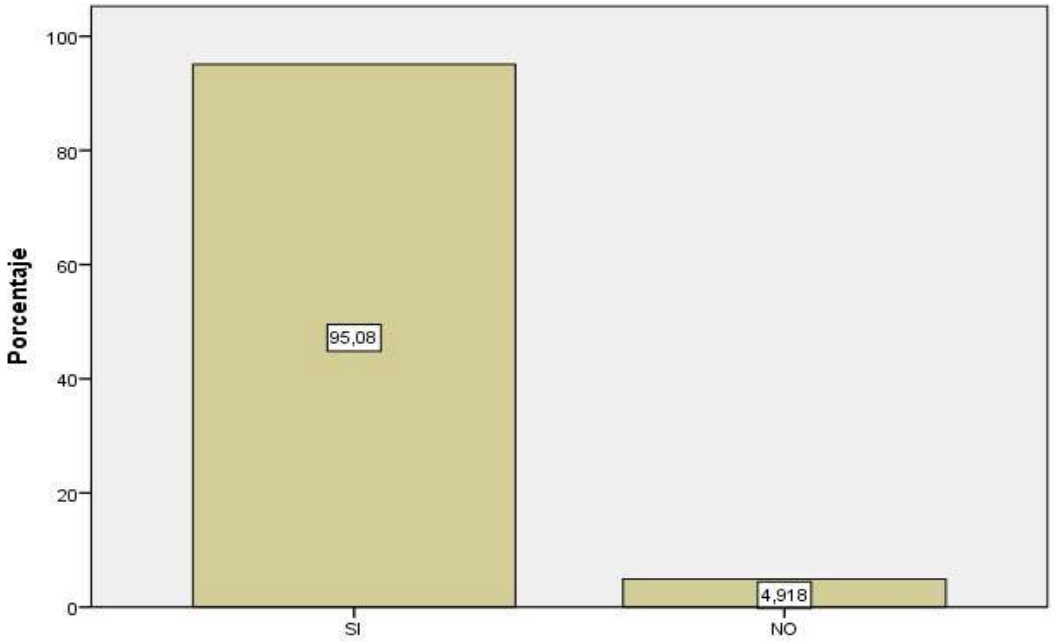
4.1.1. Análisis de las capacitaciones Realizadas por el Ministerio de la Producción a los Emprendedores

CUADRO Nª02
¿REQUIRIÓ USTED DE ALGUNA CAPACITACIÓN DE PRODUCE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	348	95,1	95,1	95,1
	NO	18	4,9	4,9	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª02
¿REQUIRIÓ USTED DE ALGUNA CAPACITACIÓN DE PRODUCE?



CUADRO Nª02 ¿REQUIRIO USTED DE ALGUNA CAPACITACION DE PRODUCE?

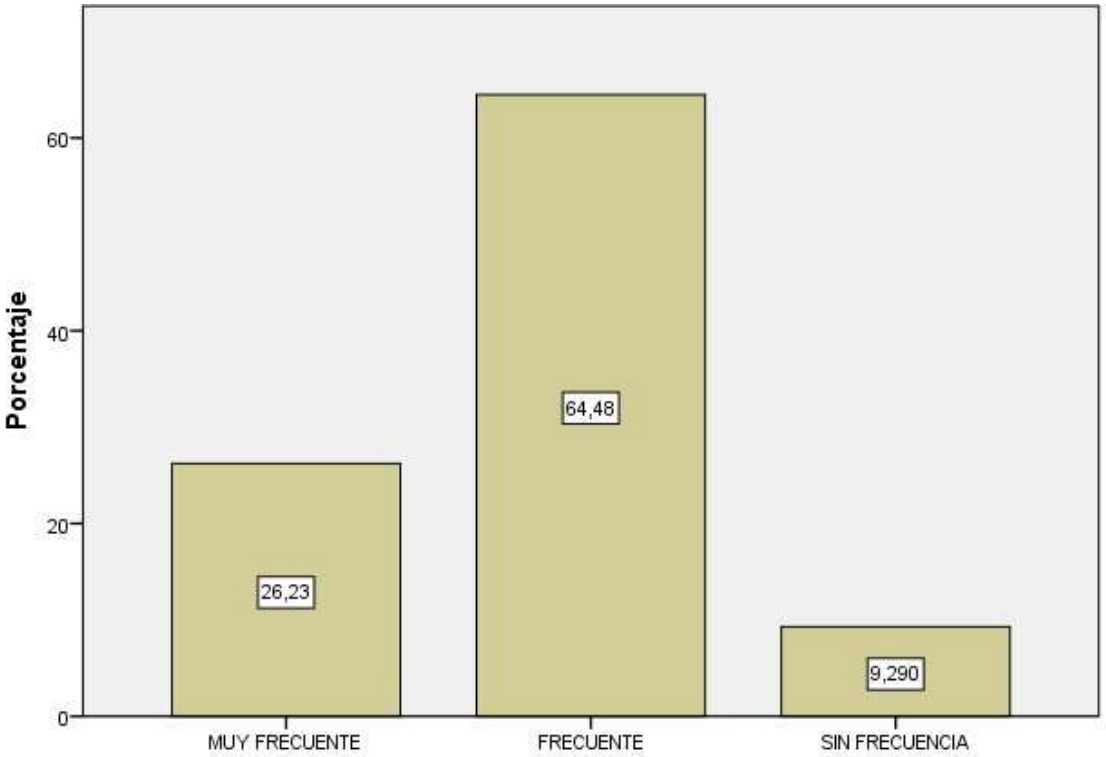
En el Cuadro anterior podemos observar que el 95.08% de los encuestados ha requerido en algún momento capacitaciones del Ministerio de Producción – Produce. 4.9% Manifestó que no han requerido, sin embargo, sostienen que han participado de ellas dado el interés en los temas que se vertían. Un aspectos fundamental de estas capacitaciones es que estás tienen invitación directa a través de medios escritos, redes sociales, y otros que garantizan la participación de los emprendedores en estos programas.

CUADRO Nª03
¿CON QUÉ FRECUENCIA REQUIRIÓ USTED ESTAS CAPACITACIONES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY FRECUENTE	96	26,2	26,2	26,2
	FRECUENTE	236	64,5	64,5	90,7
	SIN FRECUENCIA	34	9,3	9,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª03
¿CON QUE FRECUENCIA REQUIRIÓ USTED ESTAS CAPACITACIONES?



CUADRO Nª03 ¿CON QUE FRECUENCIA USTED ESTA EN CAPACITACIONES?

En el cuadro anterior podemos observar que la participación requerida en las capacitaciones fue muy frecuente 26.23%, 64% frecuente, y 9% sin frecuencia. En esta sección es importante advertir que estas capacitaciones organizadas por Produce se dan en temas específicos a requerimiento de alguna asociación empresarial especifica como la de Innovación en el caso de los agroindustriales, u otros temas que requieren los empresarios. Estas

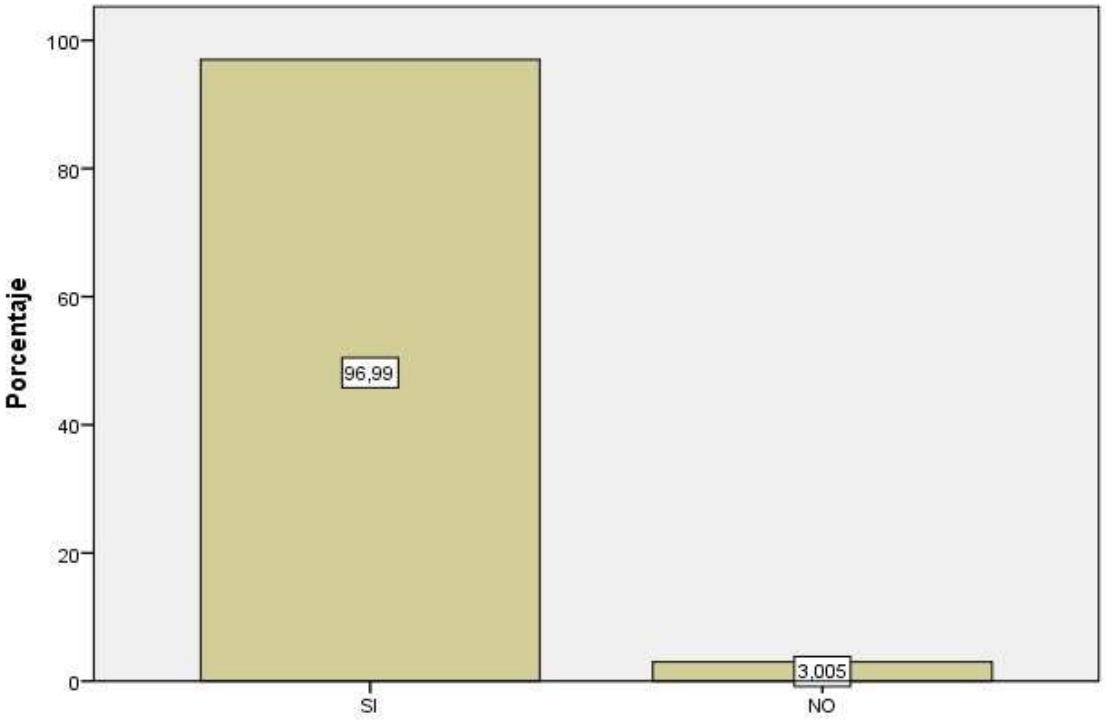
capacitaciones son permanentes, por lo que la posibilidad de que sea requerida es alta para el sectorista del Ministerio de la Producción.

CUADRO Nª04
¿EVALUARON SU PARTICIPACIÓN EN LAS CAPACITACIONES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	355	97,0	97,0	97,0
	NO	11	3,0	3,0	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª04
¿EVALUARON SU PARTICIPACIÓN EN LAS CAPACITACIONES?



CUADRO Nª04 ¿EVALUARON SU PARTICIPACION EN LAS CAPACITACIONES?

Una de las características de los trabajos de capacitación que organiza PRODUCE es la obligatoria evaluación a los participantes de estos programas. El 96.99% contesto que, si fueron evaluados, y el 3% que no fueron capacitados por que salieron antes de tiempo. Respecto a las evaluaciones estas se dieron en dos contextos, el primero de ellos está en torno al desempeño de los ponentes, la organización del evento y otros aspectos, otro criterio de la evaluación también es el conocimiento adquirido y la utilidad de lo

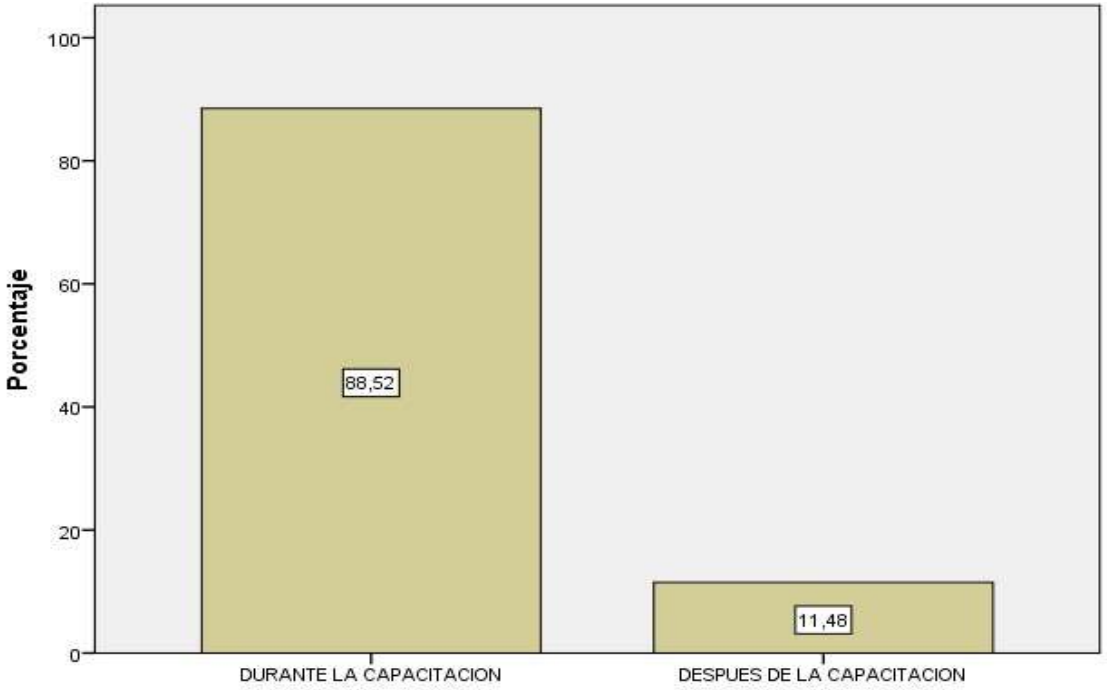
aprendido para sus negocios. Estas evaluaciones son hechas por personal que viene a monitorear desde la capital.

CUADRO Nª05
¿EN QUÉ MOMENTO FUERON LAS EVALUACIONES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DURANTE LA CAPACITACION	324	88,5	88,5	88,5
	DESPUES DE LA CAPACITACION	42	11,5	11,5	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª05
¿EN QUÉ MOMENTO FUERON LAS EVALUACIONES?



CUADRO Nª05 ¿EN QUE MOMENTO FUERON LAS EVALUACIONES?

Respecto a las evaluaciones, estas son aplicadas el mismo día de la capacitación, puesto que es la única manera de contar con la opinión de los participantes. Es por ello que los participantes reconocen esas evaluaciones durante la misma capacitación 88.52%, y el 11.48% sostuvo que fueron evaluados después de las capacitaciones. Estas evaluaciones fuera de las capacitaciones estuvieron a cargo del mismo sectorista del ministerio. Es

importante mencionar que los resultados de las capacitaciones son fundamentales para que el ministerio siga programando en la ciudad.

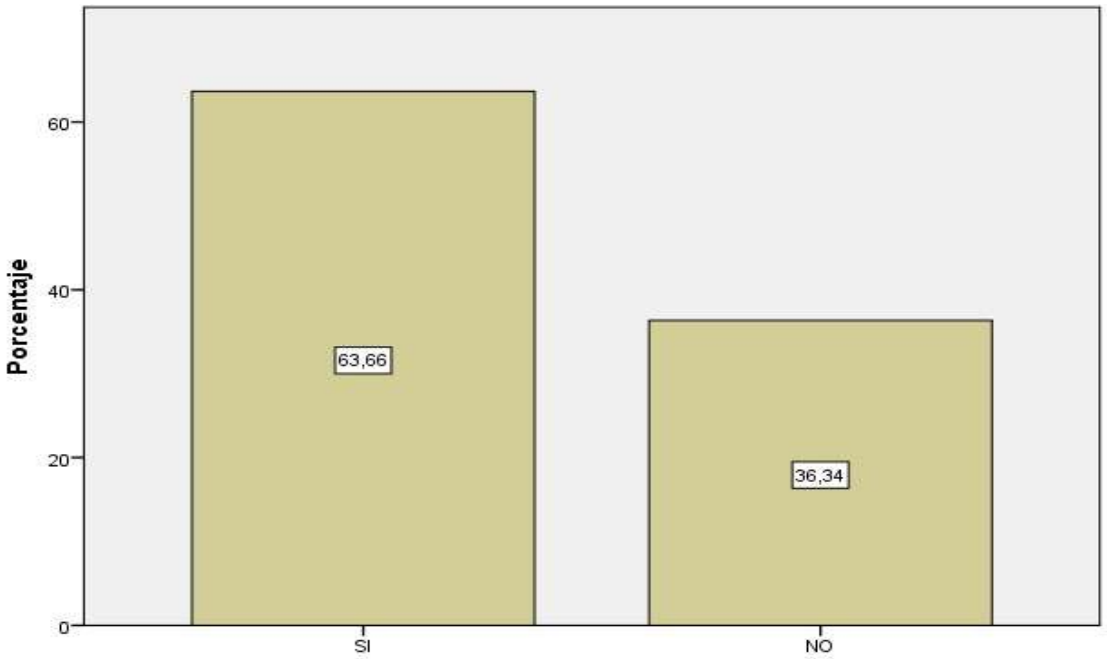
4.1.2. Análisis de la Asistencia Técnica Realizadas por el Ministerio de la Producción a los Emprendedores

CUADRO Nª06
¿PARTICIPÓ DE ALGUNA ASISTENCIA TÉCNICA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	233	63,7	63,7	63,7
	NO	133	36,3	36,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª06
¿PARTICIPÓ DE ALGUNA ASISTENCIA TÉCNICA?



CUADRO Nª06 ¿PARTICIPO DE ALGUNA ASISTENCIA TECNICA?

Otro de los programas del Ministerio de Producción en Huánuco, es la asistencia técnica, esto se da en el sentido de que las empresas estén agrupadas en asociaciones, por ejemplo los agroindustriales, la de hoteles y restaurantes, el 63.66% de encuestados manifestó que si participaron de las asistencias técnicas, y el 36% que no participo. Respecto a los temas de asistencia técnica son BPM, HCCP en el caso de los agroindustriales, y

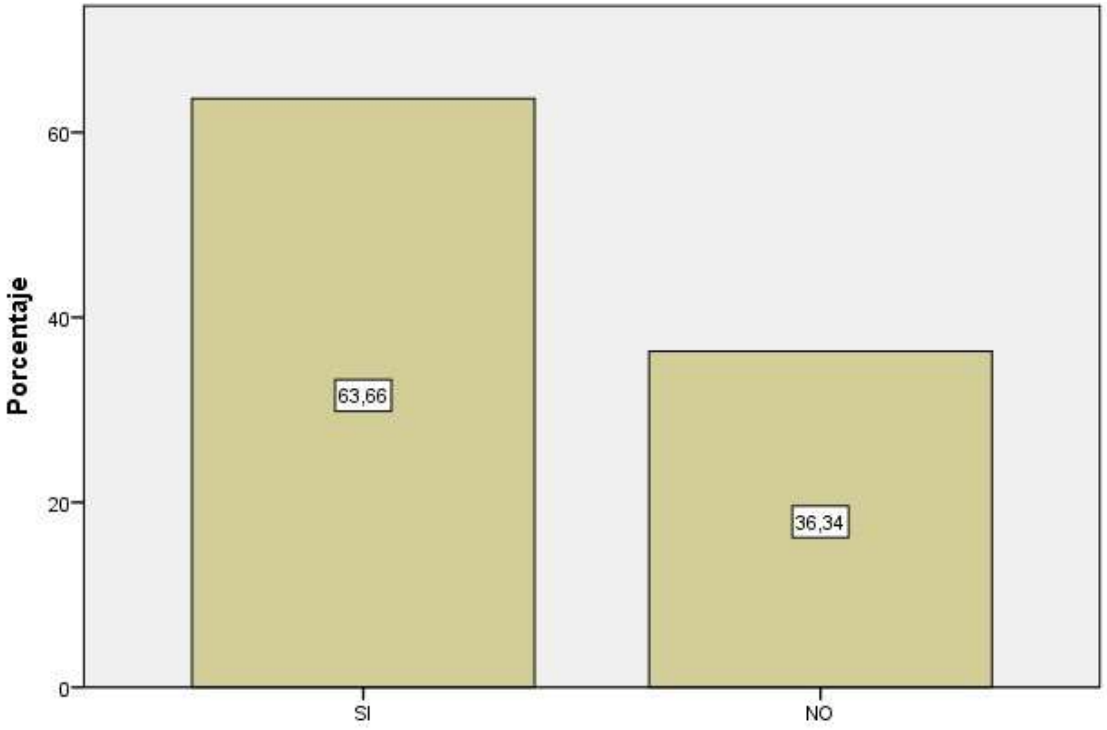
comercialización. Los profesionales son de la capital y la inversión de PRODUCE supera los S/. 15000.

CUADRO Nª07
¿REALIZÓ UN DIAGNÓSTICO ANTES DE LA ASISTENCIA TÉCNICA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	233	63,7	63,7	63,7
	NO	133	36,3	36,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª07
¿REALIZO UN DIAGNOSTICO ANTES DE LA ASISTENCIA TECNICA?



CUADRO Nª07 ¿REALIZO UN DIAGNOSTICO ANTES DE LA ASISTENCIA TECNICA?

Una de las características para desarrollar la asistencia técnica, es el, diagnóstico previo que se tiene que hacer para poder determinar el problema que se va atender. En ese sentido, el 63.33 de las empresas sí estuvieron expuesto al desarrollo de este diagnóstico, y el 36% no llego hacerse, por lo que no han requerido la asistencia técnica. Está asistencia consiste en la evaluación interna y externa de la actividad empresarial del beneficiario, por lo

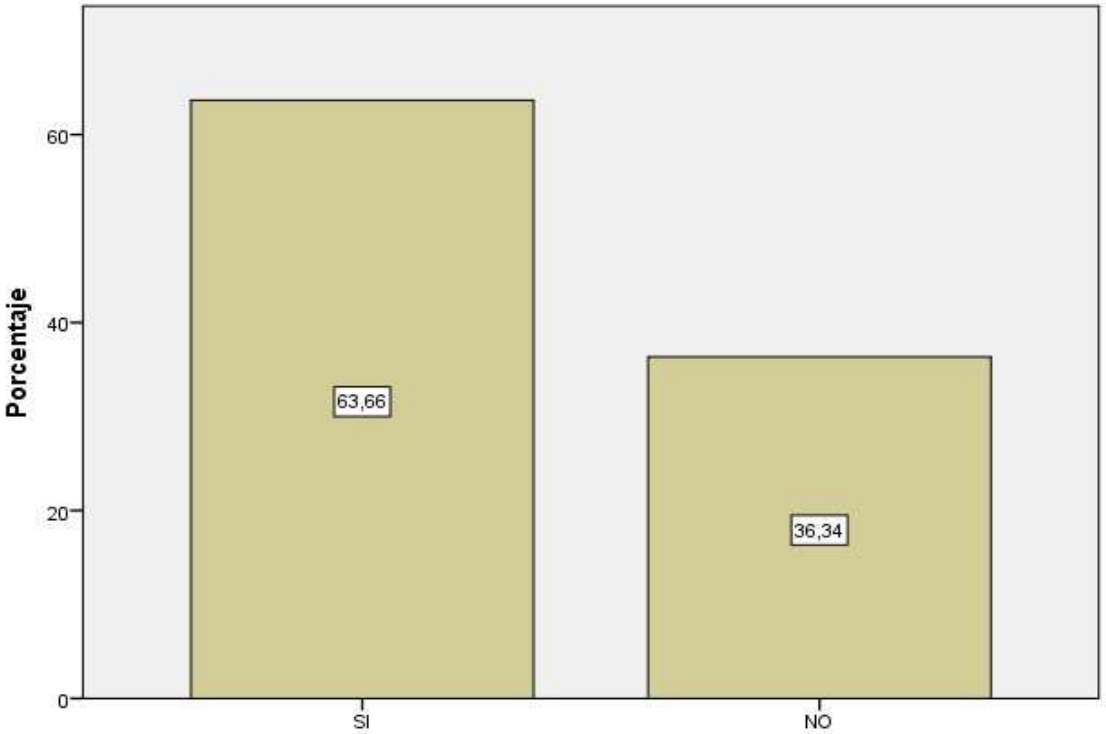
general es desarrollado con el apoyo de formatos de asistencia técnica que el ministerio otorga, esto es fundamental para la prestación del servicio de parte de PRODUCE.

CUADRO Nª08
¿CONSIDERA QUE LA ASISTENCIA TÉCNICA FUE ÚTIL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	233	63,7	63,7	63,7
	NO	133	36,3	36,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª08
¿CONSIDERA QUE LA ASISTENCIA TÉCNICA FUE ÚTIL?



CUADRO Nª08 ¿CONSIDERA QUE LA ASISTENCIA TECNICA FUE UTIL?

La principal característica de la asistencia técnica desarrollada por PRODUCE, fue la intervención en los problemas comunes que la asociación presentaba, en ese sentido, el objetivo de esta asistencia busca brindar soluciones comunes a los problemas identificados. En ese sentido, el 63.33% de encuestado considera que es fundamental la asistencia técnica siendo útil para los participantes. Quienes manifestaron que no es útil, son los que no han

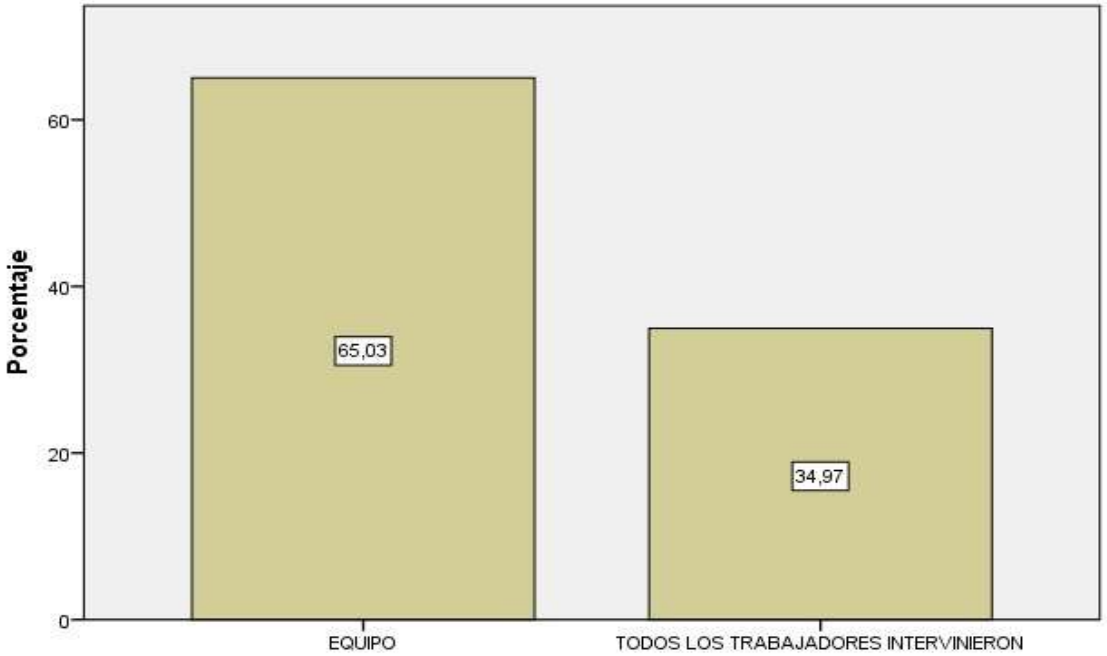
participado en estas asistencias técnicas. Una de las metas que tiene el programa es lograr que las empresas mejoren sus competencias para comercializar mejor sus productos.

CUADRO Nª09
¿LA INTERVENCIÓN EN LA ASISTENCIA TÉCNICA FUE EN EQUIPO O REDUCIDA A UNA SOLA PERSONA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EQUIPO	238	65,0	65,0	65,0
	TODOS LOS TRABAJADORES INTERVINIERON	128	35,0	35,0	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª09
¿LA INTERVENCIÓN EN LA ASISTENCIA TÉCNICA FUE EN EQUIPO O REDUCIDA A UNA SOLA PERSONA?



CUADRO Nª09 ¿LA INTERVENCION EN LA ASISTENCIA TECNICA FUE EN EQUIPO O REDUCIDA A UNA SOLA PERSONA?

Como hemos mencionado líneas arriba, la asistencia técnica es desarrollada por el ministerio a nivel de asociaciones, por lo que consultamos ello a los emprendedores, mencionándonos que todas las asistencias recibidas fueron en equipo 65%, así mismo, el 35% nos ha manifestado que fue individual solo

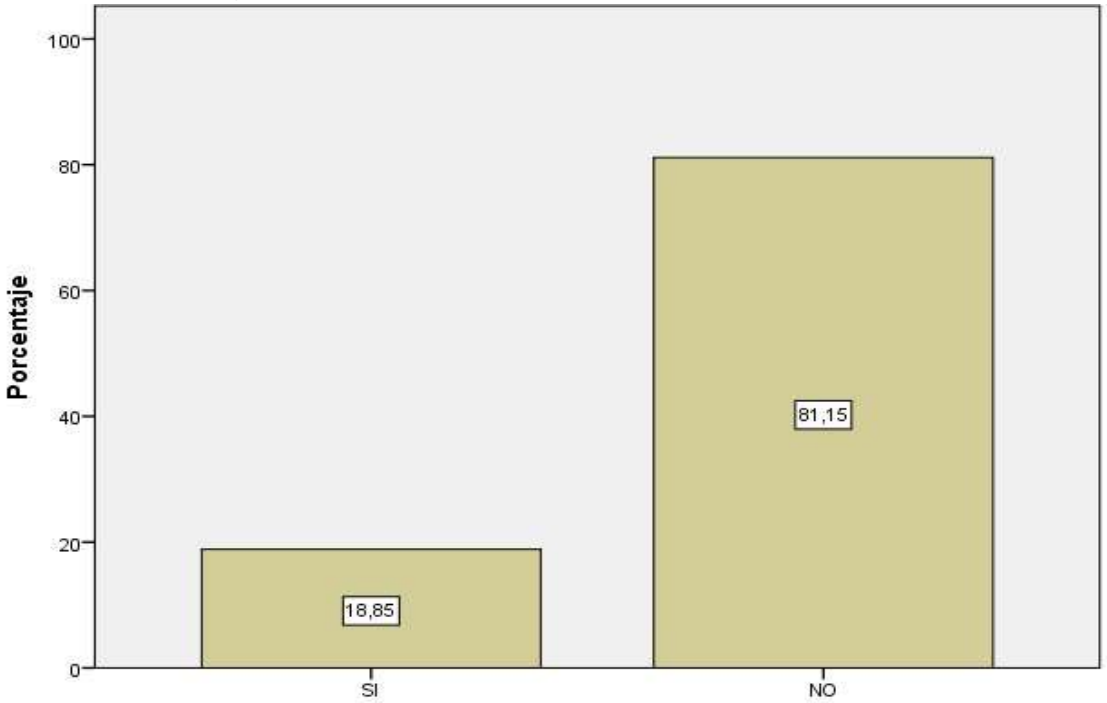
para el propietario y sus trabajadores. de esta forma garantiza el ministerio un mayor impacto entre los asistentes, por lo que, se busca la participación a las asistencias a un grupo de empresas.

CUADRO Nª10
¿LA ASISTENCIA FUE EN EL MISMO LOCAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	69	18,9	18,9	18,9
	NO	297	81,1	81,1	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª10
¿LA ASISTENCIA FUE EN EL MISMO LOCAL?



CUADRO Nª10 ¿LA ASISTENCIA FUE EN EL MISMO LOCAL?

Hemos consultado si la asistencia fue en el mismo local, verificando que estos fueron organizados en otros auditorios ajenos a la empresa. Así lo manifestó el 81.5% de emprendedores. El 18.85% manifestó que estos fueron organizados en el mismo local, estos específicamente a algunos industriales que solicitaron la asistencia a través del CITE PRODUCCION, programa del ministerio que se viene analizando. Las razones del porque se hicieron en estos lugares radican

en la necesidad de contar espacios amplios para poder hacer las demostraciones a todos los asistentes. Se usaron material logístico audiovisual, papelería, entregándosele a cada participante módulos de trabajo.

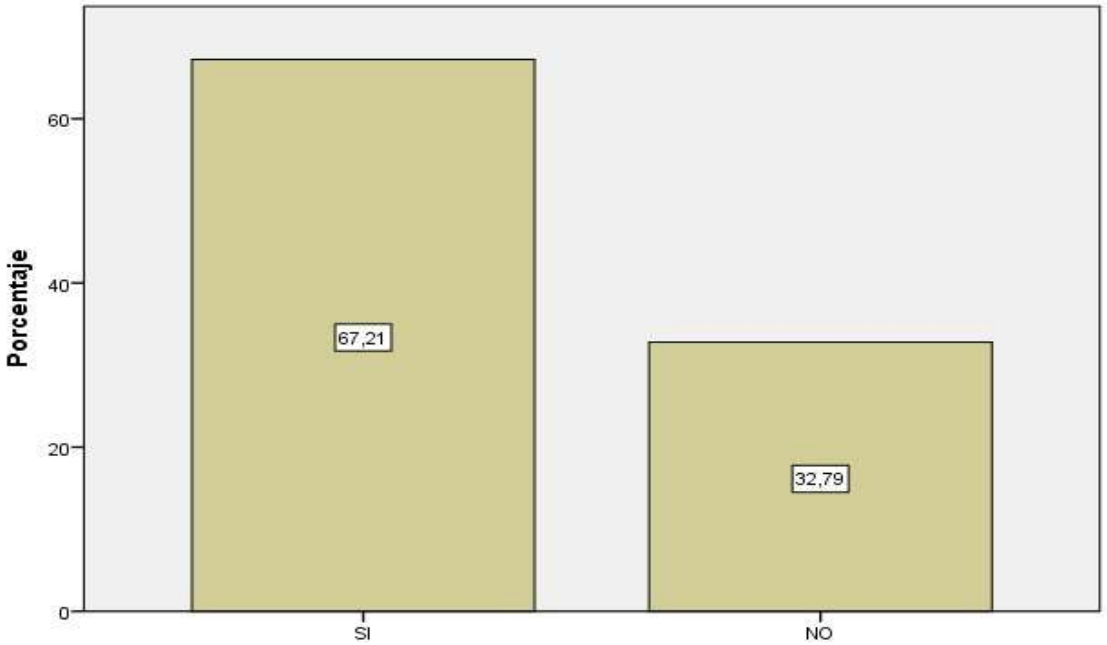
4.1.3. Análisis de la Promociones Realizadas por el Ministerio de la Producción a los Emprendedores

CUADRO Nª11
¿PARTICIPÓ USTED EN FERIAS PROMOVIDAS POR PRODUCE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	246	67,2	67,2	67,2
	NO	120	32,8	32,8	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª11
¿PARTICIPÓ USTED EN FERIAS PROMOVIDAS POR PRODUCE?



CUADRO Nª11 ¿PARTICIPO USTED EN FERIAS PROMOVIDAS POR PRODUCE?

Otro de los programas promovidos por el Ministerio de Producción son las ferias, al respecto podemos observar que el 67% participo en alguna feria organizada, como el EXPOAMAZONICA, la desarrollada en Chanchamayo junto con la Municipalidad de Pasco, y otros similares. La finalidad fue exponer los productos de los emprendedores huanuqueños a gente que visita la feria. El

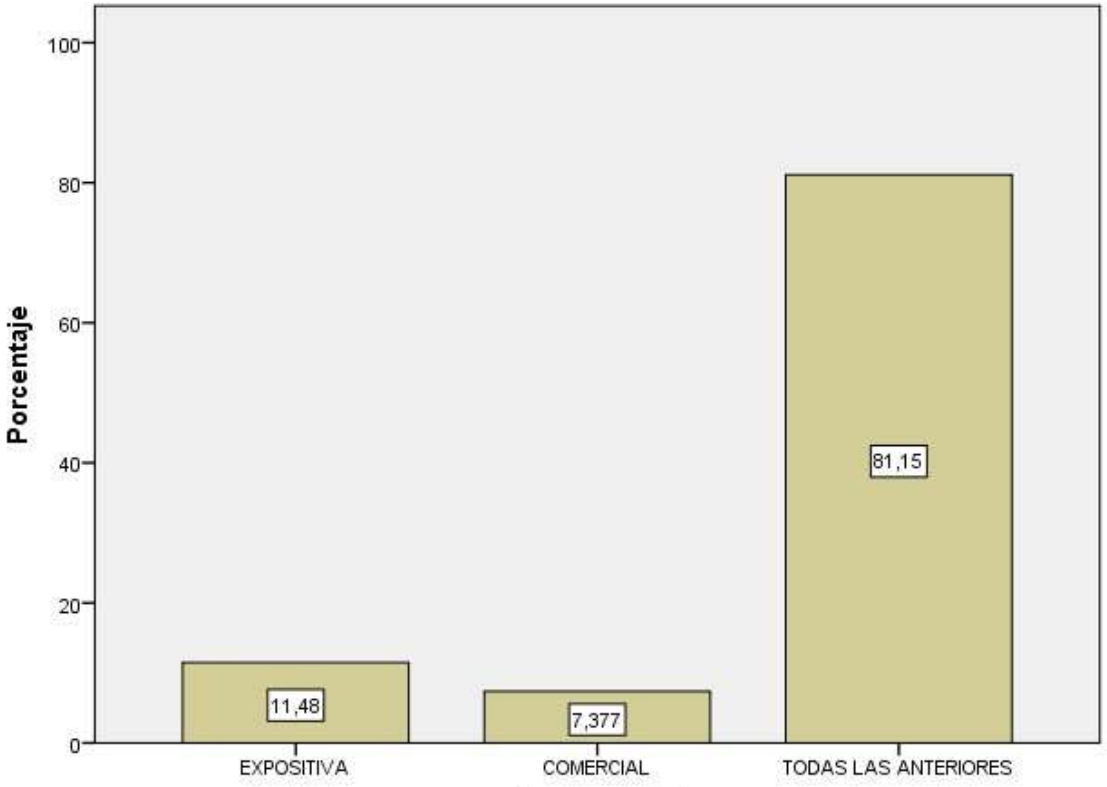
32% sostuvo que no participo de estas ferias, dado que estas fueron en lugares alejados y no contaban con los recursos necesarios para poder hacerlo.

CUADRO Nº12
¿EN QUÉ CONSISTIÓ SU PARTICIPACIÓN?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EXPOSITIVA	42	11,4	11,5	11,5
	COMERCIAL	27	7,4	7,4	18,9
	TODAS LAS ANTERIORES	297	80,9	81,1	100,0
	Total	366	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		367	100,0		

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nº12
¿EN QUÉ CONSISTIÓ SU PARTICIPACIÓN?



CUADRO Nº12 ¿EN QUÉ CONSISTIÓ SU PARTICIPACION?

Hay dos formas de participación las expositivas, donde el objetivo es poner en vitrina los productos a los potenciales compradores, y la segunda forma es el objetivo comercial, donde los participantes tienen como objetivo las ventas. El 11.48% participo de forma expositiva, y 7% comercial. Sin embargo, el 81%

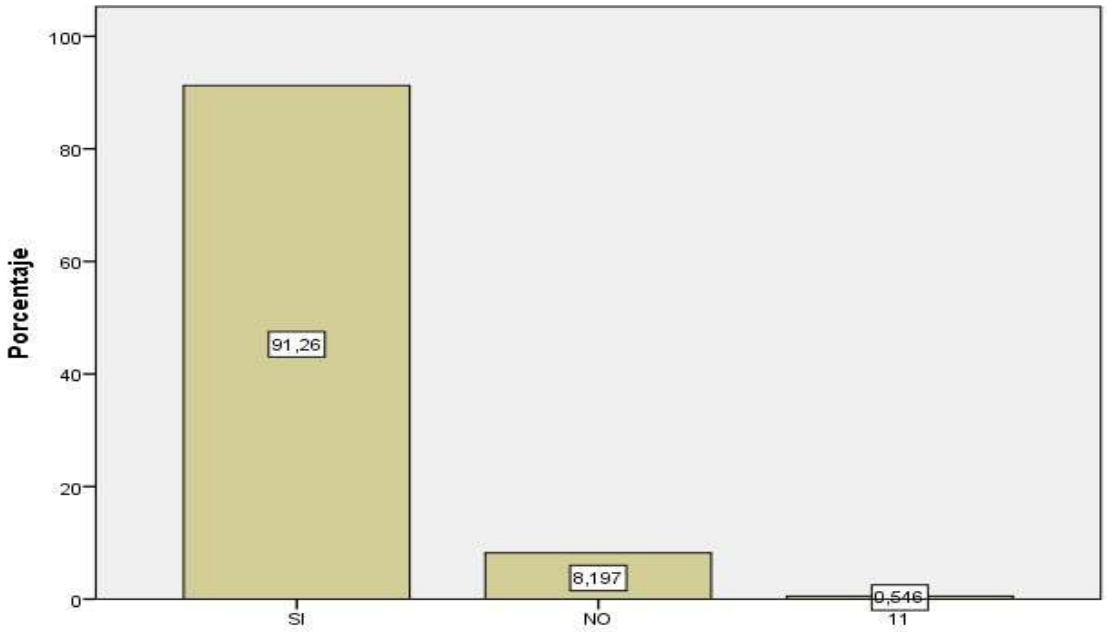
participo con ambos objetivos, dado que buscaban colocar sus productos y a la vez hacer marketing a través de su oferta.

CUADRO Nº13
¿PARTICIPÓ USTED EN MISIONES COMERCIALES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	334	91,0	91,3	91,3
	NO	30	8,2	8,2	99,5
	11	2	,5	,5	100,0
	Total	366	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		367	100,0		

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nº13
¿PARTICIPÓ USTED EN MISIONES COMERCIALES?



CUADRO Nº13 ¿PARTICIPÓ USTED EN MISIONES COMERCIALES?

En el año hay dos misiones comerciales que es promovido por el Ministerio. El Primero de ello es el organizado por FIAM en MANAO BRASIL, y el segundo es en la capital. Otras misiones más pequeñas que buscan fomentar el intercambio de experiencias. Al respecto en estas la participación se amplió a un gran número de empresarios. El 91% sostiene que si participo en estas misiones, y el 8% que no participaron en ninguna de ellas. Las misiones que promueve PRODUCE son con empresas nacionales o internacionales cuyos

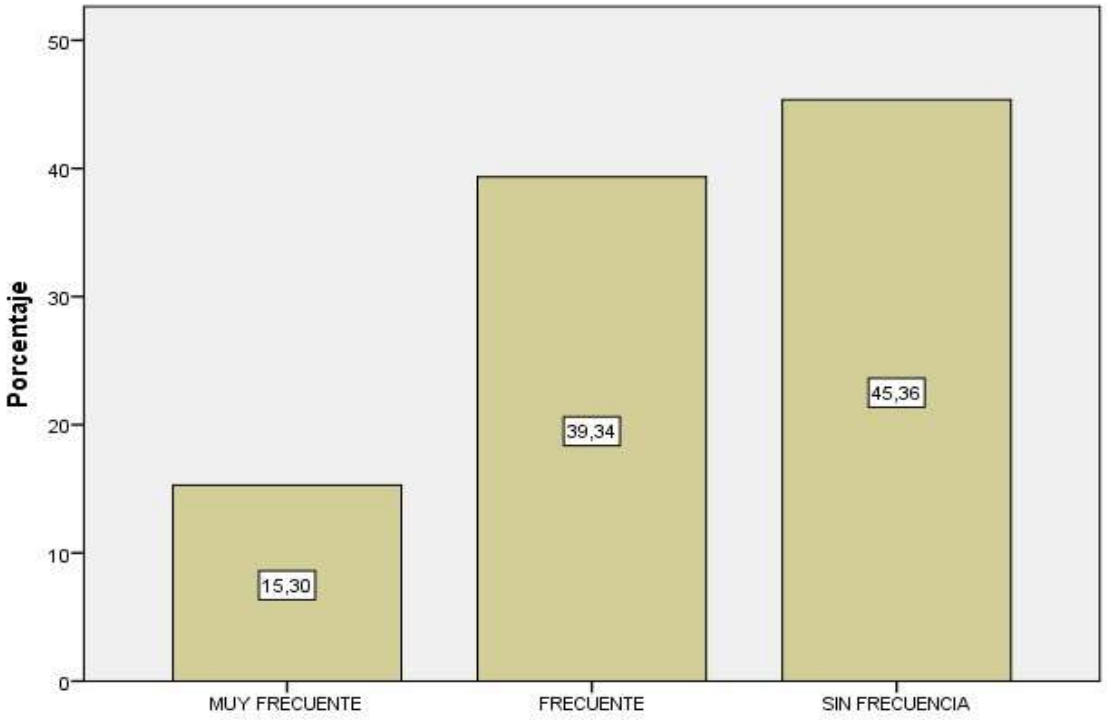
estándares de producción son los adecuados para ser replicados en este contexto.

CUADRO Nª14
¿CON QUÉ FRECUENCIA ¿PARTICIPÓ EN LAS MISIONES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY FRECUENTE	56	15,3	15,3	15,3
	FRECUENTE	144	39,2	39,3	54,6
	SIN FRECUENCIA	166	45,2	45,4	100,0
	Total	366	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		367	100,0		

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

CUADRO Nª14
¿CON QUÉ FRECUENCIA ¿PARTICIPÓ EN LAS MISIONES?



CUADRO Nª14 ¿CON QUE FRECUENCIA ¿PARTICIPO EN LAS MISIONES?

La participación en estas misiones fue frecuente 39%, y muy frecuente 15%, los que mencionaron este porcentaje son los que han asistido en más de una misión comercial organizada por PRODUCE en Huánuco. el 45% de ellos manifestó que su participación fue sin frecuencia dado que no tuvieron la oportunidad de reinscribir a su empresa para ser beneficiado de estos

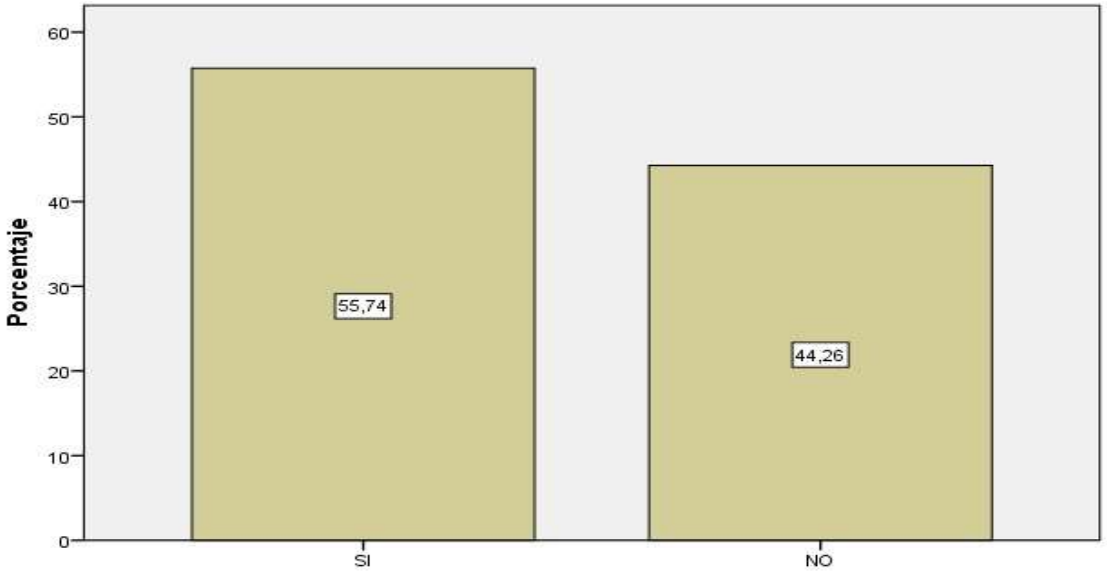
programas. El Ministerio de PRODUCCION fomenta la constante participación, sin embargo, hay misiones especializadas en temas como por ejemplo logística, producción, y otros.

CUADRO Nª15
¿PARTICIPÓ USTED EN ALGUNA RUEDA DE NEGOCIO ORGANIZADA POR PRODUCE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	204	55,6	55,7	55,7
	NO	162	44,1	44,3	100,0
	Total	366	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		367	100,0		

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª15
¿PARTICIPÓ USTED EN ALGUNA RUEDA DE NEGOCIO ORGANIZADA POR



CUADRO Nª15 ¿PARTICIPO USTED EN LAGUNA RUEDA DE NEGOCIO ORGANIZADA POR PRODUCE?

Uno de los eventos más importantes organizados por PRODUCE este año desde el ministerio fue la rueda de negocios, que convoco a 400 empresas vendedoras y compradores de Huánuco, la capital y el extranjero. Desarrollada en el Centro Recreacional Kotosh. Al respecto hemos consultado a los empresarios si llegaron a participar, y podemos observar que 55.7% si logro participar como ofertante en esta rueda de negocios, el 44% no pudo participar

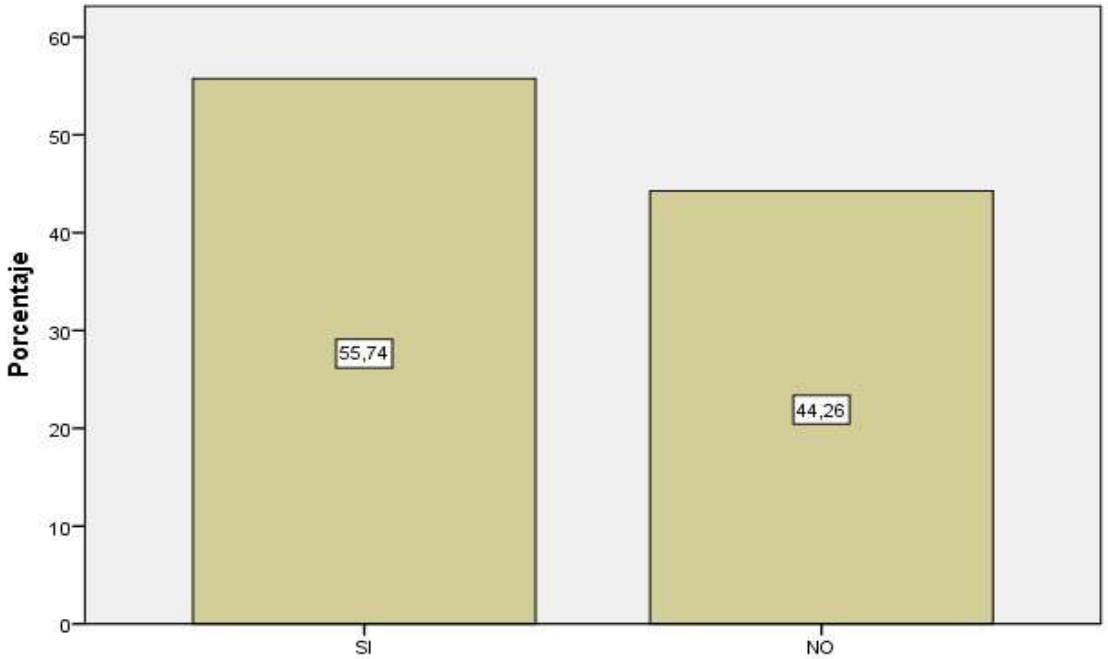
dado sus ocupaciones y la oportunidad de la convocatoria. Este evento fue exitoso a nivel regional, y tuvo una orientación de atención logística a la agroindustria, y agricultura, por lo que los sectores beneficiarios fueron ellos.

CUADRO Nª16
¿CONSIDERÓ IMPORTANTE SU PARTICPACIÓN EN LA RUEDA DE NEGOCIO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	204	55,6	55,7	55,7
	NO	162	44,1	44,3	100,0
	Total	366	99,7	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª16
¿CONSIDERÓ IMPORTANTE SU PARTICPACIÓN EN LA RUEDA DE NEGOCIO?



CUADRO Nª16 ¿CONSIDERO IMPORTANTE SU PARTICPACION EN LA RUEDA DE NEGOCIO?

La Rueda de Negocios organizada por PRODUCE tuvo una repercusión nacional, se pudo articular, ofertantes con demandantes de la ciudad de Huánuco con otras jurisdicciones. El 55.74% sostiene que su participación en la rueda de negocios fue importante dado que le permitió establecer contactos comerciales que pueden sumar para poder colocar sus productos a nivel nacional e internacional. El 44.26% que participo manifestó que no logro los resultados esperados puesto que las demandas de sus productos no coincidían

con la necesidad de compra, ello limito en gran medida aprovechar este espacio para articularse comercialmente.

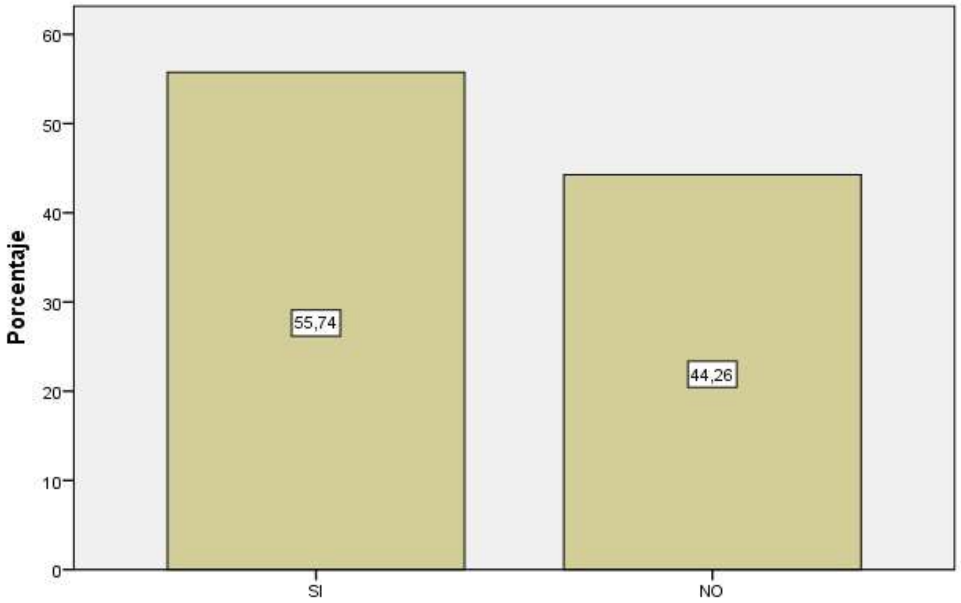
4.1.4. Capacidad de Detectar una Oportunidad de los emprendedores

CUADRO Nª17
¿CONSIDERA QUE EL APOYO DE PRODUCE LE AYUDÓ A TENER UNA MEJOR VISIÓN PARA DETECTAR ALGÚN NEGOCIO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	204	55,7	55,7	55,7
	NO	162	44,3	44,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nº17
¿CONSIDERA QUE EL APOYO DE PRODUCE LE AYUDÓ A TENER UNA MEJOR VISIÓN PARA DETECTAR ALGÚN NEGOCIO?



CUADRO Nª17 ¿CONSIDERA QUE EL APOYO DE PRODUCE LE AYUDO A TENER UNA MEJOR VISION PARA DETECTAR ALGUN NEGOCIO?

Habiendo descrito los programas que brinda PRODUCE, hemos consultado a los empresarios respecto a la utilidad que ha tenido en algunos aspectos, como, por ejemplo, si ellos consideran que el apoyo les ayudo a tener una mejor visión. Al respecto el 55.7% sostiene que si ayudo, dado que podían

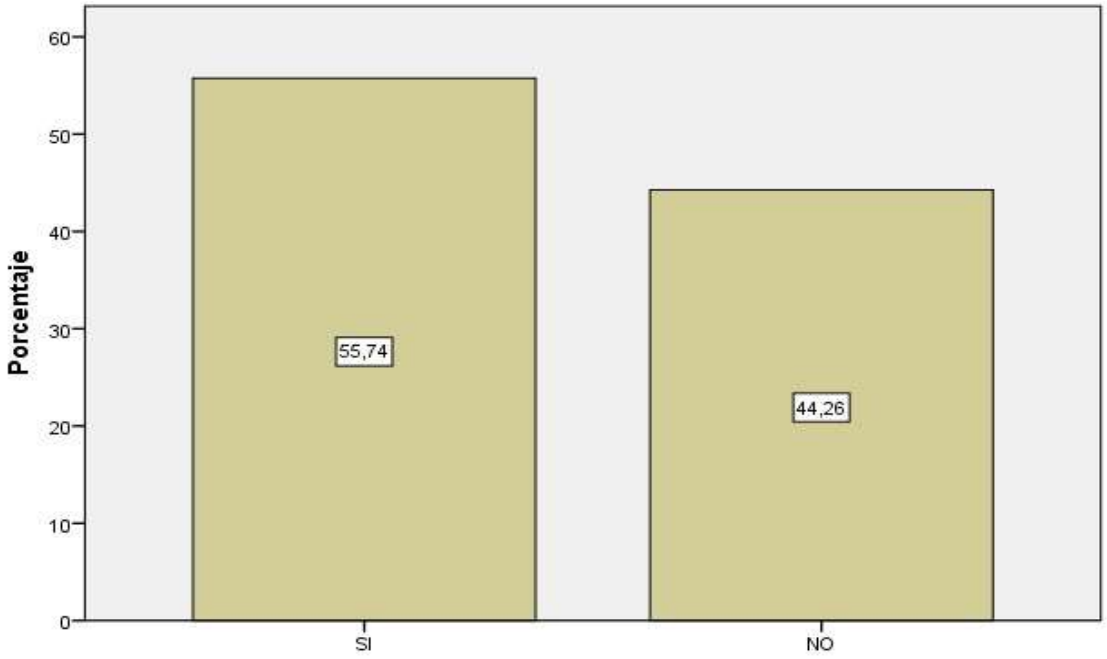
encontrar estrategias de desarrollo empresarial que podía permitir tener mejores elementos para ser más competentes en el mercado. El 44% sostuvo que no fue así, dado que ellos ya contaban con una línea estratégica desarrollada para sus negocios.

CUADRO Nª18
¿CONSIDERA QUE ES NECESARIO EL APOYO DE PRODUCE PARA TENER VISION EN LOS NEGOCIOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	204	55,7	55,7	55,7
	NO	162	44,3	44,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª18
¿CONSIDERA QUE ES NECESARIO EL APOYO DE PRODUCE PARA TENER VISIÓN EN LOS NEGOCIOS?



CUADRO Nª18 ¿CONSIDERA QUE ES NECESARIO EL APOYO DE PRODUCE PARA TENER VISION EN LOS NEGOCIOS?

Si bien es cierto este trabajo es propio de los empresarios, es necesario entender que como filosofía técnica desarrollada en grandes corporaciones requiere una asistencia para su adaptación en los pequeños negocios locales, en ese sentido, el 55.7% manifestó que es necesario el apoyo de PRODUCE

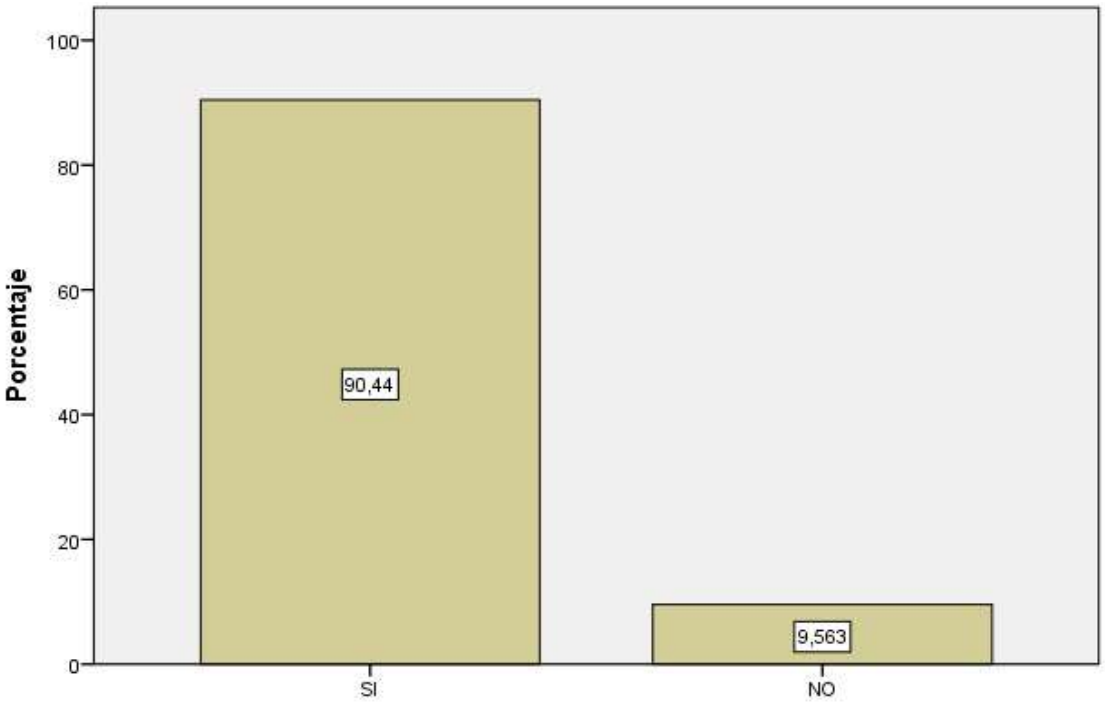
para poder establecer esta visión en un contexto con muchas oportunidades, en ese sentido, los trabajos han ayudado hasta la fecha. El 44% de empresarios encuestados han manifestado que este trabajo fue desarrollado por ellos mismo en el entorno de su propio negocio, sin embargo, la labor de PRODUCE complemento esta tarea.

CUADRO Nª19
¿LOS PROGRAMAS DE PRODUCE MOTIVAN A PONER ALGÚN TIPO DE NEGOCIO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	331	90,4	90,4	90,4
	NO	35	9,6	9,6	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª19
¿LOS PROGRAMAS DE PRODUCE MOTIVAN A PONER ALGÚN TIPO DE NEGOCIO?



CUADRO Nª19 ¿LOS PROGRAMAS DE PRODUCE MOTIVAN A PONER ALGUN TIPO DE NEGOCIO?

Estos programas organizados por produce tienen la finalidad de fomentar la actividad empresarial, por ello buscan fortalecer capacidades de los

emprendedores para que puedan detectar oportunidades y se sientan motivados por el trabajo que hacen. En ese sentido. El 90% de empresarios encuestados ha reconocido que efectivamente los empresarios ven como motivador el apoyo que les da PRODUCE, y el 9.56% que no se siente motivados. Al respecto, debemos precisar que el sectorista es quien hace el seguimiento al impacto emocional que tienen los programas en las empresas.

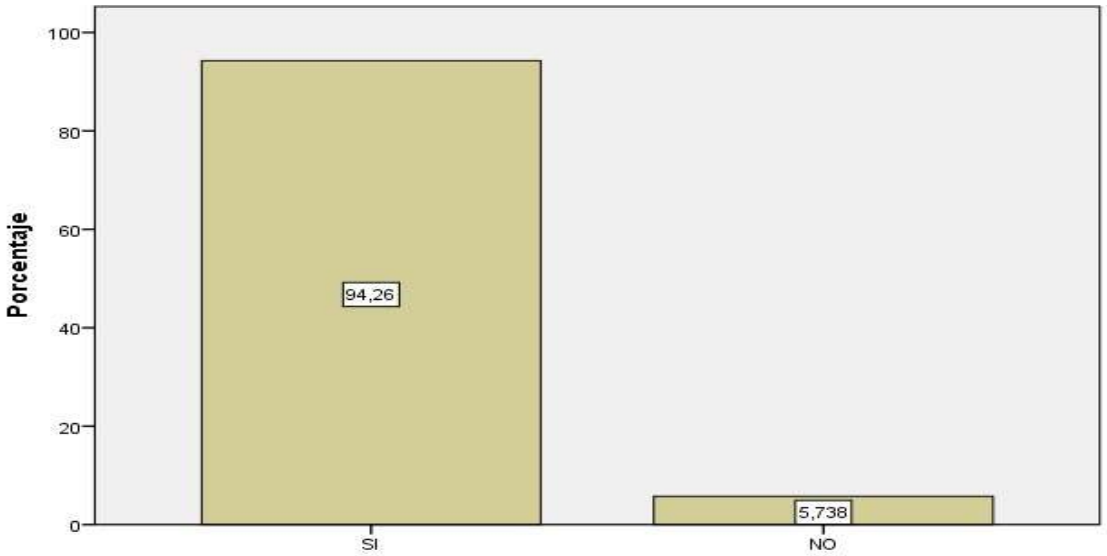
4.1.5. Capacidad de Tomar una decisión de los emprendedores

CUADRO Nª20
¿LOS PROGRAMAS DEL APOYO PRODUCE LES AYUDAN A TENER EXPERIENCIA EN LA TOMA DE DESICIONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	345	94,3	94,3	94,3
	NO	21	5,7	5,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nº20
¿LOS PROGRAMAS DEL APOYO PRODUCE LES AYUDAN A TENER EXPERIENCIA EN LA TOMA DE DESICIONES



CUADRO Nª20 ¿LOS PROGRAMAS DEL APOYO PRODUCE LES AYUDAN A TENER EXPERIENCIA EN LA TOMA DE DESICIONES

Hay conocimiento técnico que los empresarios subestimaban, y es con los programas de PRODUCE que se acercaron a ello. Una de estas las capacitaciones son los que ayudan a las empresas a mejorar sus capacidades

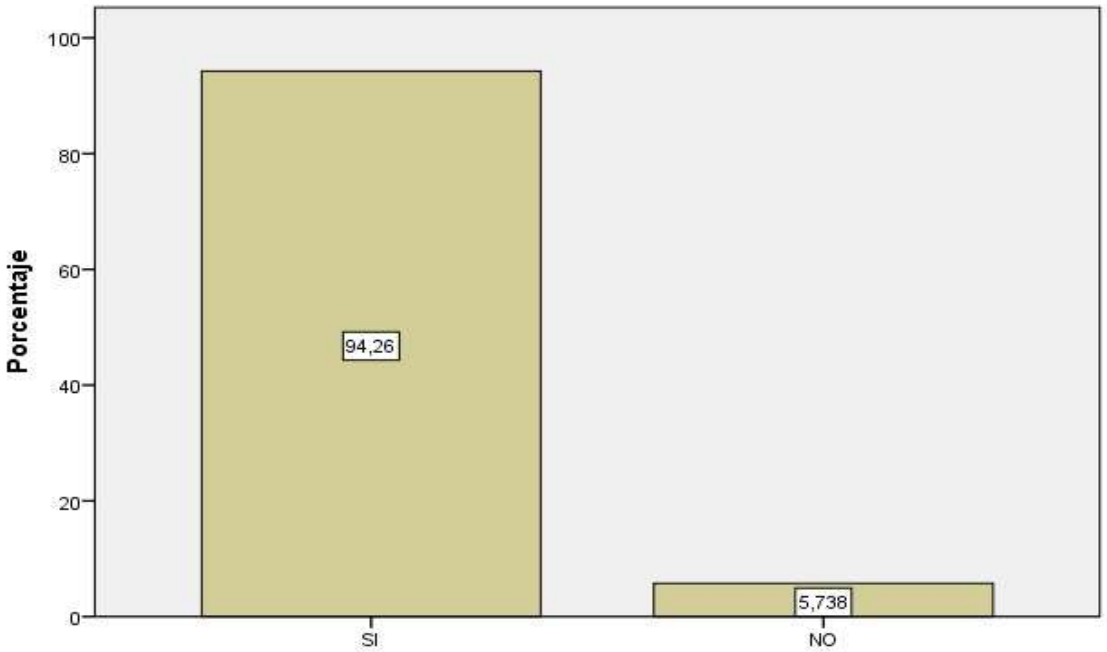
empresariales, identificando las oportunidades de su entorno. El 94% de los empresarios encuestados han reconocido que estos programas ayudan en tomar mejores decisiones empresariales, el 5.7% que no. Dotarle de mejores condiciones a los empresarios permite sostener mejores criterios de decisión en torno a su empresa. De esta forma se establece un buen aporte de PRODUCE a través de sus sectorista en la ciudad de Huánuco.

CUADRO Nª21
¿LOS PROGRAMAS DE APOYO LES ENSEÑAN EL PROCESO DE TOMA DE DESICIONES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	345	94,3	94,3	94,3
	NO	21	5,7	5,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª21
¿LOS PROGRAMAS DE APOYO LES ENSEÑAN EL PROCESO DE TOMA DE DESICIONES?



CUADRO Nª21 ¿LOS PROGRAMAS DE APOYO LES ENSEÑAN EL PROCESO DE TOMA DE DESICIONES?

El proceso de toma de decisiones en las empresas requiere de criterios técnicos para que el costo beneficio sea identificado. Es por ello que

PRODUCE ha diseñado el programa de gestión empresarial, en el que se le enseña al emprendedor todos estos elementos que son necesario para la administración de sus recursos. Uno de esos ítems es el proceso de toma de decisiones, basado en las enseñanzas de Robbins y adaptadas para pequeños negocios. 94% reconoce de encuestados reconoce que, si hubo ese apoyo, 5.7% que no sintieron ese apoyo. De esta manera el programa cumple objetivos en las capacidades de los emprendedores cuya finalidad es hacerlos competitivos.

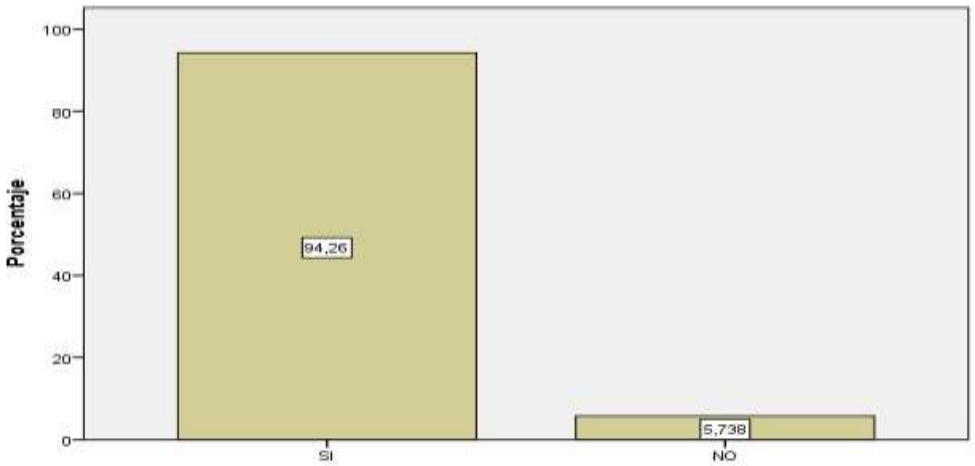
4.1.6. Capacidad de Innovación de los emprendedores

CUADRO Nª22
¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE APOYARON PARA HACER MEJORAS A SU PRODUCTO O SERVICIO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	345	94,3	94,3	94,3
	NO	21	5,7	5,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª22
¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE APOYARON PARA HACER MEJORAS A SU PRODUCTO O SERVICIO?



CUADRO Nª22 ¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE APOYARON PARA HACER MEJORAS A SU PRODUCTO O SERVICIO?

Los Programas de PRODUCE tienen una importante alianza con el CITE (Centro de Innovación Tecnológica) de Huánuco, en ese sentido complementa sus programas con talleres que ayudan a mejorar la producción en empresas

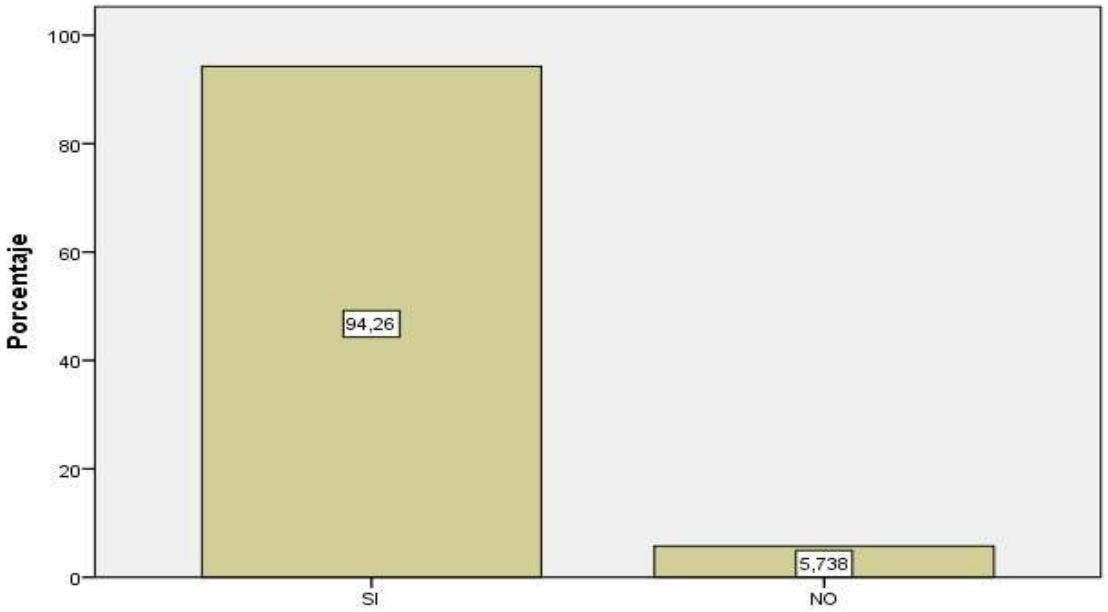
de sectores productivos, de igual forma en la presentación, y otros aspectos. En ese sentido, es importante destacar que el sectorista a canalizado para los agroindustriales este tipo de capacitaciones que ayudaron en el tratamiento de insumos para sus productos como es el caso de la conservación natural de algunas frutas para los néctares. El 94% de encuestados sostiene que si ayudaron a mejorar procesos. El 6% que no hubo ese apoyo requerido, quizá porque no hayan participado.

CUADRO Nª23
¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE AYUDARON A DISEÑAR NUEVOS PRODUCTOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	345	94,3	94,3	94,3
	NO	21	5,7	5,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: propia

GRAFICO Nª23
¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE AYUDARON A DISEÑAR NUEVOS PRODUCTOS?



CUADRO Nª23 ¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE AYUDARON A DISEÑAR NUEVOS PRODUCTOS?

Empresarios que han contestado que el programa de PRODUCE ha manifestado que no solo han apoyado con el CITE a mejorar su producción, sino también, resulto ideas importantes como para generar productos con nuevo empaque. Hoy el Ministerio de la Producción prácticamente viene coordinando para la compra de productos hechos en la región. El 94% de empresarios encuestados ha manifestado que los programas de PRODUCE les ha generado ideas para poder innovar en nuevos productos para la oferta de mercados, locales, internacionales. Siendo este el objetivo que busca el Ministerio de PRODUCCION en Huánuco.

4.1.7. Resumen a la Entrevista hecha al Sectorista del Ministerio de la Producción – PRODUCE Huánuco MBA. Ronald Truyenque Osorio

La entrevista hecha al sectorista de Ministerio tuvo la finalidad de corroborar los objetivos de este estamento del Estado en la ciudad de Huánuco, sobre todo para ver la respuesta que tienen los empresarios a la oferta de estos programas de cooperación. La entrevista fue desarrollada en las instalaciones de la oficina de PRODUE en la Dirección Regional del mismo nombre

- ***¿Con qué finalidad establece los programas de apoyo el Ministerio de Producción en el departamento de Huánuco?***

  El país está viviendo un auge económico importante gracias al impulso que los pequeños negocios están generando. En ese sentido Huánuco no es la excepción, por lo que es importante que estos pequeños negocios tengan el soporte y acompañamiento para el desarrollo de su emprendimiento.

- **¿Considera que Huánuco es un departamento emprendedor?**

  Efectivamente Huánuco, es una ciudad que está en constante preocupación por hacer uso de sus recursos. Y en esos intentos muchos huanuqueños han podido producir productos que son de interés nacional e internacional.

- **¿Qué programas de Apoyo Empresarial desarrolla en Huánuco el Ministerio?**

  Se dan en tres aspectos los programas: capacitaciones, asistencia técnica y ferias. Esto se hace con la finalidad de acercar a los emprendedores con sus clientes potenciales a nivel local, nacional.

- **¿Con qué frecuencia desarrolla los programas de Apoyo empresarial en la ciudad de Huánuco?**

  Estoy en Huánuco con la finalidad de que estos programas sean frecuentes y sobre todo tengan el alcance que corresponde. En ese sentido debo mencionar que en alianza con el CITE estos programas se dan por lo menos una vez a la semana.

- **¿Considera usted que hay demanda suficiente por los programas de apoyo de parte de los emprendedores en Huánuco?**

  En realidad, hay capacitaciones que no pueden cubrir al 100% de los demandantes, por lo que es necesario desarrollar alianzas con Universidades, Cámaras de Comercio, Promperú para poder lograr la cobertura deseada.

- **¿Considera que los emprendedores tienen capacidad emprendedora?**

  Efectivamente, ellos ya dieron el primer paso, ahora corresponde desarrollar sus iniciativas dotándoles de condiciones técnicas necesarias para que enfrenten situaciones cambiantes y no sientan la frustración de un probable fracaso.

- **¿Considera que los emprendedores requieren constante capacitación?**

  Efectivamente, ellos empezaron empíricamente, es necesario darle criterios o habilidades gerenciales técnica para que puedan tener un mejor resultado.

- **¿Considera que los emprendedores requieren constante asistencia técnica?**

  En Huánuco, no hay muchos especialistas que conozcan todos los temas que son problemas para los empresarios, en ese sentido, es necesario que vengan especialistas de la capital para poder acercar las respuestas que tienen resultados positivos a nuestros empresarios.

- **¿Considera que los emprendedores requieren promoción comercial?**

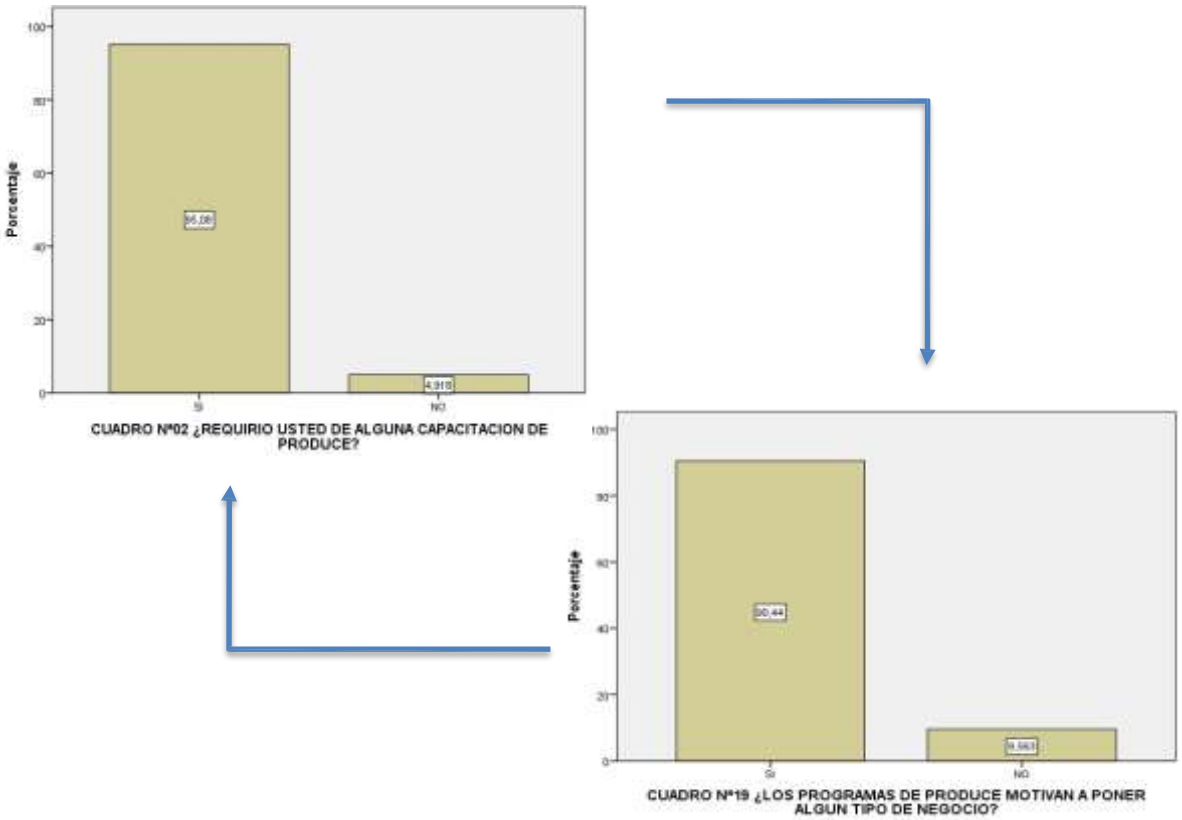
  Efectivamente, es necesario que los empresarios tengan un apoyo del Estado. dado que la inversión en Promoción es cara. Los están haciendo, pero parece no tener los resultados esperados.

- **¿Debe sostener el Ministerio los Programas de Apoyo en Huánuco?**

  Considero que sí, puesto que la cantidad de empresarios es enorme, y requiere que ellos tengan el apoyo necesario para poder tener una mejor participación en el mercado en el sector que pertenece.

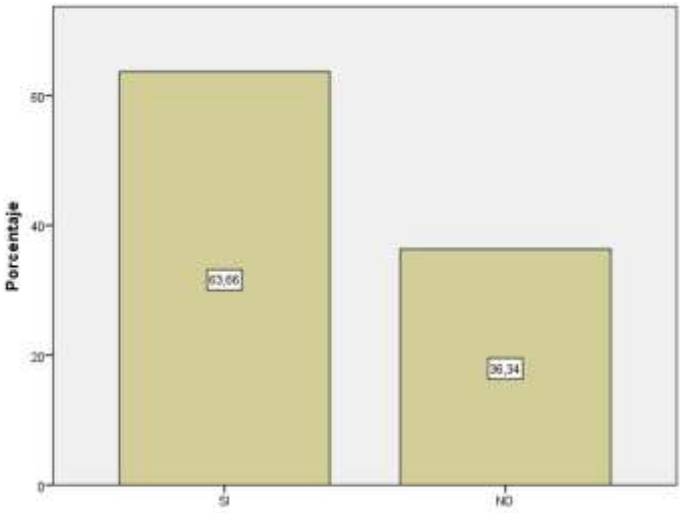
4.2. Contrastación de Hipótesis

"Las capacitaciones de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017"

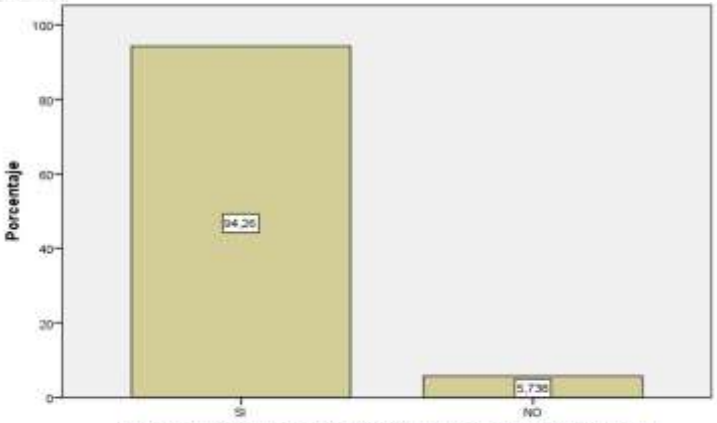


Lo que podemos observar con la exposición del cuadro Nº02 y Nº19 es la relación entre la dimensión de Capacitación de los programas de apoyo de PRODUCE y la dimensión de capacidad de detectar una oportunidad en los emprendedores de Huánuco. el 95% de encuestado ha participado de alguna capacitación organizada por PRODUCE en la ciudad, y cómo se puede observar al preguntarle si estas capacitaciones motivan a ellos para poder poner un negocio tras el apoyo de estos programas la respuesta es afirmativa 90%. ***De esta forma podemos inferir que la hipótesis se contrasta indicando que hay una relación directa entre la capacitación y el emprendimiento en la ciudad de Huánuco***.

“Las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017”



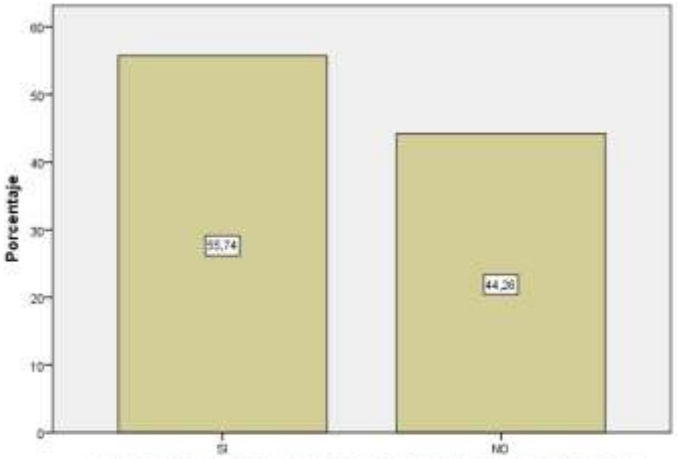
CUADRO Nº08 ¿CONSIDERA QUE LA ASISTENCIA TECNICA FUE UTIL?



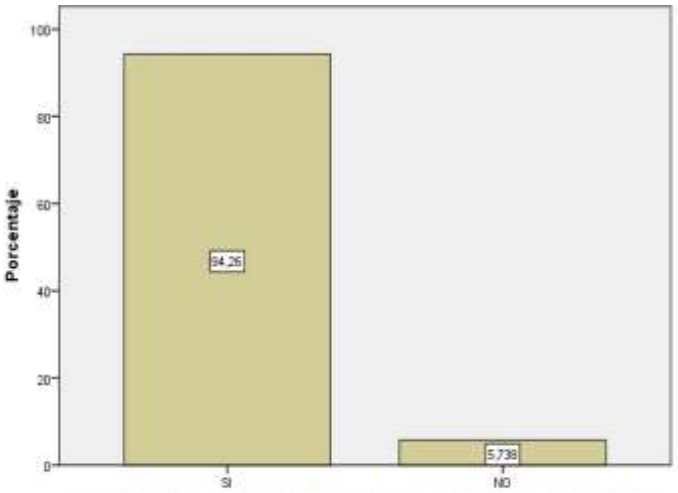
CUADRO Nº22 ¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE APOYARON PARA HACER MEJORAS A SU PRODUCTO O SERVICIO?

Como podemos observar en los gráficos, la segunda dimensión Asistencia Técnica ha tenido un importante impacto en el más de 60% de los emprendedores que se benefician de los programas de PRODUCE. Puesto que contribuye para que ellos mejoren sus productos y/o servicios, así lo manifiesta el 94% de emprendedores. ***De esta forma podemos afirmar que las asistencias técnicas se relacionan de manera directa con el emprendimiento en la ciudad de Huánuco***, puesto que se le otorga las condiciones para tener un mejor desempeño en su labor empresarial.

“Las promociones de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017”



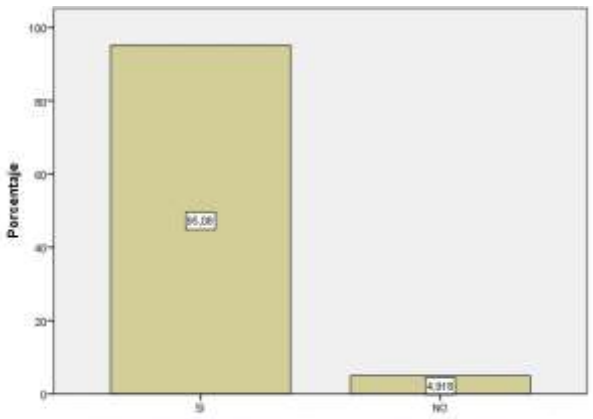
CUADRO Nº15 ¿PARTICIPO USTED EN LAGUNA RUEDA DE NEGOCIO ORGANIZADA POR PRODUCE?



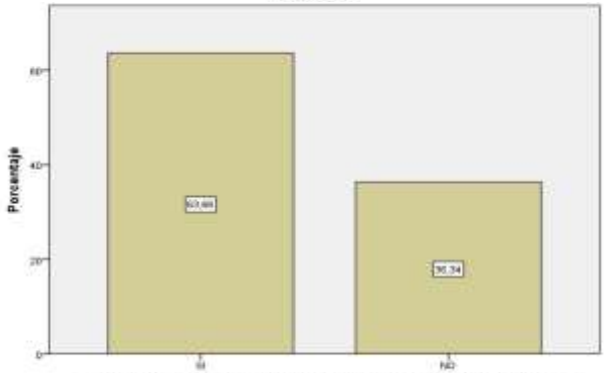
CUADRO Nº20 ¿LOS PROGRAMAS DEL APOYO PRODUCE LES AYUDAN A TENER EXPERIENCIA EN LA TOMA DE DESICIONES

Uno de los eventos más importantes de PRODUCE fue la RUEDA DE NEGOCIO. más del 50% de empresarios beneficiarios de los programas participaron en este evento, generando una mejor expectativa para la toma de decisiones. Así lo mencionan el 94% de encuestados, quienes han encontrado oportunidades de negocios en este evento, y hoy eso les ayuda a tomar mejores decisiones. ***De esta forma podemos contrastar nuestra tercera hipótesis indicando que las promociones tienen una relación directa con el emprendimiento en la ciudad de Huánuco***.

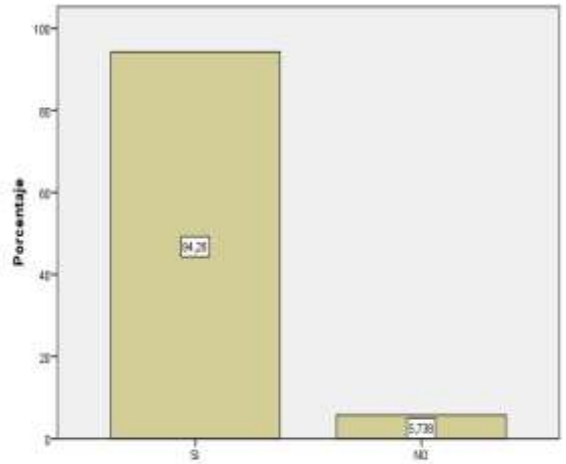
“El programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017”



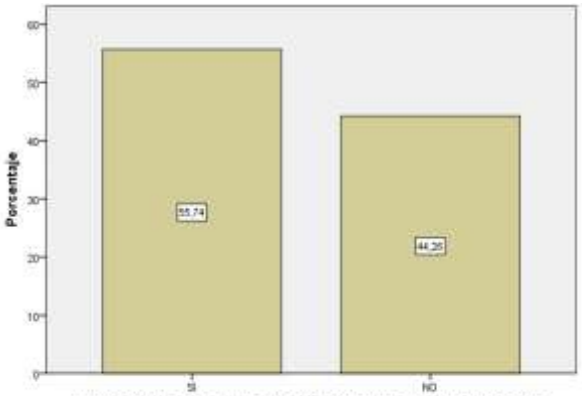
CUADRO Nº02 ¿REQUIRIO USTED DE ALGUNA CAPACITACION DE PRODUCE?



CUADRO Nº08 ¿CONSIDERA QUE LA ASISTENCIA TECNICA FUE UTIL?



CUADRO Nº22 ¿LOS PROGRAMAS DE APOYO DE PRODUCE LE APOYARON PARA HACER MEJORAS A SU PRODUCTO O SERVICIO?



CUADRO Nº15 ¿PARTICIPO USTED EN LAGUNA RUEDA DE NEGOCIO ORGANIZADA POR PRODUCE?

La figura anterior demuestra la hipótesis general indicando que los programas de producen se relacionan de manera directa con el emprendimiento, puesto que ellos brinda un soporte técnico para mejorar su desempeño empresarial.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Discusión de Resultados

a. Respecto a la Variable Independiente – programas de apoyo empresarial de PRODUCE

(Otero Vergara, 2005), en su tesis que postula un modelo para promover el emprendimiento en Colombia sostiene que este debe ofrecer la posibilidad efectiva de sensibilizar estudiantes de educación secundaria, facilitando la interacción, aprendizaje y la formación de redes a través de procesos de pedagogía activa de tal forma que forme emprendedores que facilite el emprendimiento. De esta forma podemos determinar que para ser efectivos estos programas son necesarios tomar en cuenta las condiciones de sus beneficiarios. (Agencia de Promoción de la Inversión Privada, 2006), en su libro MYPEQUEÑA EMPRESA CRECE sostiene que no solo basta planes de negocio para ayudar a los emprendedores, sino también, el apoyo de organismos brinden el soporte necesario a través de PROGRAMAS DE APOYO EMPRESARIAL que les permitan mejorar sus competencias. Conceptualmente esto se entiende como la prestación de servicios auxiliares que ofrece un organismo público, una institución privada, entre otros. De esta forma nuestros resultados obtenidos, muestran la existencia de la relación entre la teoría y la realidad, puesto que efectivamente el 94% de empresarios huanuqueños ven utilidad al apoyo del estado, y un mismo porcentaje sostiene que ello sirve para tomar mejor sus decisiones empresariales.

b. Respecto a la Variable Dependiente – Emprendimiento de Huánuco

(Schanarch, 2014) Sostiene El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos; es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. (Weinberger Villaran, 2009) precisa que, En el Perú, como en muchos otros países del mundo, los emprendedores han encontrado en la actividad empresarial una forma de vida. Sin embargo, las motivaciones no son las mismas para todos los emprendedores. Algunos de ellos, se han visto obligados a desempeñarse como empresarios por la dificultad de conseguir un empleo, que les permita satisfacer sus necesidades y vivir de manera digna. De esta forma los resultados obtenidos confirman que los emprendedores de Huánuco requieren esta asistencia para poder desarrollar mejor sus capacidades. El 90% de ellos ha mejorado sus formas de tomar decisiones, puestos que estas son más técnicas habiendo aprendido con los programas de PRODUCE. Finalmente, es importante precisar que las tareas de produce pueden ser bien capitalizadas para tener empresarios con mejores condiciones para tomar decisiones acertadas.

CONCLUSIONES

- Los cuadros Nº2, y Nº19 muestran la relación que existe entre las capacitaciones de PRODUCE y el emprendimiento en la ciudad de Huánuco, puesto que el 94% de emprendedores que participo de una capacitación sostiene que ello le ha ayudado a mejorar sus negocios en todos los aspectos técnicos.
- Los Cuadros Nº08, y Nº22, muestran la relación directa que existe entre las asistencias técnicas que ofrece PRODUCE y el emprendimiento en la ciudad de Huánuco. Puesto que los que han participado de ello sostiene que esta asistencia a sido útil, y el 94% ha manifestado que ha sido útil para ellos, puesto que han mejorado sus servicios.
- Los Cuadros Nº15, y Nº20, muestran la relación que existe entre las promociones que ofrece PRODUCE en los emprendimientos de a ciudad de Huánuco. puesto que el 58% ha participado de estas promociones y han sido ayudados para tener mejores decisiones 94%.
- Los Cuadros Nº02, Nº08, Nº15, relacionados con el Cuadro Nº22 muestran la relación que hay entre todas las dimensiones de los programas de apoyo empresarial de PRODUCE con el emprendimiento en la ciudad de Huánuco, demostrando que existe una importancia fundamental puesto que mejora las capacidades empresariales.

RECOMENDACIONES

- Respecto a las capacitaciones PRODUCE debe liderar la convocatoria a los empresarios para poder beneficiarlos de manera directa, puesto que a la fecha ha duplicidad de esfuerzos con otras instituciones públicas del Estado, en ese contexto un convenio sería importante entre estos estamentos del Estado.
- Respecto a las asistencias técnicas, estas deben estar orientadas a empresas cuyo rubro tenga potencial de desarrollo como la industria, agricultura, entre otros. La asistencia a los sectores comercio y servicio debe ser desarrollado a través de las Universidades.
- Respecto a las promociones de PRODUCE estas deben ser articuladas con la inversión en promoción del Gobierno regional, puesto que debe haber un sólo fin para fomentar el consumo de productos locales. Así mismo, se debe coordinar para que las promociones se den a nivel de la capital u otras regiones donde haya convocatoria de consumidores internacionales.
- PRODUCE debe continuar con sus programas fomentando la constitución de Centro de Desarrollo Empresarial en universidades, asociaciones, puesto que número de emprendimiento es mayor al número de beneficiarios actuales. Esta forma de descentralizar los programas podría ayudar a tener una mayor cobertura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Promoción de la Inversión Privada, P. (2006). *MYPEqueña Empresa Crece - Guía para el Desarrolo de la Micro y Pequeña Empresa.* Lima: PROINVERSION - ESAN.
- Congreso de la Republica del Perú, C. (2013). *Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y El crecimiento Empresarial.* Lima: Congreso de la Republica del Perú.
- Fandiño Padilla, Laura Maria - Bolivar Abello, Maria Cristina. (2008). *Evaluación del Impacto del Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y Estudio de los Factores de Éxito de sus Empresas creadas a partir de los talleres de grado.* Bogota: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - Universidad Javeriana.
- Hernandez Sampieri, R. (2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA.* MEXICO: MACGRAWHILL.
- Otero Vergara, A. F. (2005). *Diseño de un Modelo para Promover Emprendimiento en Estudiantes de Secundaria en grados 10 y 11s de estratos 1,2,3 en Colombia.* Colombia: Maestría en Ingeniería Industrial - Universidad de los Andes.
- Schanarch, A. (2014). *Emprendimiento Exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión.* Bogota: Ecoe Ediciones Ltda.
- Secretaria de Desarrollo Económico, M. (2012). *Programa Estatal de Promoción Empresarial .* México: Gobierno del Estado de México.
- Siliceo Aguilar, A. (2006). *Capacitación y Desarrollo de Personal.* México: LIMUSA.
- Weinberger Villaran, K. (2009). *Plan de Negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.* Lima: Serie MYPE Competitiva - USAID.
- Zorrilla Mejía, D. C. (2013). *Factores que Contribuyeron a la Sostenibilidad de los Microemprendimiento juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyectos Jovenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de Inpet 2007 - 2009.* Lima: Maestría en Gerencia Social - Pontificia Universidad Catolica del Perú.

ANEXOS

Tesis: Programas de Apoyo empresarial de PRODUCE y su relación con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017.

Autor: Bach. Lucía Bernal Meza

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Instrumentos
General ¿De qué manera el programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017? **Específicos** - ¿De qué manera las capacitaciones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017? - ¿De qué manera las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017? - ¿De qué manera las promociones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017?	**General** Describir de qué manera el programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017 **Específicos** - Describir de qué manera las capacitaciones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017 - Describir de qué manera las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017 - Describir de qué manera las promociones de PRODUCE se relaciona con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017	**General** El programa de apoyo empresarial de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017 **Específicos** - Las capacitaciones de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017 - Las asistencias técnicas de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017 - Las promociones de PRODUCE se relaciona de manera directa con el emprendimiento de la ciudad de Huánuco 2017	1. **Independiente** Programa de Apoyo Empresarial **Dimensiones** - Capacitaciones - Asistencias Técnicas - Promociones 2. **Dependiente** Emprendimiento **Dimensiones** - Capacidad para detectar una oportunidad - Capacidad para tomar decisiones - Capacidad de Innovación	**Tipo y Nivel de Investigación** **Descriptiva:** Se describirán propiedades y relaciones sin emitir juicio de las variables intervinientes. **Enfoque** **Cuantitativo:** se procesara información para cuantificarla y poder explicarla. **Diseño de la Investigación:** La Investigación es no experimental – Transversal. **A. Población** N = 7845 **B. Muestra** n = 150	**Encuesta dirigida a emprendedores de la ciudad de Huánuco** Para determinar la relación de los programas de apoyo de produce en los emprendimientos huanuqueños. **Entrevista al representante de PRODUCE** Para determinar características de los programas de apoyo y sus finalidades.

CUESTIONARIO

Este cuestionario tiene fines académicos y tiene la finalidad de demostrar la utilidad de los programas de apoyo de Produce en los emprendedores de Huánuco.

1. ***¿Hace cuánto tiempo tiene usted un emprendimiento?***

1 a 2 años		5 a 6 años	
3 a 4 años		Más de 6 años	

2. ***¿Requirió usted de alguna capacitación de Produce?***

Si	
No	

3. ***¿Con qué frecuencia requirió usted estas capacitaciones?***

Muy Frecuente	
Frecuente	
Sin Frecuencia	
No requiero	

4. ***¿Evaluaron su participación en las capacitaciones?***

Si	
No	

5. ***¿En qué momento fueron las evaluaciones?***

Durante la capacitación	
Después de la Capacitación	

6. ***¿Participo de alguna asistencia técnica?***

Si	
No	

7. ***¿Realizó un diagnóstico antes de la asistencia técnica?***

Si	
No	

8. ***¿Considera que la asistencia técnica fue útil?***

Si	
No	

9. ***¿La Intervención en la asistencia técnica fue en equipo o reducida a una sola persona?***

En equipo	
Todos los trabajadores intevinieron	

10. ***¿la asistencia fue en el mismo local?***

Si	
No	

11. ***¿Participo usted en ferias promovidas por PRODUCE?***

Si	
No	

12. ***¿Con qué frecuencia ¿participo en las misiones?***

Muy Frecuente	
Frecuente	
Sin Frecuencia	
No requiero	

13. ***¿participo usted en alguna rueda de negocio organizada por Produce?***

Si	
No	

14. ¿considero importante su participación en la rueda de negocio?

Si	
No	

15. **¿considera que el apoyo de PRODUCE le ayudo a tener una mejor visión para detectar algún negocio?**

Si	
No	

16. ***¿considera que es necesario el apoyo de PRODUCE para tener visión en los negocios?***

Si	
No	

17. ***¿Los programas de Produce Motivan a poner algún tipo de negocio?***

Si	
No	

18. ***¿Los programas de apoyo de Produce le ayudan a tener experiencia en la toma decisiones?***

Si	
No	

19. ***¿Los programas de Apoyo les enseñan el proceso de toma de decisiones?***

Si	
No	

20. ¿Los programas de apoyo de Produce le apoyaron para hacer mejoras a su producto o servicio?

Si	
No	

21. ¿Los programas de Apoyo de Produce le ayudaron a diseñar nuevos productos?

Si	
No	

Guía de Entrevista

Esta guía está dirigida al sectorista que administra los programas de Apoyo Empresarial del Ministerio de la Producción en el Departamento de Huánuco.

1. ¿Con qué finalidad establece los programas de apoyo el Ministerio de Producción en el departamento de Huánuco?
2. ¿Considera que Huánuco es un departamento emprendedor?
3. ¿Qué programas de Apoyo Empresarial desarrolla en Huánuco el Ministerio?
4. ¿Con qué frecuencia desarrolla los programas de Apoyo empresarial en la ciudad de Huánuco?
5. ¿Considera usted que hay demanda suficiente por los programas de apoyo de parte de los emprendedores en Huánuco?
6. ¿Considera que los emprendedores tienen capacidad emprendedora?
7. ¿Considera que los emprendedores requieren constante capacitación?
8. ¿Considera que los emprendedores requieren constante asistencia técnica?
9. ¿Considera que los emprendedores requieren promoción comercial?
10. ¿Debe sostener el Ministerio los Programas de Apoyo en Huánuco?